**Лекція 7. Міжнародна торгівля послугами.**

1. Особливості міжнародної торгівлі послугами.
2. Загальні тенденції світової торгівлі послугами.
3. Міжнародні транспортні послуги.
4. Міжнародні туристичні послуги.
5. Міжнародні інжинірингові послуги.
6. **Особливості міжнародної торгівлі послугами.**

Торгівля послугами є важливою частиною світогосподарських зв’язків. Це пов’язано з досягнутим рівнем міжнародного розподілу праці, соціально-економічними і науково-технічними досягненнями та потребами окремих країн. Зростання потреб у послугах безпосередньо пов’язано з дією таких основних чинників:

* зумовленість розвитку багатьох виробничих галузей (промисловість, сільське господарство, будівництво) адекватним розвитком виробничих (транспорт, зв’язок, торгівля) і спеціальних послуг (банківських, страхових, юридичних, інформаційних, марке­тингових тощо);
* зміни в структурі попиту (тенденція до збільшення споживан­ня послуг при зростанні доходів як фізичних, так і юридичних осіб);
* розвиток науки і техніки, особливо інформаційних технологій, що призводить до появи нових видів послуг, пов’язаних зі збором, обробкою, збереженням та поширенням інформації;
* динамізація міжнародного конкурентного середовища, що спричиняє появу нових видів послуг і вдосконалення існуючих, а також активний обмін ними;
* соціальна орієнтація урядових політик більшості країн світу, яка зумовлює збільшення вільного часу та зростання добробуту населення, які, в свою чергу, стимулюють розвиток таких видів послуг, як туризм, освіта, спорт, оздоровлення, культура тощо.

Терміном «послуга» визначається трудова доцільна діяльність, результати якої мають корисний ефект, що задовольняє яку-небудь потребу людини. В той же час послуга — це економічна продукція (кінцева або проміжна), яка є непомітною. До послуг прийнято відносити такі види праці та виробництва, які створюють специфічні вартості у формі трудової діяльності. Вони корисні не як речі, а як діяльність певного призначення. Послуги мають усі ознаки товару: створюються працею, виробляються для інших, тобто мають громадську споживчу вартість і надходять у користування інших осіб або споживаються останніми в процесі обміну.

Міжнародна торгівля послугами має ряд специфічних рис порівняно з традиційною торгівлею товарами:

* на відміну від товарів послуги надаються (виробляються) та споживаються в основному одночасно і не зберігаються, а тому надання більшості видів послуг базується на прямих контактах між їх виробниками та споживачами (це потребує більшої присутності за кордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні виробництва послуги);
* у міжнародній торгівлі товари фізично пересуваються через державні кордони і проходять митне очищення, а послуги, хоча і є товарами, через свою специфіку не проходять через митний контроль і не оформлюються вантажною митною декларацією;
* міжнародна торгівля послугами тісно взаємопов’язана з тор­гівлею товарами та має на неї зростаючий вплив (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування та логістика, передпродажне і післяпродажне обслуговування, страхування, реклама, банківське обслуговування тощо);
* купівля-продаж послуг на світовому ринку тісно взаємодіє з міжнародним рухом капіталу та міграцією робочої сили і, навпаки, розвиток світових ринків товарів, капіталів, робочої сили стимулює міжнародний попит і пропозицію на різноманітні послуги;
* ринок послуг функціонально пов’язаний зі світовим ринком робочої сили (найважливіші характеристики ринку послуг, і перш за все ціни, значною мірою визначаються станом ринку робочої сили, закономірностями та особливостями його розвитку);
* для послуг у значно більшому ступені, ніж для товарів, характерним є врахування конкретних умов виконання робіт і заздалегідь визначених вимог споживача у зв’язку з виконанням послуг на замовлення;
* сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, внаслідок чого в міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар’єрів, ніж у торгівлі товарами;
* не всі види послуг, на відміну від товарів, можуть бути придатні до широкого залучення в міжнародний обмін (це стосується насамперед побутових і комунальних послуг).

Галузі сфери послуг надзвичайно різноманітні. До них належить як державний сектор (біржі праці, суди, лікарні, військові служби, пожежна охорона, поліція, пошта, освітні установи), так і приватний безприбутковий сектор (музеї, церква, благодійні організації тощо). До сфери послуг належить і значна частина виробничого комерційного сектора (банки, готелі, авіакомпанії, страхові, інвестиційні та консалтингові фірми, кіностудії тощо). Поряд з традиційними галузями сфери обслуговування постійно виникають нові. Так, в останні десятиріччя з’явились фірми, що надають послуги з фінансових питань, інформаційного забезпечення, добору працівників для постійної і тимчасової роботи та ін.

Міжнародні організації систематизують і класифікують послуги, які є предметом міжнародної торгівлі.

Міжнародним валютним фондом розроблений посібник зі скла­дання платіжного балансу, в якому представлено склад послуг, що входять у рахунок поточних операцій. Цим посібником користують­ся практично всі країни світу.

Класифікація послуг, яка прийнята МВФ, показує платежі між резидентами та нерезидентами і містить 11 секторів:

I. Транспортні послуги.

А) пасажирські перевезення (Міжнародні перевезення пасажирів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг);

Б) вантажні перевезення (Міжнародні перевезення вантажів всі­ма видами транспорту і надання супутніх послуг).

1. Послуги, пов'язані з поїздками.

А) послуги пов'язані з діловими поїздками [Товари і послуги, придбані нерезидентами, які подорожують у справах (відрядження)];

Б) послуги пов'язані з особистими поїздками [Товари і послуги, придбані нерезидентами, які подорожують в особистих справах (ту­ризм)].

1. Послуги зв'язку (Послуги поштового, кур'єрського, телефон­ного та іншого зв'язку між резидентами і нерезидентами).
2. Будівництво (Будівництво об'єктів за рубежем, здійснюване на тимчасовій основі резидентами).
3. Страхування (Страхування нерезидентів страховими компані­ями -резидентами).
4. Фінансові послуги (Фінансове посередництво між резидента­ми і нерезидентами (комісія за відкриття акредитивів, за обмін валю­ти, брокерські послуги тощо).
5. Комп'ютерні та інформаційні послуги (Консультації в галу­зі комп'ютерних програм, інформаційні послуги (оброблення даних, користування базами даних, передплата на інформаційні лінії), об­слуговування комп'ютерів).

VII. Роялті і ліцензійні платежі (Користування правами власнос­ті (торговельна марка, патент, копірайт тощо) та використання оригі­налів або прототипів (фільмів, рукописів)на основі ліцензії).

* 1. Інші бізнес-послуги.
		1. посередницькі послуги (Комісія з посередництва);

Б) лізинг (Лізинг і фрахт суден, літаків без екіпажів та іншого транспортного устаткування);

* + 1. інші ділові, професійні та технічні послуги (Правові, бухгал­терські, управлінські, рекламні та інші послуги, а також послуги з проектування, картографії, нагляду за будівництвом, захистом вро­жаю).
	1. Особисті, культурні та рекреаційні послуги.

А) аудіовізуальні послуги (Виробництво фільмів, радіо та теле­візійних програм, компакт-дисків, гонорари артистів);

Б) інші послуги (Показ виставок, проведення спортивних та ін­ших заходів).

XI. Урядові послуги (Поставка товарів до посольств, консульств, представництв міжнародних організацій, операції ООН по підтримці миру).

Всесвітній банк класифікує послуги за укрупненими угрупуван- нями, при цьому до числа послуг включається рух доходу. Послуги поділяються на дві групи:

1. група — факторні послуги, до яких відносяться платежі, що ви­никають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва — ка­піталу, робочої сили (доходи на інвестиції, ліцензійні платежі, заро­бітна плата, виплачувана нерезидентом тощо).
2. група — нефакторні послуги, до яких належать інші види по­слуг (транспорт, подорожі, інші нефінансові послуги), не пов'язані з факторами виробництва [34, с. 266].

Світовою організацією торгівлі в Генеральній угоді про торгівлю послугами запропонована класифікація послуг за 12 секторами (1 — комерційні послуги; 2 — послуги зв'язку; 3 — послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги; 4 — послуги дистриб'юторів; 5 — по­слуги у сфері освіти; 6 — послуги з охорони довкілля; 7 — фінансові послуги; 8 — послуги у сфері охорони здоров'я та соціальній сфері; 9 — послуги, пов'язані з туризмом; 10 — послуги з організації відпо­чинку, культурних та спортивних заходів; 11 — транспортні послуги; 12 — інші послуги, які не зазначені вище) і 155 підсекторами.

Різні характеристики послуг впливають на спосіб, яким здійсню­ються міжнародні операції у сфері послуг. Якщо міжнародні операції з товарами передбачають їхнє фізичне переміщення з однієї країни до іншої, то тільки деякі види операцій з послугами передбачають рух через кордони. Однак для більшості операцій у сфері послуг час і місце споживання не можна відокремити, що потребує наближення постачальника послуг до споживача.

Послуги на міжнародному рівні надаються із застосуванням чоти­рьох способів: транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність, присутність фізичних осіб .Загальна кількість послуг, якими торгують останніми двома спо­собами, значно вища від тих, котрими торгують у випадку застосу­вання перших двох. Однак новітні досягнення комунікаційних тех­нологій і розвиток електронної торгівлі створюють дедалі більше можливостей для компаній надавати послуги в режимі транскордон­ного переміщення, не створюючи комерційної присутності в країні- імпортері.

Можливі випадки, коли для надання послуги може використову­ватися не лише один спосіб постачання. Наприклад, певна консуль­таційна послуга може бути надана засобами телекомунікації і безпо­середньо присутніми фізичними особами.

1. **Загальні тенденції світової торгівлі послугами.**

**(тенденції за 2008-2014 рік див. у звітах ВТО)**

Надання послуг є найбільш динамічною статею зовнішньої тор­гівлі. Дедалі більша кількість видів послуг стає ринковим товаром і реєструється на рахунку поточних операцій платіжного балансу кра­їни.

Експорт послуг становить понад 3,7 трлн дол. США, або 19% усього обсягу світового експорту товарів та послуг, а імпорт — 3,5 трлн дол., або 18,6% світового імпорту товарів та послуг. При цьо­му торгівля послугами постійно зростає досить високими темпами (табл. 1.1; 1.2; 1.3).

Таблиця 1.1

Обсяг світової торгівлі послугами у 2007-2008 рр. (млрд дол. США)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Регіони та країни | Експорт | Імпорт |
| 2007 | 2008 | 2007 | 2008 |
| Світ у цілому | 3372 | 3778 | 3114 | 3489 |
| Північна Америка | 554 | 605 | 447 | 479 |
| США | 473 | 521 | 342 | 368 |
| Південна та Центральна Америка | 94 | 108 | 98 | 118 |
| Бразилія | 18 | 29 | 35 | 44 |
| Європа | 1743 | 1937 | 1472 | 1626 |
| ЄС (27 країн) | 1587 | 1754 | 1372 | 1513 |
| Велика Британія | 281 | 283 | 195 | 196 |
| Німеччина | 217 | 242 | 256 | 283 |
| Франція | 145 | 160 | 129 | 139 |
| Італія | 110 | 122 | 118 | 132 |
| Іспанія | 127 | 143 | 96 | 104 |
| СНД | 66 | 84 | 91 | 114 |
| Російська Федерація | 39 | 51 | 58 | 75 |
| Україна | 14 | 17 | 11 | 15 |
| Африка | 78 | 88 | 105 | 121 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Єгипет | 20 | 25 | 13 | 16 |
| Близький Схід | 82 | 97 | 141 | 168 |
| Ізраїль | 21 | 24 | 18 | 20 |
| Азія | 756 | 859 | 760 | 864 |
| Японія | 127 | 146 | 149 | 167 |
| Китай | 122 | 146 | 129 | 158 |
| Індія | 88 | 103 | 71 | 84 |
| Джерело: [[www.wto.org](http://www.wto.org)]Таблиця 1.2Динаміка розвитку світової торгівлі послугами за регіонами |
| Регіони світу | Темпи приросту, % |
| Експорт | Імпорт |
| 2007 | 2008 | 2007 | 2008 |
| Північна Америка | 14,4 | 9,1 | 9,3 | 7,3 |
| Центр. та Південна Америка | 18,0 | 15,2 | 20,8 | 19,7 |
| Європа | 20,7 | 11,1 | 19,2 | 10,4 |
| Африка | 22,5 | 12,7 | 30,2 | 15,5 |
| Азія | 21,4 | 13,6 | 17,9 | 13,7 |
| Світ | 19,7 | 12,0 | 18,5 | 12,1 |

Джерело: [[www.wto.org](http://www.wto.org)]

Таблиця 1.3

Світовий експорт послуг у 2008 р.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Види послуг | Експорт | Щорічна зміна,% |
| Обсяг, млрд дол. | Частка,% | 2000-08 | 2006 | 2007 | 2008 |
| Комерційні послуги | 3730 | 100,0 | 12 | 13 | 19 | 11 |
| у т.ч.:транспортні послуги | 875 | 23,0 | 12 | 10 | 20 | 15 |
| подорожі | 945 | 25,0 | 9 | 10 | 15 | 10 |
| інші комерційні по­слуги | 1910 | 51,0 | 14 | 16 | 22 | 10 |

Джерело: [[www.wto.ua](http://www.wto.ua)]

Зростання торгівлі послугами зумовлено такими факторами:

* революційними технологічними змінами;
* підвищенням темпів розвитку технологічних програм у галузі телекомунікацій та інформації;
* збільшенням попиту на фінансові, страхові, банківські послуги. Провідні експортери та імпортери в світовій торгівлі послугами в

2008 р. представлені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4 Основні країни-експортери та країни-імпортери у світовій торгівлі послугами 2008 р.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Експортери | Обсяг, млрд дол. | Част­ка, % | Імпортери | Обсяг, млрд дол. | Част­ка, % |
| 1. США | 521,4 | 13,8 | 1. США | 367,9 | 10,5 |
| 2. Велика Британія | 283,0 | 7,5 | 2. Німеччина | 283,0 | 8,1 |
| 3. Німеччина | 241,6 | 6,4 | 3. Велика Британія | 196,2 | 5,6 |
| 4. Франція | 160,5 | 4,2 | 4. Японія | 167,4 | 4,8 |
| 5. Китай | 146,4 | 3,9 | 5. Китай | 158,0 | 4,5 |
| 6. Японія | 146,4 | 3,9 | 6. Франція | 139,4 | 4,0 |
| 7. Іспанія | 142,6 | 3,8 | 7. Італія | 131,7 | 3,8 |
| 8. Італія | 121,9 | 3,2 | 8. Ірландія | 106,2 | 3,0 |
| 9. Індія | 102,6 | 2,7 | 9. Іспанія | 104,3 | 3,0 |
| 10. Нідерланди | 101,6 | 2,7 | 10. Корея | 91,8 | 2,6 |
| 11. Ірландія | 99,2 | 2,6 | 11. Нідерланди | 90,8 | 2,6 |
| 12. Гонконг | 92,3 | 2,4 | 12. Канада | 86,6 | 2,5 |
| 13. Бельгія | 86,1 | 2,3 | 13. Індія | 83,6 | 2,4 |
| 14. Сінгапур | 82,9 | 2,2 | 14. Бельгія | 81,9 | 2,3 |
| 15. Швейцарія | 75,2 | 2,0 | 15. Сінгапур | 78,9 | 2,3 |
| 16. Корея | 74,1 | 2,0 | 16. Російська Феде­рація | 74,6 | 2,1 |
| 17. Данія | 72,0 | 1,9 | 17. Данія | 62,3 | 1,8 |
| 18. Швеція | 71,6 | 1,9 | 18. Швеція | 54,3 | 1,6 |
| 19. Люксембург | 68,9 | 1,8 | 19. Таїланд | 46,3 | 1,3 |
| 20. Канада | 64,8 | 1,7 | 20. Гонконг | 45,8 | 1,3 |
| 21. Австрія | 61,7 | 1,6 | 21. Австралія | 45,5 | 1,3 |
| 22. Російська Фе­дерація | 50,7 | 1,3 | 22. Бразилія | 44,4 | 1,3 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 23. Греція | 50,4 | 1,3 | 23. Норвегія | 43,9 | 1,3 |
| 24. Австралія | 45,6 | 1,2 | 24. ОАЕ | 42,8 | 1,2 |
| 25. Норвегія | 45,6 | 1,2 | 25. Австрія | 42,6 | 1,2 |
| 26. Польща | 35,3 | 0,9 | 26. Люксембург | 40,7 | 1,2 |
| 27. Туреччина | 34,5 | 0,9 | 27. Швейцарія | 36,6 | 1,0 |
| 28. Тайвань | 33,6 | 0,9 | 28. Саудівська Ара­вія | 34,6 | 1,0 |
| 29. Таїланд | 33,4 | 0,9 | 29. Тайвань | 33,6 | 1,0 |
| 30. Малайзія | 29,3 | 0,8 | 30. Польща | 29,9 | 0,9 |
| Усього (світ) | 3780,0 | 100,0 | Усього (світ) | 3490,0 | 100,0 |

У структурі світового експорту послуг у 2006 р. половина його вартісного обсягу припадає на міжнародні транспортні послуги (626 млрд дол., або 23,0%) і міжнародні приватні (туризм) і ділові (відря­дження) поїздки (737 млрд дол., або 27,0%).

Структуру експорту решти послуг за регіонами світу та напряма­ми ілюструє рис. 8.1. Для світового ринку послуг характерною рисою є розвиток швид­кими темпами ринку фінансових послуг. Так, протягом найближчих 15 років, як вважають експерти «Mercer Oliver Wyman», темпи приросту сектора світових фінансових послуг значно прискориться і до 2020 р. його частка становитиме майже 10% світового ВВП. Загальний обсяг доходів сектора світових фінансових послуг збільшиться в 3 рази (з 2 трлн до 6 трлн дол. до 2020 р.).

Доходи сектора фінансових послуг у країнах Північної Америки та Західної Європи зростатимуть на 5,5% щорічно. В інших регіонах цей показник збільшуватиметься ще вищими темпами (наприклад, у Росії, Бразилії, Індії та Китаю він зростатиме удвічі швидше, ніж в інших країнах світу). До 2010 р. сектор фінансових послуг Китаю буде майже таким, як в Італії, а до 2020 р. він зможе обігнати сектор фінансових послуг Німеччини.

Менше сприятливою буде ситуація на ринку фінансових послуг країн Латинської Америки та Африки.

Обсяг роздрібних банківських операцій зростатиме швидше, ніж оптовий банківський бізнес або страхування. Доходи від надання роз­дрібних іпотечних кредитів та кредитних карт щорічно з 2006 до 2020 р. зростатимуть на 4%. Аналогічні темпи зростання будуть характерні для послуг у сфері медичного та пенсійного страхування. Повільні темпи розвитку послуг (2%) очікуються в оптовому банківському біз­несі [53, с.16].

Останніми роками спостерігається зменшення обсягу імпорту між країнами ЄС, що відображає зміцнення торговельних зв'язків ЄС з іншими країнами.

Слід відзначити, що загальноєвропейський ринок послуг ще не створено. Причиною цього є наявність численних національних бар'є­рів у цій сфері, починаючи від створення нової компанії, що регулю­ється різними правовими нормами, до встановлення продажних цін, на рівень яких впливають різні податкові режими.

Відсутність єдиного ринку ЄС породжує ряд негативних моментів.

По-перше, у зв'язку з тим, що роль послуг у сукупному валовому продукті країн ЄС досягає 70 %, проблеми, з якими зіштовхуються певні компанії, впливають на економіку регіону в цілому.

По-друге, компанії, особливо дрібні, не мають можливості для розширення ринків збуту своєї продукції і несуть додаткові витрати.

По-третє, для споживачів утруднюється доступ до більш квалі­фікованих і дешевих послуг, котрими вони б змогли скористатися в умовах загальноєвропейської конкуренції між компаніями.

По-четверте, постачальники послуг зазнають складностей у про­веденні рекламних компаній всередині ЄС, а також існують числен­ні бюрократичні формальності при укладанні контрактів на роботу і різні ставки непрямих податків.

Зовнішня торгівля послугами відіграє важливу роль у розвитку сектора послуг у країнах ОЕСР. Близько 6% загального обсягу по­слуг, що виробляється в цих країнах, експортується, і темпи зростан­ня постійно збільшуються. Найбільшу частку в торгівлі послугами становлять послуги у сфері транспорту, туризму та деякі види діло­вих послуг. Кожний з цих видів послуг займає в експорті та імпорті послуг 21-27%. Найвищими темпами зростає торгівля страховими, комп'ютерними та інформаційними послугами. Важливим початком продажу послуг є іноземні філії компаній. Частка обороту через за­рубіжні філії в загальному обороті сектора послуг перевищує 20% в Угорщині, Бельгії, Ірландії, Чехії, Польщі, Італії [56, с.6].

Країни, що розвиваються, на ринку послуг пропонують послуги з тих секторів, у яких є потенціал розвитку експортної торгівлі. Напри­клад, фінансові, телекомунікаційні, будівельні, медичні й інші секто­ри. Велика кількість цих країн значною мірою залежить від імпорту послуг, від лібералізації якого отримують переваги, імпорт їхніх по­слуг постійно зростає, оскільки продуктивність промисловості тісно пов'язана з доступними і недорогими фінансовими, комп'ютерними та інформаційними послугами. Підприємства в пошуках іноземних ринків мають витрачати значно більше, ніж раніше, на маркетингові та наукові дослідження, рекламу тощо.

Технологічний прогрес у галузі комунікацій дає постачальникам, які були раніше прив'язані до національних ринків, можливість ді­яти на міжнародній арені. Банки і страхові компанії, застосовуючи факсимільний зв'язок, електронну пошту можуть діяти значно ефек­тивніше. За допомогою сучасних інформаційних технологій архітек­тори інженери можуть передавати свої проекти і наглядати за ходом будівництва з тисячокілометрової відстані.

**Світові країни –лідери з експорту та імпорту послуг, %**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Роки | Роки |
| Країни-лідери з експорту послуг | 2005 | 2013 | Країни-лідери з імпорту послуг | 2005 | 2013 |
| **Транспорті послуги** |
| Європейський союз (28) | 22,8 | 20,7 | Європейський союз (28) | 16,3 | 13,3 |
| США | 9,2 | 9,5 | США | 11,6 | 8,2 |
| Сінгапур | 3,4 | 4,9 | Китай | 4,2 | 8,1 |
| Японія | 6,3 | 4,4 | Індія | 3,0 | 4,9 |
| Китай | 2,7 | 4,2 | Японія | 5,9 | 4,0 |
| **Подорожі** |
| Європейський союз (28) | 11,7 | 11,4 | Європейський союз (28) |  ...  | 10,9 |
| США | 15,2 | 14,6 | Китай | 3,3 | 12,0 |
| Макао, Китай | 1,1 | 4,4 | США | 11,5 | 9,0 |
| Китай | 4,2 | 4,4 | Росія Федерація | 2,7 | 5,0 |
| Таїланд | 1,4 | 3,6 | Канада | 2,8 | 3,3 |
| **Комерційні послуги** |
| Європейський союз (28) |  ...  | 22,3 | Європейський союз (28) |  ...  | 17,8 |
| США | 16,5 | 15,8 | США | 11,4 | 11,5 |
| Китай | 2,4 | 4,5 | Китай | 3,2 | 5,1 |
| Індія | 3,1 | 4,5 | Японія | 5,2 | 4,5 |
| Японія | 4,8 | 3,6 | Сінгапур |  ...  | 3,2 |

Джерело: https://www.wto.org/english/res\_e/statis\_e/its2014\_e/its14\_trade\_category\_e.htm

1. **Міжнародні транспортні послуги**

**(тенденції за 2008-2014 рік див. у звітах ВТО)**

Міжнародний транспорт — це послуги всіх видів транспорту з пе­реміщення предмета транспортної операції, що надаються резидента­ми однієї країни резидентам іншої країни.

Спектр транспортних послуг широкий. Послуги класифікуються залежно від:

* виду транспорту: водний (морський, річковий); наземний (за­лізничний, автомобільний); повітряний (авіаційний); косміч­ний; трубопровідний;
* предмету транспортної операції (вантаж, пасажир, багаж);
* транспортної характеристики товару: сухий (вугілля, руда), на­сипний (зерно, цемент), штучний, наливний (нафта, олії);
* періодичності перевезення (регулярні і нерегулярні);
* порядку проходження кордону (перевантажувальні і безпере- вантажувальні);
* виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, пором­на, ліхтерна й ін.);
* виду повідомлення (пряме, непряме та ін.);
* географічних районів перевезення (міждержавні, міжконтинен­тальні) [54, с. 106].

Широко використовуються так звані транспортні коридори, що поєднують на визначених напрямках відразу кілька видів транспорту для перевезень через територію ряду країн з відповідним фінансовим і правовим забезпеченням.

Транспортні послуги розрізняються за такими категоріями:

* пасажирські перевезення;
* вантажні перевезення;
* послуги з оренди суден (морських, річкових, повітряних), на­земного транспорту з командою та оператором;
* послуги з лагодження та ремонту транспорту;
* маневрові послуги (для залізничного транспорту);
* послуги щодо спуску на воду та буксирування (для морського та річкового транспорту);
* допоміжні послуги (послуги з оброблення вантажів, зі збері­гання, упакування/розпакування, навігації, лоції, техобслуго­вування, комісійні платежі тощо).

На обсяги міжнародної торгівлі можуть істотно впливати тран­спортні витрати. Транспортні витрати (витрати на доставку товару від виробника до споживача, що включають вартість фрахту, стра­хування, навантаження/розвантаження, упакування/розпакування й інші супутні витрати) бувають настільки великими, що роблять експорт і імпорт товарів невигідними, тобто перетворюють товари з «ринкових» у «неринкові». Це призводить до зниження обсягів тор­гівлі, рівня спеціалізації країн, розмірів виграшу від торгівлі.

Транспортні витрати можуть впливати на територіальний поділ праці. Так, у видобувних галузях транспортні витрати на перевезен­ня готових виробів нижчі, ніж на перевезення сировини, з якої вони виготовлені. Оскільки кінцева продукція цих галузей значно легша і дорожча від сировини, переробні підприємства намагаються роз­міщувати поблизу джерел видобутку сировини. В обробних галузях транспортні витрати на перевезення готової продукції вищі, ніж на перевезення складових частин, з яких вона виготовлена. Тому скла­дальні підприємства розміщують поблизу ринків збуту. Наприклад, концентрати соків випускаються головною фірмою в країні базуван­ня, а філії, розташовані в інших країнах поруч з ринками збуту, одер­жуючи концентрат, виготовляють з нього прохолодні напої, які реалі­зують у місцевому оптовому і роздрібному продажу [34, с.271-273].

Головне місце на ринку транспортних послуг посідають морські перевезення, на які припадає 80% усього вантажообігу світової тор­гівлі.

Ринок морських перевезень класифікують:

* за типами фрахтованих суден (перевезення танкерами, сухо- вантажниками, лісовозами, рефрижераторами, поромами та ін.);
* за формами організації перевезень (ринки лінійного чи регу­лярного, трампового чи нерегулярного тоннажу);
* за видами суден (рейсові, орендовані);
* за географією (північноєвропейський, середземноморський, далекосхідний та ін.).

Обсяг міжнародних морських перевезень щорічно зростає на 3,9%. Показником розвитку ринку морських перевезень є сумарна вантажопідйомність. Так, у 1990 р. цей показник становив 658,4 млн т дедвейт, у 1997 р. — 780, у 2006 р. — 880, у 2009 р. — 960 млн т дед­вейт [[www.wto.org](http://www.wto.org)].

Ринок морських перевезень зростає внаслідок збільшення тон­нажу розвинутих країн, на котрі припадає понад 70% світового тор­говельного флоту: Греції, Японії, США, Великої Британії, Норвегії, Китаю, Росії, Німеччини.

Найбільший торговельний флот у світі — в Японії. Тоннаж кра­їн Східної і Центральної Європи становить 4% загального світового торговельного тоннажу країн, що розвиваються, — 19,7%.

За останні 10 років тоннаж світового торговельного флоту зріс на 23 %, маса перевезених вантажів — на 45 %, вантажообіг морського транспорту — на 34 %.

Розвиток науково-технічного прогресу привів до здешевлення морських транспортних перевезень, завдяки чому знизилася тран­спортна складова у вартості обсягу світової торгівлі.

Змінилася товарна структура міжнародних морських перевезень: якщо на початку 70-х років минулого століття у фізичному обсягу переважали наливні вантажі (в основному нафтопродукти), що ста­новили 56 %, то зараз 2/3 припадає на вантажі сухі.

Динаміка морських перевезень у регіональному розрізі вирізня­ється нерівномірністю. За останні три десятиліття частка промисло­во розвинутих країн в обсягу вивантажених вантажів скоротилася з 79,9 до 62,4%, а в обсязі відвантажених вантажів — навпаки, зросла з 31,1 до 42,5%. Найшвидшими темпами зростають морські вантажопе­ревезення країн Азії: частка країн, що розвиваються, в регіоні зросла в 3,5 разу — з 6,4 до 20,6%, а в країнах з перехідною економікою — з 1,2 до 6,2%.

Понад 3/4 світових морських вантажоперевезень становлять част­ку 25 країн, при цьому 5 найбільших країн (США, Німеччина, Япо­нія, Велика Британія і Франція) контролюють майже 40 % вантажоо­бігу і 30 % наявного тоннажу [[www.wto.org](http://www.wto.org)].

Ринок морських перевезень регулюється Брюссельською кон­венцією про уніфікацію деяких правил про коносамент (1924) зі змі­нами відповідно до Брюссельського протоколу 1968 р., що визначає взаємини учасників договору морського перевезення і правовий ста­тус коносамента, відповідальність морського перевізника за вантаж. Морські перевезення пасажирів і багажу регулюються Афінською конвенцією про морські перевезення пасажирів, багажу, транспорт­них засобів і ручної поклажі.

1. **Міжнародні туристичні послуги.**

**(тенденції за 2008-2014 рік див. у звітах ВТО)**

Значну частину світового ринку послуг посідають послуги, пов'язані з міжнародними поїздками. Міжнародні поїздки розгля­даються в міжнародній торгівлі як міжнародні економічні операції, і являють собою товари і набір послуг, що здобуваються мандрівника­ми за рубежем, якщо вони знаходяться там менше року і вважаються нерезидентами.

Серед мандрівників розрізняють туристів, тобто мандрівників, що провели одну і більше ночей у країні відвідування, і екскурсантів, тобто мандрівників, що провели за кордоном менше ніж 24 години.

Міжнародні поїздки поділяються на:

* ділові поїздки, до яких належать усі особисті витрати мандрів­ників, що перебувають за кордоном у справах, на оплату то­варів і послуг. При цьому витрати, вчинені мандрівником від імені і за рахунок організації, що відряджає, у ділові поїздки не включаються;
* особисті поїздки, до яких належать усі особисті витрати ман­дрівників, що перебувають за кордоном в особистих справах, на оплату товарів і послуг (послуги готелів, ресторанів, бюро подорожей, екскурсійних бюро, пов'язані з відпочинком, по­дарунками й іншими товарами, придбаними і вивезеними з відвідуваної країни). При цьому витрати, пов'язані з переве­зенням мандрівників за кордон і назад, в особисті поїздки не включаються. Вони включаються в послуги пасажирського транспорту [34, с.275].

Найшвидше розвиваються ділові поїздки, їхні темпи вдвічі пере­вищують інші види туризму, що пов'язано з інтернаціоналізацією біз­несу. Це торкається як ТНК, так і спільних підприємств.

Туризм є самим швидкозростаючим сектором світової економіки. Більше ніж 9% усього світового ВВП припадає саме на нього. Вартість туристських послуг постійно збільшується, оскільки сучасні готелі потребують дуже дорогого устаткування, а створення туристських центрів — розвитку інфраструктури, що ґрунтується на новітній ін­формаційній технології, витрати на яку іноді в 2 рази перевищують безпосередні інвестиції в будівництво. Великі витрати на підготовку кадрів.

Особливістю туристських послуг як товару є те, що більшість їх виробляється з мінімальними витратами на місці і, як правило, без використання національної валюти.

У 2010 р. темп зростання турпотоків на світовому турринку ста­новив 104%, у т.ч. в Європі — 104%, Азії -107, Америці -103, Аф­риці — 105, на Близькому Сході — 108% [<http://www.tourprom.ru/> news/8400/].

Майже 34 послуг у сфері міжнародних поїздок надається розви­нутими країнами, — країнами, що розвиваються, і країнами з пере­хідною економікою.

Найпопулярніші туристські напрямки до 2020 р. показано в табл. 8.14.

Таблиця 8.14 Найпопулярніші туристські напрямки до 2020 р.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країна | Туристські при­бутки, млн. дол. | Частка на світо­вому турист­ському ринку,% | Динаміка зрос­тання в 1995­2020 рр., % |
| Китай | 137,1 | 8,6 | 8,0 |
| США | 102,4 | 6,4 | 3,5 |
| Франція | 93,3 | 5,8 | 1,8 |
| Іспанія | 71,0 | 4,4 | 2,4 |
| Гонконг | 59,3 | 3,7 | 7,3 |
| Італія | 52,9 | 3,3 | 2,2 |
| Велика Британія | 52,8 | 3,3 | 3,0 |
| Мексика | 48,9 | 3,1 | 3,6 |
| Росія | 47,1 | 2,9 | 6,7 |
| Чеська Республіка | 44,0 | 2,7 | 4,0 |
| Усього | 708,8 | 44,2 | - |

Джерело: [<http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism17.htm>]

Країни-лідери турринку витрачають десятки мільйонів доларів на некомерційну рекламу своїх туристських можливостей: Туреччи­на, наприклад, виділила в 2008 р. 70 млн дол. з бюджету на рекламу і розвиток індустрії туризму, Австрія — 140, Іспанія — 45, Румунія — 3, Україна — 2,4 млн дол.

Сучасний світовий ринок послуг являє собою цілісну систему, що складається з таких підсистем, як транспортні, туристські, фінансові, будівельні, страхові та інші послуги. Вони тісно взаємопов'язані між собою, чутливі до ринкових змін, причиною яких є постійні коливан­ня в попиті та пропозиції послуг на ринку, характеризуються високою швидкістю обороту капіталу, що пов'язано з коротким виробничим циклом у сфері послуг, а також постійним зростанням асортименту. - повна, що надає ліцензіатові виключне право на

1. **Міжнародна торгівля інжиніринговими послугами**

Поширеною формою міжнародної торгівлі продукцією інтелек­туальної праці є інжиніринг.

Інжиніринг — це комплекс інженерно-консультаційних послуг щодо використання технологічних та інших науково-технічних роз­робок. Сутність міжнародної торгівлі інжиніринговими послугами по­лягає в наданні однією стороною іншій на основі договорів комер­ційних інженерно-розрахункових, консультаційних, інженерно-буді­вельних послуг щодо:

* підготовки виробництва:

а) передпроектні послуги (соціально-економічні дослідження, польові дослідження, топографічна зйомка, розвідка корисних копа­лин, підготовка техніко-економічних обґрунтувань, консультації і на­гляд за проведенням цих робіт);

б) проектні послуги (складання генеральних планів, схем, робо­чих креслень, технічних специфікацій, консультації, нагляд тощо);

в) післяпроектні послуги (підготовка контрактної документації, нагляд за здійсненням робіт, керування будівництвом, приймально- здавальні роботи і т. ін.);

* забезпечення процесу виробництва (послуги з організації про­цесу виробництва, керування підприємством, навчання персо­налу);
* забезпечення реалізації продукції;
* обслуговування будівництва й експлуатації промислових, інф- раструктурних, сільськогосподарських та інших об'єктів.

Усі ці послуги мають інтелектуальний характер і спрямовані на оптимізацію інвестиційних проектів на всіх етапах їхньої реалізації.

Основні чинники, що впливають на розвиток міжнародного рин­ку інжинірингових послуг:

* прискорення науково-технічного прогресу, що приводить до істотних зрушень у структурі міжнародної торгівлі убік збіль­шення торгівлі суміжними видами устаткування, що потребу­ють спеціальних знань для вирішення технологічних і органі­заційних питань, починаючи від проектування підприємства до введення його в експлуатацію;
* зростання обсягу державних і приватних інвестицій, що дозво­ляє розширювати будівництво і вводити нові об'єкти, при про­ектуванні яких можуть знадобитися інжинірингові послуги;
* наявність вільного капіталу, розміщуваного на ринку інжині­рингових послуг;
* високий попит на інжинірингові послуги з боку країн, що всту­пили на шлях самостійного економічного розвитку і не мають необхідного досвіду і кадрів фахівців для розвідки і розроблен­ня своїх природних ресурсів, розвитку паливно-енергетичної бази, створення галузей важкої промисловості тощо;
* прагнення великих ТНК до зовнішньоекономічної експансії, тобто розширення сфер впливу. Вони використовують надання технічних послуг як один із засобів проникнення в економіку інших країн. Наприклад, надання інжинірингових послуг якій- небудь країні зумовлює згодом постачання машин і устатку­вання, вартість яких у 10-20 разів вища від вартості послуг, що зумовили їхнє постачання;
* збільшення кількості великих інженерних фірм з великими оборотами і широкою сферою діяльності, створення національ­них і міжнародних асоціацій інженерних фірм, що сприяють розвитку інжинірингу [22, с.494].

До особливостей ринку інжинірингових послуг як ринку техно­логій належать:

* результати торгівлі інжиніринговими послугами втілені не в речовинній формі продукту, як це має місце в разі торгів­лі технологією, а в деякому корисному ефекті, що може мати чи не мати матеріальний носій, тобто інжиніринг є непрямою формою передачі технологій. Наприклад, послуги за навчання фахівців, керування процесом будівництва не мають матеріаль­них носіїв;
* інжинірингові послуги пов'язані з підготовкою і забезпеченням процесу виробництва і реалізації, розрахованих на проміжне споживання матеріальних благ і послуг. Послуги виробничого характеру не належать до інжинірингових послуг;
* об'єктом купівлі-продажу є послуги, які пристосовані до ви­користання в конкурентних умовах і передач у середньому доступних науково-технічних, виробничих, комерційних та ін­ших знань та досвіду.

Інжинірингові послуги надають спеціалізовані фірми, великі промислові і будівельні компанії, організації.

Ринок інжинірингових послуг умовно поділяється на ринок ін­женерно-консультаційних послуг і ринок інженерно-будівельних послуг. Це зумовило розподіл фірм, компаній, що займаються надан­ням інжинірингових послуг, на інженерно-консультаційні й інженер­но-будівельні.

Інженерно-консультаційні фірми надають технічні послуги у формі консультацій. Сферою їхньої діяльності є цивільне будівни­цтво (порти, аеродроми, транспортні магістралі, міське будівництво тощо) і промислові об'єкти, які використовують специфічні техноло­гічні процеси.

Інженерно-будівельні фірми надають повний комплекс послуг: проектування об'єкта, постачання устаткування, монтаж, налаго­дження і пуск устаткування в експлуатацію. Вони також спеціалі­зуються на розробленні промислових об'єктів, заснованих на вико­ристанні специфічних технологічних процесів. Ці фірми, як правило, виконують функції генерального підрядчика, а в субпідрядників ви­ступають машинобудівні і будівельні компанії.

Залежно від характеру й обсягу наданих інжинірингових послуг на практиці використовуються різні види договорів. Інженерно-кон­сультаційні послуги оформляються контрактом на надання інженер­но-консультаційних послуг чи угодою про відрядження фахівців для виконання визначеного роду робіт [54, с. 138].

Інженерно-будівельні послуги найчастіше надаються на основі договору підряду чи контракту про надання технічного сприяння в будівництві.