

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА

Юлія МЕЛЬНИК

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ УКРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

Розкрито основні передумови для виходу України на міжнародний ринок послуг та роль транснаціоналізації економіки у цьому процесі. Оцінено проблеми та можливості, пов'язані з інтеграцією України до ГАТС СОТ та ЄС, виявлено напрямки підвищення її аутсорсингового потенціалу, перспективи приєднання до міжнародних стратегічних альянсів. Об'рунтовано стратегічні пріоритети України на міжнародному ринку послуг.

Системний аналіз розвитку міжнародного ринку послуг на початку ХХІ століття свідчить про його динамізм, багатогранність сучасних тенденцій у різних галузях послуг та вказує на низку детермінант, що впливають на процеси транснаціоналізації цього ринку. Незважаючи на те, що основними гравцями на міжнародному ринку послуг виступають ТНК розвинутих країн, все більшу роль у його динаміці стали відігравати країни, що розвиваються, та країни з трансформаційною економікою. В таких умовах для України, ринок послуг якої все ще перебуває на стадії становлення, актуалізується проблема, по-перше, вироблення політики як приймаючої сторони щодо взаємодії із зарубіжними ТНК, по-друге – ідентифікації себе на міжнародному ринку послуг, позиціонування як повноцінного конкурентоспроможного суб'єкта. Це вимагає, в першу чергу, формування стратегічних пріоритетів нашої держави на міжнародному ринку послуг і актуалізує цю проблему як предмет дослідження.

Незважаючи на наявність *низки досліджень*, присвячених проблематиці міжнародної торгівлі послугами, розвитку міжнародного ринку послуг (зокрема, у працях вітчизняних вчених А. Мельник [1], А. Філіпенка [2], Є. Савельєва [3] та інших), ця проблема не привернула належної уваги. З огляду на це, *метою* статті є об'рунтування стратегічних пріоритетів України на міжнародному ринку послуг.

Міжнародний ринок послуг є складною відкритою системою, що знаходиться під впливом ендогенних та екзогенних чинників. Тому будь-яка країна, що виходить на нього, має зважити, обираючи стратегію, на деякі передумови. Для України це: а) стратегічні пріоритети розвитку її економіки загалом; б) сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку послуг; в) стратегічна орієнтація ТНК на ринку країни-реципієнта; г) специфіка розвитку окремих галузевих ринків.

Дослідження програм та стратегій економічного розвитку України [4; 5; 6] дозволило виявити низку пріоритетів загальноекономічного характеру, серед яких

найважливішими для розвитку ринку послуг в умовах його транснаціоналізації є такі, як: інтеграція України до СОТ та ЄС; формування повноцінної інституційної структури ринкової економіки; підвищення конкурентоспроможності української економіки на світових ринках у зв'язку із перспективою інтеграції до СОТ та ЄС; формування національної інноваційної системи і на цій основі загальнодержавна переорієнтація на науково-технологічний варіант економічного зростання; забезпечення реалізації факторних переваг України; активна участь у створенні європейських та євразійських транспортних коридорів; протидія неконтрольованому іноземному економічному проникненню і всебічний захист економічного суверенітету. Зазначимо, що названі пріоритети тісно пов'язані між собою і впливають один з одного, тому механізми для їх реалізації повинні складати єдину систему державної політики на макро-, мезо- та мікрорівнях.

Оцінка можливих наслідків вступу України до СОТ, здійснена Українським центром економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова [7], показала, що практично для всіх галузей послуг переважаючими будуть позитивні наслідки, а саме: висока ймовірність переважання позитивних наслідків – для галузей телекомунікаційних, туристичних, страхових, поштових, банківських послуг, послуг трубопровідного транспорту та розвитку фондових ринків; певна ймовірність переважання позитивних наслідків – для галузей ріелторських, освітніх, медичних послуг, послуг морського та залізничного транспорту; можливий баланс між позитивними і негативними наслідками – для галузей послуг енергопостачання та авіаційного транспорту.

Аналіз основних положень ГАТС як основного документа, що регулює ринки послуг в рамках СОТ, дозволив виявити три групи проблем, які необхідно вирішити Україні для приєднання до Світової організації торгівлі:

1) проблеми статистичного обліку послуг. Так, у статистиці послуг України враховується головним чином транскордонна торгівля, в той час як інші способи поставки фактично випадають із зовнішньоторговельної статистики;

2) проблема повної гармонізації правового регулювання торгівлі послугами згідно із ГАТС СОТ. На сьогодні (протягом 2006–2007рр.) уже здійснено низку заходів щодо приведення законодавства України у сфері послуг у відповідність до положень ГАТС СОТ. Зокрема, внесено зміни до законів, що стосуються підгалузей видавничих послуг, страхових, банківських, адвокатських та інформаційних послуг, інтелектуальної власності, а також режимів, що надаються зарубіжним компаніям-постачальникам послуг;

3) проблема підвищення конкурентоспроможності України на міжнародному ринку послуг. Українські послуги на міжнародному ринку нині представлені доволі слабо. Вступ України до СОТ, відкриття національних ринків послуг для конкуренції з боку решти 150-ти країн-членів загострює проблему зміцнення конкурентних переваг вітчизняних провайдерів послуг. Виходячи на міжнародний ринок, останнім необхідно брати до уваги, що конкурентні переваги можуть проявлятися у різних формах, залежно від специфіки галузі послуг. Як правило, конкурентні переваги – це основа стратегії будь-якої компанії. Вважаємо, що пріоритетними елементами ефективної зовнішньоекономічної стратегії підприємств на міжнародному ринку послуг повинні стати: а) орієнтація на споживача; б) вибір сервісної концепції, тобто визначення

того, що буде зроблено для споживачів і як цього досягнути; в) використання інноваційних шляхів підвищення якості послуг з метою збереження і закріплення конкурентних позицій, що сприятиме також реалізації стратегічного пріоритету, пов'язаного із формуванням національної інноваційної системи; г) підвищення потенційних можливостей персоналу; д) вплив протекціонізму, який передбачає механізми підтримки національних сервісних галузей урядом, зорієнтовані на сприяння виходу на міжнародний ринок послуг, що не суперечить правилам ГАТС СОТ.

Процес відкриття вітчизняного ринку послуг має бути регульованим, базуватись на принципах захисту ринку послуг, передбачених ст.ХVI ГАТС, де вказано обмеження щодо: максимального рівня інвестицій у кожен галузь послуг; співвідношення зарубіжного і вітчизняного персоналу; вибору організаційно-правової форми іноземної компанії (способу комерційної присутності); кількості представництв іноземних компаній, які можуть діяти на вітчизняному ринку; частки ринку послуг, що надаються іноземцями; загальної кількості постачальників послуг у кожному секторі.

Важливо зосередитись на необхідності досягнення прогресивних зрушень у зовнішній торгівлі послугами, характерних для розвинутих країн, зокрема, звернути увагу на: розвиток форм міжнародного постачання послуг через підприємства з українським капіталом, які діятимуть на зарубіжних ринках послуг, а також на українському ринку за участю іноземного капіталу; розвиток сучасних конкурентоспроможних видів послуг; створення умов для використання усіх чотирьох способів поставки; розвиток сучасної правової бази у сфері торгівлі послугами, яка б містила основні положення ГАТС.

Аналіз сучасних тенденцій розвитку міжнародного ринку послуг показав, що для успішної інтеграції до останнього Україні вкрай необхідна зміна структури економіки (зокрема, експорту) у напрямку галузей послуг, що визначають динаміку ринку в умовах глобалізації і транснаціоналізації, а саме: ділових, інформаційних, комп'ютерних, телекомунікаційних і фінансових. Низка вчених на чолі із В. Сіденком [8, 182] вважають структуру експорту важливим критерієм структури конкурентних переваг країни на світових ринках. Експорт виступає провідним структуроутворюючим чинником, оскільки на нього припадає майже 50% ВВП країни.

Незважаючи на те, що, порівняно із зовнішньою торгівлею товарами, сальдо зовнішньої торгівлі послугами є позитивним (коефіцієнт покриття експортом імпорту послуг становив 2,09, а товарів – 0,95 у 2005р.), галузева структура експорту послуг значно відрізняється від структури розвинутих країн світу, зокрема, країн ЄС, до яких прагне приєднатись Україна (табл. 1).

Порівняння структур експорту послуг нашої країни та ЄС показало, що найбільше відмінностей зосереджено у таких галузях, як транспортні (частка в експорті України у 3 рази більша), туристичні послуги (частка подорожей в експорті України у 8 разів менша), а також фінансові, страхові, комп'ютерні, інформаційні, роялті та ліцензійні, інші ділові послуги (за частками яких Україна значно відстає від країн ЄС). Таким чином, Україна зосередилася на поставках на міжнародний ринок тих видів послуг, які характеризуються скороченням частки у глобальних продажах та

ПІІ, і водночас зовсім незначному обсягу експорту найдинамічніших видів послуг, що активно розвиваються в умовах глобалізації і транснаціоналізації економіки. Загроза збереження такої структури українського експорту послуг полягає також у його концентрації на ринках послуг, які характеризуються ціновою конкуренцією, де цінові переваги можуть швидко переходити до інших країн, особливо в умовах недостатньої якості послуг вітчизняних провайдерів. Така структура є стратегічно програшною для країни і не відповідає стратегії подальшого економічного розвитку ЄС, а тому перешкоджатиме її ефективній інтеграції до складу співтовариства. Звідси випливає необхідність розвитку наукомістких видів послуг та сприяння виходу їх постачальників на міжнародний ринок послуг.

Таблиця 1

Порівняння структури експорту послуг України зі структурою експорту послуг ЄС, 2005р.*

Галузь послуг	Частка в експорті послуг України, %	Частка в експорті послуг ЄС, %
Транспортні послуги	73,03	22,8
Подорожі (туристичні послуги)	3,4	25,7
Послуги зв'язку	3,3	2,06
Будівельні послуги	2,6	2,6
Страхові послуги	0,4	3,6
Фінансові послуги	0,6	7,7
Комп'ютерні та інформаційні послуги	0,6	4,6
Роялті та ліцензійні послуги	0,2	4,6
Особисті, культурні та рекреаційні послуги	0,25	1,5
Інші ділові послуги	10,3	24,7

*Примітка: Складено автором за [9; 10].

Аналіз сучасних тенденцій на міжнародному ринку послуг [11, 362–379] свідчить, що на даному етапі розвитку останнього головну роль відіграють такі типи міжфірмового співробітництва, як аутсорсинг та міжнародні стратегічні альянси. В Україні уже склалися певні передумови для активної участі у міжнародних операціях зовнішнього підряду: країна займає 15-те місце у світовому рейтингу виробників програмного забезпечення та 4-те місце за кількістю дипломованих програмістів; 55–60% українського аутсорсингу є експортноорієнтованим; у цій сфері задіяні понад 20 тис. фахівців; українськими аутсорсерами успішно виконані проекти для NASA, Boeing та інших великих організацій, що створює хорошу репутацію вітчизняним компаніям у цій сфері; в Україні створено Альянс компаній-аутсорсерів інформаційних та комп'ютерних послуг – Ukrainian Hi-Tech Initiative, діє громадська робоча група «Електронна Україна», що лобіюють інтереси галузі; навіть за відсутності державної підтримки галузь демонструє понад 40% зростання, а щорічний обсяг ринку аутсорсингу складає 600 млн. дол.; завдяки аутсорсингу відбувається повернення в країну програмістів, що виїхали за кордон на початку 90-х рр. XX ст. (значна їх частка повернулися у ролі підприємців і готові вкладати інвестиції в сектор наукомістких видів послуг).

За дослідженнями компанії Global Offshore Associates Limited (GOAL), за останні три роки наша країна стала найпривабливішою країною-постачальником послуг аутсорсингу програмного забезпечення із Східної Європи. Так, у 2006 р. ринок ІТ-аутсорсингу в Україні зріс до 246 млн. дол., тобто на 47% [12, 8]. До основних чинників, що зумовили такий успіх, треба віднести високий рівень науки та підготовки фахівців з програмного забезпечення (щорічний приріст кількості фахівців з ІТ за рахунок випускників вузів складає приблизно 30 тис. чол.), відміну візового режиму для жителів ЄС та США при перетині кордону нашої держави. Позитивну роль також відіграв недостатньо тісний зв'язок між гривнею та зростаючим євро.

Попри наведені сприятливі умови, існує низка негативних чинників, що перешкоджають Україні стати провідним провайдером аутсорсингових послуг: неготовність 80% студентів до серйозної роботи після закінчення навчальних закладів [13]; висока конкуренція з боку Індії та деяких інших країн-лідерів у цій сфері (аутсорсингові схеми там привабливіші, вартість робочої сили на порядок нижча, ніж в Україні, характерне вільне володіння англійською мовою фахівців, зосередженість їх в одному регіоні); неповна відкритість українського ринку аутсорсингу (лише третина українських аутсорсерів надають свої послуги офіційно); неконсолідованість (в Україні діє лише 21 компанія із кількістю персоналу більше 100 чол.); відсутність інвестицій і державної підтримки галузі; недостатній рівень знання англійської мови вітчизняними фахівцями.

Дослідження показало [14, 274–277], що Україна знаходиться на другій стадії розвитку ринку аутсорсингу (стадії його формування, виходячи із рівня кваліфікації робочої сили, рівня володіння іноземними мовами та розвитку ІТ-інфраструктури), а тому має перспективи досягнення стадій зростання та зрілості, для чого повинна скористатись досвідом країн-лідерів у цій галузі – Австралії, Індії, Сінгапуру, Канади, Ірландії, Ізраїлю та Великобританії.

Аналіз їх досвіду у цій сфері дозволив виявити основні заходи, що допоможуть Україні підвищити свій аутсорсинговий потенціал: 1) активна підтримка розвитку навчальних закладів ІТ-спрямування; 2) створення технопарків та надання їм податкових пільг, пільг на користування енергією та зв'язком; 3) активний розвиток інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури; 4) створення профільного державного органу для нагляду за галуззю; 5) надання пільг для інвесторів: нульовий рівень оподаткування на початковому етапі з поступовим підвищенням податків; 6) постійне розширення та ускладнення спектра послуг, що надаються на експорт; 7) реалізація низки державних програм розвитку галузі; 8) використання впливу кваліфікованих фахівців українського походження за кордоном, що сприятимуть підвищенню довіри до українських аутсорсерів серед зарубіжних ТНК; 9) використання стратегічного географічного положення України для залучення компаній-замовників з країн ЄС; 10) відмова від державної монополії у сфері послуг зв'язку. Важливим кроком, на нашу думку, повинна стати консолідація вітчизняних компаній-аутсорсерів з метою протистояння конкуренції з боку іноземних зовнішніх підрядників та збільшення можливостей для отримання великих замовлень.

Аутсорсинг може стати найлегшим способом інтеграції України до міжнародного ринку послуг та зайняття там стійких конкурентних позицій. Виходячи з цього, важливим стратегічним пріоритетом нашої країни повинно стати підвищення її

аутсорсингового потенціалу за такими напрямками: 1) кваліфікація робочої сили; 2) володіння іноземними мовами; 3) IT-інфраструктура; 4) урядова підтримка.

Аналіз особливостей функціонування стратегічних альянсів (СА) на міжнародному ринку послуг [11, 362–379] дозволив сформулювати важливі висновки для України. По-перше, з метою розбудови інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури необхідною є участь вітчизняних компаній у міжнародних стратегічних альянсах у галузях інформаційних, комп'ютерних і телекомунікаційних послуг, а також на стику їх із галуззю космічних послуг. Так як названі галузі є швидко зростаючими, для яких властива технологічна спрямованість альянсів, це сприятиме впровадженню інновацій та розвитку інфраструктури. В Україні поки відсутня офіційна інформація щодо функціонування СА такого типу, однак у 2007 р. Дніпропетровська корпорація «Інтерпайп» оголосила про наміри приєднатися до стратегічного альянсу у сфері інформаційних технологій [15].

Аналіз структур міжнародних СА дозволяє дійти висновку, що українські сервісні компанії можуть приєднуватися до них у ролі периферійних компаній. Навіть не будучи лідерами та не визначаючи правил гри, вони зможуть вийти на міжнародний ринок послуг і отримати синергійний ефект від співробітництва.

З метою розбудови транспортної інфраструктури та підвищення конкурентних позицій України на міжнародному ринку послуг стратегічно важливим є приєднання вітчизняних авіакомпаній до авіаційних альянсів. За словами генерального директора російської компанії «Аерофлот» В. Окулова, «за альянсами – майбутнє світових перевезень» [16, 226].

В Україні уже є певний досвід у створенні авіаційних альянсів. Так, на початку 2007 р. авіакомпанії «АроСвіт» та «Донбасаеро» оголосили про створення стратегічного альянсу «Українська авіаційна група», перший етап функціонування якого становитиме 10 років (до 2017р.). Однак для того, щоб конкурувати із великими міжнародними перевізниками, альянсу необхідне тотальне оновлення та розширення флоту, приєднання до «Української авіаційної групи» нових учасників (для прикладу, «Міжнародних авіаліній України») або об'єднання вітчизняного альянсу із міжнародними. Іншим прикладом є стратегічний альянс, укладений між авіакомпанією «АроСвіт» та білоруським національним авіаперевізником «Белавія».

Важливими чинниками, що зумовлюють необхідність створення СА, є жорстка конкуренція у зрілій галузі з низьким рівнем прибутковості та високими стандартами, пошуки шляхів для подолання законодавчих бар'єрів при консолідації авіакомпаній. В таких зрілих галузях, як авіація, альянси ринково орієнтовані, а тому участь у них сприятиме розширенню присутності українських перевізників на міжнародному ринку послуг та збільшенню їх клієнтської бази. В цілому, приєднання України до міжнародних стратегічних альянсів дозволить їй досягнути наступних стратегічних цілей: посилити конкурентоздатність авіакомпаній і, як наслідок, всієї національної авіатранспортної галузі; підвищити рівень рентабельності та інвестиційної привабливості компаній; збільшити обсяги авіаперевезень, розширити мережу польотів, збільшити надання послуг, що за рівнем якості відповідають міжнародним стандартам; підвищити привабливість України як транзитної держави; сприяти збалансованому економічному, соціальному, технологічному та інвестиційному розвитку України, створити нові робочі місця в авіаційній галузі та суміжних галузях

економіки. В той же час, входження до альянсу потребує суттєвих інвестицій в комунікації, оновлення рухомого складу авіакомпаній, у підготовку та підвищення кваліфікації кадрів, у підтримку контактів не лише між керівниками, а й між менеджерами, пілотами, спеціалістами з маркетингу, офіційними представниками компаній у різних країнах.

Пріоритетність тенденції зростання транснаціоналізації міжнародного ринку послуг зумовлює необхідність, з одного боку, вироблення Україною відповідної реакції як країни-реципієнта на дії ТНК на вітчизняному ринку послуг та пошуку шляхів ефективної взаємодії із ТНК, з іншого боку – створення умов для розвитку власного транснаціонального капіталу з метою виходу на міжнародний ринок послуг. Формування стратегічних пріоритетів України на міжнародному ринку послуг повинно враховувати названу тенденцію і впливати із стратегічної орієнтації зарубіжних ТНК на її приймаючому ринку.

Перебуваючи на етапі відновлювального зростання, після досягнення стабілізації економічного розвитку, Україна здійснила низку важливих кроків щодо створення умов для діяльності ТНК у сфері послуг, а саме: здобула статус країни з ринковою економікою; забезпечила суттєве зниження рівня прямого та опосередкованого втручання держави у діяльність підприємств; розпочала реформування у секторах панування природних монополій (послуги зв'язку, транспортні, комунальні); здійснила реальне просування щодо реалізації інтеграційних намірів; прийняла низку законів щодо усунення бар'єрів для діяльності ТНК на окремих галузевих ринках послуг України в контексті вступу до СОТ.

В той же час, в умовах зростаючої транснаціоналізації ринків послуг перед Україною постає низка важливих стратегічних проблем, що потребують вирішення в першу чергу на макрорівні: відсутність дієвих, інституційно визначених механізмів регулювання діяльності ТНК в Україні, які регламентують дії великих зарубіжних інвесторів, запобігають вчиненню ними недобросовісних кроків та заохочують інвестування стратегічних для України галузей послуг; незв'язаність залучення ПІІ в Україні із потребами модернізації економіки, розвитку експорту наукоємних послуг; несформованість транснаціонального капіталу українського походження, подальший розвиток якого стримуватиметься завдяки низькій конкурентоспроможності відносно нових потужних учасників українського ринку послуг; відсутність механізмів запобігання виведенню з-під оподаткування грошових потоків з боку зарубіжних компаній через використання можливостей трансфертного ціноутворення в рамках ТНК; імовірність використання ПІІ нерезидентами як механізму подолання бар'єрів проникнення та завоювання внутрішніх ринків послуг України з подальшим економічним витісненням реальних або потенційних конкурентів.

В умовах зростання відкритості ринків послуг України постає проблема виявлення галузей, проникнення ТНК у які буде корисним для розвитку економіки країни, і галузей, які є вразливими перед конкуренцією з боку зарубіжних корпорацій. Дослідження відкритості деяких галузевих ринків послуг України [17, 84–94] (табл. 2), показало, що найбільш відкритими для створення філій зарубіжних ТНК є ринки транспортних, телекомунікаційних та фінансових послуг. Це підтверджується значною кількістю філій зарубіжних корпорацій, відкритих у названих галузях сфери послуг України. На нашу думку, така відкритість не становить значної загрози для

економічної безпеки країни, а навпаки, сприяє розвитку транспортної, телекомунікаційної та фінансової інфраструктури, впровадженню сучасних технологій у відповідні галузі послуг.

Таблиця 2

Відкритість окремих галузевих ринків послуг України, 2005р.*

Галузь	EX _{ij} послуг, млн. дол.	IM _{ij} послуг, млн. дол.	VA _{ij} послуг, млн. дол.	O _{ij} ринку послуг
Будівельні послуги	158,1	158,5	3241,6	0,07
Торгові послуги і послуги з ремонту	412,6	140,2	11097,2	0,04
Транспорт і зв'язок	4683,1	718,2	9393,0	0,54
Фінансові послуги	35,6	255,7	1465,7	0,11

*Примітки:

1. O_{ij} - індекс відкритості сектора (галузі) i у країні j; EX_{ij} – номінальний експорт країни j у секторі (галузі) i; IM_{ij} – номінальний імпорт країни j у секторі (галузі) i; VA_{ij} – номінальна додана вартість країни j у секторі (галузі) i;

2. Розраховано автором за: [9; 18].

З огляду на це, а також враховуючи результати оцінки можливих наслідків вступу України до СОТ, проведеної Українським центром економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова, вважаємо позитивними: допуск ТНК на ринки та лібералізацію останніх у таких галузях послуг, як телекомунікаційні, туристичні, страхові, поштові, банківські та фондові ринки; допуск на ринки із певними обмеженнями стосовно сертифікації якості для галузей ріелторських, освітніх, медичних послуг, послуг морського та залізничного транспорту; збереження протекціоністських заходів у секторах енергопостачання та авіаційного транспорту (для останніх більш прийнятним вважаємо не об'єднання із ТНК, а співробітництво у вигляді альянсів).

Спрямовуючи ПІІ на ринок послуг України, зарубіжні ТНК враховують його специфіку як ринку, що розвивається, для якого властиві трансформаційні процеси, зокрема, формування ринкової інфраструктури, становлення фондового ринку, приватизаційні процеси, зміна структури економіки тощо. Така специфіка приймаючого ринку впливає на способи проникнення на нього зарубіжних інвесторів та способи співпраці останніх із вітчизняними сервісними компаніями.

Україна повинна бути готовою до того, що ПІІ надійдуть у її сектор послуг переважно не для створення нових організаційно-правових одиниць, а з метою придбання існуючих. В нашій країні така тенденція продовжує набирати обертів, що підтверджується серією угод із M&A у галузі банківських послуг – придбання «УкрСиббанку», банку «Мрія», «Індекс Банку» тощо. Наступними компаніями-цілями є «Укрсоцбанк», «Укртелеком», купівлю якого зацікавлена британська ТНК Vodafone, та інші. З огляду на це, постає завдання створення ринкового механізму, за яким кожне підприємство сфери послуг, що підлягає приватизації, буде продане не дешевше його реальної вартості. Варто зауважити, що ціна придбання є стримуючим фактором для виходу деяких ТНК на ринок приймаючої країни. Таким чином, ціна продажу може виступати дієвим інструментом регулювання доступу

на той чи інший ринок послуг зарубіжних ТНК. З цього випливає наступна пропозиція – продаж великих сервісних компаній у ході приватизації через аукціон (в Україні вже є практика проведення таких аукціонів у промисловому секторі, зокрема, продаж «Криворіжсталі») із залученням максимальних коштів до Держбюджету та вимогою інвестиційних зобов'язань. Останні повинні бути чітко сформовані, зокрема, щодо найму місцевих працівників, передачі НДДКР, розвитку інфраструктури. Необхідним є також моніторинг виконання інвестиційних зобов'язань після придбання об'єкта зарубіжним інвестором.

Одним із пріоритетних інвестиційних зобов'язань у контексті інтеграції України до міжнародного ринку послуг вважаємо виведення об'єкта придбання на світові фондові біржі з метою підвищення його репутації на міжнародному ринку та вартості його активів. Механізм продажу державних підприємств сфери послуг зарубіжним інвесторам, на нашу думку, повинен проходити у два етапи: спочатку держава продає зарубіжній ТНК 49% приватизованого підприємства сфери послуг та як одне із інвестиційних зобов'язань ставить виведення його акцій на біржу. Уже сам вихід на фондовий ринок означає впровадження системи звітності підприємства відповідно до міжнародних стандартів, прозору форму власності, проведення якісного регулярного аудиту, ефективність управління, підвищення ліквідності цінних паперів компанії. На другому етапі розпочинається підготовка підприємства до первинного розміщення акцій (IPO), держава випускає у відкритий продаж половину акцій, що залишились у її власності. У результаті розподіл власності підприємства-об'єкта наступний: 26% акцій належать державі, 25% – дрібним власникам (теоретично повинні постійно обертатися на біржі), решта 49% – у власності зарубіжної ТНК.

Такий підхід дозволить підвищити конкурентоспроможність вітчизняних сервісних компаній на міжнародному ринку послуг після вступу до СОТ, зберегти певний рівень економічної безпеки держави у стратегічно важливих галузях сфери послуг, і водночас забезпечити постійні і надійні джерела надходжень до бюджету.

Перспектива інвестування тієї чи іншої ТНК на ринок послуг країни-реципієнта значною мірою залежить від оцінки загального інвестиційного клімату в останній. Незважаючи на те, що в Україні створено правове поле для здійснення інвестиційної діяльності (прийнято Закони України „Про інвестиційну діяльність”, „Про режим іноземного інвестування”, понад 10 Указів Президента, Постанов та Розпоряджень Кабінету Міністрів України, ратифіковано Вашингтонську конвенцію про порядок вирішення інвестиційних суперечок між державами та іноземними особами, угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій, підписані із 70-ма країнами світу), міжнародні експерти відзначають зниження інвестиційної привабливості нашої країни. Так, за оцінками Economist Intelligence Unit (EIU), Україна за показниками якості бізнес-середовища посіла у 2007 р. 75 місце серед 82 країн. Попри прогнози цієї організації щодо певного зростання рейтингу протягом 2008–2011рр. (на 5 позицій), Україна і надалі відставатиме від конкурентів за ПІІ на міжнародному ринку послуг [19]. До ключових перешкод на шляху підвищення інвестиційної привабливості України на міжнародному ринку послуг можна віднести: відсутність в Україні чіткої стратегії розвитку та відповідного плану дій, який відповідав би стратегічним інтересам України на міжнародному ринку послуг; складність

податкової системи та регуляторних норм; низький рівень ефективності законодавства з питань корпоративного управління; низький рівень захисту інвесторів, неієздатність механізмів забезпечення ринкових прав і свобод інвесторів. Оцінка бізнес-середовища в Україні за критерієм захисту інвесторів (табл. 3.) свідчить про її відставання не лише від країн ОЕСР, а й від сусідніх країн СНД та ЦСЄ. Найбільшим є відставання за індексом розкриття інформації, що ускладнює прихід на ринок зарубіжних ТНК-інвесторів, а також підвищує ризики купівлі пакетів акцій (що не є контрольними) у зв'язку із зростанням витрат на аналіз потенційних партнерів.

Таблиця 3

**Оцінка бізнес-середовища в Україні за критерієм
захисту інвесторів, 2006р.***

Показник	Україна	ЦСЄ та СНД	ОЕСР
Індекс розкриття інформації	1	4,7	6,3
Індекс відповідальності директора	3	3,8	5,0
Індекс судових позовів акціонерів	7	6,0	6,6
Індекс захисту інвесторів	3,7	4,8	6,0

*Примітка: наведено за: [20].

За рейтингом захищеності прав власності (за даними Property Rights Alliance) Україна займає 58 місце із 70 найбільших країн світу, поступаючись усім країнам ЦСЄ. Це стосується таких критеріїв, як незалежність судів, довіра населення до судів, корупція, захист прав інтелектуальної власності, авторських прав та інших (табл. 4).

Таблиця 4

Рейтинг захищеності прав власності (IPRI) країн ЦСЄ, 2006р.*

Місце	Країна	IPRI
30	Угорщина	5,5
37	Литва	4,9
38	Туреччина	4,8
39	Чеська Республіка	4,7
49	Польща	4,0
53	Болгарія	3,8
57	Румунія	3,5
58	Україна	3,4
63	Росія	3,2
Всього країн у рейтингу – 70		

* Примітка: наведено за: [20].

Названі проблеми служать індикаторами тих сфер, які потребують удосконалення інституційно-правового забезпечення з метою поліпшення інвестиційного клімату на вітчизняних ринках послуг та збільшення можливостей для ефективного співробітництва із ТНК.

Постсоціалістичні країни ЦСЄ, в тому числі Україна, є і надалі залишатимуться тими, боротьба за ринок послуг яких з боку ТНК лише загострюватиметься, а тому

уряди цих країн-реципієнтів повинні використати усі можливості модернізації економіки та підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку послуг. В Україні це питання пов'язане не лише із зміною структури економіки, збільшенням обсягів надання послуг на зовнішньому ринку, але й із використанням ефективних форм взаємодії із ТНК. Проведене дослідження дозволило виділити пріоритетні форми співробітництва українських сервісних компаній із ТНК, що працюють на вітчизняному ринку послуг, а також найвигідніші способи поставки на зовнішній ринок вітчизняними провайдерами у окремих галузях послуг відповідно до класифікації ГАТС СОТ, враховуючи їх специфіку (табл. 5.).

Таблиця 5

Пріоритетні способи поставки на зовнішній ринок та форми співробітництва із ТНК вітчизняних підприємств сфери послуг*

№ п/п	Галузь послуг (за класифікацією ГАТС СОТ)	Пріоритетні способи поставки на міжнародний ринок послуг	Пріоритетна форма співробітництва із ТНК
1.	Ділові послуги	транскордонна поставка; присутність фізичних осіб; споживання за кордоном	аутсорсинг
2.	Послуги зв'язку (телекомунікаційні)	транскордонна поставка; комерційна присутність	аутсорсинг, створення міжнародних СА
3.	Послуги з будівництва	комерційна присутність	будівництво «під ключ»
4.	Послуги дистриб'юторів (торгові послуги)	споживання за кордоном	франчайзинг
5.	Послуги у сфері освіти	споживання за кордоном; комерційна присутність	ліцензування
6.	Фінансові послуги	споживання за кордоном; комерційна присутність	аутсорсинг
7.	Послуги у сфері охорони здоров'я та в соціальній сфері	споживання за кордоном; присутність фізичних осіб	аутсорсинг (телемедицина)
8.	Туристичні послуги	споживання за кордоном; присутність фізичних осіб	франчайзинг, створення спільних підприємств
9.	Послуги в сфері культури та відпочинку	споживання за кордоном	франчайзинг, ліцензування
10.	Транспортні послуги	транскордонна поставка	створення міжнародних СА та спільних підприємств

* Примітка: розроблено автором.

Серед наведених галузей послуг пріоритетними для експорту на міжнародний ринок вважаємо ділові послуги (в першу чергу комп'ютерні, професійні, послуги з досліджень та розробок), враховуючи їх зростаючу роль у світовій торгівлі та значний потенціал вітчизняних фахівців у цій сфері; транспортні (враховуючи стратегічне значення транзитності території країни), а також туристичні послуги (виходячи із необхідності реалізації ресурсного потенціалу України).

Таким чином, стратегічними пріоритетами України на міжнародному ринку послуг мають стати: зміна структури експорту України у напрямку наукомістких видів послуг, випереджувачий розвиток галузей, які сприятимуть формуванню «нової економіки» та переходу до інформаційного суспільства; інтеграція українських ринків послуг до ринку послуг СOT та ЄС, лібералізація галузей телекомунікаційних, туристичних, страхових, поштових, банківських послуг, освітніх, медичних і транспортних послуг, збереження протекціоністських заходів у галузях послуг енергопостачання та авіаційного транспорту; розвиток конкурентного середовища на ринку з метою підвищення якості послуг та конкурентоспроможності вітчизняних провайдерів на міжнародному ринку послуг; гармонізація інституційного забезпечення торгівлі послугами в Україні відповідно до правил ГАТС СOT (гармонізація статистичного обліку та правового регулювання); підвищення аутсорсингового потенціалу країни за такими напрямками, як кваліфікація робочої сили, володіння іноземними мовами, інформаційно-телекомунікаційна інфраструктура, урядова підтримка; участь України у міжнародних стратегічних альянсах в галузях інформаційних, комп'ютерних, телекомунікаційних, космічних, авіаційних послуг, послуг із досліджень та розробок; пріоритетність залучення ПІІ до інфраструктурних галузей послуг: фінансових, інформаційно-телекомунікаційних, транспортних; формування власного транснаціонального капіталу для виходу на міжнародний ринок послуг шляхом комерційної присутності; вихід вітчизняних сервісних компаній на світові фондові біржі з метою підвищення репутації на міжнародному ринку послуг.

Реалізація визначених стратегічних пріоритетів вимагає відповідних заходів на мікрорівні (вироблення політики вітчизняних сервісних компаній щодо виходу на зовнішній ринок) та макрорівні (удосконалення інституційного забезпечення взаємодії ТНК із вітчизняними провайдерами послуг), що окреслює *перспективи подальших досліджень*.

Література

1. Мельник А. Міжнародна торгівля послугами і створення глобального ринку послуг // Вісник ТАНГ. – 2002. – Випуск 8-1. – С. 94–102.
2. Філіпенко А. Тенденції розвитку світового ринку послуг у сучасних умовах // Вісник ТАНГ. – 2005. – №5-1. – С. 45–56.
3. Савельєв Є. Україна як велика держава з економікою міжнародних послуг (сценарій розвитку для ХХІ ст.) // Вісник ТАНГ. – 2005. – № 5-1. – С. 15–24.
4. Закон України „Про Національну програму „Україна-2010” // <http://www.rada.kiev.ua/zakon/PR1/TXT1/3100/p3187.htm>.
5. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015роки) „Шляхом європейської інтеграції” / Авт. кол.: А. С. Гальчинський, В. М. Гесць та ін.; Нац. ін-т стратег. досліджень, Ін-т екон. прогнозування НАН України, Мін. економіки та з питань європ. Інтеграції України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
6. Національна стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні. – К., 2005.
7. Сіденко В., Барановський О. Україна і світова організація торгівлі: як збільшити плюси і зменшити мінуси? – Український центр економічних і

- політичних досліджень імені Олександра Разумкова // www.uceps.org.
8. Україна в процесах міжнародної інтеграції / за ред. В. Р. Сіденка. – Харків: Форт, 2003. – 280 с.
9. Державний комітет статистики України // www.ukrstat.gov.ua.
10. *International Trade Statistics 2006*. – WTO, 2006 // www.wto.org.
11. Мельник Ю. Міжнародний ринок послуг на початку XXI століття: тенденції і перспективи розвитку // Журнал європейської економіки. – Грудень 2006. – Том 5 (№ 4). – С. 362–379.
12. Україна научилась продавать умы программистов // Комп&ньон. – 6-12 июля 2007. – № 27. – С. 8.
13. Аутсорсинг без силикону // <http://news-on.com.ua>.
14. Мельник Ю. Международный рынок аутсорсинга: перспективы для стран с переходной экономикой // Материалы VI Междунар. научно-прак. конфер. «Страны с переходной экономикой в условиях глобализации» 28-30 марта 2007г. – М., 2007. – С. 274–277.
15. Левченко І. Пінчук хоче злитися по крупному. – 20.07.2007 // www.rynok.biz.
16. Бобина М., Грачев М. Международный бизнес: Стратегия альянсов. – М.: Дело, 2006. – 240 с.
17. Мельник Ю. Міжнародний ринок послуг в умовах транснаціоналізації економіки // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2007. – № 3. – С. 84–94.
18. *International Monetary Fund* // www.imf.org.
19. Інвестиційний клімат України: проблеми формування та заходи поліпшення. – Національний інститут стратегічних досліджень, 2007 // www.niss.gov.ua.
20. *Doing Business in Ukraine*. – World Bank, 2007 // www.worldbank.org.

Редакція отримала матеріал 20 вересня 2007 р.