

## ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У ПОШИРЕННІ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

*Проведено аналіз міжнародної торгівлі послугами. Показано, що міжнародна торгівля інформаційними послугами має велике значення для економіки країни. Подано статистичний аналіз показників розвитку міжнародної торгівлі інформаційними послугами.*

*The analysis of international trade in services is conducted. It is shown that international trade of information services has great importance to the economy. Statistical analysis of international trade of information services is filed.*

### ВСТУП

За словами Дж. Сакса, економічний успіх будь-якої країни залежить від зовнішньої торгівлі.

З одного боку, міжнародна торгівля являє собою сферу економічної діяльності окремих країн світу, яка стимулює розвиток національного виробництва і спрямована на отримання прибутку від продажу товарів і послуг на зовнішніх ринках і за рахунок митних зборів від імпорту. А з іншого боку, міжнародна торгівля — це об'єктивний процес обміну товарами і послугами, який виникає в результаті спеціалізації країн на виробництві тих чи інших матеріальних благ і основою якого є економічні процеси окремих суб'єктів господарської діяльності або країн [9].

Показова теорія "життєвого циклу" Майкла Портера, де проілюстровано, що спочатку товар виробляється у розвинутій країні, яка експортує цей товар. У той же час його виробництво освоюється в країні, що розвивається. Потім цей товар починає вироблятися в країні, що розвивається, яка експортує вже цей товар у розвинуту країну [1].

У статті [3] розглядається поняття міжнародної торгівлі, сказано, що міжнародна торгівля та світова торгівля мають відмінності. Світова торгівля представлена як сукупність потоків зовнішньої торгівлі всіх країн світу. Коли мова йде про декілька країн світу, потрібно вживати термін "міжнародна торгівля".

Тематику міжнародної торгівлі досліджували такі вчені, як Базелер У., Барсуков Е., Гольцберг А., Киреев А., Кириченко А., Королєв І., Крачило М., Оніщенко В., Осика С., Петрашко Л., Рут Ф., Савел'єв Є., Сіденко В., Стонер Д., Теор Т., Федотов А., Фомічев В. та інші.

### ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою даної статті є виявлення різних сторін розвитку міжнародної торгівлі як на міжнародному рівні, так і в Україні. Необхідним є визначення факторів, що впливають на стабільне зростання міжнародної торгівлі. Також доцільним є дослідження міжнародної торгівлі послугами, дослідження міжнародної торгівлі за допомогою інформаційних послуг.

### РЕЗУЛЬТАТИ

За післявоєнний період експорт товарів у американському еквіваленті у поточних цінах збільшився з 25 млрд доларів у 1939 році до приблизно 2,5 трлн доларів у 1987 році [3]. Нині світова торгівля перевищила показник минулого століття більш ніж в 330 разів [6].

До стабільного зростання міжнародної торгівлі сприяли такі фактори, як:

1) поглиблення міжнародного поділу праці й інтернаціоналізації виробництва;

2) НТР, яка сприяла оновленню основного капіталу, створенню нових галузей економіки, що водночас прискорило реконструкцію старих;

- 3) випереджаюче зростання частки послуг;
- 4) активна діяльність транснаціональних корпорацій на світовому ринку;
- 5) регулювання міжнародної торгівлі в межах СОТ;
6. розвиток економічної і передусім торговельної інтеграції;
- 7) здобуття політичної незалежності колишніми колоніальними країнами і їх наступний розвиток та виокремлення серед них "нових індустріальних країн".
- 8) трансформаційні процеси у постсоціалістичних країнах [3].

На сьогодні обсяги торгівлі товарами значно перевищують обсяги торгівлі послугами, але загальна тенденція полягає в тому, що темпи зростання обсягу послуг значно переважають темпи зростання обсягу товарів. Крім цього треба сказати, що міжнародна торгівля окремими видами послуг, зокрема туристичними, за обсягами вже протягом декількох років перевищує такі сектори, як нафтопереробку та автомобілебудування [2]. В сучасній економіці домінують такі тенденції розвитку світового господарства у галузі торгівлі послугами, як інтернаціоналізація, глобалізація, транснаціоналізація [10]. Це проявляється у виході торгівлі послугами за рамки окремої країни, у появі нових торговельних компаній в масштабі глобального світу. Таким чином, формуються транснаціональні корпорації, що спеціалізуються саме на виробництві та реалізації послуг, що або супроводжують товарну торгівлю (наладка, технічне обслуговування обладнання, транспортування і т. ін.), або ж існують окремо, задовольняючи потреби як виробничого, так і невиробничого секторів (комп'ютерні послуги, туризм, страхування і т. ін.) [5]. Під впливом глобальних процесів спостерігається прискорення науково-технічного прогресу, розширюється обмін новими, зокрема фінансовими видами послуг. Це, в свою чергу, впливає на зміни у розвитку світового господарства [5].

За обсягами надання послуг як найважливіші слід відзначити транспортні, туристичні та інші комерційні послуги.

Середньорічні темпи приросту транспортних перевезень останні десять років зросли майже в 9 разів [7]. Транспортні послуги зростають завдяки науково-технічному прогресу у сфері послуг, подальшому розвитку міжнародної інтеграції та розвитку туризму. Транспортні послуги зростають щорічно на 15% [8]. Світова транспортна система є нерівномірною відносно регіонів, має тривалі терміни окупності, велику капіталоемність, залежність від інших видів послуг. Перше місце займають перевезення між Європою та Азією. Головне місце серед видів перевезень посідають морські перевезення (80% щорічного вантажообігу у світі), які кожного року зростають [8].

На світовому ринку транспортних перевезень основну роль відіграють такі країни, як США, європейські країни, країни Азіатсько-Тихоокеанського регіону.

За темпами зростання туристична галузь випереджає зростання валового внутрішнього продукту. Туристичні послуги демонструють стійке 10%-е зростання [8]. Сектор туризму зростає завдяки підвищенню рівня життя населення, розвитку сфери комунікаційних послуг, збільшенню можливостей Інтернет-торгівлі, зростанню чисельності населення, збільшенню вільного часу населення. За останні 50 років кількість туристичних подорожей збільшилась майже у 30 разів. У майбутньому навіть в умовах виникаючих час від часу криз очікується подальше зростання у туристичній галузі [8]. За прогнозами, до 2020 року кількість туристів буде нараховувати близько півтора мільярдів [11]. Країни, що постачають туристів, — це США, Німеччина, Велика Британія, Канада, Швеція, Японія. Країнами, що приймають туристів, є Франція, Італія, Португалія, Іспанія, Швейцарія, Мексика, Австралія. У великій кількості країн туризм займає одну з головніших позицій в економіці. Результатом розвитку туристичної галузі став розвиток транспортної сфери. Поширюються інвестиції в готельний бізнес, в саму туристичну сферу. Будується туристична інфраструктура, а саме: аеропорти, морські порти, музеї, історичні пам'ятки та ін. Електронна торгівля та комунікаційні технології сприяють диверсифікації туристичної галузі, збільшенню її масштабів, включенню нових країн та регіонів у списки відвідувань туристів.

Інші комерційні послуги включають інжинірингові, будівельні, комунікаційні, фінансові, страхові, комп'ютерні та інформаційні послуги, рекреаційні, культурні, рояліті та ліцензійні виплати, інші ділові послуги. У свою чергу, інші ділові послуги включають послуги оренди нерухомості, послуги, пов'язані з підприємницькою діяльністю, професійні послуги, а саме: медичні, юридичні, інженерні, бухгалтерські тощо. Більшу частку у сучасному світі займають інші ділові послуги, серед яких виділяються професійні послуги. Друге місце займає підгрупа рояліті та ліцензійні платежі, що роблять вагомий внесок у торгівлю правами інтелектуальної власності. Третю позицію займають фінансові послуги, що включають послуги фінансових посередників, банківські послуги. На наступній сходинці — страхові послуги, далі — будівельні й інжинірингові послуги, на останньому місці — персональні, рекреаційні, культурні послуги. Інші комерційні послуги кожен рік зростають приблизно на 10%. Інші комерційні послуги, найбільшу долю яких складають фінансові послуги, становили більше половини (51%) всього обсягу експорту, тоді як транспортні та туристичні послуги відповідно — 25 та 23% [8].

Саме послуги у розвинутих країнах викликають довгострокове економічне зростання. Висока продуктивність праці в секторі послуг призводить до більших темпів зростання ВВП, ніж ті, що здатна забезпечити промисловість. У цих країнах частка сфери послуг у ВВП зросла з 55% у 1970 році до 70% на початку нинішнього тисячоліття [8].

Великий вплив на становлення та розвиток галузі послуг чинить науково-технічний прогрес. З'явилися нові галузі послуг — електронна та мобільна торгівля, що розвиваються в мережі Інтернет. Ці досягнення викликали поліпшення структури та зміну динаміки експорту країни, конкурентоспроможність фірм, галузей і продуктивність праці.

Більш повною класифікацією міжнародного ринку послуг є розроблений у ході Уругвайського раунду багатосторонніх переговорів СОТ Класифікатор послуг, що містить 152 види послуг, які поділяються на 12 розділів:

- 1) комерційні (ділові) послуги;
- 2) послуги зв'язку;
- 3) послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги;
- 4) послуги дистриб'ютерів (пов'язані з розподілом);
- 5) послуги у сфері освіти;
- 6) послуги з охорони довкілля;
- 7) фінансові послуги;
- 8) послуги у сфері охорони здоров'я та в соціальній сфері;

Таблиця 1. Статистичні показники оцінок явищ, що заважають поширенню торгівлі інформаційними послугами

	Середнє	Мінімум	Максимум	Ст. відхилення	Асиметрія	Ексіцес
1. Недостатня відкритість і прозорість бізнесу через міжнародні інформаційні системи	2,9341	1	4	0,7772	0,4303	0,0826
2. Недорозвиненість законодавчої бази	3,1078	1	4	0,7917	0,7108	0,2457
3. Відсутність дешевого доступу в міжнародних інформаційних мережах	2,9102	1	4	0,8769	0,2575	0,8520
4. Недостатній рівень комп'ютеризації	3,2952	1	4	0,8035	0,9413	0,2319

- 9) послуги, пов'язані з туризмом;
- 10) послуги з організації відпочинку, культурних та спортивних заходів;
- 11) транспортні послуги;
- 12) інші послуги, не зазначені вище [8].

Більш детально роздивимось торгівлю інформаційними послугами. Було проведено анкетування серед випускників вузів економічних спеціальностей міста Дніпропетровська. Питання було поставлено наступним чином: оцініть, будь ласка, якою мірою наступні явища заважають поширенню міжнародної торгівлі інформаційними послугами:

- 1) недостатня відкритість і прозорість бізнесу через міжнародні інформаційні системи;
- 2) недорозвиненість законодавчої бази в цій сфері;
- 3) відсутність дешевого доступу в міжнародних інформаційних мережах;
- 4) недостатній рівень комп'ютеризації;

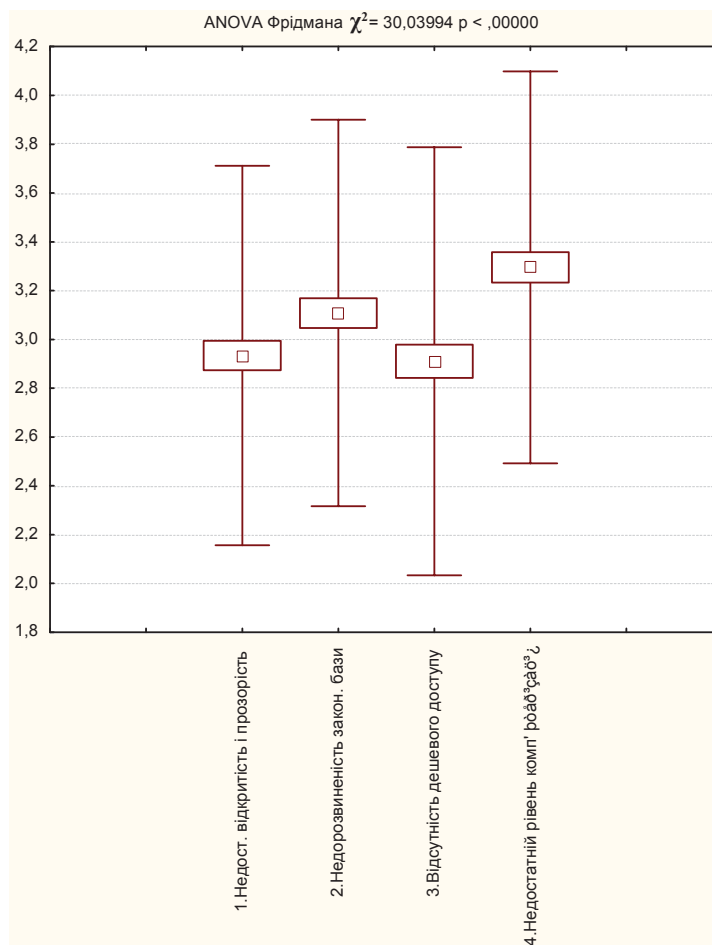


Рис. 1. Порівняння оцінок явищ, що заважають поширенню міжнародній торгівлі інформаційними послугами

**Таблиця 2. Статистичні показники оцінок ступеня використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг та купівлі товару**

	Середнє	Мінімум	Максимум	Ст. відхилення	Асиметрія	Екцес
1. Авіаквитки	2,9760	2	4	0,8846	0,0470	-1,7285
2. Комп'ютери	3,0479	2	4	0,8126	-0,0883	-1,4797
3. Резервування готельних номерів	3,1566	2	4	0,8805	-0,3122	-1,6455
4. Побутова техніка	2,3234	1	4	0,8935	0,1349	-0,5016
5. Компакт-диски	2,7844	1	4	1,0983	-0,2800	-1,2893

- варіанти відповідей на всі запитання наступні:
- зовсім не заважають;
- майже не заважають;
- відчутно заважають;
- дуже заважають.

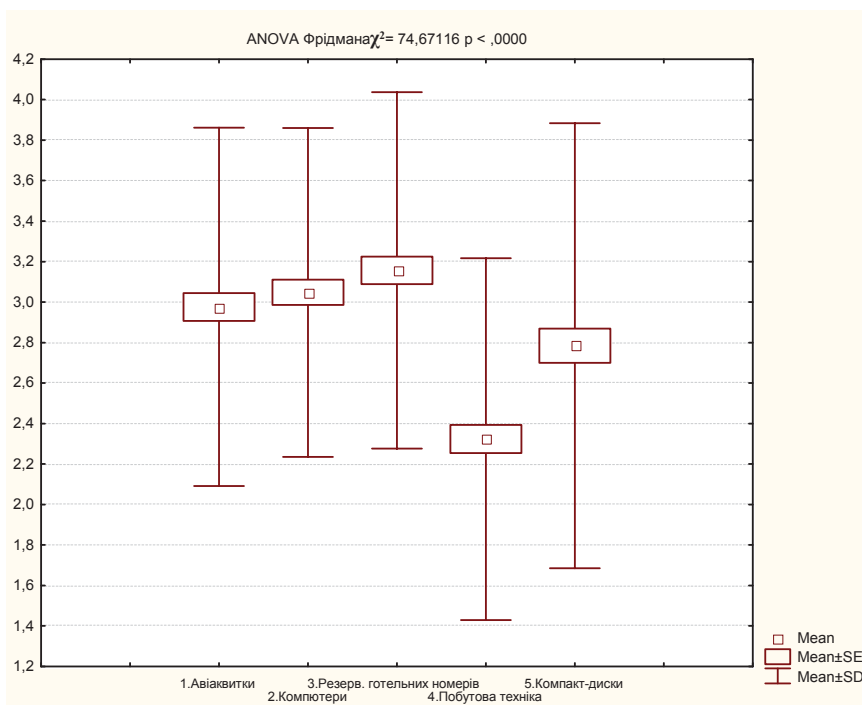
Оцінку відповідей на запитання анкети було проведено за допомогою програми Статистика 6.0.

Результати статистичної обробки пункту анкет, в якому проводиться оцінка міри, в якій означені явища заважають поширенню міжнародної торгівлі інформаційними послугами, наведено в наступній таблиці (табл. 1) та діаграмі (рис. 1).

Із діаграми та таблиці видно, що респонденти вважають, що найбільшою мірою заважає поширенню міжнародної торгівлі інформаційними послугами недостатній рівень комп'ютеризації, найменше — відсутність дешевого доступу в міжнародних інформаційних мережах. Проведене порівняння оцінок за допомогою дисперсійного аналізу за Фрідменом показало, що відмінності в оцінках респондентів є статистично достовірними. Значення критерію  $\chi^2$  та рівень значимості наведено на рис. 1.

Для оцінки ступеню використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг та купівлі товару експертам треба було відповісти на наступне запитання: як Ви вважаєте, якою мірою міжнародні інформаційні мережі використовуються для отримання наступних послуг та купівлі товарів:

- 1) авіаквитки;
- 2) комп'ютери і частини до них;
- 3) резервування готельних номерів;
- 4) побутова техніка;



**Рис. 3. Порівняння оцінок ступеня використання міжнародних інформаційних систем для отримання послуг та купівлі товару**

5) компакт-диски.  
Варіанти відповідей на всі запитання наступні:

- часто використовуються;
- помірно використовуються;
- рідко використовуються;
- практично не використовуються;

Результати статистичної обробки пункту анкети 2, наведено в наступній таблиці (табл. 2) та діаграмі (рис. 2).

Із рисунку та таблиці видно, що респонденти вважають, що найчастіше міжнародні інформаційні системи використовуються для резервування готельних номерів, а найрідше — для купівлі побутової техніки. Проведене порівняння оцінок за допомогою дисперсійного аналізу за Фрідменом показало, що відмінності в оцінках респондентів є статистично достовірними. Значення критерію  $\chi^2$  та рівень значимості наведено на рис. 2.

## ВИСНОВКИ

У статті розглянуто міжнародну торгівлю як сферу економічної діяльності окремих країн світу та як об'єктивний процес обміну товарами і послугами. Представлено фактори зростання міжнародної торгівлі. Показано, що зростання торгівлі послугами має більш позитивну тенденцію, ніж зростання торгівлі товарами. Доведено, що на сьогодні проявляються такі тенденції розвитку світового господарства у галузі торгівлі послугами, як інтернаціоналізація, глобалізація, транснаціоналізація. Показано, що торгівля інформаційними послугами має велику значимість для розвитку економіки країни.

## Література:

1. Бурковський І. Теорія міжнародної торгівлі / Бурковський І. — К.: Основи, 2000. — 241 с.
2. Дубенюк Я.А. Оцінка сучасних тенденцій міжнародної торгівлі послугами / Дубенюк Я.А. // Вісник Донецького національного університету. Сер. В: Економіка і право. — 2009. — Випуск 1. — С. 84—91.
3. Колесник Ю.В. Основні чинники зростання міжнародної торгівлі. [Електронний ресурс] / Колесник Ю.В. — Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/biznes/2010\\_1/2010/01/100106.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2010_1/2010/01/100106.pdf).
4. Макогон Ю.В. Внешнеэкономическая деятельность: организация, управление, прогнозирование Ю.В. Макогон, В.А. Кравченко, Н.В. Фомичева. — Донецк: ДонНУ, 2001. — 320 с.
5. Мельник Ю. Міжнародний ринок послуг в умовах транснаціоналізації економіки / Мельник Ю. // Вісник КНЕУ. — 2007. — № 3. — С. 84—94.
6. Мочерний С.В. Світове господарство в умовах глобалізації: монографія / Мочерний С.В., Ларіна Я.С., Фомішин С. В. — К.: Ніка-Центр, 2006. — 200 с.
7. Олефір А. Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища / Олефір А., Тіпанов В. // Міжнародна економічна політика. Науковий журнал. — 2009. — № 8—9. — С. 171—204.
8. Пальчук О. Значення та роль світової торгівлі послугами в сучасній економіці / Пальчук О. // Дослідження міжнародної економіки: Збірник наукових праць. — 2010. — Випуск 1(66). — С. 72—78.
9. Редькіна В.А. Еволюція теорій міжнародної торгівлі [Електронний ресурс] / Редькіна В.А. — Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Rpzn/2009\\_1/09rvatmt.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Rpzn/2009_1/09rvatmt.pdf).
10. Сазонцев О.М. Динаміка транснаціоналізації та інтеграція ТНК в економіку України / Сазонцев О.М., Широкова Н. О. // Інвестиції: практика та досвід. — № 3. — С. 37—39.
11. Чудновский А.Д. Менеджмент туризма / Чудновский А.Д., Жукова М.А.: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 351 с.

Стаття надійшла до редакції 14.08.2012 р.