

Поліщук О.В., Курасова М.Г.

УДК 339.54(083)

**ПРИЧИНИ СПАДУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД,
МОЖЛИВІСТЬ ЇХ ПОДОЛАННЯ**

Постановка проблеми. У світлі сучасних подій, коли прискорюються темпи і розширюються масштаби світової глобалізації, які проявляються в усіх сферах міжнародних відносин, глибокого розгляду потребує стан міжнародної торгівлі. Особливо на даний час, в період виходу зі світової фінансової кризи, проблема зниження торгівельних показників стає доволі серйозною, адже без відповідного моніторингу, регулювання та забезпечення виконання основних положень у сфері міжнародних торгівельних відносин, світова спільнота ризикує знову опинитися в умовах протекціонізму та економічної роздрібненості.

Необережна, однобічна діяльність в бік торгівельних партнерів може спровокувати, як за «ефектом доміно», цілу низку відповідних заходів з вагомими, іноді навіть небезпечними та незворотними економічними наслідками для всіх учасників світової торгівлі.

Існує дві основні причини зростаючого розриву між розширенням торгівлі та торгівельним менеджментом:

1. Збільшення кількості економічних агентів, учасників міжнародної торгівлі на урядовому рівні, в межах ділових кіл та громадянського суспільства;

2. Розширення меж світової торгівлі - поява нових суперечливих цілей, правил та способів їх обходу.

Сучасність прагне великих змін та рішучих дій. Чи є раціональним створення спільних торгівельних правил, які були б вигідними широкому загалу, чи слід формувати країни зі схожими інтересами в окремі групи? Як можливо вирішувати проблеми економічної нерівності країн шляхом недискримінації, надання національного режиму та вільного доступу до ринку?

Аналіз останніх досліджень та публікацій: Питаннями, які пов'язані з проблемами спаду обсягів і темпів зростання міжнародної торгівлі займалися зарубіжні та українські дослідники. Загальні питання вдосконалення світової торгівлі висвітлено у роботах таких досвідчених вчених, як: У. Дадуш, Д. Лейпцигер, С. Евенет, Р. Балдвін, Дж. Бахорія, А. Левченко тощо.

Постановка завдання. У даній статті метою є аналіз сучасного стану світової торгівлі, визначення в умовах глобальної кризи перспектив розвитку та шляхів покращення її обсягів та темпів зростання.

Вклад основного матеріалу: Одним з найважливіших рушіїв глобальної економіки залишається світова торгівля. Сьогодні це не просто обмін товарами чи послугами між деякими країнами, це перш за все розподіл знань, ідей, новітніх технологій і розробок у всьому світі.

Протягом 2008-2009 року було зафіксовано одне з найбільш різких скорочень обсягів світової торгівлі (близько 12%), а якщо розглянути статистику 10 найпотужніших країн-учасниць міжнародної торгівлі, то це скорочення складатиме близько 20-30%. Викликане ускладненням можливості брати в кредит, зменшення попиту в цілому, внаслідок величезного економічного обвалу, стрімке скорочення в торгівлі призупинилось лише вкінці II кварталу 2009 року. Відтоді спостерігається певне зростання, але про повну стабілізацію говорити ще занадто рано. Спад був синхронним, абсолютно усі країни у II половині 2008 року показали гостре падіння торгівельних обсягів. Найменш постраждали азійсько-європейські торгівельні зв'язки.

За більш жорстких умов кредитування та підвищеного ризику в нестабільному міжнародному післякризовому економічному середовищі, зменшився й приплив іноземних інвестицій. А, відповідно, і нестача фінансування, яка за останні 2 роки виросла більше ніж в 4 рази, тим більше негативно впливає і поглиблює проблему світової торгівлі. Багато країн, що розвиваються змушені скорочувати експортні обсяги, які безпосередньо впливають на їх економічну стабільність і темпи розвитку.

Одним з впливових факторів є пільгова політика розвинених країнах по відношенню до національних виробників, а також нечітка тарифна система країн, що розвиваються, в агропромисловому комплексі. Таким чином, поява негативного сальдо в міжнародній торгівлі була спричинена зменшенням кількості торгівельних операцій у широкомасштабному сільськогосподарському перевезенні.

Більш позитивний ефект операції з поставки вантажів конструкторського та збірного характеру, які скоригували торгівельне сальдо, ці корективи мають азійське походження за рахунок європейського споживача.

Власне ж, європейський виробник, опинився на першому місці за експортом високотехнологічного обладнання, посунувши своїх головних конкурентів у цій сфері США та Японію. Найбільшою країною-експортером лишалась Німеччина, країнами-імпортерами – США та Німеччина [1].

Сьогодні певні країни все частіше мають тенденцію до протекціонізму та закриттю ринків, яке також не лишиться безрезультативним. Це може спричинити тяжкі наслідки у глобальній економіці, як приклад, зростання безробіття, яке тільки ускладнюватиме післякризовий стан послаблених держав.

Скорочення обсягів світової торгівлі та темпів її розвитку спроможне знищити останні досягнення африканських та інших країн, що розвиваються, в період між рецесією 2001-2002 років та світовою фінансовою кризою 2008-2009 років. Послаблені кризовим підвищенням цін на паливо, сировинні та продовольчі продукти, країни з доходом нижче середнього майже не мають засобів для захисту свого населення. Ця ситуація також ускладнюється суцільним спадом світової економіки [2].

Вважається можливим, посилення політики протекціонізму на тлі світового спаду виробництва. Причому немало розвинутих країн, які стали початківцями введення обмежень у торгівлі, використовують не звичайні розповсюджені тарифні обмеження, імпорتنі мита, а методи державної підтримки вітчизняного виробника, «антикризові програми», субсидіювання, дотування тощо (Табл.1.). Палкими прихильниками захисту національного товару за даними «Global Trade Alert» стали Росія, КНР, Індонезія, США, Німеччина та

ПРИЧИНИ СПАДУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ В ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД, МОЖЛИВІСТЬ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Великобританія. В даній ситуації вкрай виграшне положення мають Росія та Індонезія зі своїми енергоресурсами, їхній експорт не відчув особливого впливу нових змін в торгівельних відносинах.

Таблиця 1. Розповсюдженість торгівельних обмежень у розвинених країнах

Тип обмеження	(%)
Державна підтримка, дотування, субсидіювання тощо	32
Антидемпінгові та компенсаційні мита	20
Тарифні заходи	14
Експортні субсидії	4
Державна закупівля	4
Нетарифні обмеження	4
Санітарні та фіто санітарні норми й обмеження	4
Експортні мита	3
Заборона імпорту	2
Обмеження міграції	2
Інше	11

Найбільше постраждали від протекціонізму Китай, США та Німеччина. (Табл. 2.). Впровадження президентом США Б. Обамою в 2007 році, законопроект «Про справедливі валютні відносини в США», який був здебільшого направлений на китайський експорт, але все ж зачепив канадського та мексиканського виробника, позначилось на фінансуванні дефіциту поточного балансу США, що покривається саме за рахунок китайського імпорту. Однак крім цього, Урядом США, було запропоновано переглянути положення про трудові та екологічні стандарти (як засіб нетарифного обмеження торгівлі) серед країн-учасниць НАФТА [3].

Таблиця 2. Країни, проти яких була впроваджена політика протекціонізму

Країна	Кількість заходів проти країни	Кількість країн-партнерів, що використовують протекціонізм
КНР	114	58
США	112	49
Німеччина	110	32
Франція	101	32
Бельгія	96	30
Японія	94	47
Нідерланди	94	31
Великобританія	91	30
Італія	89	27
Швеція	85	23

І такий сплеск дискримінаційної політики не може не лякати. Такі засоби ведення торгівельної політики можуть здаватися рятівними, але це тільки на перший погляд. Коли виходить законопроект «Про захист трудових місць та вітчизняного виробника» всередині країни, на перший погляд спостерігається стабілізація, але вже скоро в країні-реципієнті спостерігатиметься більш жорсткий спад з появою нелегальної торгівлі та робочої сили, а в свою чергу в зарубіжних країнах, що мають вивільнені трудові ресурси – почне зростати безробіття. В комплексі, це принесе нестабільність та спад усієї світової економіки в цілому. Більше того, головним постраждалим в такій ситуації виходить споживач, який насправді і підтримує баланс міжнародної торгівлі, в той час коли галузі, які призначені для державного захисту, ще навіть не відчули його прояву. Розвиваючись в умовах штучної, недосконалої конкуренції, підприємства занадто пізно розуміють, що потрібно було змінити і як виходити на міжнародний ринок.

Ситуація зі скороченням обсягів і темпів світової торгівлі вкрай занепокоїла світову спільноту. З приводу останньої були проведені антикризовий самміт «G20» 2008 р. у Вашингтоні (США), самміт ООН «З проблем фінансової кризи» у Досі (Катар) 2008 року, конференція «G20» за ключовими уроками кризи у Мумбаї (Індія) 2009 року та щорічний симпозиум «З глобальних проблем» у Шлезвіг-Гольштейні (Німеччина) 2009 року.

Вашингтонський самміт G20 обіцяв відмовитись від протекціонізму та створення нових бар'єрів у торгівлі та русі капіталів, дотримуватись принципів СОТ, поважати свободу ринків та приватної власності. Крім того країни дійшли згоди, що вкрай важливо не втратити відкриті ринки і вжити заходів щодо співробітництва в торгівлі та зберегти кредитні лінії та гарантії [4].

Група Світового Банку має певні програми, що зможуть зарадити в покращенні становища міжнародної торгівлі. Серед них «Програма зі спрощення торгівлі та торгівельної інфраструктури», яка призначена для раціоналізації маршрутів постачання експорту, сприяння країнам, що розвиваються в скороченні витрат, пов'язаних з участю у світовій торгівлі та реалізації усіх привілеїв, які надає участь у глобальній торгівлі. Інші програми (а їх є більше 20) сприятимуть формуванню нових можливостей у сфері торгівлі та розширенню ініціативи.

Тож цілком зрозуміло, що світова торгівля буде рости, розширюватись і функціонувати доволі вигідно, але не для всіх країн світу однаково. Такі країни як США, Японія, Китай, Індія та країни-члени ЄС є достатньо потужними, щоб захистити свої інтереси та позиції. В скрутному становищі опиняться малі та слабозрозвинуті

країни, оскільки сильніші будуть максимально використовувати переваги глобалізації для себе, незважаючи на споживацьке відношення до слабших. Крім того, останні, слідуючи основним правилам та принципам СОТ, наражатимуть національну економіку, природні ресурси та екологічний стан на потенційну небезпеку погіршення їх умов внаслідок глобалізаційних процесів.

Щоб вирішити цю проблему, перш за все потрібно зосередити основні зусилля на зміцненні правового апарату, нормотворчого процесу та прозорості виконань його рішень всередині СОТ, можливо, навіть, шляхом реформування самої СОТ. Також слід збалансувати одно- та багатосторонні поступки у відкритті економіки та внутрішнього ринку, шляхом покрової фіксації зворотності поступок.

Потрібно визначити пріоритетні напрямки глобалізації перед регіоналізацією чи навпаки, оскільки ці дві форми інтеграції є взаємоблокуючими, тобто на основі участі в обох формах зближення економік, неможлива повноцінна участь у міжнародних відносинах. Крім того така роздвоєність залишає шляхи для відходу, тобто наявності «плану Б» у побудові міждержавних стосунків, що підриває засади чесної конкуренції і співробітництва. Звичайно, виключити повністю глобалізацію чи регіоналізацію не вийде, та й не слід, але варто зробити більш жорсткими правила для дотримання вказаних принципів та підписаних угод і договорів [5].

Висновки з проведеного дослідження: Таким чином, фінансова криза, що розгорнулася у світі призвела до значного зниження торгівельної активності основних учасників світового ринку. Від впливу негативних наслідків зумовлених світовою фінансовою кризою в останні 2 роки спостерігались постійні порушення основних принципів міжнародної торгівлі встановлених СОТ. Крім того, розширення меж світової торгівлі не можуть не спричинити нових змін у зовнішньому середовищі. В умовах поглиблення рецесії міжнародної торгівлі стає можливим виникнення явища антиглобалізації з усіма її вихідними негативними наслідками.

Для того, щоб подолати ці аспекти, необхідно посилити міжнародне співробітництво з налагодження зовнішньоторгівельних зв'язків, зміцнити їх стабільність і прозорість, створювати нові «Програми», які гарантуватимуть допомогу країнам, що розвиваються, щоб збалансувати економічні дисбаланси між країнами на різних ступенях розвитку. Крім того чіткіше визначитись з політикою щодо формування певних інтеграційних угруповань як в регіональному так і у глобальному масштабах.

Джерела та література:

1. WTO : ANNUAL REPORT 2009 : [Electronic resource]. – Available in: http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/anrep09_e.pdf
2. Danny Leipziger. Trade Drop Could Set Developing Countries Back Years. The article : [Electronic resource]. – Available in: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/NEWS/0,,contentMDK:21987705~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:4607.00.html>
3. The Unrelenting Pressure of Protectionism: The 3rd GTA Report : [Electronic resource]. – Available in: http://www.globaltradealert.org/sites/default/files/GTA_report_3.pdf
4. DECLARATION SUMMIT ON FINANCIAL MARKETS AND THE WORLD ECONOMY : [Electronic resource]. – Available in: http://www.g20.org/Documents/g20_summit_declaration.pdf
5. Global Economic Solutions 2009-2010 : [Electronic resource]. – Available in: <http://www.global-economic-symposium.org/ges-2008-10/ges-2009/downloads/gesolutions-2009->

Померанец В.Н.

УДК 681.3.07

СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ РЫНКА УСЛУГ И ТОВАРОВ

Как известно, основной акцент в маркетинге делается на определение и удовлетворение нужд потребителя. Для определения нужд потребителя, реализации маркетинговых стратегий и программ, нацеленных на их удовлетворение, маркетологам необходима информация. Их интересует информация относительно потребителей, конкурентов и других участников рынка. Причем за последние годы появился ряд факторов, которые еще больше увеличили потребность в получении детальной информации. С ростом масштабов бизнеса компаний в национальных и международных рамках растет и потребность в информации о более обширных и территориально удаленных рынках. Поскольку потребители стали более разборчивыми и искушенными, маркетологи нуждаются в более достоверной информации относительно того, как потребители реагируют на товары, услуги, маркетинговые программы.

Усиление конкурентной борьбы обуславливает потребность в информации относительно эффективности маркетинговых программ. В связи с быстрым изменением маркетинговой среды руководители также нуждаются в современной информации [1,2].

Задача маркетинговых исследований заключается в том, чтобы оценить информационные потребности и обеспечить руководство компаний информацией: точной, надежной, обоснованной, современной и относящейся к делу. Высококонкурентная маркетинговая среда и постоянно растущая цена управленческих ошибок, требуют, чтобы маркетинговые исследования предоставляли высококачественную информацию. При подготовке информации учитываются элементы маркетинговой системы, включающие коммуникационные связи между участниками исследований:

- поставщик-потребитель;
- производитель – поставщик;
- производитель- конкурент;
- производитель-потребитель.