

ОСОБЛИВОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

Товт К.С.

У статті досліджуються проблеми формування світового ринку послуг, дається характеристика особливостям і тенденціям міжнародної торгівлі послугами, основним способом їх надання, наведена статистична інформація щодо частки сфери послуг у ВВП, їх структури у торгівлі послугами в окремих країнах Європейського співтовариства, особлива увага приділена одному з важливіших видів таких послуг – купівлі-продажу послуг туризму, визначенню факторів привабливості для туристів окремих регіонів світу, а також досліджені питання становлення і розвитку українського ринку послуг в контексті їх світового розвитку

Кількість бібліографічних посилань – 24; мова – українська.

Ключові слова: міжнародна торгівля, ринок послуг, структура ринку послуг, український ринок послуг.

ВСТУП

Перехід світової економіки від індустріального до інформаційного етапу свого розвитку значно підвищує значення послуг у господарському житті. В зв'язку з цим постіндустріальну стадію виробництва в країнах Заходу часто визначають як «економіку послуг», і для цього є вагомі підстави. Прикладні наукові дослідження, які є складовою сфери послуг, визначають інноваційний розвиток матеріального виробництва. Ефективна сфера послуг, як важлива складова інфраструктури виробництва товарів, є необхідною передумовою його сталого розвитку.

Актуальність теми даної роботи пояснюється тим, що на сучасному етапі розвитку світової економіки сфера нематеріального виробництва, тобто сфера послуг, посіла важливе місце в економіці всіх країн. Якщо в минулому міжнародна торгівля являла собою обмін між країнами переважно товарами, то сучасна міжнародна торгівля характеризується подальшим зростанням обміну товарами і, разом з тим, стрімким розвитком міжнародного обміну послугами. У широкому плані це зумовлено особливостями розвитку продуктивних сил сучасного періоду, зрушеннями у структурі господарства під впливом НТР.

Аналіз теоретичного матеріалу, зокрема, робіт таких провідних науковців у галузі міжнародної економіки як Філіпенко А.С. [7,10,11,12], Кіреєв А.П. [5], Козик В.В.[5], Панкова Л.А.[5], Даниленко Н.Б.[5] та багатьох інших дає підстави стверджувати про особливості міжнародної торгівлі послугами, що впливає з ознак послуг як особливого виду товару. Треба зазначити, що на відміну від міжнародної торгівлі товарами, міжнарод-

ний обмін послугами ще недостатньо вивчений. Дуже недосконалою є статистика купівлі – продажу послуг. Наявні відомості дають лише приблизне уявлення про масштаби цієї сфери міжнародного обміну. Тому метою даної статті є визначити структуру послуг у міжнародній торгівлі, їх особливості, сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг, дослідити динаміку і структуру цього ринку та місце в ньому України.

Об'єктом дослідження виступає світовий ринок послуг, а предметом – сучасний стан міжнародної торгівлі послугами як однієї з форм міжнародних економічних відносин, що відіграє все більшу роль у розвитку світового господарства.

З огляду на важливість цієї проблеми автор має на меті розглянути і дослідити особливості та тенденції в міжнародній торгівлі послугами на сучасному етапі розвитку світового господарства, проаналізувати структуру світового ринку послуг і динаміку процесів на ньому в контексті глобалізації і спеціалізації, а також визначити місце України на цьому ринку.

Для досягнення даної мети застосовано методи індукції та дедукції, узагальнення, логічного моделювання, ідеалізації, системного підходу, аналізу та синтезу.

Теоретичну та інформаційну базу даного дослідження становлять законодавчі акти України [1,2], праці вітчизняних [4,6,7-10,11,12,14-18] та зарубіжних вчених [5,13], статистичні дані, що взяті з сайтів Інтернету [19-24].

Методологією досліджень є аналіз праць вітчизняних науковців з особливостей та тенденцій у міжнародній торгівлі послугами.

З метою висвітлення даної проблеми та результатів здійсненого дослідження структура статті побудована таким чином: в першому розділі дається загальна характеристика формування сфери

послуг у міжнародній торгівлі, у другому – досліджуються особливості і тенденції міжнародної торгівлі послугами, а в третьому – проблеми становлення і розвитку ринку послуг в Україні. В заключній частині викладені основні висновки щодо виконаного дослідження та даються рекомендації щодо можливих напрямів майбутніх досліджень.

1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФОРМУВАННЯ СФЕРИ ПОСЛУГ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Сфера послуг поступово стає домінуючою як у промислово розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються. Сектор послуг у розвинених країнах сягнув щонайменше половини отриманих прибутків. Так, частка послуг у ВВП розвинутих країн становить зараз близько 70%, а країн, що розвиваються – 55%. Значну роль відіграє сфера послуг і для забезпечення належної зайнятості, оскільки більше від виробництва товарів сприяє зростанню кількості робочих місць. Так, у сфері послуг розвинутих країн світу зайнято понад 60% працюючих [13, 24-25].

Міжнародна торгівля послугами є комплексом різномірних видів економічної діяльності, а предметом торгівлі при цьому виступають результати функціонування найважливіших сфер людської діяльності: науки, техніки, виробництва, керування. Торгівля послугами, за своїми базовими економічними принципами, переважно не відрізняється від звичайної товарної торгівлі, і базові схеми Смита, Рікардо, Хекшера – Оліна – Самуельсона та інших авторів-теоретиків міжнародної спеціалізації та організації торгівлі, кооперації між різними країнами можуть бути застосовані й щодо неї. Так само, як і у виробництві товарів, певні країни можуть мати відносні переваги у виробництві певних послуг та закуповувати інші послуги на міжнародному ринку.

Розвиток міжнародного ринку товарів обумовив формування та інтенсивний розвиток міжнародного ринку послуг, який займає значне місце в економіці держав світу. Світовий ринок послуг представляє собою сукупність економічних відносин з приводу надання послуг; це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, зокрема ринку транспортних послуг, комунікацій, обслуговування, громадського харчування, туристично – рекреаційних послуг. Готельний бізнес, рекламні й консалтингові послуги, страхові та фінансові послуги, агентські та брокерські послуги, адвокатські послуги, ріелтерські послуги, франчайзінг, торгівля ліцензіями і патентами, "ноу-хау", промисловими зразками та корисними моделями, інжиніринг, лізингові послуги тощо так само формують комплекс послуг, які пропонуються на згаданому ринку [3, 295-296]. Отже, світовий ринок послуг представляє собою сферу обміну послуг між країнами, і поряд зі світовими товар-

ними ринками є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин.

Послуга є специфічним товаром, що характеризується такими ознаками як невидимість і невідчутність, неможливість накопичення і зберігання, нерозривність процесу виробництва і реалізації, розрив у часі між фактом купівлі-продажу та фактом споживання, високий ступінь індивідуалізації залежно від вимог споживача, територіальна розрізненість їх виробника та споживача, отримання мультиплікаційного ефекту.

Міжнародна природа послуги проявляється або в безпосередньо міжнародному її характері, або в різноманітних економічних наслідках певної комерційної акції, які можуть бути пов'язані з виникненням різного роду зобов'язань або перспектив щодо подальшого співробітництва різнонаціональних контрагентів. Отже, характеристики міжнародних послуг досить широкі, що передусім зумовлюється їхньою різноманітністю, різнохарактерністю, а також тим, що реєстрація міжнародних послуг здійснюється, як правило, згідно з положеннями внутрішнього законодавства, а не митними органами, як це властиво міжнародній торгівлі товарами.

У зв'язку з цим, міжнародна торгівля послугами порівняно з торгівлею товарами має такі особливості:

- торгівля переважно здійснюється на прямих контактах між виробниками послуг і їх споживачами;
- її регулювання здійснюється не на кордоні, а всередині країни відповідними положеннями внутрішнього законодавства;
- велика залежність обсягу послуг і їх вартості від складності та наукомісткості товарів;
- значно більша захищеність державою виробництва і реалізації послуг, ніж сфери матеріального виробництва і торгівлі;
- послуги, що надходять в особисте споживання (туризм, освіта, культура) не можуть бути задіяні у господарському обороті.

Специфічність послуг як товару та загальні особливості торгівлі послугами обумовлюють особливості торгівлі окремими послугами.

Різні характеристики послуг впливають на спосіб, яким здійснюються міжнародні операції. Якщо міжнародні операції з товарами передбачають їх фізичне переміщення з однієї країни до іншої, то тільки деякі види операцій з послугами передбачають рух через кордони. Однак для більшості операцій у сфері послуг час і місце споживання не можна відокремити, що вимагає наближення постачальника послуг до споживача.

Послуги на міжнародному рівні надаються із застосуванням чотирьох способів, зокрема:

- 1) транскордонне постачання, тобто надання послуг через кордон. Постачальник і споживач послуги не переміщуються через кордон, його перетинає тільки послуга. Прикладами транскордонних операцій можуть бути послуги, що передаються че-

рез засоби телекомунікації (консультації по телефону або по факсу, постачання послуг поштою, переказ грошей через банки) чи послуги, вкладені в товари (технічний звіт консультанта, програмне забезпечення на дискеті), транспортні послуги;

2) споживання за кордоном, тобто переміщення споживачів до країни експорту. Постачальник не переміщується (туризм, освіта, медичні послуги в лікарні іншої країни, послуги з ремонту суден, якщо судно однієї країни відправляється до іншого для ремонту);

3) комерційна присутність, тобто створення комерційної присутності в країні, у якій повинні надаватися послуги (відкриття філії чи дочірньої компанії). Постачальник послуг переміщується, а споживач не переміщується (наприклад, прямі іноземні інвестиції, тимчасова трудова міграція, банківська послуга, що надається через філію чи відділення іноземного банку);

4) присутність фізичних осіб, тобто тимчасовий переїзд фізичних осіб до іншої країни за-

ради надання там послуг (наприклад, гастролі театрів, артистів, лекції професорів університетів, послуги архітекторів, юристів, подорожування іноземного консультанта до країни для надання консультаційних послуг) [13, 204-211].

У рамках сфери послуг об'єднується широке коло видів господарської діяльності, спрямованих на задоволення особистих потреб населення і потреб виробництва, а також потреб суспільства загалом. На кінець ХХ – початок ХХІ століття сфера послуг у провідних зарубіжних країнах виросла в значний сектор господарства: сумарна частка транспорту, зв'язку, гуртової та роздрібної торгівлі, кредитно-фінансових установ, страхового бізнесу, побутових, ділових та соціально-культурних послуг досягла 62-74% у складі ВВП (дані по окремих країнах світу подані в таблиці 1), 63-75 % – в загальній чисельності зайнятих і перевищила 50 % загального обсягу капіталовкладень.

Таблиця 1 Частка сфери послуг у ВВП окремих країн світу, у % [19]

	1995	2002
	Частка послуг у ВВП	Частка послуг у ВВП
Європейський союз:		
Австрія	66,7	67,2
Франція	70,5	72,4
Німеччина	66,6	69,7
Італія	66,7	69,5
Іспанія	66,0	67,9
Швеція	67,2	70,1
Великобританія	67,3	72,6
Центральна і Східна Європа:		
Болгарія	54,3	57,9
Чехія	53,4	55,8
Угорщина	62,3	64,4
Польща	33,3	64,8
Румунія	38,8	51,2
Словаччина	55,8	63,8
Білорусь	48,0	52,3
Російська Федерація	55,3	56,1
Україна	43,7	47,9
Північна Америка:		
Канада	66,4	67,3
США	72,3	73,9

Отже, головними учасниками світового ринку послуг є традиційні лідери світової економіки останніх десятиліть і навіть століть. Це – США, Великобританія, Німеччина, Японія, Італія, Франція, Нідерланди. Ці країни не тільки надають найбільший обсяг послуг, а й забезпечують найрізноманітнішу номенклатуру послуг, її високотехнологічні зразки. Ці ж самі індустріальні країни як най-

більш забезпечені з фінансового погляду, а також Китай та Індія, завдячуючи своїм розмірам, є провідними імпортерами послуг.

Для країн, що розвиваються, характерна наявність негативного сальдо в зовнішній торгівлі послугами; сказане вище, однак, не виключає, що деякі з них є великими експортерами послуг. Так, наприклад, Республіка Корея спеціалізується на ін-

женерно-консультаційних і будівельних послугах, Мексика на туристичних, Сінгапур є великим фінансовим центром. Багато дрібних острівних держав основну частину експортних доходів одержують за рахунок туризму.

Україна, Росія, інші держави СНД, а також країни Балтії хоча і мають потенційні резерви для розвитку туризму, транспортних послуг (організують морські перевезення), їхньому широкому експорту заважає слабка матеріально-технічна база, як і недоліки господарського механізму. Західноєвропейські країни високу якість своїх послуг доповнюють застосуванням широкого спектра обмежень на використання іноземних послуг, у тому числі і з країн СНД.

2 ОСОБЛИВОСТІ І ТЕНДЕНЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

Надзвичайно важливим фактором динамізму, функціонального та структурного ускладнення і якісного вдосконалення послуг є науково-технічний прогрес, який радикально змінює основні характеристики і традиційні уявлення про цю сферу, її роль у розвинутих країнах. Значна група галузей опинилася в центрі науково-технічних змін, що докорінним чином змінили їх науково-технічну базу на основі інформаційних технологій і комп'ютерної техніки. Саме поняття "послуги" вже не асоціюється, як раніше, з досить вузьким колом низькопрестижних послуг, в основному побутових. Цю сферу визначає група наукоємних галузей телекомунікації, кредитно-фінансові і страхові послуги, ділові послуги наукового зміс-

ту, сфери освіти, охорони здоров'я, культури, які у поєднанні з наукоємними галузями промисловості формують динамічне ядро постіндустріальної економіки. Традиційні ж послуги (побутові, ремонт і обслуговування автотранспорту, культурно-розважальні та ряд інших) в сучасній економіці віднесені на другорядні позиції.

Нові технології набагато зменшують традиційні часові та географічні бар'єри між виробниками і споживачами багатьох послуг, відкривають для них світовий ринок. За допомогою інформаційних мереж, комп'ютерних систем та інших пристроїв споживачі отримують доступ до величезного масиву інформації, в режимі реального часу здійснюють торгові та фінансові операції, користуються широким набором послуг. Створюються умови для контактів на відстані виробників і споживачів послуг освіти і медицини.

Особливе місце у сфері послуг займають послуги туризму, угоди з купівлі-продажу яких здійснюються на туристичному ринку. Необхідними складовими пропозиції на ринку послуг туризму є: наявність виробників послуг – туристичних фірм, які працюють на задоволення потреб туристів і отримують прибуток; розвинута туристична індустрія – готелі та інші місця розміщення туристів, засоби транспорту, об'єкти громадського харчування, організації з екскурсійних послуг та турагентської діяльності тощо; туристичні ресурси – природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, що можуть зацікавити туристів. Фактори зростання привабливості для туристів окремих регіонів світу, опубліковані Комісією ЄС, наведені в таблиці 2:

Таблиця 2 Фактори зростання привабливості для туристів окремих регіонів світу [6,162]

Найпопулярніші країни регіону	Фактори зростання привабливості
<i>Південноамериканський регіон</i>	
Бразилія	Широкий розвиток екологічних турів по Амазонії Екзотична природа Сучасна архітектура
<i>Європейський регіон</i>	
Франція Англія Німеччина Фінляндія	Висока концентрація історичних та культурних цінностей Спрощений візовий режим (можливість широкого спектра комплексних турів)
<i>Середземноморський регіон</i>	
Регіон в цілому	Розвинута інфраструктура туризму Високий рівень обслуговування Комфортний клімат Велика тривалість туристичного сезону Поєднання відпочинку біля моря з оглядом визначних пам'яток
<i>Азійський регіон</i>	
ОАЕ	Низькі ціни на електроніку та побутову техніку високої якості Високий рівень сервісу Мінімальні податки Спрощена система візового режиму
Регіон в цілому	Екзотична природа і культура Зручний транзитний шлях для туристів, що летять в Австралію та Океанію Головний напрямок «пляжного» відпочинку взимку

Для багатьох країн міжнародний туризм став важливим джерелом валютних надходжень, однією з провідних, якщо не головною статтею ВВП. Причому це стосується не тільки курортних островів та порівняно невеликих країн, що розвиваються, а й ряду провідних індустріально розвинутих країн. Звичайно, що для таких країн, як Кіпр, Монако, туристичний бізнес є домінуючою статтею ВВП.

Найбільш швидко розвиваються ділові поїздки. Їх темпи вдвічі перевищують інші види туризму, що пов'язано з інтернаціоналізацією бізнесу. Це торкається як ТНК, так і спільних підприємств. Створення туристичних центрів вимагає розвитку інфраструктури, заснованої на новітній інформаційній технології, витрати на яку іноді у 2 рази перевищують безпосередні інвестиції в будів-

ництво. Великими є витрати на підготовку кадрів. Особливістю туристичних послуг як товару є те, що більша їх частина виробляється з мінімальними витратами на місці і, як правило, без використання національної валюти.

Великий обсяг туристичних послуг виробляють Франція, Італія, Канада, Швейцарія, де туризм приносить 40-50% експортного виторгу. Так, Франція, як безперечний лідер у сфері туризму, у 2001 році прийняла 75млн. 595 тис. іноземних туристів, що на 21% більше, ніж у 1996 році, а Іспанія, яка займає друге місце у списку найбільших експортерів туристичних послуг – 47млн. 898 тис. чоловік, тобто на 32% більше, ніж у 1996 році (таблиця 3). Найбільшими імпортерами туристичних послуг є США, Німеччина, Великобританія, Чехія, Польща.

Таблиця 3 Експорт-імпорт туристичних послуг в окремих країнах світу [20]

Країни світу	Експорт туризму Число туристів (тис.чол.)		Імпорт туризму Число туристів (тис. чол.)	
	1996	2001	1996	2001
<i>ЄС:</i>				
Австрія	17 090	17 982	3 713	4 660
Франція	62 406	75 595	18 151	17 369
Німеччина	15 205	18 983	55 800	74 400
Італія	32 943	41 181	18 173	21 993
Іспанія	36 221	47 898	4 224	4 794
Великобританія	25 163	25 209	46 050	56 837
<i>Центральна і Східна Європа:</i>				
Болгарія	2 795	2 785	3 006	2 337
Чехія	4 558	4 666	48 614	38 177
Польща	19410	17400	44713	56677
Румунія	3028	3274	5748	6388
Словаччина	951	1053	318	388
<i>СНД:</i>				
Російська Федерація	16208	21169	12261	18371
<i>Північна Америка:</i>				
Канада	17 329	19 650	18 973	19 163
США	46 489	50 891	52 311	58 386

Щодо сучасного стану міжнародного туризму, то після трьох років помірному зростанню, у 2004 році в міжнародному туризмі спостерігалася рекордна ситуація. За даними конференції Всесвітньої організації туризму, що пройшла в Таїланді в лютому 2005 року, міжнародні подорожі досягли найвищого рівня за останні 20 років: 760 млн. подорожей. У даному випадку зростання порівняно з 2003 роком становило 10%, а не 5,1 %, як прогнозувалося [20]. Особливі зрушення відбуваються в Азійсько-Тихоокеанському регіоні (+29%) і на Середньому Сході (+20%). За прогнозами Всесвітньої організації туризму, незважаючи на трагічні події в

Азії, туристичний сектор знову покаже свою надзвичайну стійкість і здатність побороти складнощі, при цьому роблячи важливий внесок у швидке відновлення постраждалих від цунамі країн.

Загалом, решту послуг у сучасній економіці можна згрупувати в декілька значних, більш-менш однорідних підрозділів загальної, однак досить різномірної структури: зв'язок, кредитно-фінансова сфера, страхування, операції з нерухомістю, побутові послуги, ремонт і обслуговування автотранспорту, культурно-рекреаційна діяльність і блок послуг соціального профілю – освіта, охорона здоров'я, соціальні послуги різним категоріям населення. За за-

гальної поступальної динаміки послуг спостерігаються чітко виражені галузеві відмінності. За темпами росту в багатьох країнах лідирує комплекс ділових послуг. Це служба маркетингу і реклами, лізингові операції, науково-дослідницькі фірми, послуги з охорони і обслуговування приміщень, інженерно-будівельні і архітектурні послуги.

Швидше за все в цій галузі розвиваються комп'ютерні послуги, що формують базові риси економіки і в кінцевому рахунку визначають конкурентоспроможність країни на світовому ринку. Швидкими темпами розвивається консультаційний бізнес, функцією якого є розробка і надання клієнтам наукових рішень різноманітних господарських проблем у вигляді інформації, експертиз, консультацій або прямої участі за контактами в управлінні, вивченні ринків, розробці і реалізації засобів з підвищення ефективності тощо. Домінуючі позиції в експорті ліцензій займають США, на які припадає найбільша в світі частина видатків на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи. Надходження у США від продажу ліцензій становлять 56% світового обсягу платежів за ліцензійними угодами. Друге місце після США за експортом ліцензій належить Швейцарії, третє – Великобританії, четверте посідає Італія. Найбільші імпортери ліцензій – Японія, Італія, Німеччина, Франція. Міжнародна ліцензійна торгівля охоплює в основному продукцію прогресивних галузей промисловості: хімічної, електротехнічної, включаючи електроніку, машинобудування. Ці галузі промисловості поглинають основну частку видатків на наукові дослідження в розвинутих країнах.

Прискорено розвивається і ряд нетехнічних видів ділових послуг – служби з відбору персоналу (в тому числі і для тимчасових робіт), а також по забезпеченню зв'язків фірм з громадськістю, підтриманню на виробництві нормального соціального клімату.

У динамічне ядро даної сфери в багатьох країнах входять також телекомунікації, кредитно-фінансові і страхові послуги. Використовуючи передові інформаційні технології і можливості, що відкриваються завдяки політиці дерегулювання і лібералізації ринків, ці галузі за останні 15-20 років вийшли на якісно новий рівень в своєму технологічному оснащенні, якості обслуговування виробництва і населення, та сьогодні відіграють вирішальну роль в стрімкому процесі глобалізації господарського життя.

Вказані динамічні і структурні тенденції характерні практично для всіх розвинутих країн, хоча національна специфіка накладає помітний відбиток на конкретних показниках. Таким чином, у динаміці і структурі послуг прослідковується зрушення в сторону їх більш складних, наукоємних видів і соціальних послуг, що забезпечують якість економічного росту, соціальну стабільність і гуманізацію економічного життя.

3 СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

З початку 90-х років український ринок послуг знаходиться у процесі активного розвитку. Ринок розвивається в умовах дедалі більш вираженої відкритості економіки України, зростання впливів з боку глобалізації. Фактично, відбувається швидке становлення цього ринку, формування відносин між його суб'єктами, а також самих цих суб'єктів в умовах тісної міжнародної конкуренції.

Сфера послуг відіграє важливу роль у вирішенні питання зайнятості населення України: частка зайнятих у сфері послуг перевищує 50% від загальної їх кількості. У структурі українського ринку послуг переважають традиційні галузі. Так, у 2002 році у структурі зовнішньоторговельного обороту найбільша частка припадала на транспортні послуги (65%), серед яких найбільшу частину займали послуги трубопровідного транспорту (53%). Водночас, економічні реформи в Україні призвели не тільки до активізації розвитку традиційних галузей, але й до створення нових видів послуг (аудиторські, консалтингові, комп'ютерні, бухгалтерські, послуги на ринку нерухомості, рекламні послуги, приватна охоронна діяльність тощо). Проте, в цілому, українська індустрія послуг характеризується як така, що знаходиться у стадії розвитку. Важливе значення має подальше удосконалення транспортних, телекомунікаційних, фінансових послуг, що є основою інфраструктури всієї економіки. Більшість секторів послуг (наприклад, туристичні, юридичні, консультаційні), не вимагаючи значних капіталовкладень, забезпечують створення робочих місць. Інші сектори, такі як будівництво, стимулюють розвиток широкого кола секторів промисловості. Важливе соціальне значення мають такі сектори послуг, як охорона здоров'я, освіта, соціальне страхування, послуги з організації дозвілля. Суттєвим чинником, що впливає на розвиток української сфери послуг, є характеристика трудових ресурсів. У цьому відношенні цей сектор економіки має суттєві потенційні можливості:

- порівняно низька вартість робочої сили, що особливо важливо для трудомістких послуг; у цілому високий освітній рівень робочої сили;
- спроможність оперативно пристосовуватися до вимог економічного середовища, виявляти ініціативу і творчий підхід.

Про зростання ролі послуг в економіці України свідчить збільшення частки послуг у ВВП. Так, у 2002 році частка сфери послуг у ВВП України склала близько 54,8%, у той час як у 1990 році цей показник складав всього 20,3%.

Останніми роками найбільша активність спостерігалася у банківській сфері та страхуванні, у сфері телекомунікацій та комп'ютерних технологій, торгівлі і харчуванні, туризмі та індустрії розваг (структура платних послуг в Україні подана в таблиці 4).

Таблиця 4 Платні послуги за видами (у фактичних цінах; млн. грн) [22]

Види платних послуг	1995	1998	2000	2003
Усі надані послуги у тому числі:	3704	9845	11625	15766
побутові	358	718	840	1046
пасажирського транспорту	856	1929	2205	2742
зв'язку	266	1062	1365	1896
житлово-комунальні	1516	4338	5013	7135
виховання та освіти	43	606	899	1280
культури, відпочинку та розваг	39	86	101	128
туристсько-екскурсійні	68	60	61	85
фізичної культури та спорту	4	9	13	17
охорони здоров'я	42	129	133	180
санаторно-курортні та оздоровчі	373	600	603	727
Правові, установ банків України, посередницькі	33	96	101	183

У цілому український ринок послуг ще недостатньо розвинутий і містить досить вузький спектр секторів, у яких спостерігається активність і розвиток.

Україна має насамперед перспективи для розвитку таких секторів послуг, як:

- послуги зв'язку (телекомунікаційні, аудіо-візуальні);
- фінансові послуги, у тому числі банківські і страхові;
- транспортні послуги (морський, річковий, авіаційний, космічний, автомобільний, залізничний, трубопровідний транспорт);
- комп'ютерні послуги;
- науково-дослідницькі послуги;
- будівельні та пов'язані з ними інженерні послуги;
- послуги туризму;
- послуги, пов'язані з охороною здоров'я.

У секторах телекомунікаційних і фінансових послуг вагоме значення має наявність капіталів. У сфері фінансових послуг діє значна кількість відносно невеликих банків. Слабкість інститутів фінансового посередництва та інфраструктури у секторі телекомунікацій створює перешкоди для економічного зростання, не сприяє швидкому запровадженню новітніх технологій. Іноземні інвестиції у ці сектори можуть принести більш перспективні, економічно нові технології.

Провідне місце у структурі послуг займає транспорт. Однак, Україні як транзитній державі, необхідно приділяти більшу увагу, крім трубопровідного транспорту, розвитку інших видів транспортних послуг. Завдяки технологічним можливостям та потенціалу в галузях літако- і суднобудування, Україна має хороші перспективи для розвитку додаткових транспортних послуг, пов'язаних з ремонтом і обслуговуванням.

Протягом останніх років спостерігаються позитивні тенденції в процесах регулювання галу-

зей послуг. Відносно розширення позицій галузей, діючих безпосередньо на приватнопідприємницькій основі, означає підвищення ролі ринкових регуляторів. Більшу свободу ринкові сили отримують в багатьох країнах і в результаті приватизації і дерегулювання ряду послуг, перш за все транспорту, телекомунікацій, кредитно-фінансової сфери, страхування. У ході реформування держави, націленої на створення компактного і ефективного державного сектора, переглядається концептуальна основа її діяльності, іде пошук більш раціональної моделі державного втручання в господарство, в тому числі і в галузі соціально-культурного блоку.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного дослідження світового ринку послуг взагалі і ринку послуг в Україні зокрема, можна визначити основні тенденції у торгівлі послугами, що мають місце протягом останніх років, та зробити наступні висновки.

1. Перш за все, показником активного розвитку сфери послуг є зростання частки послуг у складі ВВП країн, яка на сьогодні складає в середньому 74 % для розвинених країн Заходу. Разом з тим, вищою порівняно з попередніми роками, є ця частка і для решти країн світу. На даному етапі розвитку світової економіки потреби в розвитку послуг виходять за рамки виключно економічних: сьогодні в рамках процесу гуманізації економічного розвитку сфера послуг все більше спрямовується на задоволення різноманітних потреб людини – культурних, соціальних, духовних – і на вдосконалення людства.

2. Торгівля послугами розвивається більш швидкими темпами, ніж зовнішня торгівля загалом: якщо ринок послуг зріс удвоє за період з кінця 80-х – початку 90-х років до 1997, тобто за 7-8 років, то таке ж двократне збільшення світового

експорту відбулось за останні 15 років. Стимулом цього був по-перше, розвиток науково-технічного прогресу, який посилює соціалізацію економіки в цілому і сфери послуг зокрема. По-друге, ріст життєвого рівня закономірно призводить до зростання потреб у нових видах послуг. По-третє, розвиток промисловості і сільського господарства призводить до вивільнення робочої сили, яка переливається у сферу послуг. По-четверте, перекваліфікація робочих місць, включаючи сферу управління, що обумовлено потребою у зменшенні витрат з метою підвищення конкурентоспроможності продукції і формування окремих незалежних платних консалтингових послуг. Крім цього, різке зниження транспортних витрат збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, нові форми й засоби супутникового зв'язку та відеотехніки в ряді випадків дають змогу взагалі відмовитися від особистого спілкування продавця і покупця.

3. У значній мірі проявляється вплив науково-технічного прогресу на розвиток ринку послуг – багатоплановий вплив на послуги здійснює сучасна науково-технічна революція. Виник і утвердився на ринках цілий спектр нових, наукомістких послуг, радикально оновлюються їх традиційні види, підвищуються якісні показники обслуговування. Знімаючи технічні бар'єри для передачі багатьох послуг на відстань, нові технології відкривають для них світовий ринок. Виняткового значення сьогодні набувають Інтернет-технології. Розширення асортименту послуг досягається також за рахунок такого явища як «екстерналізація» послуг – виділення в самостійні ланки господарської структури операцій, які раніше були складовою частиною виробництва або домашнього господарства.

3. Зростає роль ринкових регуляторів на державному рівні – більшу свободу ринкові сили отримують в багатьох країнах і в результаті приватизації і дерегулювання ряду послуг. В ході реформування держави, націленої на створення компакт-

ного і ефективного державного сектора, іде пошук більш раціональної моделі державного втручання в господарство, в тому числі щодо послуг.

4. Слід зазначити, що ці тенденції є характерними не лише для розвинених країн Заходу: з лібералізацією доступу на український ринок іноземних виробників послуг для нашої держави відкриваються нові можливості щодо експорту вітчизняних послуг та інтеграції України у систему міжнародних економічних відносин. Беручи до уваги євроінтеграційні прагнення нашої держави і намір вступу до СОТ, слід зазначити, що українська сфера послуг вимагає реформування і підведення до стандартів ЄС. Перш за все це стосується збалансування сфери послуг та реформування галузі, що займає значне місце у експорті України, тобто транспортних послуг. Стратегічними напрямками реформування транспортного комплексу слід вважати децентралізацію, демонополізацію, роздержавлення, а в контексті європейської інтеграції стратегічної ваги набуває завдання приведення транспортної інфраструктури, рухомого складу, механізмів управління і контролю до стандартів ЄС. Пріоритетними об'єктами інвестицій повинні стати українські ділянки критських транспортних коридорів.

Отже, розвиток світової економіки протягом останніх десятиліть характеризується прискореним зростанням ролі невиробничої сфери, що є обов'язковою передумовою соціального розвитку і добробуту. Тому цілком очевидно, що в недалекому майбутньому термін «економіка послуг» стосуватиметься не лише промислово розвинених країн Заходу, але й світової економіки загалом і України зокрема.

Перспективами подальших розвідок у цьому напрямку дослідження може бути вивчення регулятивних механізмів держави щодо впливу на активізацію розвитку ринку послуг в Україні та її виходу на лідируючі позиції на світовому їх ринку.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 21 липня 1991 р. / ВВР України. – 1991. – № 29.
2. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. / ВВР України. – 1995. – № 32.
3. Економічний словник-довідник: За ред. проф. Мочерного. – К., Феміна, 1995. – 368 с.
4. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг : Підручник. – К.: Знання України, 2004. – 280с.
5. Киреев А.П. Международная экономика: Учеб.пособие для вузов: В 2 ч. – Ч.1: Международная экономика: движение товаров и факторов производства.- М.: 1999. – 416 с.
6. Козик В.В., Панкова Л.А., Даниленко Н.Б. Міжнародні економічні відносини. Навч. посібник. – К.: Знання, 2004. – 406 с.
7. Міжнародні фінанси: Підручник / О.І.Рогач, А.С.Філіпенко, Т.С.Шемет та ін / Під ред. О. І. Рогача. – К.: Либідь, 2003. – 784с.
8. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 984 с.
9. Система світової торгівлі. Практ. посібник – Київ: К.І.С., 2002. – 305 с.
10. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А.С.Філіпенко, В.С.Будкін, А.С. Гальчинський та ін. – К., 2002. – 420с.
11. Філіпенко А.С., Рогач О.І., Шнирков О.І. та ін. Світова економіка (підручник). – К., 2001. – 582 с.
12. Філіпенко А.С., Моринець С.Я., Вергун В.А. та ін., Міжнародні економічні відносини: Сучас.міжнар.екон. відносини. – К.: Либідь, 1992. – 364 с.
13. Фомичев В. И. Международная торговля: Учебник. – М.:ИНФРА – М., 2001. – 301 с.

14. Ковальов С. Україна на ринку Європейського союзу // Діловий вісник (журнал Торгово – промислової палати України). – 2004. – № 05(120). – С.24-28.
15. Олєфір В. Більше послуг, хороших і різних // Зовнішньоекономічна діяльність. – 2004. – №2. – С.86-92.
16. Сіденко В. Співпраця ЄС та України // Аналітичний щоквартальник Представництва Європейської Комісії в Україні. – 2003. – №3. – С. 90-91.
17. Фурман С. Світові тенденції розвитку ринку страхових послуг // Економіст. – 2004. – №8. – С.50-53.
18. Чорноморські транспортні системи – міст між Європою і Азією // UA Service (Український автотранспортний журнал). – 2002. – №2. – с.2-3.
19. <http://www.wto.org> – Офіційний сайт Світової організації торгівлі
20. <http://www.world-tourism.org> – Офіційний сайт Всесвітньої організації туризму
21. <http://www.rada.gov.ua> – Офіційний сайт Верховної Ради України
22. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Офіційний сайт Державного комітету статистики України
23. <http://www.eurostat.gov.ua> – Статистична комісія Європейського Союзу
24. <http://www.un.org> - Офіційний сайт ООН

УДК 339.727.24

РОЛЬ ОФШОРНИХ ЗОН У ВИВОЗІ КАПІТАЛУ З УКРАЇНИ

Славік Р.В.

Після проголошення незалежності в Україні розпочалися приватизаційні процеси. Характерною особливістю української приватизації стало те, що ряд стратегічних для економіки підприємств (обленерго, нафтопереробні заводи, металургійні комбінати), опинилися у власності офшорних компаній. Це нерідко призводило до утворення монополій. Офшорні компанії активно використовувались для ухилення від сплати податків в Україні. Це призвело до виснаження державного бюджету. Так, за різними даними, тільки 25-30% ВВП перерозподіляється через бюджет. Часто офшорні зони були задіяні також для легалізації капіталів, отриманих злочинним шляхом. Разом з тим, використання офшорних компаній дає змогу легально понизити податкові витрати підприємства. Таким чином, офшорні зони відіграють активну роль у економіці України. У даній статті дається оцінка діяльності офшорних компаній на Україні, а також досліджується проблема боротьби з негативними явищами, пов'язаними з офшорами.

Кількість бібліографічних посилань – 10; мова – українська.

Ключові слова: офшорні компанії, приватизація, легалізація, капітал, траст, лізинг, давальницька сировина, FATF.

ВСТУП

Вперше термін „офшор” (off shore – поза берегом) було вжито на шпальтах однієї з американських газет на початку 50-х років по відношенню до американської компанії, яка, внаслідок географічної винахідливості, перемістила свою діяльність за межі податкової юрисдикції США з метою мінімізації податкових витрат. У 60 — 90-і роки ХХ ст. в країнах, що розвиваються, відзначалося розширення офшорної діяльності. У цей період збільшилися масштаби руху капіталу через офшори, підвищилася роль офшорних центрів у світовій економіці. Так, в останні роки, за оцінками, від 1/3 до 1/2 світових грошових потоків

проходило через ці центри; вони обслуговували до 50% світового руху капіталу. За даними ФБР США, на рахунках банків і інвестиційних компаній, зареєстрованих у 42 офшорних центрах світу, зосереджене близько 5 трлн. дол.[1; С. 98].

У світовій практиці офшорні компанії використовуються здебільшого для оптимізації податкових витрат. В Україні майже все, що зв'язано з офшорами має кримінальний відтінок. За оцінками фахівців, від 50 до 60 % економіки України знаходиться „в тіні”. А це близько 4-5 млрд. дол. щороку, які недоотримує державний бюджет. Значна частина цих коштів, через наявність різних схем, осідає у офшорних центрах і, або не повертається в Україну взагалі, або повертається у вигляді інвестицій. За оцінками фахівців, від 30 до 55% (залежно від галузі) інвестицій в Україну внесено українцями через офшорні ком-

Славік Роман Володимирович, студент 5 курсу факультету міжнародних економічних відносин УжНУ, тел. 80503726039