

УДК 338.46:339.56

Антонюк К.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародної економіки
Київського національного економічного університету
імені Вадима Гетьмана

ВИЗНАЧАЛЬНІ ФАКТОРИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

TOP DETERMINANTS OF MODERN INTERNATIONAL TRADE OF SERVICES

АНОТАЦІЯ

У статті проаналізовано сутність послуг з точки зору різних науковців, сформульовано авторське визначення цієї категорії, розглянуто класифікацію послуг за різними критеріями. Здійснено оцінки змісту, структури та факторів розвитку світового ринку послуг в нових економічних та сучасних умовах, де саме світовий ринок послуг виступає каталізатором динамічного розвитку світової економіки, значно випереджаючи за показниками динаміки світовий товарний ринок.

Ключові слова: послуга, сфера послуг, світовий ринок послуг, міжнародні послуги, експорт послуг, міжнародна торгівля послугами, фактори розвитку.

АННОТАЦИЯ

В статье проанализирована сущность услуг с точки зрения различных ученых, сформулировано авторское определение этой категории, рассмотрена классификация услуг по различным критериям. Осуществлена оценка содержания, структуры и факторов развития мирового рынка услуг в новых экономических и современных условиях, где именно мировой рынок услуг выступает катализатором динамичного развития мировой экономики, значительно опережая по показателям динамики мировой товарный рынок.

Ключевые слова: услуга, сфера услуг, мировой рынок услуг, международные услуги, экспорт услуг, международная торговля услугами, факторы развития.

ANNOTATION

The article explores the nature of services with respect to various scientists, the author formulates her own definition of this category, the classification of services by different criteria. The author carried out the estimation of content, structure and factors of the global service market in the new and current economic conditions, where the world market of services acts as a catalyst of dynamic development of the global economy, much ahead on the dynamics world commodity market.

Keywords: service, service industry, world market services, international services, export services, international trade of services, factors of development.

Постановка проблеми. Комплексний аналіз трансформаційних процесів, що відбулися у розвитку світового господарства упродовж останньої чверті ХХ і на початку ХХІ ст., дозволив виявити такі новітні тенденції і закономірності, як соціалізація світової економіки, фундаментальні зрушення у її структурі, передусім випереджаючий розвиток сфери нематеріального виробництва, глобалізація товарних, фінансових і ринків праці, формування всесвітнього інформаційно-комунікативного простору, що суттєво вплинуло на посилення ролі у світовій економічній системі сектору послуг. Розвиток сфери послуг є необхідною умовою

успішного розвитку всієї економіки держави. Протягом останніх десятиліть розвиток світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як однієї з перспективних галузей економіки. За даними Міжнародного валютного фонду, усі види послуг складають нині близько 1500 млрд. дол., а це близько 70% вартості всього результату світового виробництва, а міжнародна торгівля послугами є сектором світового виробництва, який зростає найдинамічніше. Виходячи з цього, визначення особливостей і факторів розвитку міжнародного ринку послуг є важливим аспектом вивчення цієї проблеми, що і зумовило актуальність даного дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сфера послуг залишається однією із найменш вивчених і найменш регульованих сегментів світового ринку. Зважаючи на це, дослідженням даного ринку займаються такі вчені зарубіжні та вітчизняні дослідники: Агафонова Л.Г., Котлер Ф., Кіреєв О.П., Гаврилюк С.П., Лук'яненко Д.Г., Румянцев А.П., Коваленко Ю.С., Олефір А.О., Старостіна А.О., Філіпенко А.С., Челенков А.П., Чеботарь Ю.М. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим у наукових публікаціях вищезазначених авторів недостатньо повно розкрито механізм впливу чинників та факторів сучасного глобалізованого макросередовища на характер та масштаби розвитку міжнародної торгівлі послугами. Останнім часом потребують всебічного дослідження провідні фактори розвитку міжнародного ринку послуг та новітні тенденції ринку в сучасних умовах, що і обумовило вибір даної тематики для дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «послуги» охоплює досить широку область економічної діяльності. До сфери послуг відносяться такі важливі сектори сучасної економіки, як телекомунікації, транспорт, освіта, охорона здоров'я, туризм, будівництво, фінанси і ряд інших, сукупна частка яких перевищує 60% ВВП промислово розвинених країн. Саме високі темпи розвитку сфери послуг у провідних державах світу в 1980-1990-ті роки

багато в чому визначили загальний ріст їхньої економіки, будучи його основою і необхідною умовою збереження динаміки росту на перспективу. Дійсно, без адекватних сучасним вимогам систем телекомунікацій, транспортної інфраструктури, без відповідних систем освіти, фінансів, без можливості одержання високоякісних ділових послуг будь-якій країні важко забезпечувати широке залучення інвестицій і стабільне економічне зростання. З іншого боку, саме прямі іноземні інвестиції й міжнародна торгівля відіграють вирішальну роль у розвитку самої сфери послуг [1, с. 447].

Зарубіжні та вітчизняні вчені звернули особливу увагу на сферу послуг у 50-60-х роках минулого сторіччя, а на сьогодні за кордоном існує вже близько 70 науково-дослідних груп в університетах і вузах, що вивчають менеджмент і маркетинг послуг. Перші ж вітчизняні публікації, присвячені цій тематиці, з'явилися на початку 90-х років. Однак, незважаючи на підвищену увагу економічної науки до сфери послуг, нині відсутня єдина їх класифікація й чітке визначення, тому виникла потреба у систематизації визначень поняття «послуги», представлені в економічній літературі (табл. 1).

Як свідчить проведене дослідження, обом підходам притаманні неповнота характерис-

тики сучасного змісту й неврахування ряду властивостей та ознак послуг, тому автором зроблено спробу дати власне визначення категорії «послуга». Воно зводиться до розуміння послуги як процесу, що поєднує в собі одночасне надання та отримання іншими суб'єктами благ для задоволення їхніх потреб, переважно у нематеріальній формі та на комерційній основі.

Таким чином, запропоноване визначення дозволяє виділити три ключові особливості послуги:

- по-перше, послуга є саме результатом, а не процесом діяльності по задоволенню потреби;
- по-друге, важливою характеристикою послуги є її комерційний характер;
- по-третє, результат послуги нематеріальний, тобто процес надання послуги не призводить до заволодіння споживачем певними матеріальними благами.

Що стосується класифікації послуг, то навіть у найпоширеніших міжнародних класифікаторах кількість і зміст статей різні. Наприклад, класифікація послуг у системі ГАТС/СОТ припускає поділ їх на 600 різновидів, що включають 12 розділів, 55 позицій і 116 субпозицій.

Згідно з власними класифікаційними критеріями, МВФ виділяє такі види послуг: морські

Таблиця 1

Систематизація визначень економічної категорії «послуга»

№ п/п	Автор	Визначення
1	Агафонова Л.Г	цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається в термінах споживання вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини
2	Котлер Ф.	будь-який захід або вигода, яку одна сторона може запропонувати іншій і яка в основному не вловима й не приводить до заволодіння чим-небудь
3	Великий економічний словник	система галузей народного господарства, продукти, споживча вартість яких виражається в наданні зручностей
4	Кіреєв О.П.	зміна в положенні інституціональної одиниці, яка сталася внаслідок дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею
5	Гаврилук С.П.	діяльність, що не створює самостійного продукту або матеріальних цінностей; нематеріальні активи, вироблені з метою збуту, або ж процес, що включає набір не вловимих дій
6	Голубков Є.П	дія або діяльність, що здійснена одним суб'єктом в інтересах іншого суб'єкта
7	Маркова В.Д	підсумки безпосередньої взаємодії постачальника й споживача та внутрішньої діяльності постачальника по задоволенню потреби споживача
8	Лозовський Л.Ш	види діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий, раніше не існуючий матеріально-речовинний продукт, не змінюється якість уже наявного, створеного продукту
9	Челенков А.П	блага, що надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності; послуга – це продукт діяльності, особливості якого полягають у тому, що конкретно нічого матеріального не здійснюється, але при цьому споживач одержує певні вигоди й блага
10	Багієв Г.Л.	споживчі вартості, які надходять на ринок і переважно не мають уречевленої форми
11	Чеботарь Ю.М	об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення
12	Прищепенко В.В.	певна властивість об'єкта чи суб'єкта, яка проявляється в результаті взаємодії з іншими об'єктами та/або суб'єктами
13	Румянцев А.П.	вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму та тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений

Джерело: складено автором

перевезення; інші види транспортних послуг; подорожі; інші приватні послуги та інші офіційні послуги.

Згідно з підходом, який прийнято ЮНКТАД (організація з торгівлі та розвитку), виділяють вісім послуг: фінансові; зв'язку; будівельні та проектно-конструкторські; транспортні; професійні та ділові (юридичні, медичні тощо) комерційні; туристичні; аудіовізуальні.

ISI (міжнародна стандартна промислова класифікація), МБ і ОЕСР виділяють чотири різні групи послуг: споживчі (туризм, готельні послуги); соціальні (освіта, медицина); виробничі (інжиніринг, консалтинг, фінансові й кредитні послуги); розподільні (торгові, транспортні, фрахтові) [2, с. 117].

Згідно з класифікацією послуг за формами реалізації, вони можуть бути поділені на чотири основні групи в залежності від перебування виробника й споживача в момент споживання [3, с. 46]:

1. Послуга пропонується на території її споживання.

2. Послуга споживається за кордоном, що визначає переміщення споживача послуги.

3. Послуга пропонується і на території її споживання, і за кордоном.

4. Послуга не переміщується із країни в країну.

У цілому ж до міжнародних послуг можна віднести: транспортні, послуги зв'язку, туризму, консалтингові, інжинірингові, інженерно-будівельні, інформаційні, юридичні, страхові, посередницькі, фінансові, освітні та медичні послуги.

Специфіку окремих видів послуг визначає характер учасників ринку послуг і порядок

їх взаємодії, технологія надання послуг та їх природа й мета. Інакше кажучи, об'єктивними критеріями класифікації послуг є характер їх учасників і факторів, а саме: суб'єктів послуг; предметів і об'єктів послуг; взаємин між учасниками ринку послуг; механізм реалізації послуг [4, с. 101].

Міжнародні послуги, згідно з критеріями наявності чи відсутності зв'язку з товарною торгівлею та рухом капіталів і процесами виробничого кооперування, можна класифікувати таким чином: послуги, які пов'язані з торгівлею; транспортні послуги, технічне обслуговування, страхування та ін.; послуги, які пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією; передавання технологій, готельні, професійні послуги та ін.; послуги, які водночас пов'язані і з інвестиціями та виробничою кооперацією, і з торгівлею; зв'язок, будівництво, обслуговування виробничого обладнання; послуги, які мають автономний характер; інформаційні послуги, особисті, культурні, рекреаційні послуги та ін.

Відповідно до власного загального класифікаційного підходу, Світовий банк виділяє такі послуги:

- факторні послуги (factor services), які пов'язані з рухом капіталів, робочої сили й інших компонентів та інструментів виробничого процесу;

- нефакторні послуги (non-factor services), які мають нефінансовий характер (транспортні, туристичні та інші нефінансові послуги).

Проаналізувавши наявні в науковій та практичній літературі класифікації послуг, пропонуємо їх систематизований перелік (табл. 2).

У системі міжнародної торгівлі послугами можна виділити такі два блоки: структурно-

Таблиця 2

Систематизована класифікація послуг

Класифікаційний критерій	Види послуг згідно класифікації
1. За галузевими напрямками	фінансові; зв'язку; будівельні та проектно-конструкторські; науково-дослідні та дослідно-конструкторські; транспортні; професійні та ділові (юридичні, медичні тощо); комерційні; туристичні; аудіовізуальні
2. За характером спрямування послуг	споживчі, соціальні, виробничі, розподільчі
3. За національними ознаками	послуги для внутрішнього споживання та міжнародні послуги
4. За зв'язком із торгівлею та рухом капіталів	послуги, пов'язані з торгівлею (транспортні, технічне обслуговування, страхування та ін.); послуги, пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією (передавання технологій, готельні, професійні та ін.); послуги, пов'язані і з інвестиціями, і з виробничою кооперацією та торгівлею (зв'язок, будівництво, обслуговування виробничого обладнання); послуги автономного характеру (інформаційні, особисті, культурні, рекреаційні та ін.)
5. За пов'язаністю із виробничими факторами	факторні послуги (будівництво, інжиніринг, передача технологій), нефакторні послуги (транспортні, фінансові, туристичні, інші, не пов'язані із виробничим процесом)
6. За природою дій послуг	відчутні (будівельні, транспортні, інжинірингові), невідчутні (зв'язок, телекомунікації, освіта)
7. За характером переміщення виробника й споживача	послуга пропонується на території її споживання; послуга споживається за кордоном, що визначає переміщення її споживача; послуга пропонується й на території її споживання, й за кордоном; послуга не переміщується з країни в країну
8. За законністю послуги	легальні, напівлегальні та нелегальні

Джерело: складено автором

галузеві компоненти та виробничо-комерційні операції.

1. Структурно-галузеві компоненти системи міжнародної торгівлі послугами – це інформаційні послуги як динамізуючий фактор міжнародної економічної діяльності, міжнародні транспортні, банківські та страхові, міжнародний туризм.

2. Виробничо-комерційні послуги, які входять до системи міжнародної торгівлі послугами, – лізинг, франчайзинг, інжиніринг, ліцензійний обмін, міжнародні орендні операції.

Послуги є водночас і предметом, яким торгують на світовому ринку, і його потужним динамізатором, фактором, що дедалі більше визначає його параметри, тенденції і навіть характер процесів глобалізації.

Порівняно з традиційною торгівлею товарами міжнародна торгівля послугами має ряд специфічних рис:

- на відміну від товарів, послуги надаються (виробляються) та споживаються в основному одночасно й не зберігаються, а тому надання більшості їх видів базується на прямих контактах між виробниками та споживачами, що потребує більшої присутності за кордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні їх виробництва;

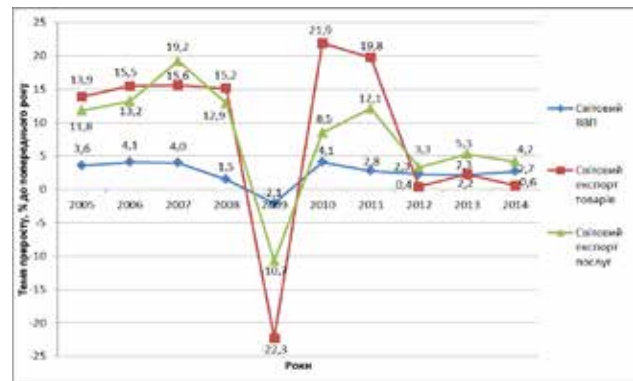
- міжнародна торгівля послугами тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами та має зростаючий вплив на неї (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування, реклама, передпродажне й післяпродажне обслуговування);

- сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, більше того, транспорт і зв'язок, фінансові та страхові послуги, наука в багатьох країнах традиційно знаходяться в повній або частковій власності держави та суворо контролюються нею, 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.

Міжнародна торгівля послугами значно зросла в останній третині ХХ ст. Під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві відбувається активний розвиток сфери послуг у більшості країн світу. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято приблизно 65% працездатного населення планети (у США – до 75%) [5, с. 180]. Протягом 2005–2014 рр. обсяг світового експорту послуг збільшився в 1,9 рази і склав у 2014 р. 4940 млрд. дол. США [6].

За статистикою ЮНКТАД, частка послуг у світовій торгівлі становила в 2005 р. 20,1%, в 2010 р. – 20,2%, в 2014 р. – 20,7% (рис. 1).



Джерело: складено автором на основі [6]

На бурхливий ріст світового ринку послуг суттєво впливають такі фактори, як:

- розвиток науково-технічного прогресу, впровадження нових технологій, що створює необхідні умови для подальшого поглиблення спеціалізації економіки й посилення тенденції до соціалізації сфери послуг;

- довгостроковий економічний підйом у більшості країн світового господарства, який привів до підвищення темпів економічного росту, ділової активності, продуктивності праці, рівня прибутковості фірм і платоспроможності населення, що, відповідно, не могло не викликати додаткової потреби в ряді послуг, наприклад, у галузі туризму;

- деіндустріалізація розвинених країн і трансформація їхніх національних господарств у так звані «економіки послуг» (розвиток промисловості, як відомо, приводить, по-перше, до вивільнення робочої сили, що поглинається сферою послуг і, відповідно, розширюється, по-друге, – до необхідності «виробничих» послуг, що дають можливість продавати товари разом з ними; втрата лідируючих позицій і порівняльних конкурентних переваг основними промисловими країнами може вплинути на показники економічного зростання й рівень добробуту, тому й розширюється сфера послуг, що доповнює розвиток і забезпечує зростання ВВП за рахунок розширення їх обсягу; це стосується насамперед надання виробничих послуг, зв'язаних з виробництвом товарів (страхування, фінансові, транспортні послуги);

- перекваліфікація робочих місць, що збільшує чисельність зайнятих у сфері послуг (наприклад, за останні десять років середні темпи росту зайнятих у сфері послуг складають 5,7%);

- індиферентність до непоправних втрат природних ресурсів і розвиток продуктивних сил за рахунок спеціалізації й кооперації виробництва продукції, що скорочує малоефективний експорт.

Диверсифікація сфери послуг відбувається у декількох напрямках.

1. По-перше, це виникнення абсолютно нових видів послуг, таких, як комп'ютерні, інформаційні мережі, електронна торгівля, логістика

(або управління товарними потоками), глобальні транспортні системи, що використовують багато інших видів транспорту, об'єднаних у безперервні транспортні ланцюжки та ін.

2. По-друге, це активне відокремлення і виділення в самостійні галузі цілого ряду видів послуг, які раніше носили внутрішньофірмовий допоміжний характер. Це стосується реклами, аудиту, маркетингових, бухгалтерських, юридичних та багатьох інших видів послуг, які стали самостійними сферами бізнесу.

3. По-третє, помітним явищем стало утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві «пакет» послуг, що дає можливість використати одного постачальника, не обтяжуючи себе веденням справ з постачальниками інших конкретних допоміжних послуг. За таким принципом діють великі транспортні компанії, що беруть на себе всі пов'язані з транспортним ланцюжком послуги й забезпечують доставку вантажу «від дверей до дверей» і «точно в призначений час». У свою чергу, ми можемо додати, що типовим прикладом інтегрованих компаній у сфері послуг стають сучасні транснаціональні туроператори, які формують комплексні пакети туристичних послуг з окремими складовими (транспортування, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування й т. п.) і продають клієнтам на ринку уже готовий комплексний продукт.

На відміну від товарів, які при міжнародних угодах повинні фізично перетинати кордон, експорт послуг здійснюється одним з нижчеперелічених способів поставки або їхньою комбінацією:

- транскордонна поставка послуг (так званий спосіб 1);
- переміщення споживачів до країни – експортера послуг (спосіб 2);
- комерційна присутність у країні, що споживає послугу (спосіб 3);

- тимчасове переміщення фізичних осіб в іншу країну з метою надання послуги (спосіб 4).

На основі здійснених досліджень передумов та закономірностей розвитку світового ринку послуг можливо ідентифікувати комплекс факторів, що спричиняють визначальний вплив на розвиток світової сфери послуг (табл. 3).

Результатом дії названої низки факторів протягом останніх 30–50 років стало збільшення загальної кількості різновидів послуг із 20–25% до більш ніж 80%, збільшення частки послуг у ВВП розвинених країн з 30–40% до 65–70%, більш стрімке та динамічне зростання світової торгівлі послугами в порівнянні з товарною торгівлею [6]. Таким чином, ми можемо стверджувати, що на даний момент сформований потужний світовий ринок послуг, що розвивається більш швидкими темпами, ніж ринок товарів. Для дворазового росту послуг треба було всього лише сім-вісім років, а для подібного розширення ринку товарів – 15. Особливо швидко зростає частка послуг, наданих приватними фірмами: за цей період вона збільшилася в 2,5 рази. Сучасна торгівля послугами швидко розширюється, впливаючи на розвиток національної економіки й світового господарства. Виробництво послуг – найбільш динамічна стаття в структурі ВВП. Постійно зростаюча сфера послуг у даний час перетворюється на домінуючий сектор світової економіки, що чинить все більш суттєвий вплив на стабільність розвитку світового співтовариства.

В умовах трансформації світового господарства кінця XX і початку XXI ст. формування глобального інформаційного ринку та переходу розвинених країн до постіндустріальної моделі розвитку міжнародний ринок послуг виступає каталізатором стрімкого піднесення світової економіки. Торгівля послугами є складовою частиною і рушійною силою розвитку інших галузей господарства та одним з вирішальних чинників зростання країн, що розвиваються,

Таблиця 3

Визначальні фактори розвитку світового ринку послуг

Фактори	Характер впливу на ринок послуг
1. Науково-технічна революція, поява нових сфер діяльності	на основі інформаційних технологій, нових засобів комунікації виник і розвивається спектр нових послуг, радикально оновлюються їхні традиційні види, підвищуються якісні показники обслуговування
2. Структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва	виросли потреби промислових компаній у високоякісних ділових послугах, пов'язаних з різноманітними й складними проблемами їхньої реструктуризації й розвитку – технічними, збутовими, управлінськими і т. д.
3. Лібералізація зовнішньоекономічних операцій	поступово усуваються бар'єри на шляху виходу на світовий ринок провідних корпорацій у сфері фінансових, транспортних та туристичних послуг
4. Поступова гуманізація життя, підвищення ролі та значення людського чинника	активно розвивається світовий ринок туристичних послуг, оскільки у людей виникають додаткові потреби у враженнях, відпочинку, лікуванні і т. п.
5. Розвиток комп'ютерних технологій та засобів зв'язку	усунення перешкод та бар'єрів на шляху розвитку консалтингових послуг, створення додаткових можливостей для розвитку туристичних послуг, комунікаційних послуг
6. Розвиток економіки «матеріального» виробництва	динамічний розвиток у сфері матеріального виробництва ініціює вторинний попит у сфері послуг – передусім це стосується транспортних послуг та інжинірингових послуг

Джерело: складено автором

країн з перехідною економікою і найменш розвинених країн. Дослідження факторів розвитку сфери послуг дозволяє зрозуміти її роль в сучасних умовах.

Висновки. Отже, роль міжнародної торгівлі послугами проявляється в тому, що вона є важливим сектором національного і світового господарства, відіграє важливу роль у розвитку людського капіталу, впливає на функціонування і розвиток матеріального виробництва, сприяє збільшенню вільного часу, створює можливості для повнішого задоволення і розвитку потреб людей і суспільства, є найважливішим елементом формування сучасної якості життя та забезпечує якість економічного зростання і підвищення конкурентоспроможності країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лукьяненко Д., Колесов В., Колот А., Столярчук Я. и др. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование : [монография] / [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.] ; под науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. – К. : КНЭУ, 2013. – С. 466.
2. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами / И.И. Дюмулен. – М., 2006. – 295 с.
3. Руденко О.В. Теоретичні аспекти формування глобального ринку послуг / О.В. Руденко // Економіка та підприємництво : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів МОН України ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». – 2011. – Вип. 27. – С. 44–52.
4. Старостіна А., Проценко І. Основні фактори трансформації міжнародного ринку послуг на сучасному етапі розвитку світового господарства / А. Старостіна, І. Проценко // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка». – 2013. – № 12(153). – С. 99–103.
5. Олефір А.О., Тіпанов В.В. Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища / А.О. Олефір, В.В. Тіпанов. – К. : КНЕУ ; Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 1–2(8–9). – С. 179–221.
6. The Trade and Development Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014_en.pdf.