

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ І ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛІЗОВАНОГО РИНКУ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ

Алла МЕЛЬНИК

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ПОСЛУГАМИ І СТВОРЕННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

Резюме. Висвітлено зростання ролі міжнародної торгівлі послугами в «новій економіці», охарактеризовано чинники й особливості торгівлі послугами в міжнародному товарорусі, міжнародну політику розвинених країн щодо розвитку ринків послуг, інституційне забезпечення міжнародної торгівлі послугами. Обґрунтовано організаційно-економічні заходи України щодо активізації діяльності у сфері міжнародної торгівлі послугами.

Ключові слова: міжнародна торгівлі послугами, глобалізація, глобальний ринок послуг, інституційне забезпечення міжнародної торгівлі послугами, іноземні інвестиції у сферу послуг.

Вступ

Глобалізація світового розвитку охопила не тільки рух капіталу, людських ресурсів, міжнародну торгівлю товарами, а й міжнародну торгівлю послугами, формування ринків послуг, які поширилися на весь світ. Водночас характерною ознакою сучасного світового господарства стало те, що відносне скорочення ролі галузей матеріального виробництва в його структурі супроводжується швидким зростанням сфери послуг. Тому закономірно, що формування економіки відкритого типу в Україні, тенденції до її інтеграції у світову і, зокрема, Європейську спільноту висувають на перший план проблему вивчення ринків послуг у сучасному глобалізованому середовищі, розвитку міжнародної торгівлі послугами, визначення місця України в цих процесах.

Сучасна роль послуг у міжнародному товарорусі:

чинники змін та тенденції

Предмет міжнародної торгівлі послугами – послуга як «товар особливого роду». Специфічними ознаками цього товару, за оцінками економістів, є: 1) невидимість, невідчутність, зазвичай нематеріальний характер; 2) нерозривність виробництва і споживання продукту праці – послуги; 3) необхідність і змінність якості; 4) нездатність послуг до збереження, складування з можливістю продажу в майбутньому. Ці ознаки породжують деякі особливості ринків послуг: 1) значна прив'язка процесу надання послуг до території розселення

Мельник Алла Федорівна, докт. екон. наук, професор. Тернопільська академія народного господарства, Україна.

населення (локальні, регіональні ринки послуг); 2) експорт послуг (на відміну від експорту товару) означає надання послуги іноземцеві, тобто не резиденту, навіть, якщо він перебуває на митній території країни [1: 122]; 3) на відміну від товарів, де «фактор одночасності» нульовий, на ринках послуг він суттєвий, причому на міжнародному ринку послуги мають відносно нижчий фактор одночасності, ніж послуги, якими не торгують (Герш, 1989 р.); 4) ринок послуг – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків.

Останнє зумовлює той факт, що міжнародна торгівля послугами сьогодні є комплексним різновидом економічної діяльності. В країнах ОЕСР і публікаціях ЮНКТАД виділяються 5 основних категорій послуг: фінансові, інформаційні (комунікаційні), професійні (виробничі), туристичні, соціальні. Європейський класифікатор діяльності розрізняє такі види діяльності, пов'язані з наданням послуг, і позначення секцій: гуртова, роздрібна торгівля, ремонт механічних приладів, мотоциклів, предметів домашнього вжитку (G), готелі та ресторани (H), транспорт, інфраструктура магазинів і їдалень, пошта і телекомунікації, діяльність туристичних агенцій (I), фінансове посередництво (J), послуги нерухомості, найм і діяльність, пов'язана із впровадженням інтересів (K), охорона середовища і соціальна опіка (N), комунальна діяльність, послуги рекреації, культури, спорту, інші види (O), публічна адміністрація, опіка соціальна (L) [2: 10–34]. МВФ пропонує класифікацію: морські перевезення, інші види транспорту, подорожі, інші приватні послуги, інші офіційні послуги.

Розбіжність підходів щодо класифікації видів послуг у міжнародній торгівлі ускладнює можливості аналітики, проте не є перепорою для загальної оцінки стимулів і бар'єрів щодо розвитку міжнародного товароруху ними й окреслення загальних тенденцій.

Міжнародна статистика свідчить, що світова торгівля послугами зростає швидше, ніж світова торгівля товарами і зовнішня торгівля загалом. Якщо для двократного збільшення світового експорту (1997 р.) необхідно було 15 років, то для експорту послуг 7–8 років. Чинники, які визначають зміни сучасної ролі послуг у міжнародному товарорухі, можна розділити на 2 групи: 1) чинники, які стимулюють активність зростання частки послуг в міжнародному товаропотоці; 2) чинники, які обумовлюють зміни в номенклатурі міжнародних послуг і характері їх надання.

Перша група чинників ґрунтується на базових причинах виникнення міжнародного обміну послугами, посиленні їх вагомості в умовах глобалізації і формування «нової економіки». Базовими причинами міжнародного обміну послугами є: потреба в спілкуванні, потреба міжнародного переміщення, потреба пізнання, недостатність потенціалу (рекреаційного, інфраструктурного) окремих країн для задоволення потреб споживачів у певних (наприклад, рекреаційних) послугах, міжнародний рух капіталу, потреба сервісного обслуговування інших видів міжнародної економічної діяльності.

Глобалізація економіки викликає такі явища, як:

- загострення проблем майнової нерівності в планетарному масштабі й зростання потоків мігрантів, яке, в свою чергу, детермінує зростання потреби в міжнародних послугах транспорту, зв'язку, юридичних, банківських, фінансових установ, страхування, допомоги в працевлаштуванні тощо. Зокрема, в ЄС у 1998 р., за оцінками спеціалістів, нараховувалося 13 млн. мігрантів, членів їх сімей, у т. ч. 8 млн., або 61% – з країн, що не є їх членами. Обсяги потоків імміграції в Західну Європу в середині 90-х років оцінювалися на рівні 180 тис. осіб за рік [3: 117];
- активізацію трудової міграції, торгової, міграції спеціалістів, яка супроводжується не тільки зростанням традиційних міжнародних послуг (транспортних, зв'язку, фінансових), а й розвитком міжнародних освітніх послуг, юридичних, консультативних, інформаційних тощо;
- глобалізацію діяльності компаній-виробників товарів, яка викликала зростання таких ділових професійних послуг, як міжнародний аудит, консалтинг, реклама, міжнародна торгівля ліцензіями, ноу-хау, інжинирингові послуги. Так, обсяг надходжень від продажу ліцензій розвинутими країнами у 1995 р. зріс з 15,2 млрд. дол. до 35 млрд. дол. порівняно з 1989 р. Експорт інженерно-консультативних послуг країнам ЄС становив уже в 1994 р. 3140 млн. ЕКЮ (4). На міжнародному ринку ділових послуг у цей період функціонували

8077 інжинiringових компаній ЄС з кількістю зайнятих 172 283 осіб і оборотом 14716 млн. ЕКЮ (4);

- інтернаціоналізацію виробництва і надання послуг. Помітною стала зростаюча залежність країн при виробництві послуг, яка привела до усвідомлення компаніями потреби глобальнішого підходу до свого бізнесу. З одного боку, міжнародна торгівля послугами стає ліберальнішою, що супроводжується чеснішою конкуренцією і необхідністю компаній, які надають послуги, відбиватися від конкурентів на своїй території або використовувати можливості, що відкриваються на зовнішніх ринках. З другого, у сфері послуг формуються глобальні галузі – галузі, в яких на конкурентну позицію фірм на національному ринку впливає їх загальна позиція на світовому ринку в цілому – транспорт, зв'язок, туризм і глобальні фірми – фірми, які працюють у кількох країнах і добилися таких переваг, що недоступні домашнім конкурентам (Mc Donald's);
- глобалізацію впливу НТП, розвиток нових засобів зв'язку не тільки на ринках розвинутих країн, а й тих, що розвиваються, розвиток сучасних видів транспорту та різке зниження транспортних витрат, яке збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, виникнення нових видів фінансових розрахунків. Середня вартість людино-милі повітряних авіаперевезень, наприклад, у 1930 р. становила 68 центів, у 1950 р. – 30 центів, а в 1990 р. – 11 центів. Подібне зниження тарифів відбувається і в інших галузях транспортних послуг. Так, із 1920 р. до 1980 р. реальна вартість морських вантажоперевезень впала майже на 5 [5: 17];
- стандартизацію та інтеграцію маркетингової діяльності на різних географічних ринках, розвиток глобального маркетингу в сфері послуг;
- розбудову транспортних шляхів, яка сприяє розвитку транспортних, туристичних та інших послуг. Обсяг транспортних перевезень в країнах Європейського Союзу за останніх 20 років зріс на 50%.

Основною ознакою «нової економіки», характерної для постіндустріальних держав, є інформаційно-інтелектуальна революція, яка змінила умови економічного розвитку. На відміну від традиційних факторів економічного зростання, в ній випереджуючий розвиток забезпечують освіта, комп'ютерне забезпечення, системи зв'язку, системи науки, Інтернет, механізм перетворення інтелектуального потенціалу на інтелектуальний капітал. У поєднанні зі змінами в технології та організації виробничих процесів, змінами в управлінні сучасними промисловими підприємствами, випуском нової високотехнологічної і наукоємної техніки, загостренням проблем збуту та іншими проблемами це викликало швидке зростання галузі ділових послуг і, в першу чергу, наукоємних галузей інтелектуального обслуговування (управлінські, фінансове консультування, дизайн, проектування, гарантійний ремонт і післяпродажний сервіс складної техніки, технологічні, інжинiring, маркетинг тощо).

Сукупність окреслених чинників обумовила ситуацію, за якої питома вага експорту послуг у загальному обсязі експорту світогосподарської системи на початку 1090-х років наблизилася до 30%, а надалі зросла ще більше (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка світового експорту послуг

Експорт	Роки					
	1970	1975	1980	1985	1990	1997
Експорт, млрд. дол.	72,8	119,9	242,5	396,1	770,0	1000,0
Експорт послуг / експорт товарів у%	25,0	24,5	22,3	23,1	20,0	33,0

Науково-технічний прогрес, інформаційна революція, стрибок у розвитку ТНК, розвиток внутрігалузевої кооперації стали визначальними чинниками зміни структури світової торгівлі послугами і побудови нової організації міжнародної торгівлі ними (табл. 2). Структура світової торгівлі послугами змінюється на користь інших комерційних послуг, які є результатом процесів глобалізації і формування «нової економіки».

Незважаючи на зменшення частки транспортних послуг у загальному обсязі міжнародної торгівлі комерційними послугами, в їх структурі вони залишаються вагомими (30,0% у 1998 р.). Ущільнення світогосподарських зв'язків, формування технологічно і економічно цілісних

виробничих ланцюгів, окремі ланки яких дислоковані в різних країнах, великий зустрічний міжнародний обіг готовими виробами, вузлами, деталями зумовлює великі обсяги послуг вантажного транспорту. Так, зокрема, загальний тоннаж світового торгового флоту з 1950 р. до 1999 р. зріс у 6,4 раза, а обсяг перевезень вантажів – у 10 разів [5: 17]. Вагомим підґрунтям розвитку міжнародної торгівлі транспортними послугами стала розбудова транспортних коридорів, у т. ч. магістральних нафтопроводів і ліній електропередач. Реалізація концепції макрологістики сприяє інтенсивному розвитку поряд із транспортними послугами логістичних центрів, складів тощо. Підвищення мобільності населення зумовлює значне зростання послуг із перевезень пасажирів. У 10 країнах світу, наприклад, обсяг авіаційних перевезень пасажирів перевищує 50 млн. пас. км за рік (табл. 3).

Таблиця 2

Структура світової торгівлі послугами

	Обсяг, млрд. дол.	Частка, %		Щорічні процентні зміни					
		1990	1998	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Експорт									
Комерційні послуги:	1320	100,0	100,0	1	9	14	7	4	0
транспорт	310	28,3	23,3	0	10	13	2	2	-2
туризм	430	33,7	32,5	1	8	17	8	0	0
інші комерційні послуги	580	38,0	44,2	1	10	15	9	8	1
Імпорт									
Комерційні послуги:	1305	100,0	100,0	1	9	15	5	–	–
транспорт	–	31,7	29,7	0	10	15	1	–	–
туризм	–	31,3	30,8	-2	8	14	4	–	–
інші комерційні послуги	–	37,0	39,5	4	8	16	8	–	–

Примітка 1.: Наведено за [6: 66].

Таблиця 3

Послуги авіаційного транспорту з перевезень пасажирів
(у млн. пас. км.) у лідируючих країнах

Країни	1990 р.	1999 р.
1. США	736107	1039296
2. Японія	100501	152892
3. Великобританія	104999	149040
4. Німеччина	42144	87276
5. Франція	52912	83736
6. Китай	23048	80580
7. Австрія	40797	75873
8. Канада	41115	65316
9. Сінгапур	31600	64416
10. Нідерланди	29036	58536

Примітка. 1. Наведено за [7: 544].

Значне місце в структурі комерційних послуг займають послуги міжнародного туризму (32,0% в 1998 р.). За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), число прибулих у 1997 р. становило 592,9 млн. осіб. Порівняно з 1960 р. воно зросло більш ніж у 8 разів. У 2000 р. число

туристів у світі збільшилося на 7,4% і становило 698,3 млн. осіб. ВТО прогнозує, що до 2020 р. щорічно подорожуватимуть світом більше 1,56 млрд. осіб. Туризм забезпечує більше 11% міжнародних інвестицій і приносить у бюджет держав у вигляді податкових надходжень 302 млрд. дол. У 1998 р. загальний дохід країн від міжнародного туризму становив більше 425 млрд. дол. і порівняно з 1960 р. зріс на 12%.

Європа є регіоном, який найбільше відвідують туристи. В 1998 р. тут зареєстровано 347 млн. відвідувань з обсягом продажів 214 млрд. дол. При цьому 47% відвідувань припадає на Західну Європу і лише 4% – на країни Центральної і Східної Європи. В 2000 р. Європу відвідало більше 400 млн. осіб [8]. Країнами-постачальниками туристів ВТО визнані Бельгія, Данія, Німеччина, Нідерланди, Швеція, а приймаючими – Італія, Швейцарія, Кіпр, Греція, Іспанія, Туреччина. Рейтинг країн Європи за величиною туристичного обороту наведений у табл. 4.

Таблиця 4

Країни Європи за величиною туристичного обороту

Країна	Доходи	Витрати	Оборот	Рейтинг
Німеччина	1587,5	49577,0	65344,5	1
Франція	28181,7	17505,4	45687,1	2
Великобританія	20019,7	25046,1	45065,8	3
Італія	28245,2	12681,5	40926,7	4
Іспанія	25892,2	4620,7	30512,9	5
Австрія	13821,5	12104,9	25926,4	6
Швейцарія	8723,2	7789,6	16512,8	7

Примітка. 1. Наведено за [9: 20].

За прогнозом. основних тенденцій розвитку туризму в Європі на 2001–2010 рр., який опублікувала Комісія ЄС, передбачено: підвищення конкуренції за доходи від туризму в Європі; перевищення зростання витрат на подорожі й на транспорт над іншими статтями сімейного бюджету; зростання міжконтинентальних подорожей. Розвиток міжнародного туризму став спонукальним фактором формування світової готельної індустрії. В 1999 р. місткість готелів Європи була такою: Італія – 943,6 тис. місць, Німеччина – 818,6 тис. місць; Франція – 596,7 тис. місць, Великобританія – 439,8 тис. місць, Іспанія – 585,7 тис. місць, Австрія – 309,7 тис. місць, Греція – 283,4 тис. місць, Швейцарія – 143,5 тис. місць, Туреччина – 134,5 тис. місць. Як результат глобалізації в світовій готельній індустрії сформувалися типові моделі організації готельної справи – модель Рітца, модель Кемонса Ульсона, модель «добровільні» готельні мережі.

Активна експансія ТНК і швидке зростання міжнародного товарообігу вимагають відповідного розширення кредитних ресурсів і легкого доступу до них у будь-якій точці економічного простору. Результатом цього стали якісні зрушення в розвитку міжнародного ринку позичкового капіталу й послуг фінансових і банківських установ, формування позанаціональних ринків капіталу на базі оборотних операцій в євровалютах. Нині щоденний обсяг валютних операцій у всьому світі становить 1,5 млрд. дол., що перевищує сумарні валютні резерви всіх країн. У 1971 р. зарубіжні активи національних банків усіх країн світу за депозитними вкладками були 208 млрд. дол., в 1980 р. – 1839 млрд. дол., в 1990 – 6791 млрд. дол., а в 1995 р. – більше 8 млрд. дол. [5: 19]. Найбільшими структурами, що надають міжнародні банківські послуги, є «Сіті банк», «Парі-Банк», «Дойче банк А.Г.», «Дрезнер Банк», «Креді Лйонд» та ін.

Інформаційна революція останніх десятиріч на базі розвитку електроніки, кібернетики, космічних супутників забезпечила переворот у засобах телекомунікацій та, відповідно, різкий кількісний і якісний скачок у розвитку послуг зв'язку й телекомунікацій. У 1999 р. в світі нараховувалося 1000 млн. телефонів, у 2001 р. комп'ютерів із доступом в Інтернет – до 300 млн. Щорічне зростання інформаційного обміну через Інтернет становить 7,3 раза [5: 17]. Інформаційне інтегрування світу забезпечує не тільки збільшення послуг міжнародного зв'язку, а й глобалізацію таких ринків, як ринку послуг вищої освіти.

У зв'язку з «нетранспортабельністю» більшості послуг міжнародна торгівля ними має специфіку, яка полягає в тому, що доступ до послуги в ряді випадків можна забезпечити тільки через створення філіалів фірм, які надають їх на міжнародних ринках. Прикладом є мережа закладів

громадського харчування MG Donald's, Pizza Hut, Benetton, тематичні парки атракціонів Euro Disney, Disney-lend, Crand Penin Sula. Німецький Deutsche Bank має свої філіали в 41 країні світу.

Резюмуючи, можна зазначити, що об'єктивні зрушення у сфері виробництва, комунікацій, торгівлі, зарубіжного інвестування і фінансування перетворюють національні ринки послуг і міжнародну торгівлю ними в цілісний глобальний організм, об'єднаний не тільки міжнародним розподілом праці, а й всесвітніми виробничо-збутовими структурами, глобальною фінансовою системою і світовою інформаційною мережею.

Інституційне забезпечення міжнародної торгівлі послугами та формування глобального ринку послуг

В організаційному плані глобальні ринки послуг опираються на ТНК, фінансові інструменти, міжнародні й неурядові структури, дослідницькі та впроваджувальні центри. Результатом глобалізації є формування міжнародних організацій (широкого профілю і спеціалізованих), які в сукупності становлять інституційну базу системи багатостороннього регулювання глобального ринку послуг. Тут можна виділити такі організації широкого профілю, як ГАТТ і ЮНКТАД, спеціалізовані – Організація міжнародної цивільної авіації (ІКАО), Міжнародна морська організація (ІМО), Всесвітня туристична організація (ВТО) та ін. Результатом їх діяльності є поширення спільних правил гри. Так, наприклад, ЮНКТАД проводить дослідження і розробляє рекомендації за окремими секторами сфери послуг, у т. ч. щодо морських перевезень, страхування, обміну технологіями і передачі даних. Комітет за «невидимими статтями» і фінансуванням, пов'язаним із торгівлею даної організації, розробляє рекомендації і сприяє проведенню узгодженої політики в галузі «невидимих» статей платіжного балансу й фінансування (страхування, туризм, транспорт, передача технічних знань). ВТО проводить міжнародні конгреси, конференції, присвячені проблемам туризму, виробляє спільні дії щодо розвитку туристичної індустрії, захисту прав туристів та забезпечення екологічних норм на туристичних об'єктах.

Багатоманітність видів послуг ускладнює формування універсальної системи регулювання глобального і національних ринків послуг. Водночас у світовій практиці сформувалися 3 розрізнені групи торговельно-політичних заходів, які регламентують операції у сфері послуг: національні законодавства, що встановлюють певні режими діяльності для іноземних фірм; двосторонні угоди між країнами, положення яких поширюються і на сферу послуг; конвенції та інші положення міжурядових організацій.

Під впливом процесів глобалізації відбулась уніфікація систем національного регулювання ринків послуг. Експерти ЮНКТАД виділяють такі основні напрямки національного регулювання: заходи з обмеження операцій з іноземною валютою з метою поліпшення стану платіжного балансу країни; система державних закупівель, спрямована на розширення послуг національного виробництва (в галузях транспорту, зв'язку, інших послуг); урядове стимулювання розвитку національних галузей сфери послуг шляхом надання пільг з метою підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому і зовнішньому ринку; заходи, які обмежують прямі іноземні інвестиції, в інтересах зміцнення певних галузей сфери послуг (страхування, банківських, рекламних, кінопрокату та ін.); диференційоване оподаткування іноземних підприємств; обмеження щодо найму іноземних громадян іноземними фірмами; законодавче регулювання національних сфер послуг (обов'язковість реєстрації і отримання ліцензій на діяльність при наданні послуг освіти, юридичних, медичних, ветеринарних тощо; наявність галузевих стандартів і контроль за їх дотриманням; пряме обмеження або заборона на імпорту певних послуг; встановлення певних рамок тривалості роботи іноземних компаній на внутрішньому ринку [10: 29]. Найчастіше для обмеження імпорту певних видів послуг використовують ліцензування, заборону на заснування іноземних фірм, заборону на переведення доходів від іноземних інвестицій, а також технічні стандарти.

В умовах глобалізації і як її результат сформувалася певна система багатостороннього регулювання глобального ринку послуг. Тут можна виділити розробку угод у рамках міжнародних організацій ГАТТ, ЮНКТАД. Для розвитку глобальних ринків послуг і міжнародної торгівлі ними суттєве значення мало підписання Генеральної угоди щодо тарифів і торгівлі, згідно з якою за 8-м Уругвайським раундом (1993 р.) було: введено інституційні зміни у забезпечення торгівлі послугами; розширено рамки правил міжнародної торгівлі для захисту

сфери послуг; впроваджено пункти, пов'язані з використанням технічних бар'єрів і санітарних норм для стримування імпорту та захистом «інтелектуальної власності» іноземців з допомогою патентів і авторських прав; впроваджено нову систему вирішення суперечок. Країни «семірки» зробили спробу спільно регулювати ринок фінансових послуг. В останні роки почали розробляти численні стандарти, що дають змогу контролювати якість послуг, а також різні премії. Відомі – міжнародний стандарт BS 750/ISO 9000, Американська національна премія якості ім. Малкольма Балдрижа, Премія Європейського фонду контролю якості.

Таким чином, глобалізація економіки супроводжується глобалізацією інституціонального забезпечення міжнародної торгівлі послугами та формування глобального ринку послуг і характеризується:

- 1) організацією в глобальному масштабі виробництва і надання послуг, що ґрунтується на подібних каркасах грошової, фінансової та фіскальної політики у кожній з держав;
- 2) виникненням нових форм стратегічного партнерства (фінансових альянсів з участю капіталу, доступу до нових технологій і ноу-хау; підтримки нових виробників послуг у країнах, що розвиваються з метою формування ринку збуту технологій і технологічного устаткування при наданні послуг; угод великих виробників про кооперацію при оволодінні певними сегментами на привабливих ринках з високим рівнем конкуренції; кооперації провідних виробників для спільного проникнення на складні ринки третіх країн; об'єднань великих компаній – прямих конкурентів для розробки великомасштабних дорогих науково-технічних програм, наприклад з розвитку інфраструктури);
- 3) енергійним заохоченням і підтримкою урядами промислово розвинутих країн своїх національних сервісних галузей, сприянням спробам виходу їх на інтернаціональний ринок, аж до застосування певних протекціоністських дій на фоні лібералізації міжнародної торгівлі послугами (в рамках ГАТТ);
- 4) перенесенням частини функцій з регулювання ринку послуг на міжнародний рівень. Розвиток неформального (кримінального і некримінального) сектору міжнародної торгівлі послугами свідчить про недостатність інституціонального забезпечення сучасних тенденцій у зміні номенклатури послуг як на національному, так і на міжнародному рівнях;
- 5) зростанням ролі місцевих адміністрацій регіонів щодо процесів розвитку міжнародної торгівлі послугами (створення інституціональної основи – мережі кооперативних об'єднань, інформаційних центрів тощо).

Діяльність України в сфері міжнародної торгівлі послугами та шляхи її активізації

У сучасних умовах формування глобальних ринків послуг діє низка чинників, які підвищують ризиковість компаній, що виходять на міжнародний ринок послуг, а відтак і на темпи зростання оборотів від реалізації послуг: 1) невизначеність при плаваючих валютних курсах; 2) валютні проблеми, пов'язані з дефіцитністю платіжних балансів; 3) обмеження, які інколи встановлюють місцеві уряди (жорсткі критерії якості, вимоги до персоналу тощо); 4) проблеми поширеної корупції в ряді країн; 5) великі витрати на адаптацію маркетингового комплексу; 6) різке зростання глобальних компаній, які надзвичайно впливові в окремих сегментах ринку послуг. Сукупність цих чинників стримує нарощування обсягу міжнародного обороту послугами (в першу чергу експорту) і в Україні. Разом з тим, тут діють і специфічні чинники:

- В економіці України, зорієнтованій на індустріалізацію, протягом тривалого часу не надавали належної уваги сервісним галузям, результатом чого є їх недостатньо розвинута інфраструктура, низька технологія надання послуг, низький рівень їх якості.
- Ринкова трансформація в Україні (як і в країнах ЦСЄ), на жаль, супроводжувалася зниженням життєвого стандарту, не забезпечувала скорочення різниці в структурі споживання порівняно з країнами Заходу і, відповідно, суттєвим зростанням попиту на міжнародні послуги.
- У зв'язку з тим, що інституційна система зовнішньоекономічної діяльності в Україні лише формується, в перші роки не вдалося забезпечити належну інституційну базу міжнародної торгівлі послугами і, навіть, статистично-інформаційну. Зокрема, експорт послуг українських підприємств не забезпечений фінансовою підтримкою. Негативним чинником є нестабільність українського законодавства у сфері зовнішньоекономічної політики, його недостатня

відповідність вимогам та нормам світових стандартів. Є труднощі в проведенні розрахунків за контрактами, викликані недостатнім розвитком міжбанківських зв'язків. Установи стандартизації повільно впроваджують у життя двосторонні угоди про взаємне визнання результатів оцінки послуг (взаємна акредитація). В Україні нема визнаних міжнародних агентств, здатних оперативно підтвердити Sfanding українського партнера з трансакції та практично не буває запитів українських підприємств щодо перевірки надійності їхніх партнерів.

- Українські підприємці недостатньо використовують загальноприйнятий інструментарій господарювання в ринкових умовах (наприклад, маркетинг послуг, міжнародний менеджмент).
- Можливості участі України в міжнародному ринку послуг обмежуються нестачею у неї значних обсягів вільного капіталу, який можна було б спрямувати на закордонне інвестування в сферу послуг.

У 2000 р. експорт послуг з України становив 3486,8 млн. дол. США, імпорт – 1150,9 млн. дол. США при позитивному сальдо балансу 2335,9 млн. дол. США. Основна частина експорту послуг припадає на країни СНД (2141,4 млн. дол. США), а імпорту – на інші країни світу (935,4 млн. дол. США). В структурі експорту домінують транспортні послуги (83,7%), а імпорту – державні послуги, не віднесені до інших категорій (40,0%) (табл. 5). Статистика свідчить, що низку послуг, притаманних сучасній «новій економіці», Україна на міжнародному ринку послуг не надає.

Таблиця 5

Структура експорту-імпорту послуг України у 2000 р.

	Експорт млн. дол. США	Імпорт млн. дол. США	Експорт,%	Імпорт,%
Всього	3486,8	1150,9	100,0	100,0
Транспортні послуги	2917,3	252,9	83,7	22,0
Подорожі	60,4	42,9	1,7	3,7
Послуги зв'язку	88,4	98,2	2,5	8,5
Будівельні послуги	37,2	23,4	1,1	2,0
Страхові послуги	3,9	38,3	0,1	3,3
Фінансові послуги	22,1	59,4	0,6	4,6
Комп'ютерні послуги	5,9	13,3	0,2	1,2
Роялті та ліцензійні послуги	1,3	17,3	0,0	1,5
Інші ділові послуги	19,1	18,7	0,6	1,6
Різні ділові, професійні та технічні послуги	193,0	111,1	5,5	9,7
Послуги приватним особам і послуги в галузі культури та відпочинку	3,3	10,4	0,1	0,9
Державні послуги, не віднесені до інших категорій	0,4	460,8	0,0	40,0
Послуги з ремонту	134,5	11,2	3,9	1,0

Наведено за [11: 285]

Високою експортною квотою у ВВП та позитивною динамікою зовнішньої торгівлі послугами Україна завдячує своїй транспортній інфраструктурі, зокрема магістральним нафтопроводам і магістральним лініям електропередач, які забезпечують послуги з поставки Європі вуглеводної сировини й електрики. Розвитку транспортних послуг сприяє те, що в рамках Тасіс на терені України Європейський Союз реалізує широкомасштабні проекти INOGATE з міжнародного транспортування нафти й газу в Європу та проект TRACECA.

Позитивними є тенденції в розвитку туризму. За останніх 5 років кількість відвідувань України іноземними громадянами збільшилась у 2,2 раза, а кількість іноземних туристів у цьому числі виросла на 19%. За цей же період у платіжному балансі України частка експорту послуг за статтею «Подорожі» виросла з 7% до 10% [12]. Громадяни України в 2000 р. здійснили 13,4 млн. закордонних поїздок (приріст становив 16,4%), в тому числі 8,7 млн. туристичних (приріст – 17,0%). Якщо в 1995 р. переважали внутрішні туристичні потоки (45%), то в 2000 р. – частка виїзного туризму (44%). Його зростання порівняно з 1995 р. становило 26%. Проте очікувані зміни у візовій політиці як

України, так і інших держав, зокрема Болгарії, Чехії, Словаччини, Польщі, які поступово запроваджують візові режими в'їзду для українців, призведуть до перерозподілу частки виїзного потоку на користь внутрішнього туризму.

Послуги готельного господарства для іноземців надають 1308 готелів. Частка доходів від іноземців у загальних доходах від експлуатації готелів становить 41,7% [12: 31], що свідчить на користь перспективного розвитку цього виду міжнародних послуг.

Певну частку міжнародних послуг забезпечують санаторно-курортні заклади України. Серед іноземних відвідувачів переважають росіяни (70,2%), білоруси (15,8%), молдавани (9,8%), німці (0,8%), поляки (0,7%), литовці (0,7%), узбеки (0,4%).

Критерієм участі України в глобальному ринку послуг є обсяги прямих інвестицій у його функціонування. В 2000 р. у транспорт України було інвестовано 138,4 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій, у фінанси, кредитну діяльність, страхування – 248,1, охорону здоров'я, фізичну культуру і соціальне забезпечення – 126,2, будівництво – 125,0, загальну комерційну діяльність щодо забезпечення функціонування ринку – 109,0, зв'язок – 92,9, житлово-комунальне господарство – 30,3, науку і наукове обслуговування – 23,9 млн. дол. США [11: 288]. Україна у цей період здійснила прямі інвестиції в економіку інших країн з галузей: транспорту – 65465,8 тис. дол. США, охорони здоров'я, фізичної культури і соціального забезпечення – 4006,9, будівництва – 3028,4, фінансів, кредиту, страхування – 1979,9, науки і наукового обслуговування – 1483,2, житлово-комунального господарства – 457,9, управління – 361,5, матеріально-технічного постачання і збуту – 292,0 тис. дол. США [11: 289].

Безумовно, наша країна недостатньо використовує свій потенціал у міжнародній торгівлі послугами і ті позитиви, які дає глобалізація ринку послуг. В забезпеченні активізації у цій сфері зовнішньоекономічної діяльності необхідно усунути перепони, які стримують двосторонню і багатосторонню співпрацю, активніше використовувати транзитні можливості території, зосередити увагу на розбудові інфраструктури для нарощування рекреаційних послуг і послуг іноземного туризму, створити ефективну систему кредитування і здійснення торговельних операцій послугами, сприяти через міжнародні домовленості легалізації тіньового ринку послуг із зарубіжного працевлаштування, а також освітніх послуг. Розвиток експорту послуг повинен базуватися на великому інтелектуальному потенціалі України, що дасть змогу перетворити їх, як і в інших країнах, у надійне джерело валютних надходжень, удосконалити структуру ЗЕД. У сучасних умовах набирає значення розширення економічного співробітництва в наданні послуг на багатосторонній основі, що передбачає певні зобов'язання щодо зниження небезпеки односторонніх протиправних дій у торгівлі послугами і створює умови для зниження зовнішніх факторів ризику. На мікрорівні нарізла потреба для багатьох підприємств сфери послуг серйозно зайнятися розробкою міжнародного маркетингу, а в його рамках – розробкою довгострокових планів використання потенціалу іноземного ринку і постійного застосування маркетингового підходу для визначення, передбачення і задоволення потреб споживачів на цільових міжнародних ринках. На макрорівні у торговельній політиці послугами доцільно поєднати курс лібералізації їх експорту-імпорту з удосконаленням механізму державного регулювання згідно з загальноприйнятою міжнародною практикою, яка не виключає використання захисних заходів в інтересах місцевих виробників, забезпечити у цьому контексті коригування нормативних документів.

Література

1. Світова економіка: Підручник / А. С. Філіпенко, О. І. Рогач, О. І. Шнирков та ін. – К.: Либідь, 2000. – 582 с.
2. Europejska klasyfikacja działalności, ośrodek Badańczo – Rozwojowy, Warszawy, 1994.
3. Спиридонов И. А. Мировая экономика: Уч. пособие. – М.: Инфра, 1998.
4. Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 1998. – № 10.
5. Шишков Ю. Внешнеэкономические связи в XX в. – от упадка к глобализации / Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 8. – С. 14–21.
6. World Trade Organization. Annual Report 1998. – Vol. II. – P. 66.
7. Maly Rocznik statystyczny Polski, 2001, Stowny urzal statystyczny, Warszawa. Rok XLIV, 2001.
8. WWW.meta-ukaine.Com/туризм/Електронні вісті/.
9. Сенин В. С. Организация международного туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000.
10. Маркова В. Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 1996.
11. Статистичний щорічник України за 2000 рік. Державний комітет статистики України. – К.: Українська енциклопедія, 2001.
12. Туризм в Україні. Статистичний бюлетень. – К., 2001.