

**Микроэкономика**

Юлия МЕЛЬНИК

**ВЫХОД УКРАИНСКИХ КОМПАНИЙ
НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК УСЛУГ:
ВОЗМОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ****Резюме**

Затронута проблема выхода украинских компаний на международный рынок услуг. Охарактеризованы детерминанты конкурентных преимуществ отечественных компаний на международном рынке услуг. Осуществлена оценка возможностей и направлений использования ими стратегий кластеризации, аутсорсинга и транснационализации.

Ключевые слова

Международный рынок услуг, детерминанты конкурентных преимуществ, стратегия кластеризации, стратегия аутсорсинга, стратегия транснационализации.

Классификация по JEL: F10; F15.

© Юлия Мельник, 2007.

Мельник Юлия, аспирант кафедры финансового инжиниринга, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.

Вступление

Реализация стратегических приоритетов Украины на международном рынке услуг на микроуровне предусматривает прежде всего разработку соответствующей политики отечественных предприятий по выходу на этот рынок, а также прогнозирование возможных последствий таких действий для экономики и населения страны. Формирование любой экономической политики включает 3 основных этапа: точную и однозначную формулировку целей; разработку программы действий для их достижения (стратегии); оценку уровня силы (и возможностей ее аккумуляции), необходимой для достижения поставленных целей и задач.

Проблеме конкурентоспособности предприятий на международных рынках уделяли внимание как зарубежные (в частности, М. Портер [1], Чан Ким У., Моборн Р. [2]), так и отечественные ученые (Я. Жалило, Я. Базилюк, Я. Белинска [3]). Однако конкурентные преимущества и особенности вхождения Украины на международные рынки услуг остаются недостаточно исследованными.

Целями отечественных компаний, связанных с выходом на международные рынки услуг, в соответствии со стратегическими приоритетами Украины, должны стать: повышение конкурентоспособности украинских провайдеров на этих рынках услуг; увеличение экспорта услуг приоритетных сервисных отраслей, изменение структуры экспорта; самостоятельный выход отечественных предприятий на международный рынок услуг путем коммерческого присутствия.

Учитывая это, актуальной является проблема оценки их возможностей достижения этих целей, определения перспектив и выбора стратегий.

Детерминанты конкурентных преимуществ украинских предприятий на международном рынке услуг

Согласно теории конкурентных преимуществ («ромб Портера») [1: 174], возможность достижения страной успеха на международном рынке услуг в той или иной отрасли можно определить по четырем детерминантам конкурентных преимуществ: факторные условия; условия спроса; смежные и поддерживающие отрасли; стратегия, структура и соперничество фирм, от которых зависит возможность формирования сервисных компаний мирового класса.

На сегодня в Украине сформировался ряд факторных условий, благоприятных для роста конкурентоспособности на отдельных международных рынках услуг. В первую очередь следует обратить внимание на те факторы, которые обеспечивают конкурентоспособность приоритетных отраслей с точки зрения стратегических интересов Украины на этих рынках (табл. 1).

Таблица 1

Факторные условия для обеспечения конкурентоспособности Украины в отдельных отраслях международного рынка услуг

Фактор конкурентоспособности	Отрасль услуг, развитию которой способствует фактор	Проблемы, обуславливающие недостаточный уровень конкурентоспособности
Географическое положение	Транспортные услуги	Недостаточное использование транзитности территории, отсутствие проектов по строительству новых транспортных путей и трубопроводов
Природные условия	Туристические услуги, транспортные услуги	Недостаточный уровень инвестиций в повышении качества услуг и инновации
Часовой пояс	Деловые услуги (аутсорсинг, профессиональные услуги, телемедицина)	–
Инфраструктура	Транспортные, деловые, телекоммуникационные, туристические услуги	Слабое звено отечественного рынка услуг. Недостаточный уровень развития информационно-телекоммуникационной, финансовой, гостиничной, транспортной инфраструктуры
Рабочая сила	Все виды услуг	Недостаточный уровень владения иностранными языками
Культурные различия	Туристические услуги	–

Источник: составлена автором.

Несмотря на то что транспортные услуги занимают львиную долю в структуре экспорта услуг Украины (73,03%), благоприятные природные условия и географическое положение используются не в полной степени. Анализ современных тенденций на международном рынке услуг [4: 364–376] показал стабильный рост объемов перевозок, создающих предпосылки для включения Украины в эти процессы при условии совершенствования транспортной системы.

В то же время существует перечень проблем, препятствующих повышению конкурентоспособности Украины на международном рынке транспортных услуг: во-первых, несоответствие транспортной системы Украины международным стандартам, что препятствует эффективной интеграции в евразийскую транспортную сеть (в первую очередь в железнодорожном и автомобильном транспорте); во-вторых, неравномерное распределение транспортных узлов по территории Украины (в частности, размещение аэропортов только в больших городах); в-третьих, неудовлетворительное состояние дорог и подвижного состава транспорта; в-четвертых, несовершенство технологии организации перевозок и ее низкая безопасность (например, «фосфорная» авария во Львовской области стала серьезным ударом по стратегическим интересам Украины на рынке транспортных услуг); в-пятых, относительно высокая стоимость перевозок, не соответствующих качеству предоставленных услуг.

Отмеченное актуализирует необходимость: внедрение современных технологий по организации перевозок с обновлением подвижного состава транспорта; развитие автомагистралей согласно международным стандартам по основным стратегическим направлениям (Европа-Азия, Север-Север); развитие конкурентной среды в отрасли транспортных услуг (при участии предприятий разных форм собственности, с привлечением зарубежных инвесторов); участие в международных проектах по строительству новых трубопроводов, которые будут проходить по территории Украины; расширение видов и совершенствование экспортных транспортных услуг.

Важную роль в развитии транспортной инфраструктуры может играть строительство платных автодорог с их передачей в концессию, в том числе с привлечением ПИИ. Необходимость использования концессии обусловлена тем, что современное состояние экономики, дефицит бюджета не позволяют направить значительные инвестиционные ресурсы на строительство автодорог. Так, 1 км такой магистральной автодороги европейского уровня стоит 12–18 млн грн., строительство 250 км дороги Киев–Одесса по параметрам первой категории оценено приблизительно в 5,4 млрд грн. А подготовка транспортной инфраструктуры одного лишь г. Киева к чемпионату Евро-2012 по международным стандартам обойдется, по оценкам экспертов, суммой в 37,8 млрд грн. (около 7,5 млрд дол. США) [5]. В Украине уже принят ряд законодательных актов, которые служат основой для развития концессионного строительства дорог, в частности Законы Украины «О концессиях», «О концессиях на строительство и эксплуатацию автомо-

бильных дорог», пакет постановлений Кабинета Министров Украины относительно развития национальной сети автодорог в системе международных транспортных коридоров. В то же время, вопрос эффективности концессионной деятельности в стране остается открытым, поскольку первый концессионный проект на строительство дороги Львов–Краковец все еще не завершен, а второй, на строительство дороги Львов–Броды, только начат.

Аналогичная проблема существует и в отрасли туристических услуг – если натуральными и рекреационными ресурсами, культурным богатством и историей Украина владеет в полной мере для создания конкурентных преимуществ, то гостинично-туристическая инфраструктура остается слабым звеном туризма. По данным Koba International Real Estate Consulting, в Украине сегодня функционирует лишь 5 пятизвездочных гостиниц, 28 четырехзвездочных, 73 трехзвездочных, тогда как неклассифицированных насчитывается свыше 740 [6: 26]. Очевидным является то, что неклассифицированность 80% гостиниц является весомой преградой для успеха на международном рынке туристических услуг. Проблема связана с тем, что гостиничный бизнес требует больших затрат на этапе строительства объекта и его продвижения на рынке, особенно четырех- и пятизвездочных гостиниц (средняя смета семиэтажного четырехзвездочной гостиницы в центре Киева составляет около 50 млн дол., пятизвездочного – 60 млн дол.), при этом окупаются они не раньше, чем через 10 лет. В условиях дефицита гостиниц операторы и инвесторы имеют возможность получить сверхприбыль за счет высоких расценок на проживание. Например, номер Radisson SAS, который в странах Западной Европы стоит 100 евро, в Киеве предлагают за 330 евро [6: 25]. Наряду с этим, качество услуг, которые предоставляются отечественными гостиницами, не всегда соответствует зарубежным аналогам. В таких условиях потребители отдают предпочтение курортам Турции и Египта, сервис на которых на порядок выше, чем в Украине. В связи с тем, что отечественным провайдерам не хватает опыта в реализации гостиничных проектов, для развития данного фактора конкурентоспособности на международном рынке туристических услуг для Украины важно привлечение зарубежных партнеров (международных операторов гостиничной сети или гостиничных ТНК) на основе договоров о франчайзинге и контрактов на управление. Благодаря такому сотрудничеству с ТНК отечественные инвесторы получают известный бренд с хорошей репутацией и в то же время клиентов, лояльных к торговой марке.

Анализ современных тенденций на международном рынке услуг [4: 364–379] показал, что основным элементом его динамических сдвигов является развитая информационно-телекоммуникационная инфраструктура. В таких условиях ее можно рассматривать как рычаг, который поможет Украине занять определенные позиции на этом рынке, в первую очередь в отраслях деловых, телекоммуникационных услуг, и в то же время станет локомотивом развития всей экономики. Это обусловлено следующим:

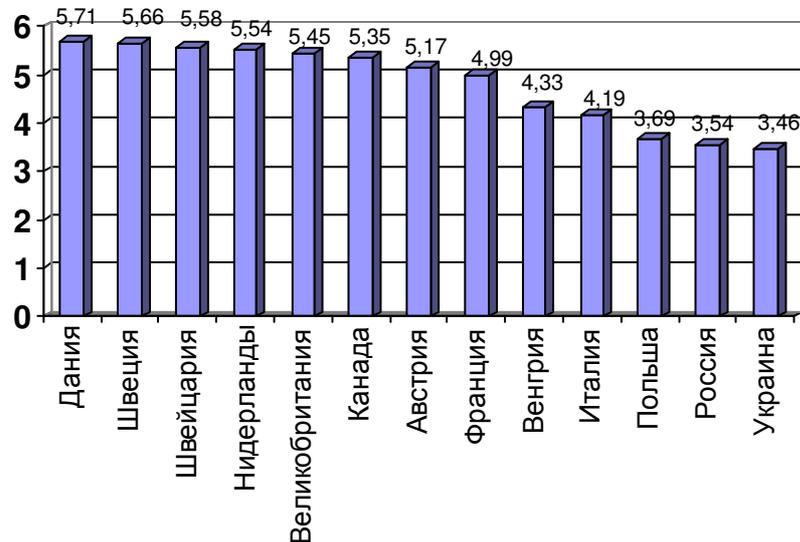
- во-первых, развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры способствует переходу страны к информационному обществу и «новой экономике». Согласно национальной стратегии развития информационного общества в Украине [7: 12], первой фазой перехода к нему является развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры страны путем привлечения внешних и внутренних инвестиций. В контексте данного процесса будет происходить укрепление связей и ускорение обмена информацией между отдельными звеньями экономики, появление и развитие новых и динамических видов услуг (таких, как накопление, обработка и передача данных, услуги колл-центров, создание специализированного программного обеспечения и других) и возможности выхода с ними на международный рынок услуг;
- во-вторых, развитие этого инфраструктурного звена повышает аутсорсинговый потенциал Украины, способствуя ее выходу на международный рынок деловых услуг. Так, по оценкам LOCOmonitor [8], данный фактор является одним из основных при выборе транснациональной корпорацией страны-реципиента для выполнения операций внешнего подряда;
- в-третьих, ускоренное развитие информационно-телекоммуникационной инфраструктуры уменьшит «цифровой разрыв» между страной-реципиентом и развитой страной-инвестором.

Сегодня все еще заметным остается отставание Украины по степени готовности IT-инфраструктуры и способности к функционированию в глобальной сети от развитых стран мира, в первую очередь от основных стран-инвесторов. По результатам отчета Global Information Technology Report Мирового экономического форума [9], в 2006–2007 гг. Украина заняла 75-е место из 122 стран по индексу готовности IT-инфраструктуры (Networked Readiness Index, NRI). Для сравнения, в 2004–2005 гг. она находилась на 82-м из 104-х стран, в 2003 г. – на 78-м из 102-х, а в 2002 г. – на 70-м месте из 82-х стран). Данный показатель приобретает особое значение в связи с перспективой развития глобальной сетевой экономики и виртуальных рынков услуг.

Рис. 1 свидетельствует о том, что Украина по индексу готовности к функционированию в глобальной сети (3,46) отстает от всех своих основных стран-инвесторов, большинство из которых являются членами ЕС (в частности, в Дании, Швеции и Нидерландах индекс составляет соответственно 5,71, 5,66 и 5,54). Уровень отставания фактически показывает выпадение нашей страны из контекста программы развития информационного общества в Европе, что препятствует реализации общеэкономического приоритета по интеграции Украины в ЕС и, соответственно, обостряет актуальность развития информационно-телекоммуникационной инфраструктуры.

Рисунок 1

Индекс готовности к функционированию в глобальной сети (NRI),
2007 г.



Источник: создано автором по: [9].

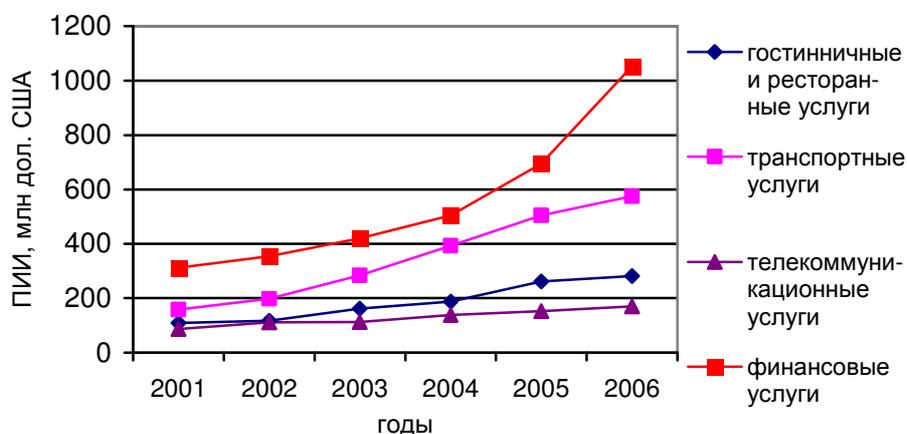
Значительное расширение информационно-телекоммуникационной сети, увеличение объемов предоставления этих услуг для сокращения «цифрового разрыва» возможно при условии широкого привлечения ПИИ, требующего создания соответствующего законодательства, предусматривающего либерализацию телекоммуникационного рынка. Анализ динамики поступления ПИИ в отрасли инфраструктурных услуг (рис. 2) показал, что наименьшей она была именно в секторе телекоммуникаций, что свидетельствует о низкой активности инвесторов в развитии информационно-телекоммуникационной инфраструктуры Украины.

Мировой опыт показывает, что достичь ускоренного развития этой сферы можно, привлекая в нее ПИИ, при условии ее либерализации и приватизации (предоставление национального режима зарубежным инвесторам и принятия на себя обязательств относительно доступа на рынок телекоммуникации согласно правилам ГАТС СОТ, проведение прозрачной приватизации предприятий отрасли связи и т. д.). Кроме того, необходимыми условиями для развития этого звена инфраструктуры и ее интеграции в мировое информационное пространство являются: ускорение введения

национальных стандартов по информационно-телекоммуникационным технологиям, гармонизированных с международными и европейскими стандартами, а также технических норм ЕС по информационно-телекоммуникационной инфраструктуре, электронному документообороту и т. д.; обеспечение разработки новой редакции Национальной программы информатизации, ее концепции с учетом современных требований (в частности, введения электронного правительства); обеспечение широкого введения электронного документооборота и цифровой подписи, электронных платежных систем, развитие электронной коммерции, электронных бирж, аукционов и депозитариев.

Рисунок 2

Динамика ПИИ в отрасли инфраструктурных услуг Украины, 2001–2006 гг.



Источник: создано автором по: [10].

Важную роль в развитии факторов конкурентоспособности стран на мировых рынках играют научно-исследовательские институты и НИОКР. Они позволяют искусственно развивать факторные условия, необходимые для новых прогрессивных отраслей. Несмотря на то, что в Украине сформирован великий научный потенциал в отрасли кибернетики и информатики, его реализация недостаточна. Так, отраслевое распределение начатых НИОКР в отрасли информационных и компьютерных технологий отличается от распределения завершенных НИОКР, в частности, в отрасли инфор-

матики зарегистрирована лишь половина фактически завершенных работ (400) из 803 начатых [11]. Эта проблема связана с недостаточным финансированием научных исследований в этой сфере, а потому решение ее зависит от привлечения государственного и частного капитала, повышения их заинтересованности в развитии специализированных технологий.

Такое факторное условие, как часовой пояс, способствует предоставлению ряда услуг в режиме он-лайн (деловых, профессиональных, телекоммуникационных) для потребителей стран того же часового пояса (для Украины это страны Восточноевропейского часового пояса – Беларусь, Болгария, Кипр, Египет, Эстония, Финляндия, Греция, Израиль, Иордания, Латвия, Ливан, Литва, Молдова, Палестина, Румыния, Россия, Сирия, Турция), а также позволяет осуществлять заказ по аутсорсингу для ТНК, предоставляя последним, таким образом, возможность обслуживать своих клиентов практически круглосуточно (речь идет о странах, находящихся в противоположном часовом поясе, таких как Аруба, Барбадос, Боливия, Доминиканская Республика, Гваделупа, Мартиника, Пуэрто-Рико, Тринидад и Тобаго, Венесуэла, Бразилия, Канада, Чили, Виргинские острова, некоторые штаты США).

Важным фактором конкурентоспособности Украины на международном рынке услуг может стать квалифицированная рабочая сила. Это связано с тем, что предоставление услуги предусматривает непосредственный контакт потребителя с работником компании-провайдера, соответственно, какие-то услуги зависят в первую очередь именно от такого контакта. Однако сам факт наличия квалифицированных трудовых ресурсов не дает конкурентных преимуществ на международном рынке услуг. Для поддержки конкурентных преимуществ знания и навыки специалистов должны быть узкоспециализированными относительно конкретных потребностей данной отрасли.

Согласно данным Ukrainian Hi-Tech Initiative [12], несмотря на большое количество выпускников IT-специальностей, к серьезной работе после окончания учебных заведений готовы только 20% студентов, что свидетельствует о недостаточном качестве образования. В Украине сегодня осуществляются определенные шаги по совершенствованию качества образовательных услуг для подготовки специалистов. В частности, начался переход к Болонской системе образования, возрастает количество работников, повысивших квалификацию в сфере образования. Положительным является рост количества кадров, повысивших квалификацию в стратегически важной отрасли транспортных услуг (на 3,3%) [13: 395]. В то же время, как отрицательное явление, следует отметить сокращение количества работников, обучившихся новым профессиям и повысивших квалификацию в отраслях услуг связи, гостиничных и ресторанных услуг.

В контексте анализа данного фактора конкурентоспособности следует отметить, что Украина не должна позиционировать себя на междуна-

родном рынке услуг в качестве площадки с дешевой рабочей силой. Конкурентным преимуществом должна стать высокая квалификация (Украина занимает второе место в Восточной Европе по количеству специалистов с ученой степенью), что позволит занять уникальную нишу на международном рынке услуг.

Весомой детерминантой конкурентоспособности на международных рынках, по М. Портеру, являются условия спроса на услуги на внутреннем рынке [1: 176]. Страна получает конкурентное преимущество в тех отраслях услуг, где внутренний спрос обеспечивает компаниям четкое представление о возникновении потребностей потребителей. Состояние внутреннего спроса помогает создавать конкурентные преимущества в том случае, когда соответствующий сегмент оказывается на внутреннем рынке большим или более важным, чем на внешних рынках. Недостатки отечественного статистического учета не позволяют рассчитать объем внутреннего спроса на услуги по известным методикам. Оценка структуры спроса на услуги по объемам импорта услуг свидетельствует, что в структуре импорта услуг Украины наибольшую долю составляют транспортные, деловые и финансовые услуги, то есть спрос на эти международные услуги со стороны отечественных потребителей является наивысшим (поскольку в недостаточной степени обеспечивается внутренними провайдерами), что создает условия для деятельности зарубежных ТНК. При таких условиях для национальных производителей важно совершенствование качества этих услуг, расширение их спектра, предоставление услуг «в пакете». Наряду с такими действиями, приближение структуры предложения услуг к потребностям потребителей на внешних рынках будет способствовать повышению международной конкурентоспособности отечественных провайдеров.

Такой элемент условий спроса, как фактор времени, позволяет сформировать часовое преимущество при выходе на рынок с конкретными услугами и удержать это первенство в будущем при условии вложения инвестиций в инновации. Иными словами, этот фактор предусматривает выход на принимающий рынок услуг раньше конкурентов с определенной уникальной услугой. В контексте использования фактора времени для завоевания конкурентных преимуществ на международном рынке услуг для отечественных компаний приемлемым является применение стратегии «голубого океана» У. Чана Кима¹ [2; 14: 13]. В основе Голубого океана лежит ценностная инновация, предусматривающая сочетание уникального предложения и низких затрат. Возможность применения этой стратегии отечественными сервисными компаниями объясняется тремя аргументами: во-первых, она соответствует современным особенностям международного рынка услуг, для которого характерно вначале формирование потребностей для потребителей и уже потом их удовлетворение; во-вторых, эта

¹ У. Чан Ким – профессор стратегии и международного менеджмента одной из лучших бизнес-школ мира INSEAD (Франция), советник ЕС и почетный гость Мирового экономического форума в Давосе.

стратегия дает возможности для лидерства компаниям и развивающимся странам, поскольку базируется на отказе от традиционной жесткой конкуренции, свойственной международным рынкам, и создании уникальных ниш; в-третьих, она сориентирована не на низкую стоимость рабочей силы как конкурентное преимущество, а на уникальность знаний и навыков работников, ценную идею.

Стратегия «голубого океана» наиболее приемлема для украинских компаний, которые выходят на международный рынок услуг аутсорсинга и программного обеспечения. Именно в этих сферах можно найти ниши, пока что свободные от конкуренции. В частности, в связи с ростом компьютерного пиратства и угрозы информационной безопасности, актуальной является разработка программного обеспечения для защиты от компьютерных преступлений. Также «голубые океаны» можно найти в сфере индивидуального программного обеспечения, создающегося на заказ для конкретной потребности определенной компании.

Третий элемент «ромба Портера» – смежные и поддерживающие отрасли – предусматривает появление и развитие новых видов и подотраслей услуг, создает условия для появления конкурентоспособных предприятий в новых секторах. Эти процессы происходят в первую очередь в рамках взаимосвязанных отраслевых кластеров, а также на стыке сервисных и промышленных отраслей. Если смежные и поддерживающие отрасли являются конкурентоспособными на международных рынках, это создает условия для выхода отечественных компаний на внешние рынки. Так, в Украине на IT-рынке системообразующим считается рынок персональных компьютеров и комплектующих к нему (его доля составляет свыше 80%). Благодаря его активному развитию возросла потребность в программном обеспечении, услуг по его внедрению и развитию IT-инфраструктуры предприятий, а также IT-консалтинга. Доля этих сервисных подотраслей достигает сегодня уже 18%, а, по оценкам аналитиков, через несколько лет, после насыщения рынка компьютерной техникой, возрастет до 50%, как в развитых странах мира [15: 110]. Благодаря этому на международный рынок компьютерных услуг смогли выйти ряд компаний, в частности, Altima, Infopulse, Mirasoft Group, Aelita Soft, «Инфосервис», «Новатек», «Кварц», «Просперо Системз» и другие.

Таким образом, для выхода украинских компаний на международные рынки услуг важным является развитие и повышение конкурентоспособности соответствующих смежных и поддерживающих отраслей. Для приоритетных отраслей услуг Украины это следующие (табл. 2):

В условиях формирования рынков услуг и становления культуры сервиса в Украине важную роль в повышении качества услуг, росте конкурентоспособности предприятий играет конкуренция между участниками национального рынка услуг. Именно сильная внутренняя конкуренция, вынуждающая компании выходить на внешний рынок и добиваться успеха, яв-

ляется мощным стимулом создания и поддержки конкурентных преимуществ. Ярким примером этого является конкурентная борьба между производителями программного обеспечения в США, которые вывела их в лидеры на международном рынке компьютерных услуг. В Украине сегодня наивысший уровень конкуренции можно проследить на рынках туристических, образовательных и издательских услуг (табл. 3).

Таблица 2

Смежные и поддерживающие отрасли для предприятий приоритетных отраслей услуг Украины

Приоритетная отрасль услуг	Смежные отрасли	Некоторые поддерживающие отрасли
Деловые услуги, в т. ч.: • компьютерные услуги;	Информационные услуги, производство компьютерной техники и комплектующих, телекоммуникационные услуги	Образовательные услуги, машиностроение, химическая промышленность, финансовые услуги, транспортные услуги
• профессиональные услуги;	Консалтинговые, рекламные, маркетинговые услуги	Образовательные услуги, телекоммуникационные услуги, финансовые услуги, транспортные услуги
• услуги по исследованиям и разработкам	Информационные, образовательные услуги	телекоммуникационные услуги, химическая промышленность, финансовые услуги
Транспортные услуги	Дистрибьюторские услуги, логистические услуги, экспедиторские услуги	Машиностроение, гостиничные и ресторанные услуги, нефтеперерабатывающая отрасль, финансовые услуги
Туристические услуги	гостиничные, ресторанные, рекреационные услуги	Транспортные услуги, прокат автомобилей, торговые услуги, отрасли пищевой промышленности, строительные услуги, коммунальные услуги, финансовые услуги

Источник: составлено автором.

Таблица 3.

Конкурирующие компании на отдельных рынках услуг Украины

Отрасль (подотрасль)	Количество конкурентов	Компании-лидеры на рынке
Услуги железнодорожного транспорта	1	«Укрзалізниця»
Услуги авиационного транспорта	23	«Аэросвит», «Международные авиалинии Украины», «Донбас-аэро»
Телекоммуникационные услуги фиксированной связи	1	«Укртелеком»
Почтовые услуги	1	«Укрпочта»
Услуги мобильной связи	7	«Киевстар», «МТС», «Астелит», «Украинские радиосистемы»
Услуги по разработке и внедрению программного обеспечения	≈40	Soft-Industry, Altima, Infopulse, Mirasoft Group и др.
Туристические услуги	≈4300	«Укрвнешинтур», «Трускавецкурорт», «Олимп Тревел ЛТД» и др.
Издательские услуги	824	«Фолио», «Знання», «Основы», «Максимум» и др.
Образовательные услуги (вузы I-IV уровней аккредитации)	979	КНУ им. Т. Шевченко, НУ «Киево-Могилянская академия», ЛНУ им. И. Франко и др.

Составлено автором по: [16; 17; 18; 19].

Среди приоритетных отраслей услуг по уровню конкуренции лидируют отрасли услуг по созданию и введению программного обеспечения и туристических услуг. Характерной их особенностью является, наряду с конкуренцией, тесное сотрудничество и обмен информацией между компаниями, объединенными в ассоциации Ukrainian Hi-Tech Initiative, Ассоциацию предприятий информационных технологий Украины и Туристическую ассоциацию Украины. В ведущих отраслях, где присутствует лишь один лидер в масштабах страны (монополист), таких как телекоммуникационные услуги («Укртелеком»), железнодорожный транспорт («Укрзалізниця»), монополия на рынке услуг препятствует развитию нормальных условий конкуренции среди их провайдеров. Так, для предоставления услуг IP-телефонии Госкомсвязь установил достаточно высокую стоимость лицензии – около 8 млн грн. [16], что ограничило возможности конкурентов «Укртелекома».

Возможности и перспективы использования украинскими предприятиями альтернативных стратегий для выхода на международный рынок услуг

Учитывая проведенный анализ конкурентных преимуществ, отечественные компании имеют возможности для выхода на международный рынок услуг, при этом могут выбрать одну из трех альтернативных стратегий: стратегию кластеризации, стратегию аутсорсинга или стратегию транснационализации.

Использование кластерного подхода к стратегии выхода отечественных компаний на международный рынок услуг можно объяснить рядом аргументов: во-первых, участие в кластерах дает возможность компаниям получить доступ к специализированным факторам производства, рабочей силы и информации (благодаря географической близости, наличия постоянных личных контактов, общественных связей облегчается движение потоков информации внутри кластеров); во-вторых, взаимодополняемость элементов и участников кластера позволяет предоставлять услуги «в пакете» и высокого качества, а также получать синергический эффект от сотрудничества; в-третьих внутренняя конкуренция между участниками кластера осуществляет стимулирующее влияние в направлении совершенствования качества услуг и внедрения инноваций; в-четвертых, кластеры дают возможность рассматривать рынок услуг как систему, при этом легче исследовать взаимосвязи на стыке отраслей и проявлять возможности для создания инноваций; в-пятых, кластеры сочетают в себе все четыре элемента «ромба Портера», необходимых для развития конкурентных преимуществ; в-шестых, в пределах кластера компании имеют больше возможностей для лоббирования интересов в органах власти.

На сегодня в Украине уже функционирует ряд сервисных кластеров, в частности, в регионах Каменец-Подольского, Хмельницкого, Ивано-Франковска (туристические кластеры), Черкасс (транспортный кластер). Однако до сих пор отсутствуют кластеры деловых услуг, в частности, IT-кластеры. Данный кластер более целесообразно сформировать вокруг г. Киева, поскольку именно здесь сосредоточено наибольшее количество компаний отрасли (в частности, среди участников Украинской Hi-Tech инициативы их 20). Коэффициент локализации составляет в данном регионе 1,6, то есть больше 1². Это свидетельствует о важности компаний отрасли для региона и позволяет формированию кластера. Это же подтверждают и

² Вычислено автором. Коэффициент локализации рассчитывается как отношение доли компаний базовой отрасли, размещенных в регионе, к доли всех компаний, размещенных в регионе [20: 16].

расчеты такого инструмента кластерного анализа, как показатель территории. Для г. Киева он составляет 3,28, то есть больше 1,25³. Такой выводной показатель свидетельствует о специализации региона в данном секторе.

Механизм создания кластера включает выбор ключевых предприятий, которые станут базовыми и сформируют «критическую массу». Центром роста могут стать наибольшие компании базовой отрасли, такие как Infopulse, Activemedia LLC, Altima и другие. При отсутствии ярко выраженных лидеров такую роль могла бы сыграть и зарубежная ТНК, например, Microsoft Украина. При этом фасилитатором кластера (организацией, способствующей кластерному развитию) может стать ассоциация компаний-производителей программного обеспечения Украинская Hi-Tech инициатива.

Анализ детерминант конкурентных преимуществ для данного IT-кластера свидетельствует, что благоприятные условия для кластеризации являются преобладающими практически по всем показателям (условия для факторов, условия спроса, смежные и поддерживающие отрасли). Слабым звеном остается лишь институциональное обеспечение, в частности, законодательство по защите интеллектуальной собственности в отношении некоторых видов программного обеспечения и т. д., требующее совершенствования.

Связь кластера с международным рынком услуг могла бы осуществляться благодаря экспорту компьютерных и связанных с ними услуг. Другим важным инструментом связи кластера с внешним рынком является международный аутсорсинг, который могли выполнять участники кластера на заказ зарубежных ТНК. Следует отметить, что внешний подряд может быть одним из элементов стратегии кластеризации и в то же время самостоятельной стратегией для выхода отечественных предприятий на международный рынок услуг при отсутствии кластерных образований.

В контексте стратегии аутсорсинга проведенный анализ позволяет определить сильные и слабые стороны. Сильными сторонами являются:

- кадровое обеспечение. По неофициальным данным, в Украине насчитывается около 50–60 тыс. чел., квалификация которых позволяет заниматься аутсорсингом услуг различной сложности. По данным Microsoft, Украина входит в первую пятерку по количеству сертифицированных IT-специалистов. Кроме того, в стране функционирует 51 вуз по подготовке IT-специалистов, 35% от общего количества студентов изучают IT-специальности, что создает потенциал для развития рынка IT-аутсорсинга. Согласно данным Национального университета «Киевский политехниче-

³ Вычислено автором. Показатель территории является соотношением доли занятости в региональной отрасли от общей занятости в региональной экономике и доли занятости в национальной отрасли от общей занятости в национальной экономике [21: 94-95].

ский институт», набор на факультеты компьютерных наук возрастает ежегодно на 10-15% [22; 23: 6];

- относительно низкие затраты на оплату труда, которые все еще остаются решающим фактором для выбора аутсорсера ТНК. Сравнение средней заработной платы IT-специалиста показывает, что Украина (1850 дол.) по этому показателю опережает только Вьетнам (1289 дол.). Кроме последнего, основными конкурентами Украины по стоимости рабочей силы на международном рынке аутсорсинга являются такие страны, как Болгария (1853 дол.), Филиппины (1857 дол.) и Индия (2083 дол.) [24];
- квалификация, фокус на технической сложности и творческом подходе. В отличие от индийских специалистов, специализирующихся на выполнении стандартных, достаточно рутинных операций аутсорсинга, с заданным уровнем сложности, украинские аутсорсеры отличаются творческим подходом и высшим уровнем технических навыков, применением инноваций в программировании;
- мощная образовательная и научная база. Уровень письменности в Украине составляет 98%, в то время как в Индии – лишь 52%, 87% населения нашей страны получают высшее образование. Система образования унаследована от СССР, где большая роль уделялась таким прикладным наукам, как физика и математика, развивающие логическое мышление для работы в сфере IT-аутсорсинга. В то же время известна в таких отраслях науки, как математика, физика, компьютерные науки, биология, электросварка, космические науки;
- размещение в центре Европы и европейская культура, способствующая привлечению западноевропейских заказчиков, упрощение визового режима для иностранцев и упразднение визового режима для жителей стран ЕС;
- наличие ассоциаций, поддерживающих развитие аутсорсинга (Украинская Hi-Tech инициатива, Украинская ассоциация производителей программного обеспечения, Ассоциация предприятий информационных технологий Украины).

В то же время, слабыми сторонами украинских аутсорсеров являются: предпринимательские и управленческие навыки (нехватка специалистов по проектному менеджменту для руководства крупными аутсорсинговыми проектами с ограниченным бюджетом и часовыми рамками); языковой барьер (недостаточный уровень владения английским языком, нехватка специалистов по аутсорсингу, которые бы владели немецким и французским языками (для выполнения заказов европейских ТНК); относительно высокие затраты на связь (стоимость 100 Кбит/сек широкополосной Интернет-связи в Украине составляет около 16 дол., в то время как в США –

0,49 дол., Южной Кореи – 0,08 дол., Индии (разных регионах) – от 1 до 9 дол. [25]; отсутствие единой мощной организации, которая бы успешно лоббировала интересы украинских аутсорсеров (по примеру индийской ассоциации NASSCOM); раздробленность аутсорсинговых компаний, их небольшие размеры, что не позволяет выполнять масштабные проекты, а это угрожает поглощением большими компаниями (ТНК); нехватка агентств по сертификации IT-компаний (в Украине функционирует ограниченное количество учреждений по сертификации ISO 9000 и совсем отсутствуют агентства по сертификации CMM); слабое институциональное обеспечение (отсутствие специализированного законодательства, проблема защиты прав интеллектуальной собственности и т. д.).

Появление новых тенденций на международном рынке аутсорсинга создает определенные возможности для отечественных провайдеров услуг внешнего подряда, в частности:

- рост сложности заказов по аутсорсингу. Это будет способствовать развитию отечественных аутсорсеров, сильной стороной которых является фокус на технической сложности и творческом подходе. Украинский IT-аутсорсинг специализируется на антивирусном, научном программном обеспечении, системной интеграции, программном обеспечении для бухгалтерского учета, веб-разработке. Кроме аутсорсинга программного обеспечения, отечественные компании могут сосредоточиться на аутсорсинге логистических услуг (в транспортной, складской и экспедиторской сферах деятельности), благодаря развитой отрасли транспортных услуг, и аутсорсинге НИОКР – благодаря мощной образовательной и научной базе;
- рост спроса со стороны международных корпораций на аутсорсинг специализированного программного обеспечения, разрабатываемого под конкретный заказ. Это создает возможности для применения стратегии «голубого океана» отечественными аутсорсерами;
- нехватка IT-специалистов в Индии в связи с большим количеством заказов. По данным NASSCOM, до 2010 г. разница между спросом и предложением IT-специалистов составляет 500 тыс. рабочих мест [26]. Такая ситуация обуславливает перенесение заказов западных ТНК, а также индийских корпораций в страны Восточной Европы, в том числе в Украину.

Основной угрозой для развития отечественного рынка аутсорсинга остается «утечка мозгов». Согласно оценкам Украинской ассоциации производителей программного обеспечения [22], Украину ежегодно оставляет 2,5 тыс. IT-специалистов. Еще одной угрозой является превращение Украины в рынок дешевой рабочей силы для выполнения аутсорсинга.

В контексте усиления сильных и минимизации слабых сторон отечественных аутсорсеров для успешного выхода на международный рынок услуг важным является: создание и активизация деятельности тренинговых центров; консолидация малых предприятий отрасли для получения от ТНК крупных аутсорсинговых заказов со значительным бюджетом (при отсутствии формирования кластерных образований); налаживания тесных связей между аутсорсинговыми компаниями и университетами, организация тренингов и стажировок студентов в этих компаниях, зачисление лучших в кадровый состав компаний; прохождение аутсорсинговыми компаниями сертификации по стандартам ISO 9000, CMM, CP3M; узкая специализация в определенной нише аутсорсинга, использование стратегии «голубого океана» с целью избежания удешевления рабочей силы; использование электронных рынков аутсорсинга, что позволит: а) публиковать предложения своих проектов в сети, которая увеличивает шансы поиска потенциальных партнеров; б) ориентировать свою рекламу на целевую аудиторию; в) обеспечить максимальную информативность рекламы, чтобы потенциальный клиент имел четкое представление о деятельности аутсорсера; участие в международных выставках и семинарах по аутсорсингу (например, в крупнейшей международной выставке информационно-телекоммуникационных технологий CeBIT, которая ежегодно проходит в Германии).

Стратегия транснационализации предусматривает выход отечественных компаний на международный рынок услуг путем коммерческого присутствия и принятия на себя активной роли в международной торговле услугами. К сожалению, пока что следует отметить явление ассиметричности транснационализации рынка услуг Украины, являющееся принимающим в отношении зарубежных ТНК и не занимающее активной позиции в этом способе поставки. Такая ситуация способствует поиску путей выхода на международный рынок услуг, используя сотрудничество с ТНК (аутсорсинг, франчайзинг, международные стратегические альянсы, совместные предприятия).

Несмотря на то что пока официально не зарегистрировано ни одной ТНК украинского происхождения, в стране уже сформировались определенные предпосылки для создания последних: а) произошел переход на международные стандарты финансовой отчетности; б) ряд отечественных компаний приобрели активы за границей, в частности, корпорация «СКМ» (System Capital Management) – в Италии, Швейцарии и Германии (в отраслях телекоммуникационных, транспортных и строительных услуг), группа «Приват» – активы в России, США, Грузии, Латвии; за границей присутствует украинский промышленный капитал; в) возрастают объемы торговли акциями больших компаний на ПФТС; г) перспективной является консолидация в ряде отраслей услуг, в первую очередь банковских (с целью противостояния поглощению зарубежными ТНК) и деловых (с целью получения больших заказов от зарубежных заказчиков).

В основе формирования стратегии транснационализации украинских сервисных компаний должны лежать детерминанты транснационализации международного рынка услуг [27: 84–94]. Они позволяют получить ответ на следующие стратегические вопросы: Какие компании имеют потенциал для превращения в ТНК? В каких отраслях целесообразно создавать ТНК украинского происхождения? На какие принимающие рынки следует выходить путем коммерческого присутствия?

Так, в частности, анализ детерминанты «размер фирмы и темпы его роста» показал, что наиболее возможностей и мотивов для транснационализации имеют великие компании, с высокими темпами роста. В Украине такой потенциал имеют в первую очередь промышленно-финансовые группы (ПФГ), такие как корпорация «Интерпайп», в сферу интересов которой входят банковские и медиа-услуги, торгово-посреднические услуги, «СКМ» (System Capital Management) – финансовые и телекоммуникационные услуги, группа «Приват» (финансовые, транспортные, телекоммуникационные услуги, услуги автозаправочных станций).

Среди наибольших корпораций по размерам активов потенциал для преобразования в ТНК имеют те, коэффициент Тобина которых больше 1 [28: 33–40], то есть ВАТ «Укртелеком» (телекоммуникационные услуги), компания «Квиза-трейд» (торговые услуги), «Эпицентр» (торговые услуги), фирма «Т.М.М.» (строительные услуги), ВАТ КБ «Надра» (банковские услуги) и ВАТ «Мостобуд» (строительные и инженерные услуги) (табл. 4). Такой потенциал имеют и корпорации с наивысшими темпами роста, в частности, «Интерпайп» (343%), «Эпицентр» (128%), «Золотые ворота» (266%).

Для проявления отраслевых направлений транснационализации следует воспользоваться такой детерминантой, как концентрация отрасли. Согласно результатам анализа, наиболее целесообразно создавать ТНК в отраслях с наивысшей концентрацией на международном рынке услуг: торговых, транспортных, деловых, услуг электро-, водо- и газоснабжения. Среди отечественных компаний, работающих в названных отраслях, следует отметить подразделение «СКМ», корпорацию «ДТЕК», которая объявила о намерении стать ведущим игроком на восточноевропейском рынке услуг электроснабжения и диверсифицировать деятельность в направлении услуг водоснабжения (темпы роста 33,41%) [32: 23]. В отрасли торговых услуг такой потенциал имеют компании «Квиза-трейд» и «Эпицентр».

Принятие решения относительно выхода на рынок услуг той или иной страны для ТНК обычно опирается на такие детерминанты транснационализации, как деловое присутствие клиентов сервисной ТНК в принимающей стране, культурные различия и открытость принимающих рынков. Уровень делового присутствия Украины на рынках принимающих стран можно определить по объему накопленных ПИИ из Украины.

Таблица 4.

Крупнейшие компании на рынке услуг Украины, 2007 г.

№ п/п	Название	Отрасль	Активы, млн грн.	Рыночная стоимость, млн грн.	Темпы роста, %	Q-ratio
1.	ВАТ «Укртелеком»	Телекоммуникационные услуги	12258,47	22857,2	1,44	1,8
2.	«Квиза-трейд» (сеть «Велика кишеня»)	торговые услуги	736,93	3283,8	32,25	4,4
3.	«Интерпайп»	банковские, медиа-услуги	1475,86	н/д	343,03	н/д
4.	«Эпицентр»	торговые услуги	1035,9	3631,3	127,62	3,5
5.	Фирма «Т. М. М.»	строительные услуги	1725,14	2357,79	43,30	1,35
6.	АКБ «Укрсоцбанк»	банковские услуги	17531	13564,5	н/д	0,77
7.	ВАТ «Надра»	банковские услуги	10294	12296,3	н/д	1,19
8.	Корпорация «Золотые ворота»	строительные услуги	379,62	н/д	265,78	н/д
9.	ВАТ «Мостобуд»	строительные и инженерные услуги	519,2	1241,07	34,98	2,39
10.	«Лемтранс»	Транспортные услуги	1054,3	н/д	13,62	н/д

Источник: составлено автором по [29: 34–49; 30: 26–31; 31].

В соответствии с данными Госкомстата, наибольшая сумма ПИИ поступила из Украины в Россию (116,4 млн дол.), Польшу (25,9 млн дол.), Великобританию (13,9 млн дол.), Испанию (13,8 млн дол.), Армению (11,3 млн дол.), Латвию (8,4 млн дол.), США (5,7 млн дол.), Молдову (4,3 млн дол.), Швейцарию (4,3 млн дол.) [10]. Учитывая мотив «следования за клиентом», который является доминирующим в сервисных ТНК, следует ожидать выхода отечественных компаний на рынки услуг названных стран.

Интересными для отечественных компаний могли бы стать такие принимающие страны, как Грузия, Латвия, Швейцария, Россия, Венгрия, Польша и США, в которых украинские сервисные и промышленные компании установили контроль над местными предприятиями. В частности, группа «Приват» контролирует грузинский ТаоБанк (75%), латвийский «Паритате» (95,06%), российский «Москомприватбанк», группа «Финансы и Кредит» – швейцарские Ferrexpo AG, Vorskla Steel AG, группа «СКМ» – швейцарский Leman Commodities S.A., корпорация «Индустриальный союз Донбасса» – венгерский Dunaferr, польский завод Huta Czystochowa, швейцарский Dufenco International Trading Holding, американский завод Sparrows point.

Для выхода на международный рынок услуг путем коммерческого присутствия приемлемыми для украинских компаний являются принимающие страны с наиболее открытыми рынками услуг. Это рынки услуг Эстонии, Молдовы, Болгарии, Грузии и Латвии. Важным является выход путем коммерческого присутствия прежде всего на рынки услуг стран Центральной и Восточной Европы, близких к Украине по детерминанте культурных различий [27: 85], уровню экономического развития и подобной структуре спроса. По культурным измерениям (коллективизм, женское-мужское начало, дистанция власти, избегание неопределенности) Украина относится к группе стран Восточной Европы, наряду с Албанией, Казахстаном, Венгрией, Польшей, Россией, Словенией, Грецией и Грузией. По некоторым культурным измерениям (коллективизм, дистанция власти, избегание неуверенности) Украина подобна странам Латинской Америки. Эти же страны могут стать платформами для создания транснациональных партнерств при участии отечественных компаний, международных стратегических альянсов и совместных предприятий.

Выводы

Таким образом, украинские компании владеют определенными конкурентными преимуществами и накопили конкурентный потенциал для выхода на международный рынок услуг. При этом отечественным предприятиям необходимо выполнить ряд задач, а именно: диверсификацию деятельности предприятий в направлении наукоемких видов услуг, расширение их спектра для экспорта; в связи с ростом конкуренции на рынке – повышение качества услуг, предоставление их «в пакете», сертификация в соответствии с международными стандартами; повышение аутсорсингового потенциала отечественных предприятий-аутсорсеров; совершенствование информационно-телекоммуникационной инфраструктуры; консолидацию предприятий отрасли; участие в международных стратегических альянсах; выход отечественных сервисных компаний на мировые фондовые биржи, повышение таким образом их репутации на международном рынке

услуг; формирование собственного транснационального капитала для выхода на международный рынок услуг путем коммерческого присутствия.

Литература

1. Портер М. Конкуренция: Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2003. – 496 с.
2. Чан Ким У., Моборн Р. Стратегия голубого океана. Как создать свободную нишу и перестать бояться конкурентов. – М.: Hippo Publishing LTD, 2007. – 272 с.
3. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / Я. А. Жаліло, Я. Б. Базиліук, Я. В. Белінська та ін.; За ред. Я. А. Жаліла. – К.: НІСД, 2005. – 388 с.
4. Мельник Ю. В. Міжнародний ринок послуг на початку XXI століття: тенденції і перспективи розвитку // Журнал Європейської економіки. – 2006. – Том 5 (№4), с. 364–379.
5. Транспортна інфраструктура до Євро-2012 обійдеться Києву в 7,5 мільярда доларів // <http://gpi.ua/index.php?id=175239>.
6. Струк О. Зірка Рината. Українські олігархи будують дорогі готелі виключно для іміджу // Контракти. – 8.10.2007. – № 41. – С.24–28.
7. Національна стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні. – К., 2005.
8. LOCOmonitor // www.locomonitor.com.
9. The Networked Readiness Index 2006-2007 rankings // www.weforum.org/pdf/gitr/rankings2007.pdf.
10. Державний комітет статистики України // www.ukrstat.gov.ua.
11. Науковий потенціал і наукові дослідження в сфері інформаційних комп'ютерних технологій. Парламентські слухання з розвитку інформаційного суспільства України // www.sluhannya.in.ua/docs/index.html.
12. Аутсорсинг без силікону // <http://news-on.com.ua>.
13. Статистичний щорічник України за 2005 рік. Державний комітет статистики України / За ред. О. Г. Осауленка. – К.: Консультант, 2006. – 576 с.
14. Погорелов А., Мальцева О. Чан Ким и практика бизнеса // Компаньон. – 2006. – №11(475). – 17–23 марта. – С. 13.
15. Бережанский А. Быстрое железо // Гвардия. – Июль 2007. – С. 110.

16. Аналітична агенція Credit Rating // www.credit-rating.com.ua.
17. Державна авіаційна адміністрація України // www.ukraviatrans.gov.ua.
18. Ukrainian Hi-Tech Initiative // www.hi-tech.org.ua.
19. Туристична асоціація України // www.tau.org.ua.
20. Україна: Послуги з підтримки МСП в пріоритетних регіонах: Посібник з кластерного розвитку. – К., 2006 // <http://sme.ukraine-inform.org.ua>.
21. Соколенко С. Кластери в глобальній економіці: Монографія. – К.: Логос, 2004. – 848 с.
22. Українська асоціація виробників програмного забезпечення // www.uaswd.com.
23. Програма розвитку індустрії програмної продукції України (проект). – К.: Український науковий центр розвитку інформаційних технологій, 2007. – 29 с.
24. База зарплат програмистов // www.developers.org.ua.
25. Bures F. Broadband Service Available Worldwide, but Few Can Afford it // *Wired Magazine*. – 09.05.07 // www.wired.com.
26. NASSCOM // www.nasscom.org.
27. Мельник Ю. Міжнародний ринок послуг в умовах транснаціоналізації економіки // *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. – 2007. – №3. – С.84–94.
28. Мельник Ю. Інвестиційні аспекти функціонування міжнародного ринку послуг в умовах транснаціоналізації економіки // *Ринок цінних паперів України*. – 2007. – №5–6. – С. 33–40.
29. Рейтинг. Самые богатые компании Украины // *Гвардия*. – Июль 2007. – С. 34–49.
30. Рейтинг самых дорогих корпораций Украины // *Гвардия*. – Октябрь 2007. – С. 26–31.
31. Перша фондова торговельна система // www.pfts.com.
32. Есть ли у вас план, мистер Фикс? // *Гвардия*. – Июль 2007. – С. 20–24.