

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри бізнес-
аналітики та цифрової економіки

_____ Наталія КАСЬЯНОВА
“ _____ ” _____ 2022 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

**ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»**

Тема: «Формування та розвиток міжнародних ринків у сфері послуг»

Виконавець: ГУСАРОВ Сергій

Керівник: кандидат економічних наук, старший науковий співробітник
БЕЛІНСЬКА Анна

Консультанти з розділів:

Розділ 1: к. е. н., старший науковий співробітник БЕЛІНСЬКА Анна

Розділ 2: к. е. н., старший науковий співробітник БЕЛІНСЬКА Анна

Розділ 3: к. е. н., старший науковий співробітник БЕЛІНСЬКА Анна

Нормоконтролер із ЄСКД (ЄСПД):

ст. викладач ДИЯК Юлія

КИЇВ 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки
Спеціальність 051 «Економіка»
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки

_____ Наталія КАСЬЯНОВА
“ ____ ” _____ 2022 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

Студента: ГУСАРОВА Сергія

Тема роботи: «Формування та розвиток міжнародних ринків у сфері послуг», затверджена наказом ректора № 1828/ст від 30.09.2022 р.

1. Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедру: 22.11.2022 р.
2. Вихідні дані до роботи: наукові та методичні праці вітчизняних та зарубіжних вчених, звіти міжнародних економічних організацій, статистичні дані МВФ, СОТ, Групи Світового банку, зарубіжні та вітчизняні електронні джерела.
3. Зміст дослідження: аналітичний огляд літературних джерел з тематики випускної роботи. Виокремлення поняття та класифікація послуг. Проведення спостережень за поточним станом міжнародних ринків в сфері послуг в умовах глобалізації, дослідження впливу пандемії та військового конфлікту на світовий ринок послуг. Надання рекомендацій щодо перспектив подальшого розвитку міжнародних ринків в сфері послуг в умовах глобальних трансформацій.
4. Перелік обов'язкових демонстраційних матеріалів: 11 слайдів.

5. Календарний план-графік

№ пор.	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання	Позначки керівника про виконання завдань
1.	Отримання завдання на кваліфікаційну роботу	05.09.2022	<i>виконано</i>
2.	Огляд літератури за темою	06-25.09.2022	<i>виконано</i>
3.	Дослідження «поняття послуга», «ринок послуг», класифікація послуг.	26.09.-02.10.2022	<i>виконано</i>
4.	Опис сучасних тенденції розвитку світового ринку послуг	03-10.10.2022	<i>виконано</i>
5.	Дослідження проблем міжнародного регулювання ринку послуг.	11-22.10.2022	<i>виконано</i>
6.	Аналіз проблем подолання світової стагнації ринку послуг після пандемії COVID-19	23.10.-01.11.2022	<i>виконано</i>
7.	Оцінка перспектив подальшого розвитку світового ринку послуг	02-07.11.2022	<i>виконано</i>
8.	Прогнозування трансформації ринку послуг в Україні та його включення у світовий ринок послуг	08-12.11.2022	<i>виконано</i>
9.	Аналіз отриманих результатів	13-15.10.2022	<i>виконано</i>
10.	Розробка слайдів та написання доповіді	15-17.11.2022	<i>виконано</i>
11.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	17.11.2022	<i>виконано</i>
12.	Корегування роботи за результатами попереднього захисту	19.11.2022	<i>виконано</i>
13.	Остаточне оформлення кваліфікаційної роботи	19-21.11.2022	<i>виконано</i>
14.	Підписання відгуку та рецензії	22.11.2022	<i>виконано</i>
15.	Захист кваліфікаційної роботи у ДЕК	23.11.2022	<i>виконано</i>

б. Дата видачі завдання: 05.09.2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Ганна БЕЛІНСЬКА

Завдання прийняв до виконання _____ Сергій ГУСАРОВ

РЕФЕРАТ

Гусаров Сергій. Формування та розвиток міжнародних ринків у сфері послуг. – Кваліфікаційна робота зі спеціальності 051 «Економіка», ОПП «Міжнародна економіка». Національний авіаційний університет Міністерства освіти і науки України, м. Київ, 2022.

Кваліфікаційна робота містить 86 сторінок, 8 таблиць, 7 рисунків, додаток, список використаних джерел з 43 найменувань.

Об'єктом дослідження є міжнародні ринки у сфері послуг.

Предметом дослідження є трансформація міжнародних ринків у сфері послуг в умовах глобальних викликів.

Метою даного дослідження є аналіз сучасних проблем трансформації міжнародного ринку послуг в умовах переходу до постіндустріального суспільства в глобальних масштабах. Також визначення місця та перспектив України на світовому ринку послуг у поствоєнний період.

При написанні роботи використовувалися методи дослідження: методи логіко-економічного, статистичного аналізів, спостереження, методу динамічного зіставлення аналізованих явищ і процесів.

***Ключові слова:** послуга, міжнародна торгівля послугами, світовий ринок послуг, ринкові послуги, неринкові послуги, факторні послуги нефакторні послуги, диверсифікація послуг.*

ABSTRACT

Serhii Husarov. Formation and development of international markets in the field of services. – Qualification work on specialty 051 "Economics", OPP "International Economy". National Aviation University of the Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2022.

The qualification work contains 86 pages, 8 tables, 7 figures, appendix, a list of used sources from 43 titles.

The object of research is international markets in the field of services.

The subject of the study is the transformation of international markets in the field of services in the face of global challenges.

The purpose of this study is the analysis of modern problems of the transformation of the international service market in the conditions of the transition to a post-industrial society on a global scale. Also, determining the place and prospects of Ukraine in the world market of services in the post-war period.

When writing the work, research methods were used: methods of logical and economic, statistical analysis, observation, the method of dynamic comparison of the analyzed phenomena and processes.

Key words: *service, international trade in services, world market of services, market services, non-market services, factor services, non-factor services, diversification of services.*

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ	10
1.1. Поняття, класифікація послуг. Специфіка послуги як товару.....	10
1.2. Визначальні фактори розвитку та поточного стану міжнародного ринку у сфері послуг.....	18
1.3. Трансформація міжнародних ринків послуг в умовах глобалізацій світової економіки.....	25
Висновки до розділу 1	30
РОЗДІЛ 2. ПОТОЧНИЙ СТАН ТА ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ	32
2.1. Сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг.....	32
2.2. Стан світової торгівлі послугами в умовах пандемії COVID-19.....	38
2.3. Міжнародне регулювання ринку послуг	42
Висновки до розділу 2	51
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ.....	55
3.1. Перспективи подальшого розвитку світового ринку послуг	55
3.2. Інтеграція України у світовий ринок послуг.....	61
Висновки до розділу 3	69
ВИСНОВКИ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	79
ДОДАТКИ.....	84

ВСТУП

Актуальність дослідження. Для сучасної світової економіки, яка останні 60-70 років перебуває під безперервним впливом процесів глобалізації, типовою є зміна наукових підходів до трактування економічних явищ та категорій. Так, сьогодні є очевидною неоднозначність такої категорії, як «послуга», адже глобальні зміни сприяли бурхливому розвитку сектору послуг, а поступовий перехід країн світу до постіндустріальної стадії розвитку диверсифікує послуги, сприяє появі нових їх видів та ускладнює взаємовідносини між учасниками ринку послуг.

Це, в свою чергу, призводить до безперервних трансформацій ринку у сфері послуг та виходу на нього все більшої кількості країн, що розвиваються. Диверсифікація послуг призводить до того, що кожна з груп країн починає спеціалізуватись на певній групі послуг. Тож, чим більш складними та висококваліфікованими є послуги – тим більш розвиненою вважається країна, що їх надає.

Економіка України зазнала (і продовжує зазнавати) суттєвих руйнацій. Це призводить до зниження її виробничого потенціалу, і як наслідок – звуження сектору послуг, особливо так званих «супутніх». Крім того, через свою специфіку як товару, а саме неможливість збереження та потреба в особистому контакті для надання, цілі сектори послуг зазнають стагнації (туризм, транспортні послуги).

Тож тема відновлення ринку послуг в Україні є дуже актуальною, а потреба осучаснення ринку послуг у післявоєнний період потребує детального дослідження світового ринку послуг для визначення основних трендів та перспективних секторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковому середовищі тема послуг є вельми популярною як серед класиків економічної думки, так і поміж сучасних дослідників. Зокрема, такий корифей як Ф. Котлер, визначаючи послугу, акцентував увагу на її властивостях як дії або заходу.

Досліджували сутність послуг також і низка сучасних дослідників: Л. Хмелевська, Л. Лозовський, А. Райзберг, М. Прищепенко. Вони по-різному трактують послуги та визначають їхню специфіку. Тож, сьогодні не існує єдиного підходу до трактування економічної природи послуги.

Також недостатньо уваги серед дослідників приділяється сучасним трансформаційним процесам, які переживають послуги в умовах віртуалізації та цифровізації світової економіки та після пандемії та під впливом війни в Європі.

Тому, **метою даного дослідження** є аналіз сучасних проблем трансформації міжнародного ринку послуг в умовах переходу до постіндустріального суспільства в глобальних масштабах. Також визначення місця та перспектив України на світовому ринку послуг у післявоєнний період.

Відповідно до мети визначено такі **завдання** дослідження:

визначити поняття «послуга», виділити основні ознаки її класифікації;

дослідити специфіку послуги як товару;

визначити основні фактори, що впливають на поточний стан та розвиток міжнародного ринку у сфері послуг;

окреслити сутність та напрями поточних трансформацій міжнародних ринків послуг в умовах глобалізацій;

дослідити вплив пандемії COVID-19 на стан світової торгівлі послугами;

дослідити стан та тенденції міжнародного регулювання ринку послуг;

визначити перспективи подальшого розвитку міжнародних ринків у сфері послуг;

визначити основні напрями інтеграції України у світовий ринок послуг в умовах післявоєнного відновлення.

Об'єктом дослідження є міжнародні ринки у сфері послуг.

Предметом дослідження є трансформація міжнародних ринків у сфері послуг в умовах глобальних викликів.

Методи дослідження. Методологія дослідження базується на основі застосуванням методів логіко-економічного, статистичного аналізів, спостереження, методу динамічного зіставлення аналізованих явищ і процесів.

Наукова новизна одержаних результатів. Найважливішими результатами дослідження є оцінка перспектив подальшого розвитку міжнародних ринків у сфері послуг в умовах глобалізації та місця в них України.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що вони можуть бути використані при розробці політики економічного відновлення ринку послуг України в післявоєнний період.

Структура дослідження. Дана робота складається зі вступу, трьох розділів, які поділяються на підрозділи, загальних висновків, списку використаних джерел. Робота містить 8 таблиць, 7 рисунків, 1 додаток. Загальний обсяг роботи становить 81 сторінку. Список використаних джерел налічує 43 найменування.

Публікації. Наукові результати дослідження були опубліковані в статті:

Белінська Г.В., Гусаров С.І. Формування сучасного ринку послуг та його трансформація в умовах глобалізації. Економіка та суспільство. 2022. № 43. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1719>
DOI: 10.32782/2524-0072/2022-43-30

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ

1.1. Поняття, класифікація послуг. Специфіка послуги як товару

Перед тим, як розглядати проблеми функціонування ринків послуг в міжнародному масштабі, доцільно з'ясувати, що таке є послуга сама по собі та описати її специфіку як товару. Власне поняття «послуги» охоплює досить широку область економічної діяльності. До сфери послуг відносяться такі важливі сектори сучасної економіки, як телекомунікації, транспорт, освіта, охорона здоров'я, туризм, будівництво, фінанси і ряд інших, сукупна частка яких перевищує 60% ВВП промислово розвинених країн [9].

Виокремлення послуги в економічну категорію та окремий вид діяльності відноситься до періоду, коли людина почала обмінюватися результатами праці, тобто коли активно формувались виробничі відносини в суспільстві. Єдиного визначення послуги сучасна економічна наука не дає. Це пов'язано з тим, що сутність послуги можна розглядати з різних точок зору [38]:

- як економічну категорію;
- як вид діяльності;
- як сферу;
- як грошовий потік.

Вперше термін “послуга” ввів у науковий обіг Ж.Б. Сей у своїй праці 1803 року “*Graite d'Economic Politique*” [10]. Також на початку XIX століття французький економіст Фредерік Бастіа прийшов до висновку, що суспільний розвиток складається із послуг, які люди надають один одному. Саме він розглядав послуги вже як *діяльність* людей, яка споживається людьми. Як і будь-яка інша діяльність, послуга знаходить своє матеріальне відображення у споживчій вартості, тобто, послуга стає товаром.

Сьогодні в більшості визначень категорії «послуга» фігурує поняття

результату дії, заходу або взаємодії, що відрізняє послугу від інших економічних одиниць та товарів (Див. Табл. 1.1). Тобто, робиться акцент на послугі одночасно і як на *процесі, і як на результаті цього процесу*. Тому, одним з найбільш вдалих є, на мою думку, таке визначення послуги: «Послуга – це процес, що поєднує в собі одночасне *надання та отримання* іншими суб'єктами благ для задоволення їхніх потреб, переважно у нематеріальній формі та на комерційній основі» [9]. Таким чином, наведене визначення дозволяє нам виділити три специфічні риси послуги:

по-перше, послуга є саме результатом, а не процесом діяльності по задоволенню потреби;

по-друге, важливою характеристикою послуги є її комерційний характер;

по-третє, результат послуги нематеріальний, тобто процес надання послуги не призводить до заволодіння споживачем певними матеріальними благами.

Таблиця 1.1

Систематизація визначень економічної категорії «послуга».

№ п/п	Автор	Визначення
1.	Котлер Ф.	будь-який захід або вигода, яку одна сторона може запропонувати іншій і яка в основному невловима й не приводить до заволодіння чим-небудь
2.	Любіцева О.О.	дія, результат якої споживається в процесі її виконання. Послуги становлять собою діяльність індивіда на користь іншої особи. «Цілеспрямована діяльність, результати якої мають прояв у корисному ефекті» [23]
3.	Турецький Ш.Я.	виробництво, яке: “пов’язане із забезпеченням нормального користуванням населенням раніше придбаних промислових товарів”
4.	Кіреєв О.П.	зміна в положенні інституціональної одиниці, яка сталася внаслідок дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею
5.	Гаврилюк С.П.	діяльність, що не створює самостійного продукту або матеріальних цінностей; нематеріальні активи, вироблені з метою збуту, або ж процес, що включає набір невловимих дій
6.	Хмелевська Л.П.	діяльність, яка виконана для задоволення чийось потреб, господарчих або інших зручностей, що надаються будь-кому

		[43]
7.	Маркова В.Д	підсумки безпосередньої взаємодії постачальника й споживача та внутрішньої діяльності постачальника по задоволенню потреби споживача
8.	Лозовський Л.Ш	види діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий, раніше не існуючий матеріально-речовинний продукт, не змінюється якість уже наявного, створеного продукту
9.	Челенков А.П	блага, що надаються не у вигляді речей, а у формі діяльності; послуга – це продукт діяльності, особливості якого полягають у тому, що конкретно нічого матеріального не здійснюється, але при цьому споживач одержує певні вигоди й блага
10.	Комаров В.Е.	самостійний об'єкт застосування праці і додаткових джерел споживаючих населенням благ [17]
11.	Чеботарь Ю. М	об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення
12.	Прищепенко В.В.	певна властивість об'єкта чи суб'єкта, яка проявляється в результаті взаємодії з іншими об'єктами та/або суб'єктами
13.	Решетнікова Е.Г.	форма економічних відносин з приводу конкретної трудової діяльності, в процесі якої створюється спеціальна споживча вартість [34]
14.	Ланге О.	будь-які функції, які пов'язані... із задоволенням людських потреб, але які безпосередньо направлені на виробництво будь-яких предметів [35]
15.	Стаханов В.Н.	продукт праці, корисний ефект якого виступає не у формі предмету, а у формі діяльності, яка направлена на предмет або на людину

Джерело: складено автором

Багато з видів послуг стали сьогодні предметом міжнародної торгівлі. У ході Уругвайського раунду було концептуально визначено, що може бути названо не просто торгівлею, а міжнародною торгівлею послугами.

Послуга стає предметом міжнародної торгівлі в тому разі, якщо виробник послуги і покупець її — це фізичні або юридичні особи — резиденти різних країн незалежно від місця здійснення операції між ними. Так, відповідно до угоди ГАТС, до послуг, що надаються по каналах міжнародної торгівлі, відносяться:

- комерційні послуги,
- послуги у сфері НДДКР,
- продаж й оренда нерухомості,

послуги з лізингу,
послуги зв'язку,
послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги,
послуги дистриб'юторів,
послуги у сфері освіти,
фінансові послуги,
транспортні послуги та ін.

Цікавий факт – ГАТС не дає визначення послуги як категорії — надто неоднорідними є види економічної діяльності, що охоплює цей термін, і лише зазначає, що послуги можуть надаватись одним з чотирьох способів постачання (транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність і переміщення фізичних осіб).

Порівняно з традиційною торгівлею товарами міжнародна торгівля послугами має ряд специфічних рис:

- на відміну від товарів, послуги надаються (виробляються) та споживаються в основному одночасно й не зберігаються, а тому надання більшості їх видів базується на прямих контактах між виробниками та споживачами, що потребує більшої присутності за кордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні їх виробництва;

- міжнародна торгівля послугами тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами та має зростаючий вплив на неї (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування, реклама, передпродажне й після продажне обслуговування);

- сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, більше того, транспорт і зв'язок, фінансові та страхові послуги, наука в багатьох країнах традиційно знаходяться в повній або частковій власності держави та суворо контролюються нею, внаслідок чого в міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар'єрів, ніж у торгівлі

товарами;

- не всі види послуг, на відміну від товарів, можуть бути придатні до широкого залучення в міжнародний обмін.

Також до специфічних ознак послуг можна віднести так звані «чотири «НЕ»:

невідчутність (невидимість);

нерозривність виробництва та споживання;

неможливість накопичення та зберігання;

неоднорідність та мінливість якості. (рис. 1.1):



Рис. 1.1. Специфічні риси послуги як товару.

Джерело: складено автором

Що стосується класифікації послуг, то навіть у найпоширеніших міжнародних класифікаторах кількість і зміст статей різні. Наприклад, класифікація послуг у системі ГАТС/COT припускає поділ їх на 12 розділів (секторів): ділові послуги; послуги у сфері зв'язку й аудіовізуальні послуги; будівельні та пов'язані з ними інженерні послуги; дистрибуторські послуги;

послуги у сфері освіти; послуги, пов'язані з захистом навколишнього середовища; фінансові послуги; послуги у сфері охорони здоров'я і соціального забезпечення; туризм і послуги, пов'язані з подорожами, послуги з організації дозвілля, культурних і спортивних заходів (крім аудіовізуальних послуг); транспортні послуги; інші послуги.

Кожен сектор поділяється на підсектори (всього їх 155). Наприклад, послуги зі страхування утворюють окрему групу в секторі «Фінансові послуги» та об'єднують: страхування життя; страхування від нещасних випадків і здоров'я людей; інші види страхування; послуги з перестраховування та ретроцесії; допоміжні послуги зі страхування, зокрема, брокерські, агентські, з оцінки збитків, консультативні, актуаріїв тощо.

В цілому, у системі міжнародної торгівлі послугами можна виділити такі два блоки: структурно-галузеві компоненти та виробничо-комерційні операції.

1. Структурно-галузеві компоненти системи міжнародної торгівлі послугами – це інформаційні послуги як фактор, що додає динаміки міжнародній економічній діяльності, міжнародні транспортні, банківські та страхові, міжнародний туризм.

2. Виробничо-комерційні послуги, які входять до системи міжнародної торгівлі послугами, – лізинг, франчайзинг, інжиніринг, ліцензійний обмін, міжнародні орендні операції.

Послуги є водночас і предметом, яким торгують на світовому ринку, і його потужним динамізатором, фактором, що дедалі більше визначає його параметри, тенденції і навіть характер процесів глобалізації.

Якщо ж при класифікації послуг виходити з особливостей їх ціноутворення, можна всі послуги поділити на дві групи:

1) ринкові послуги — як правило виробляються для продажу з метою отримання прибутків і реалізуються на підставі ринкової вартості. Охоплюють оптову та роздрібну торгівлю, готельне та ресторанне господарство, транспорт і зв'язок, фінансові послуги, послуги при операціях

із нерухомістю та ін.;

2) неринкові послуги — реалізуються державними або некомерційними установами й організаціями за цінами, що не мають економічного значення (переважно за бюджетні кошти), з метою задоволення індивідуальних потреб домашніх господарств і колективних потреб суспільства в цілому. Охоплюють послуги державного управління та значну частину послуг освіти, охорони здоров'я, культури й ін. [30]

Більшість міжнародних економічних організацій мають свою класифікацію послуг. Так, Міжнародна стандартна промислова класифікація ІСИ та ОЕСР виділяють чотири основних групи послуг:

- споживчі (туризм, готельні послуги);
- соціальні (освіта, медицина);
- виробничі (інжиніринг, консалтинг, фінансові й кредитні послуги);
- розподільні (торгові, транспортні, фрахтові) [12].

Згідно з класифікаційними критеріями МВФ виділяють такі види послуг:

- морські перевезення;
- інші види транспортних послуг;
- подорожі;
- інші приватні послуги
- інші офіційні послуги.

А відповідно до підходу ЮНКТАД (організації з торгівлі та розвитку ООН), виділяють вісім послуг: фінансові; зв'язку; будівельні та проектно-конструкторські; транспортні; професійні та ділові (юридичні, медичні тощо) комерційні; туристичні; аудіовізуальні.

А Світовий банк відповідно до власного загального класифікаційного підходу виділяє:

- факторні послуги (factor services), які пов'язані з рухом капіталів, робочої сили й інших компонентів та інструментів виробничого процесу;
- нефакторні послуги (non-factor services), які мають нефінансовий

характер (транспортні, туристичні та інші нефінансові послуги).

Якщо ж класифікувати послуги за формами реалізації, то можна виділити чотири основні групи в залежності від перебування виробника й споживача в момент споживання [36]:

1. Послуга пропонується на території її споживання.
2. Послуга споживається за кордоном (переміщення споживача послуги).
3. Послуга пропонується і на території її споживання, і за кордоном.
4. Послуга не переміщується із країни в країну.

Специфіку окремих видів послуг визначає характер учасників ринку послуг і порядок їх взаємодії, технологія надання послуг та їх природа й мета. Інакше кажучи, об'єктивними критеріями класифікації послуг можуть бути також характер їх учасників і факторів, а саме: суб'єктів послуг, предметів і об'єктів послуг, взаємин між учасниками ринку послуг, механізм реалізації послуг [39]. Проаналізувавши наявні в науковій та практичній літературі класифікації послуг, пропоную їх систематизований перелік (табл. 1.2).

Таблиця 1.2.

Систематизована класифікація послуг

Класифікаційний критерій	Види послуг згідно класифікації
За галузевими напрямками	фінансові; зв'язку; будівельні та проектно-конструкторські; науково-дослідні та дослідно-конструкторські; транспортні; професійні та ділові (юридичні, медичні тощо); комерційні; туристичні; аудіовізуальні
За характером спрямування послуг	споживчі, соціальні, виробничі, розподільчі
За національними	послуги для внутрішнього споживання

ознаками	міжнародні послуги
За зв'язком із торгівлею та рухом капіталів	послуги, пов'язані з торгівлею (транспортні, технічне обслуговування, страхування та ін.); послуги, пов'язані з інвестиціями та виробничою кооперацією (передавання технологій, готельні, професійні та ін.); послуги, пов'язані і з інвестиціями, і з виробничою кооперацією та торгівлею (зв'язок, будівництво, обслуговування виробничого обладнання); послуги, які мають автономний характер (інформаційні послуги, особисті, культурні, рекреаційні послуги та ін).
За пов'язаністю із виробничими факторами	факторні послуги (будівництво, інжиніринг, передача технологій), нефакторні послуги (транспортні, фінансові, туристичні, інші, не пов'язані із виробничим процесом)
За природою дій послуг	відчутні (будівельні, транспортні, інжинірингові), невловимі (зв'язок, теле- комунікації, освіта)
За характером переміщення виробника й споживача	послуга пропонується на території її споживання; послуга споживається за кордоном, що визначає переміщення її споживача; послуга пропонується й на території її споживання, й за кордоном; послуга не переміщується з країни в країну
За законністю послуги	легальні, напівлегальні нелегальні

1.2. Визначальні фактори розвитку та поточного стану міжнародного ринку у сфері послуг

Власне ринок послуг як складова світового ринку сформувався внаслідок виокремлення невиробничої діяльності в окрему сферу господарства – сферу послуг, що є об'єктивним процесом поглиблення суспільного поділу праці внаслідок розвитку продуктивних сил та диверсифікації суспільного виробництва в межах світового господарства (рис. 1.2).

Невиробнича діяльність або третинна сфера, виділена за ознакою глибини переробки первинного продукту, об'єднує галузі та види діяльності,

призначені для створення умов функціонування господарства та забезпечення життєдіяльності населення. Одним із перших дослідників, який описав структуру національної економіки, розділивши її на виробничо-технічні сектори, був А. Фішер. Так, він виділяє три сектори економіки:

- первинний (видобувний),
- вторинний (обробний),
- третинний (власне сектор послуг).

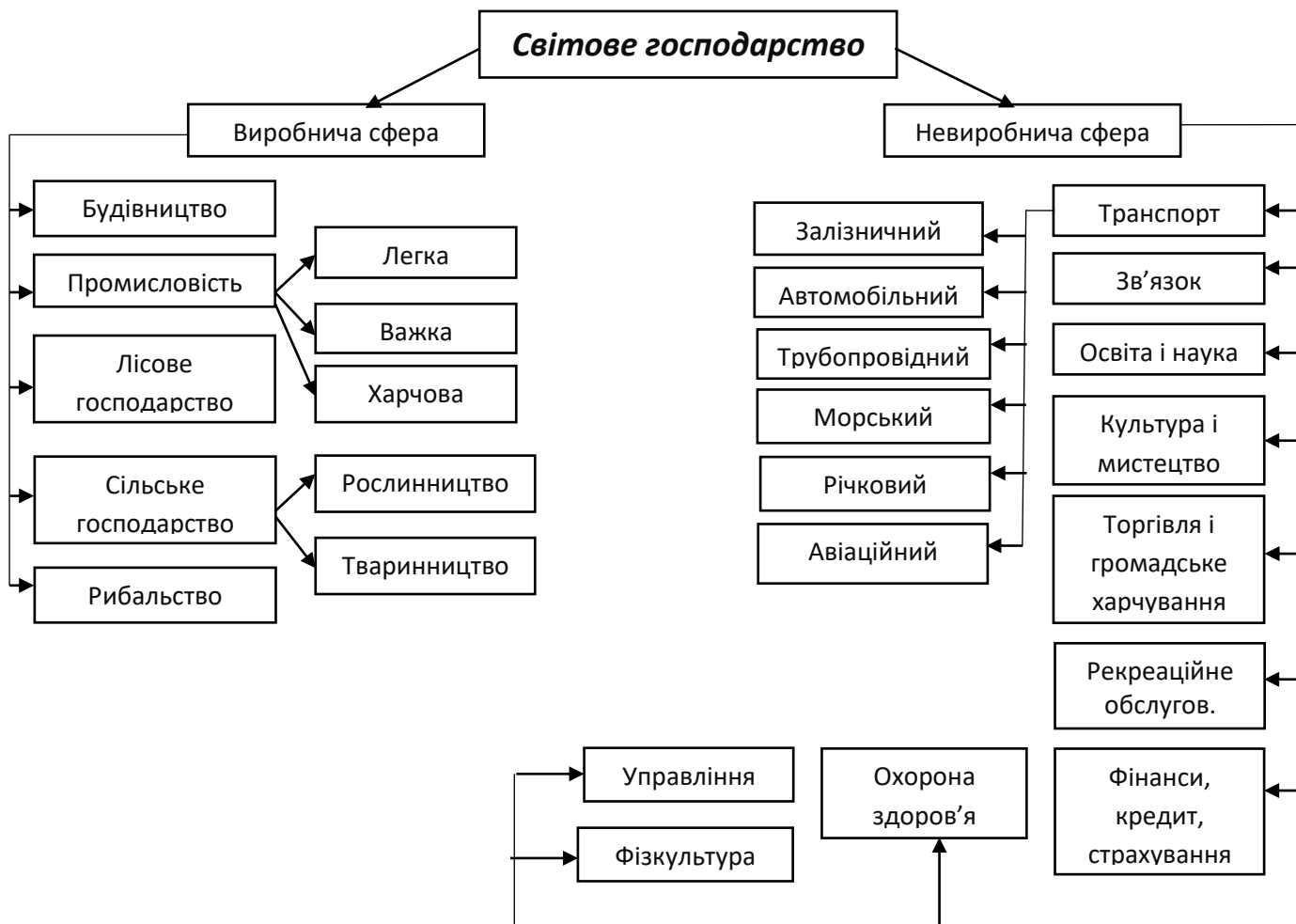


Рис. 1.2. Структура світового господарства.

Джерело: Складено автором на основі [15]

Для секторального структурування А. Фішер застосував критерій «еластичності попиту за доходом». Відповідно до цього критерію до первинного сектору А. Фішер відніс сільське господарство та галузі, що спеціалізуються на видобутку корисних копалин –еластичність попиту за

доходом до 0,5; вторинний сектор включає в себе обробну промисловість – тут еластичність попиту за доходом становить від 0,5 до 1 включно; третинний сектор містить усі види послуг, зокрема, транспорт, торгівлю, дозвілля, освіту тощо) – еластичність попиту за доходом перевищує одиницю.

Виокремлення послуг в окрему сферу діяльності, яка сформувала ринок послуг, ґрунтується на специфіці самої послуги, адже сутність послуги довгий час була предметом дискусій. Чітке визначення природи, структури, характеру послуги має принципове значення не тільки в теоретико-методологічному плані, а й в практиці господарювання, оскільки впливає на збалансованість розвитку економіки, рівень та якість життя населення.

Тож трисекторна модель А. Фішера є стала поворотною для вивчення як будови економіки в цілому, так і для визначення сутності послуг зокрема, оскільки дана модель виділила третинний сектор в самостійний, акцентувавши увагу на його особливій ролі у суспільному виробництві. Вчений відмічав стрімке зростання галузей третинного сектору, вважаючи основною причиною цього високу еластичність попиту за доходом, технічні причини та зміну споживчих уподобань.

Підсумовуючи сказане вище, можна дати таке визначення світового ринку послуг. Світовий ринок послуг – це розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, де предметом купівлі-продажу є послуга. Зовнішні ринки послуг можна розділити на:

ринок торговельних послуг (включаючи транспортні, страхові та інші види послуг);

ринок послуг, пов'язаних з інвестиційною діяльністю та виробничою кооперацією (банківські послуги, передача технологій і т.д.);

ринок змішаних послуг (послуги, водночас пов'язані з торгівлею та інвестиційною діяльністю: будівництво, зв'язок тощо);

ринок послуг автономного характеру (особистісні послуги, інформаційні послуги).

Сучасний розвиток міжнародного ринку послуг визначається дією чинників мікро- (внутрішнього) та макро- (зовнішнього) середовища (рис. 1.3). Перші впливають на рівні окремої організації та безпосередньо визначають умови її функціонування. Чинники макросередовища представлені силами ширшого соціального плану, що створюють загальні умови функціонування ринку послуг [14].

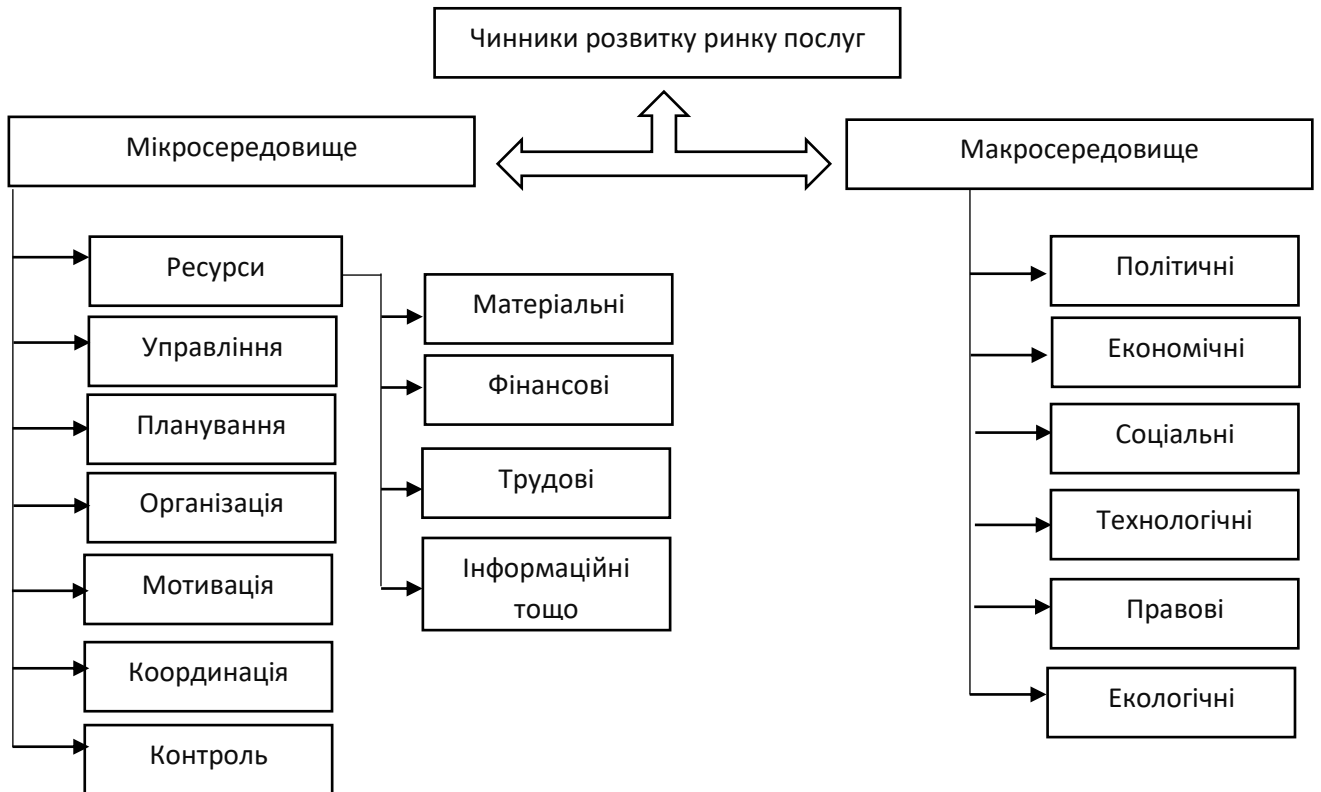


Рис.1.3. Вплив середовища на ринок послуг

Джерело: [32]

Від характеру впливу чинників залежить рівень стійкості розвитку ринку послуг і окремих його складових. Внутрішня стійкість відображає рівень трудового, матеріально-технічного, фінансового, інформаційного потенціалу, необхідний для забезпечення стабільно високих показників діяльності, а також ефективність управління процесом виробництва послуг (менеджмент персоналу, планування, координація, мотивація, контроль, маркетинг).

Зовнішня стійкість формується на основі стабільності

макроекономічного середовища та досягається за допомогою макроекономічного регулювання ринкової економіки. Тип і стан економіки визначають матеріально-технічну базу ринку послуг, характер взаємовідносин на ринку та ступінь державного втручання в економічні процеси. Для аналізу їх впливу використовуються показники, що характеризують величину та динаміку ВВП, стан засобів виробництва та ринкової інфраструктури, доходи та витрати населення, рівень його соціальної диференціації.

Міжнародна торгівля послугами значно зросла в останній третині ХХ ст. Під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві відбувається активний розвиток сфери послуг у більшості країн світу. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято приблизно 65% працездатного населення планети (у США – до 75%) [29]. Протягом 2005–2014 рр. обсяг світового експорту послуг збільшився в 1,9 рази і склав у 2014 р. 4940 млрд. дол. США [5]. За статистикою ЮНКТАД, частка послуг у світовій торгівлі становила в 2005 р. 20,1%, в 2010 р. – 20,2%, в 2014 р. – 20,7% [5]

На бурхливий ріст світового ринку послуг суттєво впливають такі фактори, як:

розвиток науково-технічного прогресу, впровадження нових технологій, що створює необхідні умови для подальшого поглиблення спеціалізації економіки й посилення тенденції до соціалізації сфери послуг;

довгостроковий економічний підйом у більшості країн світового господарства, який привів до підвищення темпів економічного росту, ділової активності, продуктивності праці, рівня прибутковості фірм і платоспроможності населення, що, відповідно, не могло не викликати додаткової потреби в ряді послуг, наприклад, у галузі туризму;

деіндустріалізація розвинених країн і трансформація їхніх національних господарств у так звані «економіки послуг» (розвиток промисловості, як відомо, приводить, по-перше, до вивільнення робочої сили, що поглинається

сферою послуг і, відповідно, розширюється, по-друге, – до необхідності «виробничих» послуг, що дають можливість продавати товари разом з ними;

перекваліфікація робочих місць, що збільшує чисельність зайнятих у сфері послуг (наприклад, за останні десять років середні темпи росту зайнятих у сфері послуг складають 5,7%);

індиферентність до непоправних втрат природних ресурсів і розвиток продуктивних сил за рахунок спеціалізації й кооперації виробництва продукції, що скорочує малоефективний експорт.

Взагалі, соціальна сфера – явище поліфункціональне [21]. І якщо раніше в світі панувало матеріальне виробництво, то нині загальносвітовою тенденцією є розвиток інформаційно-сервісного суспільства зі зростанням соціальної сфери.

Якщо ж заглиблюватись у секторальні особливості розвитку невиробничої сфери за останні 5-20 років, то навіть побіжний аналіз основних структурних елементів глобального ринку послуг показує, що незважаючи навіть на всі негаразди, пов'язані з нещодавною пандемією, постійно зростає роль міжнародного транспорту. Так, середньорічні темпи приросту обсягу перевезень вантажів на світовому ринку транспортних послуг за останні десять років становили 2,5% тобто збільшилися приблизно в 9 разів, в той час як обсяг валового світового продукту зростав у середньому усього на 1–2 %.

Зростання обсягів міжнародної торгівлі, посилення розвитку контейнерних перевезень, підвищення ефективності логістичних систем за допомогою використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій та розвиток туризму і надалі сприятимуть прогресу в транспортній галузі. Так, лише за період 1995–2005 рр. обсяг пасажирських перевезень зріс з 373 до 680 млн. чоловік, а обсяг регулярних вантажних перевезень – з 13 до 24,4 млн. т.

Також з точки зору загальних довгострокових тенденцій спостерігається досить швидкий, але надто нерівномірний розвиток світового туризму. В

основному світові туристичні потоки формуються і здійснюються між високорозвиненими країнами. Проблеми, з якими стикаються країни з перехідними економіками та країни, що розвиваються, у своїй діяльності посприяють розвитку туризму, є банальними. Це слабкий розвиток фізичної інфраструктури, транспорту і комунікацій, а також відсутність кваліфікованих людських ресурсів.

Важливо зазначити, що масштабне використання інформаційно-телекомунікаційних технологій та Інтернету, зокрема, надає набачені раніше можливості цим країнам у розвитку їх сектора туризму, адже постачальники туристичних послуг можуть безпосередньо виходити на споживачів у всьому світі, дозволяючи їм усувати необхідність у безпосередній комерційній присутності і забезпечувати значну економію витрат.

Окрім того, сучасні технології можна широко використовувати як ефективні рекламні інструменти. Це сприяє включенню до міжнародного туризму нових країн і регіонів світу, а також збільшенню та диверсифікації набору туристичних послуг.

Увесь подальший розвиток міжнародного туризму, транспорту, а також інших видів послуг прямо пов'язаний з доступом до інформації та її ефективним розподілом. На початку нового тисячоліття інформаційно-комунікаційні технології, і насамперед такі його основні форми, як Інтернет та електронна й мобільна торгівля, набули нечуваного впливу не лише на організацію діяльності окремо взятих підприємств через скорочення витрат та підвищення мобільності, але й значною мірою визначають напрямки та подальші темпи розвитку усіх видів послуг.

Проте, навіть сьогодні згідно статистичних даних, приблизно 3 мільярди людей або 37% світового населення не мають доступу, та більше того, ніколи не користувалися інтернетом. Так, за даними ООН, 96% людей, які не мають доступу до всесвітньої мережі, живуть у країнах, що розвиваються, а три чверті з них живуть у 46 найбільш бідніших країнах світу.

Проте, охоплення населення світу мережею Інтернет все одно неухильно

зростає. Зокрема, як повідомляє Міжнародна спілка електрозв'язку ООН (МСЕ), у 2021 році кількість користувачів інтернету зросла з 4,1 до 4,9 мільярда порівняно з 2019, зокрема через пандемію COVID-19. За перший рік пандемії кількість людей, які почали користуватися інтернетом, збільшилася на 10% – це найбільший річний приріст за останнє десятиліття.

Однак навіть серед цих користувачів сотні мільйонів людей не можуть бути онлайн часто, не мають власного пристрою або якісного зв'язку. Вільному доступу до інтернету перешкоджають такі чинники як бідність, неписьменність, обмежений доступ до електроенергії та відсутність навичок користування інтернетом. Тож, зважаючи на те, що забезпечення населення доступом до Інтернету саме по собі теж є послугою, можемо очікувати, що і цей сегмент буде поступово зростати.

1.3. Трансформація міжнародних ринків послуг в умовах глобалізації світової економіки

Розвиток світового ринку послуг в сучасних умовах – це складний процес, зумовлений дією як продуктивних сил, так і виробничих відносин. Статистика країн світу свідчить, що чим вищою є частка послуг у величині ВВП, тим вищим є і власне ВВП.

Трансформація змісту і природи міжнародного ринку послуг зумовлена низкою чинників, що супроводжують процеси глобалізації і є її яскравими ознаками:

- науково-технічний прогрес,
- розвиток інформаційних технологій та Інтернету,
- поширення процесів транснаціоналізації економіки, політики лібералізації,
- зростання мобільності факторів виробництва.

Так, К. Лавлок, відомий авторитет у сфері управління соціальним розвитком, до трансформаційних факторів впливу на світовий ринок послуг відносить:

політику національних держав, яка може проявлятися у посилені контролю над ціноутворенням, прийнятті законів;

соціальні зміни у суспільствах, що зумовлюють зростання доходів населення, трансформації способу життя, підвищення потреби в послугах;

тенденції розвитку бізнесу, що сприяє зростанню вимог до якості послуг;

розвиток інформаційних технологій та їх впровадження у виробництво;

інтернаціоналізації і глобалізації організацій соціальної сфери, які тісно пов'язані з активізацією процесів об'єднання та поглинання на міжнародному рівні, виходом підприємств, організацій на нові ринки, виникнення значної кількості стратегічних альянсів, підвищення активності транснаціональних сервісних компаній тощо [26].

Безумовно важливою рисою трансформаційної природи міжнародного ринку послуг є те, що основним фактором виробництва на ньому стає *вже не робоча сила, а інформація*, що відповідає формуванню «*нovoї економіки*», яка базується на науці, освіті та інформаційних технологіях.

На основі сказаного вище, можна ідентифікувати комплекс факторів, що спричиняють визначальний вплив на розвиток світової сфери послуг (табл. 1.3).

Таблиця 1.3.

Визначальні фактори розвитку світового ринку послуг.

Фактори	Характер впливу на ринок послуг
Науково-технічна революція, поява нових сфер діяльності	на основі інформаційних технологій, нових засобів комунікації виник і розвивається спектр нових послуг, радикально оновлюються їхні традиційні види, підвищуються якісні показники обслуговування
Структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва	виросли потреби промислових компаній у високоякісних ділових послугах, пов'язаних з різноманітними й складними проблемами їхньої реструктуризації й розвитку – технічними, збутовими, управлінськими і т. д.

Лібералізація зовнішньоекономічних операцій	поступово усуваються бар'єри на шляху виходу на світовий ринок провідних корпорацій у сфері фінансових, транспортних та туристичних послуг
Поступова гуманізація життя, підвищення ролі та значення людського чинника	активно розвивається світовий ринок туристичних послуг, оскільки у людей виникають додаткові потреби у враженнях, відпочинку, лікуванні і т. п.
Розвиток комп'ютерних технологій та засобів зв'язку	усунення перешкод та бар'єрів на шляху розвитку консалтингових послуг, створення додаткових можливостей для розвитку туристичних послуг, комунікаційних послуг
Розвиток економіки «матеріального» виробництва	динамічний розвиток у сфері матеріального виробництва ініціює вторинний попит у сфері послуг – передусім це стосується транспортних послуг та інжинірингових послуг

Джерело: [9]

Сьогодні на міжнародному ринку послуг спостерігається мультиплікаційний ефект розвитку, коли еволюція одних видів послуг, зумовлює розвиток інших. Це стає однією з причин зростання ринку послуг в цілому.

І особливу роль в даному процесі відіграють інформаційні послуги, динаміка розвитку яких прискорила рух інформації. Прискорення руху інформації в просторі спричинило технологічно-інформаційну революцію, розширивши спектр фінансових, ділових та освітніх послуг, підвищивши швидкість, а інколи навіть і якість їх надання. Таким чином, з одного боку, ринок послуг є важливим споживачем нових технологій, а з іншого – завдяки процесу інтернаціоналізації та зростаючій технологічній місткості послуг вони самі стають джерелом інновацій [27].

Сьогодні використання інформаційних технологій змінює уявлення про те, що перевагами щодо експорту високотехнологічних послуг володіють переважно розвинуті країни. Їм успішно складають конкуренцію країни, що розвиваються, такі як Китай, Індія, Сінгапур, Таїланд, Південна Корея,

Філіппіни.

Паралельно з трансформаційними процесами, описаними вище, відбувається також диверсифікація сфери послуг. Даний процес реалізується у декількох напрямках.

1. По-перше, це виникнення абсолютно нових видів послуг, таких, як комп'ютерні, інформаційні мережі, електронна торгівля, логістика (або управління товарними потоками), глобальні транспортні системи, що використовують багато інших видів транспорту, об'єднаних у безперервні транспортні ланцюжки та ін.

2. По-друге, це активне відокремлення і виділення в самостійні галузі цілого ряду видів послуг, які раніше носили внутрішньо-фірмовий допоміжний характер. Це стосується реклами, аудиту, маркетингових, бухгалтерських, юридичних та багатьох інших видів послуг, які стали самостійними сферами бізнесу.

3. По-третє, помітним явищем стало утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві «пакет» послуг, що дає можливість використати одного постачальника, не обтяжуючи себе веденням справ з постачальниками інших конкретних допоміжних послуг. За таким принципом діють великі транспортні компанії, що беруть на себе всі пов'язані з транспортним ланцюжком послуги й забезпечують доставку вантажу «від дверей до дверей» і «точно в призначений час».

Також в умовах глобальної економіки спостерігається навіть зміна специфічних рис послуг. Так, деякі з них можуть набувати уречевлених форм (як, наприклад, комп'ютерна програма на електронному носії інформації). Також окремі види послуг можуть ставати видимими та вже піддаються зберіганню (послуги телефонного автовідповідача), Окремі з них навіть не вимагають прямої взаємодії покупця і продавця послуги (як при видачі грошей по дебіторській картці).

Також в сучасному світі сфері послуг властиві такі особливості, як:
високий динамізм,

територіальна сегментація і локальний характер,
висока швидкість обороту капіталу,
вища норма прибутку і відносно коротші строки окупності інвестицій в порівнянні з багатьма “товарними” секторами виробництва.

Результатом дії названої низки факторів протягом останніх 30–50 років стало збільшення загальної кількості різновидів послуг із 20–25% до більш ніж 80%, збільшення частки послуг у ВВП розвинених країн з 30–40% до 65–70%, більш стрімке та динамічне зростання світової торгівлі послугами в порівнянні з товарною торгівлею [5].

Деякі з країн, що розвиваються, можна охарактеризувати, як такі, що спеціалізуються на експорті окремих визначених видів послуг в світовому масштабі. Так, Індія є вагомим постачальником аудіовізуальних послуг завдяки розвинутій кіноіндустрії, їх експорт за минулі роки збільшився у 2,5 раз.

У першій п'ятірці світових експортерів портових послуг знаходяться Сінгапур, Корея, Китай. У Галузі будівельних послуг 51 із 150 найбільших компаній належать до країн, що розвиваються (Китай, Південна Корея, Єгипет). Важливими гравцями на міжнародному ринку медичних послуг стають Південна Африка, Коста Ріка та Чилі. Лідером з підготовки фахівців в галузі ІТ вважається Індія [24].

Вже можна стверджувати, що на даний момент сформований потужний світовий ринок послуг, що розвивається більш швидкими темпами, ніж ринок товарів. Для дворазового росту послуг треба було всього лише сім-вісім років, а для подібного розширення ринку товарів – 15. Особливо швидко зростає частка послуг, наданих приватними фірмами: за цей період вона збільшилася в 2,5 рази. Сучасна торгівля послугами швидко розширюється, впливаючи на розвиток національної економіки й світового господарства. Виробництво послуг – найбільш динамічна стаття в структурі ВВП. Постійно зростаюча сфера послуг у даний час перетворюється на домінуючий сектор світової економіки, що чинить все більш суттєвий вплив на стабільність

розвитку світового співтовариства.

Таким чином, в умовах глобалізації світової економіки сфера послуг набуває динамічного розвитку та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, піднесення добробуту населення. Економічна глобалізація, а також розвиток регіональних інтеграційних процесів дедалі більшою мірою стирають кордони між «внутрішніми» та «зовнішніми» послугами, стираються межі і в торгівлі ними. Подальший вплив глобалізації призведе до формування глобальної сервісної економіки з активною участю країн, що розвиваються, та країн з перехідною економікою.

Висновки до розділу 1.

В результаті проведеного дослідження можна зробити такі висновки: більшість визначень категорії «послуга» робиться акцент на послугу як результат дії, що відрізняє її від інших товарів. Робиться акцент на послугу одночасно і як на процесі, і як на результаті цього процесу. До важливих характеристик послуги відносять також її комерційний характер та нематеріальність. Отже, послуга – процес, що поєднує в собі одночасне надання та отримання іншими суб'єктами благ для задоволення їхніх потреб, переважно у нематеріальній формі та на комерційній основі.

Також до специфічних ознак послуг можна віднести її невідчутність (невидимість), невідривність виробництва від споживання; непридатність до зберігання та накопичення та неможливість встановлення стандартів якості.

Виходячи з цього, міжнародна торгівля послугами має ряд специфічних рис: надання більшості їх видів базується на прямих контактах між виробниками та споживачами, що потребує більшої присутності за кордоном хоча б однієї зі сторін; вона пов'язана з торгівлею товарами та має зростаючий вплив на неї; сфера послуг, більш захищена державою від іноземної конкуренції. Також далеко не всі види послуг придатні до залучення в міжнародний обмін.

Ринок послуг як складова світового ринку сформувався шляхом виокремлення невиробничої діяльності в окрему сферу господарства, що є об'єктивним процесом поглиблення суспільного поділу праці.

Світовий ринок послуг – розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, де предметом купівлі-продажу є послуга. Зовнішні ринки послуг можна розділити на: ринок торговельних послуг; ринок послуг, пов'язаних з інвестиційною діяльністю та виробничою кооперацією; ринок змішаних послуг; ринок послуг автономного характеру.

Міжнародна торгівля послугами зросла в останній третині ХХ ст під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації. На ріст світового ринку послуг суттєво впливають розвиток науково-технічного прогресу та впровадження нових технологій; довгостроковий економічний підйом у більшості країн світового господарства; деіндустріалізація розвинених країн і трансформація їхніх національних господарств у так звані «економіки послуг». Розвиток промисловості, приводить до вивільнення робочої сили, що поглинається сферою послуг через її перекваліфікацію. Також зростає потреба у «виробничих» послугах.

Одночасно зі збільшенням обсягів надання послуг на світовому ринку відбувається і диверсифікація сфери послуг, що реалізується у декількох напрямках: по-перше, через виникнення абсолютно нових видів послуг, по-друге, через активне відокремлення і виділення в самостійні галузі послуг, які раніше носили внутрішньо-фірмовий допоміжний характер, а по-третє, шляхом утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві «пакет» послуг, що дає можливість використати одного постачальника.

Також в умовах глобальної економіки спостерігається навіть зміна специфічних рис послуг. Так, деякі з них можуть набувати уречевлених форм. Також окремі види послуг можуть ставати видимими та вже піддаються зберіганню, а деякі, навіть не вимагають прямої взаємодії покупця і продавця.

РОЗДІЛ 2

ПОТОЧНИЙ СТАН ТА ЗАГАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ

1.1. Сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг

Сучасний ринок послуг проходить певну адаптивну еволюцію, що і є причиною нерівномірних структурних змін на ньому. Сфера послуг дає в середньому 60-70 % валового внутрішнього продукту країни та 70-80 % усіх робочих місць. Сьогодні світовий ринок послуг розвивається більш динамічно, ніж інші сегменти світового ринку. Це пов'язано з ростом сфери послуг у більшості країн світу (передусім найбільш розвинених), а також із процесами лібералізації, розширенням відкритості національних економік, інтенсивністю потоків інвестицій та, як вже зазначалося, із посиленням глобалізації світової економіки. Статистичні данні свідчать, що міжнародна торгівля послугами протягом 1980-2000-х рр. подвоювалась в середньому кожні 7–8 років (для порівняння: щоб досягти аналогічного збільшення обсягу експорту товарів потрібно приблизно 15 років). Зараз тенденція до зростання зберігається, проте в умовах фінансових криз та пандемії темпи зростання дещо знизились. (Для більш детальної інформації див. Таблицю 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка світової торгівлі послугами у 1985–2021 рр. (млрд. дол. США)*

	1985	1990	1995	1998	2001	2004	2008	2016	2021
Світовий експорт	407,4	830,1	1239,7	1346,3	1488,7	2302,4	3916,2	5090,6	6071,6
Світовий імпорт	430,4	859,9	1240,7	1330,6	1487,9	2094,5	3963,4	4930,2	5623,5

Розраховано автором за даними: World Trade Organization. International trade statistics

Проте, саме високі темпи розвитку сфери послуг у провідних державах

світу в 1980-1990-ті роки визначили загальний ріст їхньої економіки, стаючи його основою та мінімально необхідною умовою збереження подальшої динаміки росту. Очевидно, що без сучасних телекомунікаційних систем та транспортної інфраструктури, а також без актуальних систем фінансів та освіти, без наявності на ринку високоякісних ділових послуг жодна країна не зможе забезпечити потрібні їй обсяги залучення інвестицій та стабільне економічне зростання. З іншого боку, саме іноземні інвестиції та розвиток міжнародної торгівлі відіграють повідну роль у розвитку власне самої сфери послуг [22].

Сьогодні в структурі світової торгівлі послугами домінують три основні групи:

транспортні послуги,

туризм,

інші комерційні послуги: це передусім такі нові складові даного сектору, як інформаційні, бізнес-послуги, аутсорсінг та офшорінг.

Таблиця 2.2.

Галузева структура світового експорту послуг у 1990-2020 рр.*

Експорт послуг	Частка у світовому експорті (%)					
	1990	2003	2004	2010	2019	2020
Всі види послуг	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>	<u>100,0</u>
Транспортні послуги	28,5	22,9	23,6	21,2	16,9	16,9
Подорожі	33,9	29,5	29,4	24,7	23,9	11,2
Інші комерційні послуги	37,6	47,6	47,0	50,9	55,4	67,8

Розраховано автором за даними: World Trade Organization. International trade statistics

Дані наведені в табл. 2.2. демонструють цікаву загальну тенденцію: суттєве зростання ринкової частки саме комерційних послуг, причому різке зростання відбулося саме у період пандемії – протягом 201-2020 рр. В той самий час, зрозумілим є зниження частки транспортних послуг та подорожей в структурі загального експорту послуг у світі. Причому, транспортні

послуги постраждали не стільки від пандемії, скільки зниження їх долі відбувалось еволюційно з 28,5% у 1990 році до 21,2% у 2010. А ось різкий обвал частки подорожей при загальній негативній тенденції спровокувала саме пандемія – так, якщо у 2019 році доля подорожей становила 23,9% у загальносвітовому показнику, то у 2020 вона обвалилась до 11,2%.

Характерною видається і видова структура експорту послуг в розрізі груп країн, що їх надають: так, країни, що розвиваються, експортують переважно туристичні послуги (на них припадає 40% світового експорту туристичних послуг), в свою чергу, транспортні послуги домінують в структурі експорту послуг в країнах з перехідною економікою, Якщо ж розглядати розвинуті країни, то вони експортують передусім ділові (бізнес) послуги, а транспортні та туристичні послуги займають друге та третє місце відповідно.

Треба уточнити, що ділові послуги, або бізнес-послуги, – це послуги, що надаються одними підприємствам іншим і включають послуги:

технічного та наукового характеру (комп'ютерні та ІТ-послуги, проведення досліджень та розробок, інженерні послуги);

адміністративного та управлінського характеру (менеджмент та адміністрування, підбір кадрів та управління персоналом, консультування бізнесу з юридичних питань та питань обліку, дослідження ринку, реклама);

пов'язані з орендою та обслуговуванням майна підприємства (лізинг),

пов'язані з усуненням екологічних наслідків роботи підприємства (усунення шкідливого впливу компонентів виробничого процесу, так звані екологічні послуги);

Дослідники підкреслюють, що в цілому сьогодні найдинамічніше розвивається саме міжнародна торгівля діловими послугами, у т.ч. управлінськими, професійними, банківськими, страховими, аудиторськими, що складає до 2/5 всієї торгівлі послугами. Також очевидно, що сфера застосування послуг з кожним роком розширюється, а одним із чинників прискорення цього процесу є бурхливий розвиток новітніх інформаційно-

комунікаційних технологій, перш за все, мережі Інтернет, електронної та мобільної торгівлі.

Як вже говорилося в попередньому розділі, у міжнародній торгівлі послугами провідну роль відіграють розвинені країни. Зокрема, на чотири провідних країни: США, Францію, Німеччину та Велику Британію припадає близько 32-35% усього світового експорту послуг залежно від конкретного року дослідження (Табл. 2.3).

Таблиця 2.3.

Експорт послуг окремих країн світу та їх частка у загальносвітовому обсязі експорту.

Країни	Загальний експорт послуг							
	2005		2010		2015		2020	
	Млн. дол.	%	Млн. дол.	%	Млн. дол.	%	Млн. дол.	%
Всього. світ	2687328	<u>100</u>	3977658	<u>100</u>	5010812	<u>100</u>	5179459	<u>100</u>
США	378487	14,08	582041	14,63	769397	15,35	726433	14,03
Німеччина	166,093	6,18	225234	5,66	280657	5,60	310661	6,00
Велика Британія	249579	9,29	291734	7,33	375357	7,49	385745	7,45
Франція	156639	5,83	202306	5,09	255711	5,10	254632	4,92

Розраховано автором за даними: World Trade Organization. International trade statistics.

Цей факт пояснюється тим, що як вже зазначалося, ці країни перейшли до постіндустріальної моделі розвитку, а така модель характеризується тим, що в ній домінує сектор послуг. Така домінація проявляється також у тому, що ринок даних країн характеризується широкою номенклатурою нових послуг, яка постійно доповнюється. Для цих країн характерне зростання передусім експорту фінансових, інформаційних та ділових послуг [40].

Зростання міжнародної торгівлі послугами напряму пов'язане з припливом до таких країн іноземних інвестицій. І провідну роль тут відіграють транснаціональні корпорації та транснаціональні банки, які диверсифікуючи власну діяльність, стимулюють надходження до країни нових технологій, методів управління, маркетингу тощо. Недаремно всі

провідні країни-експортери послуг є країнами базування найбільших ТНК світу. Так, лідером тут є США: дана країна є материнською для чотирьох компаній, що увійшли до ТОП-10 ТНК світу у 2020 році.

Обсяг світового експорту інформаційно-комунікаційних та комп'ютерних послуг останнім часом зростають найшвидше. Так, за період 2007–2021 рр. вони збільшилися більш ніж втричі (до 896 млрд. дол. порівняно з 283 млрд. дол. США в 2007 р.).

Якщо в 2007 р. світовим лідером з експорту таких послуг була Індія, то в 2017 р. вона займає другу позицію після Ірландії, а у 2021 році країни ЄС експортують на 446 млрд. дол. інформаційно-комунікаційних та комп'ютерних послуг, або 49,7% усього світового експорту. Для порівняння: у 2017 році дана сума становила 252 млрд., тобто за період 2017 -2021 рр. Європейському Союзу вдалося майже подвоїти обсяги експорту, проте його питома вага навіть трохи знизилась, що свідчить про подвоєння світового експорту таких послуг у світі протягом останніх чотирьох років. Також очевидним є укріплення позицій Китаю як світового лідера: з десятої позиції у списку провідних експортерів у 2007 р. країна перемістилася на п'яту в 2017 р. та експортувала послуг на 27,7 млрд. дол. США [1]. А у 2021 році ситуація покращилась ще більше – експорт послуг Китаєм становив 39,2 млрд. дол. (Додаток А)

У структурі світового експорту телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних технологій постійно та неухильно збільшується частка комп'ютерних послуг. Так, якщо у 2015 році вона становила майже 75 % від загального експорту даного типу послуг, то у 2021 вже майже 84%. Активно скорочується доля телекомунікаційних послуг з 20% у 2015 році до 11% у 2021. Хоча абсолютні показники залишилися майже незмінними: 9,4 млрд. дол у 2015 році, та 9,8 млрд. дол. відповідно у 2021 році. (Додаток 1.) Частка інформаційних послуг залишається майже незмінною – 5,3% . 15,2 млрд. дол. У 2015 році та 21,8 млрд. дол. у 2021 році відповідно) [2].

Зростання світового ринку інжинірингових послуг пов'язують зі

зростаючою спеціалізацією виробництва, бурхливим розвитком науково-технічного прогресу та активною діяльністю транснаціональних корпорацій. Інжинірингові послуги надають спеціальні компанії, чисельність яких неухильно зростає. Так, станом на 2016 р. у США успішно діють понад 30 тис. фірм, у країнах ЄС – близько 15 тис., причому найбільша кількість концентрувалася у Німеччині та Австрії. Майже 95% експорту інжинірингових послуг припадає на фірми з високорозвинених країн, тоді як основними імпортерами інжинірингових послуг виступають країни, що розвиваються (80% світового імпорту). Найбільшими ринками інжинірингових послуг у розвинених країнах є азіатсько-тихоокеанський (53% експорту інжинірингових послуг) та європейський (38,2%) [18].

Динамічно розвивається ринок послуг щодо науково-дослідних розробок. Тут традиційно провідні позиції зберігають за собою розвинені країни. Так, сумарна частка країн ЄС та США у 2021 році становила майже 61% від загальносвітових послуг у сфері науково-дослідних розробок. Зокрема, доля Сполучених штатів Америки традиційно протягом останніх 16 років з 2005 по 2021 рік коливається в межах 22-25% від загальносвітового показника.

А країни Європейського Союзу продемонструвавши у 2020 році зростання своєї сумарної частки в експорті науково-дослідних розробок на рівні 43%, у 2021 знизили даний показник до 39,2%, Визнаними лідерами серед країн Європи традиційно є Німеччина (11,3%), Франція (6,2%), Велика Британія (8,1%).

Провідні позиції у світовій торгівлі послугами консультативного, правового та професійного характеру належать США та Великобританії, що є країнами базування провідних аудиторських та консалтингових транснаціональних корпорацій із багатомільярдними доходами, багатотисячним персоналом та філіями у більшості країн світу. У 2016 р. американські консалтингові ТНК McKinsey&Company, The Boston Consulting Group, Bain & Company, Deloitte Consulting LLP отримали доходи обсягом

понад 33 млрд. дол. США, а зайнято на роботі у зазначених компаніях було понад 270 тис. працівників у понад 100 країнах світу [11]. У десятці провідних консалтингових компаній за сукупним доходом шість були зареєстровані у Великобританії та дві – у США.

Не менш активно розвивається й ринок рекламних послуг, маркетингових досліджень та вивчення громадської думки. Він демонструє стійку тенденцію до постійного зростання зі 100,2 млрд. дол. у 2015 році до 155,1 млрд. у 2020 році. При цьому зростатиме роль нових рекламних послуг, здебільшого цифрової реклами, а доходи провідних компаній, що надають послуги цифрової реклами, таких як Google, Facebook, Alibaba, надалі зростатимуть.

2.2. Стан світової торгівлі послугами в умовах пандемії COVID-19

На початку 2020 року по глобальній економіці нищівного удару завдала коронавірусна хвороба. Пандемія COVID-19 призвела до найглибшого економічного спаду від закінчення другої світової війни. Обсяги виробництва обвалилися, при цьому суттєво зріс рівень безробіття. Також через шоківі зміни попиту та пропозиції серйозно постраждала торгівля, що вже у першій половині 2020 року стрімко обвалилася через карантинні обмеження.

СОТ ілюстрував цей спад індексом ділової активності Purchasing Managers' Indices (PMI). Базовий рівень індексу знаходиться на позначці 50, але у квітні 2020 року він впав до 27,1. Тобто значно зменшилися нові експортні замовлення. У травні 2020 року індекс трохи виріс, але все одно набагато нижчий від звичайного рівня.

Пандемія COVID-19 мала також виразно негативний вплив на торгівлю послугами, оскільки всі провідні країни-експортери та країни-імпортери вжили заходів щодо обмеження закордонних поїздок та ввели соціальне дистанціювання всередині країни. Як наслідок – люди фізично не могли надавати послуги чи користуватися послугами через карантин, або локдаун. Це стало катастрофою для ринку послуг, адже на відміну від товарів, послуги

неможливо виробити, покласти на склад і продати пізніше.

Тож, введені обмеження викликали у 2020 році спад в торгівлі послугами в усіх країнах світу (Табл. 2.4.) та в більшості сфер послуг (Додаток 1.). За даними Всесвітньої організації торгівлі, світова торгівля послугами в другому кварталі 2020 року знизилася на рекордні 30% [4].

Якщо розглядати світовий експорт послуг, порівнюючи показники 2019 та 2020 років, то очевидно, що як загальносвітові, так і показники по окремих країнах-лідерах в експорті різко впали. В цілому по світу, експорт послуг у 2020 році становив лише 82,3% від показників 2019 (Табл. 2.5). Аналогічне просідання продемонстрували найбільш розвинені країни – США (81,5%) та країни ЄС (86,3%). Цікаво, що лідери серед країн, що розвиваються, теж знизили обсяги експорту послуг, але не так суттєво. Зокрема, для Індії даний показник склав 94,6% (-11617 млн. дол.) у порівнянні до показників 2019 року, а для Китаю – 99,1% (-2563 млн. дол.). Щодо аналогічних показників імпорту послуг, то тут ситуація дещо інша: в цілому по світу просідання показників було аналогічним - 81,4% від показників 2019 року або -1124875 млн. дол.). Проте, якщо для найбільш розвинених країн – США та країн ЄС падіння було майже ідентичним зниженню експортних показників (78,6% та 86,9% відповідно від показників 2019 року), для Індії та Китаю показники імпорту «просіли» сильніше (85,7% та 76,1% відповідно від показників 2019 року).

Особливо великих втрат від пандемії зазнали, як зазначалося, сфери послуг, які потребують фізичного контакту між людьми, наприклад, будівництво (-25%), архітектурні та інженерні послуги та інші види бізнес-послуг (-11%) [4]. Проте, на перше місце по скороченню обсягів експорту вийшла сфера туристичних послуг: Так, за даними СОТ витрати міжнародних туристів у 2020 році зменшились на 81% у порівнянні з аналогічним періодом 2019-го. А туристичний експорт, наприклад, в США в березні 2020 року був на 53% меншим порівняно з аналогічним місяцем 2019-го, а у квітні - на 73%. Видатки Китаю на туризм за аналогічні місяці

зменшилися на 60%.

Таблиця 2.4.

Показники експорту та імпорту послуг в окремих країнах світу у період 2019-2021 рр.

Рік	Обсяги експорту послуг						Обсяг імпорту послуг					
	2019		2020		2021		2019		2020		2021	
	млн. \$.	%	млн. \$.	%	млн. \$.	%	млн. \$.	%	млн. \$.	%	млн. \$.	%
<i>Всього у світі:</i>	6290557	100	5179459	100	6071633	100	6032617	100	4907742	100	5623458	100
<i>ЄС</i>												
<i>Всього</i>	2333398	37,1	2013497	38,9	2388596	39,3	2209508	36,6	1919195	39,1	2146172	38,2
<i>В т. ч.: операції між країнами ЄС</i>	1133318	18,0	973927	18,8	1147368	18,9	1065372	17,7	916864	18,7	1061862	18,9
<i>Індія</i>	214762	3,4	203145	3,9	240657	4,0	179430	3,0	153737	3,1	195956	3,5
<i>Китай</i>	283192	4,5	280629	5,4	392198	6,5	500680	8,3	381088	7,8	441312	7,8
<i>США</i>	891177	14,2	726433	14,0	795273	13,1	593594	9,8	466537	9,5	550025	9,8

Це спричинило різке падіння попиту на міжнародні поїздки, і як наслідок – на послуги транспортних компаній (-31%). Яскрава ілюстрація цього – це кількість пасажирських і вантажних комерційних рейсів, яка за даними СОТ зменшилася на 74% у січні-квітні 2020 року. Наприкінці весни та на початку літа вона почала потроху збільшуватися, що свідчить про часткове відновлення авіап перевезень після пом'якшення карантинних заходів.

У той самий час на тлі переходу до віддаленої роботи та попиту на цифровізацію, відбулося зростання попиту на комп'ютерні послуги, а також збільшився попит на послуги логістики, консалтингу, страхування тощо. Зокрема в цілому у світі протягом 2019-2020 рр. відбулося зростання експорту комп'ютерних послуг на 10,5%. А якщо розглядати у розрізі країн, то в країнах ЄС в цілому на 10,6%, зокрема в Німеччині майже на 5%, у Франції – на 2,1%. А лідерами за даним показником стали США (на 13%) та Велика Британія (на 9,2%).

Більш того, дана тенденція щодо комп'ютерних послуг продовжилась у

2021 році, адже світове зростання експорту по відношенню до 2020 року становило вражаючі 21,5%. Серед причин такого зростання – продовження прискорених процесів цифрової трансформації на ринку освітніх послуг, який, у своїй більшості перейшов на он-лайн освіту, при цьому зросла кількість як індивідуальних споживачів освітніх он-лайн послуг, так і паралельно відбувся різкий перехід навчальних закладів на дистанційне навчання. Посилення конкуренції та зміна поведінки споживачів змусили компанії покладатися на соціальні мережі як важливий інструмент цифрового маркетингу та контент-стратегії. Платформи соціальних медіа та сайти соціальних мереж генерують величезний обсяг даних, і це, як очікується, буде зростати і в майбутньому. Зростаюча залежність від хмарних послуг та заходів з модернізації інфраструктури суттєво стимулює попит на керовані ІТ-послуги такі як: ІТ-консалтинг, системна інтеграція, розробка спеціального програмного забезпечення, ІТ-аутсорсинг, ІТ-підтримка, технології хмарних обчислень, кібербезпека та створення інноваційних бізнес-моделей. [3].

Щодо ситуації у сфері послуг в 2021 році, то вона є в цілому позитивною: країни – світові лідери частково відновили свої обсяги експортно-імпортних операцій. Абсолютні показники експорту та імпорту послуг у 2021 році у порівнянні з 2020 були позитивними, адже цілому світове зростання експорту послуг у 2021 році становило 17,2%, а імпорту – 14,6 % у порівнянні з 2020 роком.

Зокрема, у Європейському Союзі спостерігалось нарощування експорту послуг на рівні 18,6%, від показника 2020 року, а імпорту – 11,8%. Подібні показники були зафіксовані і в економіці США. Зростання експорту послуг у 2021 році було на рівні 9,5% від показників 2020 року, а імпорту – на 17,9% відповідно.

Цікавою тут є позиція Китаю - загалом у 2021 році експорт послуг Китаєм становив 392 млрд. дол. США, що становить 6,5% від загальносвітового показника, а у порівнянні з 2019 роком долся Китаю у

загальносвітовому експорту послуг зросла на 2%. Щодо імпорту, тут даний показник знизився: так, якщо у 2019 році імпорт послуг з Китаю становив майже 501 млрд. дол., то у 2021 лише 441 млрд. Тому, на мою думку, можна зробити висновок про те, що дана успішно використала рецесію в ЄС та США для посилення позицій експортера послуг у світовій торгівлі. Проте, частково це було зроблено за рахунок зменшення їх імпорту, що може негативно позначитися на економіці країни у подальшому.

В цілому, підсумовуючи все сказане вище, можна зазначити, що у сфері послуг світова економіка у 2021 році не змогла в повному обсязі. Так, у 2021 році загально світовий експорт послуг склав 96,5% від показників 2019 року, а імпорт був ще на більш низькому рівні – 93,2 % до показників 2019 року, тобто більшість країн світу не змогли досягти у сфері послуг відновлення на рівні 2019 року.

Тож, як висновок можна зазначити: пандемія COVID-19 негативно вплинула на світову економіку в цілому, проте саме сектор послуг зазнав найбільшої рецесії. Така ситуація частково пояснюється специфікою послуг, які неможливо складувати та консервувати. Тож, якщо товари просто вироблялися та споживалися в дещо менших обсягах, то послуги не надавалися взагалі (як, наприклад, туризм, пасажирські транспортні перевезення тощо), що призвело до закриття цілих секторів.

2.3. Міжнародне регулювання ринку послуг

Важлива роль у розвитку світового ринку послуг належить ефективній системі її регулювання, при цьому сама необхідність регулювання зумовлена низкою факторів. Перший з таких факторів – це зростання ролі послуг, які використовують як первинні ресурси виробництва. Йдеться, передусім, про такі послуги, як проектно-конструкторські розробки, підготовка техніко-економічного обґрунтування виробництва, дослідження ринку, розробка програмного забезпечення, бухгалтерія, консультування в галузі управління тощо.

Також останні роки різко зросло значення сектора послуг в економіці майже усіх країн світу, як розвинених, так і таких, що розвиваються. Це спричиняє зміну структури зайнятості населення в усіх країнах, адже у сферу послуг перетікає робоча сила із сільського господарства та обробної промисловості, де спостерігається зниження зайнятості через підвищення технологічності та ефективності виробничих процесів.

Дана технологічна революція (особливо у галузі телекомунікації й інформатизації) розширила можливості надання послуг і породила низку нових видів послуг. Також технічний прогрес (наприклад, розвиток стільникового зв'язку та будівництво автомобільних доріг паралельно із залізничними) призводить до трансформації неконкурентних ринків (т.з. природних монополій) у конкурентні. Це, в свою чергу, створило передумови для виходу на нові ринки іноземних постачальників відповідних послуг.

Всі описані фактори ускладнили ринок послуг як за обсягами так і за номенклатурою. Тож, потреба в регулюванні встає все гостріше.

Взагалі, виділяють три рівні регулювання міжнародного ринку послуг:

національний (охоплює територію окремої країни);

двобічний (у межах території двох сусідніх країн);

багатосторонній, у вигляді:

спеціалізованих міжнародних конвенцій та угод (Всесвітня туристична організація, організація міжнародної цивільної авіації)

угод в рамках міжнародних організацій широкого профілю (СОТ, ЮНКТАД тощо).

Розглядаючи міжнародний рівень функціонування ринку послуг, свою увагу щодо регулювання варто зосередити на багатосторонньому рівні, зокрема розглянемо регулювання торгівлі послугами в рамках СОТ.

Світова торгівля послугами регулюється в рамках СОТ Генеральною угодою про торгівлю послугами (General Agreement on Trade in Services (GATS)), яка власне є найбільш потужною і всеохоплюючою за сферою регулювання. Її головними задачами є лібералізація міжнародної торгівлі,

усунення кількісних та інших нетарифних бар'єрів в торгівлі, а також підтримка справедливої конкуренції в національному та міжнародному економічному просторі. Важливо зазначити, що ГАТС є рамковою угодою і забезпечує стартові умови та правила.

Генеральну угоду з торгівлі послугами було укладено під час Уругвайського раунду ГАТТ, з метою унормування та стандартизації торгівлі послугами. Технічно вона складається із двох частин:

- власне тексту Угоди – статей і додатків до неї;
- переліку конкретних зобов'язань кожної країни – члена СОТ. Ці переліки є невід'ємною складовою угоди.

ГАТС базується на тих самих основоположних принципах, що й інші угоди СОТ: відмова від дискримінації та ринкова ефективність, передбачуваний, відкритий, безпечний взаємний доступ на ринки.

ГАТС містить п'ять категорій положень (або умов) що відносять до загального порядку, зокрема:

- Безумовні зобов'язання (unconditional provisions). Вони стосуються усіх секторів незалежно від визначених для країни-члена особливих зобов'язань. Наприклад: режим найбільшого сприяння, прозорість, внутрішнє регулювання, монополії.

- Умовні зобов'язання (conditional provisions), Вони містять загальні правила, яких країна дотримується згідно з конкретною угодою тільки у певних секторах чи підсекторах. Прикладами умовних зобов'язань є: прозорість, внутрішнє регулювання, монополії, платіж і трансферт.

- Дозвільні умови. Вони надають можливість країнам-членам уникати режиму найбільшого сприяння з метою участі в угодах з економічної інтеграції та застосування заходів двостороннього визнання.

- Виняткові умови, які описують винятки з відповідних зобов'язань, якщо це пов'язано із захистом життя, здоров'я або громадського порядку.

- Умови щодо подальшого удосконалення законодавства. Сюди відносять, наприклад, внутрішнє регулювання, державні закупівлі, субсидії

У ст. I ГАТС передбачено чотири способи надання послуг: (рис. 2.1 – 2.4): транскордонне постачання, споживання за кордоном, присутність фізичних осіб, комерційна присутність.

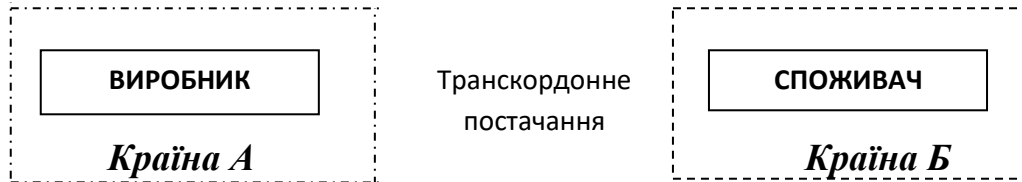


Рис. 2.1. Транскордонне постачання послуг.

Транскордонне постачання передбачає, що послуги надаються підприємством в одній країні, споживач перебуває в іншій країні (наприклад, консультаційні послуги через міжнародні телефонні мережі, послуги через мережу Інтернет).

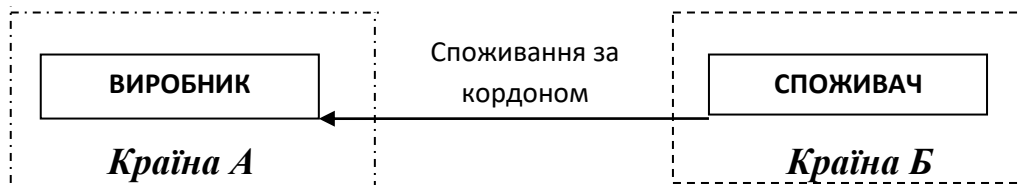


Рис. 2.2. Споживання послуги за кордоном.

Споживання за кордоном: споживач прибуває до іншої країни, щоб отримати чи придбати послугу (туристичні послуги, освіта тощо).

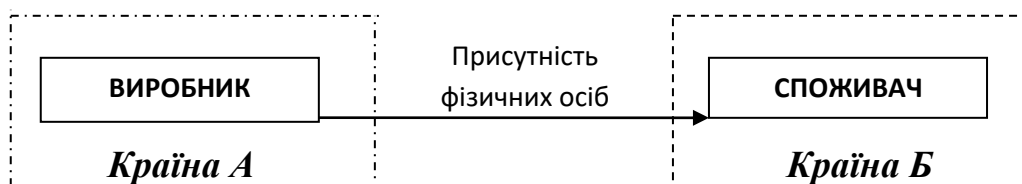


Рис. 2.3. Присутність фізичних осіб.

Присутність фізичних осіб: фізичні особи, що надають послуги, здійснюють подорож до країни споживача для надання йому послуг

(наприклад відрядження консультантів, медиків і т.д.).

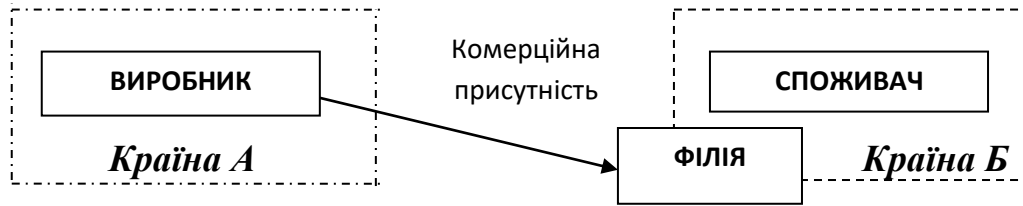


Рис. 2.4. Комерційна присутність.

Комерційна присутність: постачальник через філію дочірньої компанії, представництво чи іншу структуру надає послуги на території іншої країни, де перебуває споживач (наприклад, послуги в країні, де є філії іноземного банку).

Обмеження в торгівлі послугами за своїм характером можуть бути умовно розділені на кількісні та якісні. Якісні обмеження застосовують для забезпечення відповідної якості послуг та з інституційних міркувань (через ліцензування діяльності; виконання вимог, що пред'являють до технічних стандартів тощо).

Кількісні обмеження регулюють частку іноземного компоненту в зазначеному секторі (через обмеження кількості постачальників послуг; обсягу послуг, що постачаються; спеціальних вимог до юридичної форми здійснення комерційної діяльності тощо).

Цікавим є те, що універсальні визнані усіма принципи й інструменти, у торгівлі послугами, на відміну від торгівлі таврами, не застосовують. Проте існують різноманітні національні методи регулювання зовнішньої торгівлі послугами:

- кількісні обмеження імпортованих послуг;
- дискримінаційні податки на імпортовані послуги;
- обов'язкові розцінки та тарифи;
- спеціальні правила для нерезидентів та компаній з іноземним капіталом;
- система ліцензування.

Національне законодавство здатне встановлювати ефективні бар'єри в

торгівлі послугами шляхом випуску адміністративних розпоряджень, відомчих інструкцій, невизнання іноземних дипломів тощо.

Усі наявні механізми регулювання торгівлі послугами носять переважно рестриктивний, обмежувальний характер. Кількісні обмеження передбачають пряму заборону іноземним агентам бути присутніми на національному ринку послуг або запровадження квот на імпорт іноземних послуг.

Як вже неодноразово зазначалося вище, торгівля послугами суттєво зросла за декілька останніх десятиліть, становлячи сьогодні приблизно половину світової торгівлі. В той самий час, у звіті СОР про світову торгівлю за 2019 рік було зафіксовано факт, що витрати на торгівлю послугами приблизно вдвічі вищі, ніж витрати на торгівлю товарами [5].

Значна частина даних витрат обумовлена розбіжностями у регуляторних нормах країн СОР та непрозорими правилами і обтяжливими процедурами. Тож сьогодні в рамках Спільної ініціативи СОР з внутрішнього регулювання послуг, що є відкритим процесом, група з понад 60 країн-членів СОР зобов'язалась розробити дисципліни з метою пом'якшення небажаних наслідків, які обмежують торгівлю, стосовно ліцензійних вимог та процедур, кваліфікаційних вимог, процедур та технічних стандартів.

Члени СОР, які беруть участь у даній ініціативі, представляють понад 70% глобальної торгівлі послугами. Така значна участь дозволяє забезпечити широке застосування розроблених дисциплін у всьому світі. Дисципліни стануть важливим орієнтиром для країн, які мають на меті проведення внутрішніх регуляторних реформ.

Дані дисципліни нормативного регулювання є сумісними з різноманітними регуляторними системами та підходами, які можуть використовувати усі країни. Також вони узгоджуються з міжнародними інструментами належної практики нормативного регулювання, такими як Рекомендації ОЕСР щодо політики та управління у сфері нормативного регулювання, Комплексним контрольним переліком регуляторних реформ АТЕС-ОЕСР та Глобальними індикаторами нормативного регулювання

Світового Банку.

Багато членів СОТ різного рівня розвитку вже застосовують ці інструменти для розробки власних внутрішніх регуляторних реформ. Впровадження дисциплін у рамках СОТ може посприяти просуванню та зміцненню національних реформ, у той же час підтримуючи зростання внутрішніх секторів послуг.

Дисципліни застосовуються до заходів щодо ліцензійних вимог та процедур, кваліфікаційних вимог та процедур та технічних стандартів, що впливають на торгівлю послугами.

Основна увага в дисциплінах приділяється заходам, пов'язаним з процесом отримання дозволу на надання послуги. Вони спрямовані на те, щоб існуючі зобов'язання щодо доступу до ринку та національного режиму не зводились нанівець непрозорими та складними процедурами авторизації.

Одна із цілей запровадження дисциплін – підвищення прозорості процесу отримання дозволу на надання послуги. Вони вимагають:

надання доступу до інформації, необхідної для відповідності вимогам та процедурам авторизації, у тому числі за допомогою електронних засобів;

запровадження належних механізмів реагування на запити, що надходять від постачальників послуг;

залучення зацікавлених сторін шляхом публікацію запропонованих законів і правил;

можливості надання коментарів сторонами та зобов'язання щодо розгляду отриманих зауважень.

Дисципліни передбачають внутрішню гнучкість задля збереження простору для врахування відмінностей у можливостях і підходах членів СОТ у сфері регулювання, наприклад, дозволяючи учасникам виконувати певні зобов'язання "настільки, наскільки це можливо", або просто "заохочуючи" їх до певних дій. Вони застосовуються у тих секторах, де учасники мають специфічні зобов'язання.

Для членів СОТ передбачено можливість добровільно розширити сферу

застосування дисциплін на додаткові сектори. Дисципліни не обмежують право учасників на регулювання у досягненні цілей внутрішньої політики. Вони не зосереджуються на сутності самого регулювання та в основному обмежуються процедурами отримання дозволу на надання послуг.

Країни, що розвиваються, можуть відкласти застосування специфічних положень в секторах, у яких вбачаються труднощі з імплементацією. Для цього вони запроваджують перехідний період, що дозволяє їм вносити будь-які необхідні корективи у внутрішні механізми регулювання. Найменш розвинені учасники переговорів не зобов'язані впроваджувати дисципліни до виходу з категорії найменш розвинених країн та можуть також встановити перехідний період на цей час.

Учасники домовились включити остаточний перелік дисциплін до відповідних Розкладів зобов'язань ГАТС як «додаткові зобов'язання» відповідно до статті XVIII ГАТС. Стаття XVIII ГАТС дозволяє членам СОТ вести переговори стосовно зобов'язань щодо заходів, які стосуються питань кваліфікації, стандартів або ліцензування. Дисципліни будуть доповнювати існуючі специфічні зобов'язання, взяті на себе учасниками у відповідних Розкладах ГАТС. Вони не зачіпатимуть будь-які існуючі права та обов'язки відповідно до ГАТС чи будь-яких інших угод СОТ. Дисципліни стануть обов'язковими лише для тих членів СОТ, які самі занесуть їх до своїх Розкладів зобов'язань ГАТС.

Автори ініціативи вважають, що імплементація дисциплін може призвести до покращення економічних показників країн. Особливо корисними дисципліни стануть для мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП), які, як правило, найменш підготовлені для функціонуванні у непрозорих та витратних процедурах.

Оскільки сектор послуг створює додаткові робочі місця, забезпечує більш ефективний розподіл ресурсів, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності компаній та економік, то підвищення його ефективності може опосередковано покращити ефективність усіх інших

галузей економіки, включаючи виробництво та сільське господарство. Економіки, що впроваджують дисципліни з внутрішнього регулювання до своїх регуляторних систем, як правило, активніше беруть участь у міжнародній торгівлі послугами, що пояснюється більшою конкурентоспроможністю їх сектора послуг через лібералізації дозвільних процедур. За рахунок підвищення конкурентоспроможності внутрішнього сектора послуг до глобальних ланцюгів створення вартості можуть долучатися країни з рівнем доходу нижче середнього, що сприятиме їм у досягненні цілей розвитку. Для максимізації вигоди від участі у таких глобальних ланцюгах надзвичайно важливим є впорядкування процедур авторизації, а також підвищення прозорості та передбачуваності нормативно-правової бази.

Якщо розглядати останні тренди в регіональних торговельних угодах (РТУ), то можна констатувати, що тут має місце суттєва подібність дисциплін із внутрішнього регулювання, включених до складу останніх РТУ, та дисциплін, розроблених описаною Спільною ініціативою СОТ.

За останні 15 років РТУ щодо послуг вийшли за рамки зняття кількісних обмежень та дискримінаційних заходів, пов'язаних з міжнародною торгівлею послугами. Зараз вони все частіше стосуються регуляторних бар'єрів та заохочують раціональне управління ринками послуг. Завдяки встановленню зобов'язань щодо внутрішнього регулювання РТУ можуть зробити національні регуляторні середовища більш прозорими та передбачуваними, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та диверсифікації економіки, а отже стимулюватиме економічне зростання.

Станом на 2020 кінець року більш ніж 70% країн-членів СОТ уклали принаймні одну регіональну торговельну угоду, яка обов'язково включала в себе положення щодо внутрішнього регулювання, які виходять за рамки ГАТС.

В часи, коли бізнесу потрібна прозора та прогнозована нормативна база щодо внутрішнього регулювання, кілька останніх регіональних торговельних

угод, включаючи ті, які приймаються бідними країнами з низьким рівнем доходу, відповідають таким викликам, впливаючи на можливості бізнесу. І вже можна зробити узагальнення, що все частіше зобов'язання з внутрішнього регулювання в регіональних торгівельних угодах стосуються трьох аспектів:

прозорості: наприклад, публікації та доступності актуальної інформації постачальникам послуг;

визначеності та передбачуваності: наприклад, нормативних та процедурних контрольних показників для використання компетентними органами при розгляді заявок про отримання авторизації для надання послуг;

якості та сприяння регулюванню: наприклад, заходи, спрямовані на запровадження та розповсюдження належної регуляторної практики.

Подібно до дисциплін, розроблених у рамках Ініціативи, положення з внутрішнього регулювання в РТУ не перешкоджають виконанню основних вимог, які регулятори можуть розробляти та впроваджувати для досягнення цілей внутрішньої політики.

Висновки до розділу 2.

Внаслідок проведеного дослідження можна зробити висновок про те, що міжнародна торгівля послугами протягом 1980-2000-х рр. активно зростала, подвоюючись кожні 7–8 років. Зараз тенденція до зростання зберігається, проте темпи зростання дещо знизились через фінансові кризи та пандемію.

В структурі світової торгівлі послугами домінують три основні групи: транспортні послуги, туризм та інші комерційні послуги, до яких відносять передусім інформаційні, бізнес-послуги, аутсорсінг та офшорінг.

Різні групи країн спеціалізуються експорті на різних видів послуг. Так, країни, що розвиваються, експортують переважно туристичні послуги (40% світового експорту), а транспортні послуги домінують в структурі експорту країн з перехідною економікою. Розвинуті країни експортують ділові (бізнес) послуги, а транспортні та туристичні послуги займають друге та третє місце

відповідно. На чотири провідних країни: США, Францію, Німеччину та Велику Британію припадає 32-35% світового експорту послуг. Це пояснюється тим, що дані країни перейшли до постіндустріальної моделі розвитку, а така модель характеризується домінуванням сектору послуг на виробничим сектором.

Останнім часом найшвидше зростають обсяги світового експорту інформаційно-комунікаційних та комп'ютерних послуг зі збільшенням самої частки комп'ютерних послуг як таких. Також росте світовий ринок інжинірингових послуг, що пов'язують зі зростаючою спеціалізацією виробництва, бурхливим розвитком науково-технічного прогресу та активною діяльністю ТНК.

Пандемія COVID-19 мала негативний вплив на торгівлю послугами, оскільки провідні країни-експортери та країни-імпортери вжили заходів щодо обмеження закордонних поїздок та ввели соціальне дистанціювання. Як наслідок – люди фізично не могли надавати чи користуватися послугами через локдаун. Тому, особливо великих втрат зазнали сфери послуг, які потребують фізичного контакту: будівництво (-25%), архітектурні та інженерні послуги та інші види бізнес-послуг. А на перше місце по скороченню експорту вийшов туризм. Витрати міжнародних туристів у 2020 році зменшились на 81% у порівнянні з аналогічним періодом 2019-го. Локдаун став катастрофою для ринку послуг в цілому: світова торгівля послугами у 2 кварталі 2020 року знизилася на 30%.

Проте при переході до віддаленої роботи зріс попит на комп'ютерні послуги та на послуги логістики, консалтингу, страхування тощо. Така тенденція продовжилась у 2021 році – світове зростання експорту комп'ютерних послуг по відношенню до 2020 року становило 21,5%. Основна причина зростання – продовження процесів цифрової трансформації на ринку освітніх послуг.

У сфері послуг світова економіка у 2021 році не змогла відновитися в повному обсязі. Так, у 2021 році загально світовий експорт послуг склав

96,5% від показників 2019 року, а імпорт– 93,2 %, тобто більшість країн світу не змогли досягти у сфері послуг відновлення.

Важлива роль у розвитку світового ринку послуг належить системі її регулювання, а сама необхідність регулювання зумовлена низкою факторів, зокрема, зростанням ролі послуг, які використовують як ресурси виробництва. Сучасний ринок послуг ускладнився як за обсягами так і за номенклатурою, тож, потреба в регулюванні загострилась. Сьогодні виділяють три рівні регулювання міжнародного ринку послуг: національний (охоплює територію окремої країни); двобічний (у межах території двох сусідніх країн); багатосторонній.

Досліджуючи міжнародний рівень ринку послуг, варто розглядати багатосторонньому рівень регулювання. Світова торгівля послугами регулюється в рамках СОТ Генеральною угодою про торгівлю послугами (GATS), яка є найбільш потужною за сферою регулювання. Її було укладено під час Уругвайського раунду ГАТТ, з метою унормування та стандартизації торгівлі послугами. Технічно вона складається із двох частин – власне тексту Угоди та переліку конкретних зобов'язань кожної країни – члена СОТ.

ГАТС базується на тих самих основоположних принципах, що й інші угоди СОТ: відмова від дискримінації та ринкова ефективність, передбачуваний, відкритий, безпечний взаємний доступ на ринки. У ст. I ГАТС передбачено чотири способи надання послуг: транскордонне постачання, споживання за кордоном, присутність фізичних осіб, комерційна присутність.

В торгівлі послугами, на відміну від торгівлі товарами, не застосовують універсальні принципи й інструменти регулювання. Проте існують різноманітні національні методи, такі як: кількісні обмеження імпортованих послуг; дискримінаційні податки на імпортовані послуги; обов'язкові розцінки та тарифи; система ліцензування тощо. При цьому наявні механізми регулювання торгівлі послугами носять переважно рестриктивний, обмежувальний характер.

У 2019 році було зафіксовано факт, що витрати на торгівлю послугами вдвічі вищі, ніж витрати на торгівлю товарами. Це обумовлено розбіжностями у регуляторних нормах країн СОТ та непрозорими правилами і обтяжливими процедурами.

Тому в рамках Спільної ініціативи СОТ з внутрішнього регулювання послуг група з понад 60 країн розробили дисципліни для пом'якшення небажаних наслідків обмеження торгівлі, стосовно ліцензійних вимог та процедур, кваліфікаційних вимог, процедур та технічних стандартів. Основна увага в дисциплінах приділяється заходам, пов'язаним з процесом отримання дозволу на надання послуги. Вони спрямовані на те, щоб існуючі зобов'язання щодо доступу до ринку та національного режиму не зводились нанівець непрозорими та складними процедурами авторизації.

Дисципліни передбачають внутрішню гнучкість задля збереження простору для врахування відмінностей у можливостях і підходах членів СОТ у сфері регулювання. Вони не зосереджуються на сутності самого регулювання та в основному обмежуються процедурами отримання дозволу на надання послуг. Країни, що розвиваються, можуть відкласти застосування специфічних положень в секторах, у яких вбачаються труднощі з імплементацією.

Дисципліни будуть доповнювати існуючі специфічні зобов'язання, взяті на себе учасниками у відповідних Розкладах ГАТС. Вони не зачіпатимуть будь-які існуючі права та обов'язки відповідно до ГАТС чи будь-яких інших угод СОТ. Дисципліни стануть обов'язковими лише для тих членів СОТ, які самі занесуть їх до своїх Розкладів зобов'язань ГАТС.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОВИТКУ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

3.1. Перспективи подальшої трансформації світового ринку послуг

За останніми прогнозами ситуація у світовій економіці продовжить погіршуватись. Зокрема, Міжнародний валютний фонд оновив свій прогноз щодо зростання глобального ВВП на 2022–2023 роки. У своєму новому звіті World Economic Outlook [7], МВФ озвучив свої очікування щодо перспектив світової економіки.

Зокрема, щодо поточного 2022 року прогнози залишаються без змін: як і влітку, зростання глобального ВВП очікується на рівні 3,2%. А ось щодо 2023 року, тут ситуація погіршилася: очікується, що економічне зростання сповільниться до 2,7%, хоча ще у липні 2022 року МВФ очікував, що у 2023 році світова економіка зросте на 2,9% [42].

Також, за оцінками МВФ, очікується прискорення світової інфляції з 4,7% у 2021 році до 8,8% до кінця 2022-го. Але подальші прогнози більш оптимістичні: починаючи з 2023 року інфляція почне поступово сповільнюватись: так, у 2023 році вона очікується на рівні 6,5%, а у 2024-му – 4,1% [42].

Додатковий інфляційний тиск пояснюють зростанням цін на енергоресурси (та інших сировинних товарів), що підвищить інфляційний тиск на глобальному рівні ще більше. Наслідком цього може стати зростання процентних ставок та, можливо, економічний спад.

Така негативна тенденція спричинені подорожчанням вартості життя, падінням доходів у багатьох країнах, військовим конфліктом між Україною та Росією, а також пандемія COVID-19, яка на даний момент повністю не подолана.

Згідно з базовим прогнозом МВФ зростання світової економіки сповільниться з 6,1% у 2021 році до 3,2% у 2022-му та до 2,9% у 2023 році відповідно. На поточний момент спостерігається гальмування розвитку трьох найбільших економік світу – Сполучених Штатів, Китаю і економіки Євразії, що суттєво погіршило глобальний прогноз.

Крім війни та пандемії, на погіршення прогнозу вплинуло зростання рівня інфляції в країнах світу, особливо в Сполучених Штатах і Євразії, що призводить до погіршення глобальних фінансових умов. Інфляційні коливання стали наслідком розширеної державної допомоги в цих країнах в період пандемії, коли відбулося значне розширення грошової маси в обігу.

Також на тлі спалахів COVID-19 і карантину суттєво уповільнюється зараз економіка Китаю. Після зростання 2021 року на 8,1%, у 2022 році вона сповільниться до 3,2%. Війна в Україні також призвела до подальших негативних наслідків в усіх перерахованих регіонах світу. Тому, у другому кварталі 2022 року скоротилося також і світове виробництво [28].

Щодо прогнозу на 2022–2023 роки, то виходячи з оцінок МВФ, криза зачепить усі країни світу. Наприклад, зростання ВВП США у 2022 році становитиме лише 1,6%, а у 2023 році воно сповільниться до 1%. Очікується, що економіка Євразії у 2022 році зросте на 3,1%, а у 2023 році – лише на 0,5%. При цьому ВВП Німеччини 2022 року зросте на 1,5%, а 2023 року – скоротиться на 0,3%, ВВП Франції зросте на 2,5 і 0,7% відповідно, ВВП Італії зросте на 3,2% і впаде на 0,2%, А ВВП Іспанії зросте на 4,3 та 1,2% відповідно [28]. Намічається стагнація і у Великій Британії. 2022 року зростання її ВВП буде близько 3,6%. Але в 2023 році економіка країни сповільниться ще більше, зростання ВВП становитиме, як очікується лише 0,3%. Трохи легше переживатиме кризу Індія. Її ВВП у 2022 році підросте на 6,8% та у 2023 році – на 6,1%.

Варто також зауважити, що свій внесок у поглиблення рецесії робить не лише про українсько-російський конфлікт, а й геополітична нестабільність в цілому, мова йде і про ситуацію навколо Тайваню, і про погіршення

відносин між Туреччиною і Грецією, і ситуація між Сербією та Косово. Не вщухає протистояння між США та Китаєм, яке через взаємний обмін санкціями послаблює світову економіку.

Проте, не зважаючи не всі світові негаразди, у другому кварталі 2022 року світова торгівля послугами зросла на 18% у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року. Торгівля послугами продовжує підтримуватися силою інших видів комерційної діяльності. Також у другому кварталі 2022 року світові транспортні послуги зросли на 34%, а світові туристичні послуги – на 105% порівняно з аналогічним періодом минулого року, оскільки обмеження, пов'язані з пандемією, послабилися. Послуги, пов'язані з товарами, зросли на 10% в річному обчисленні, а інші комерційні послуги зросли на 2%. Помірне зростання спостерігається інших видів комерційних послуг, таких як комп'ютерні та страхові послуги, пов'язане з відносно обмеженим зниженням, яке вони зазнали під час пандемії.

І МВФ, і Світовий банк вважають сповільнення економічного розвитку у 2023 році неминучим через сповільнення розвинених економік в Європі. За прогнозами того ж МВФ, у період 2023–2025 років уповільнення світової економіки призведе до втрати глобального ВВП на суму близько \$4 трлн, що можна порівняти з ВВП такої країни, як Німеччина. Виникає питання – як ці негативні прогнози вплинуть на міжнародні ринки послуг? Враховуючи, що міжнародна торгівля послугами дуже тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами та має все більш зростаючий вплив на торгівлю товарами через надання послуг «супроводу» товарних потоків, таких як маркетинговий консалтинг, логістичні та страхові послуги, безпосередньо транспортування, реклама, передпродажне й після продажне обслуговування, то в усіх таких «супутніх» сферах ринкові прогнози теж не дуже позитивні. Очевидно, що зростання буде приблизно пропорційним збільшенню світового товарообігу.

Проте, в умовах інфляції ціни на послуги теж будуть зростати пропорційно, хоча просідання курсу євро, як однієї з ключових світових валют, яке прогнозують експерти, теж може негативно відобразитись на

ринку послуг, оскільки Європейський союз є найбільшим у світі експортером та імпортером послуг – загальні показники експорту та імпорту послуг в останні роки коливаються тут в межах 36-39 % від загальносвітових показників [6].

Хоча якщо розглядати більш довготривалу перспективу, то тут ситуація в цілому набагато більш позитивна – доля послуг в загальносвітовому експорті буде неухильно зростати. Проте зростання масштабів міжнародного ринку послуг є не єдиним феноменом сучасного світового господарства. Більшу увагу привертає анонсована вже трансформація самого змісту та природи міжнародного ринку послуг в умовах глобалізації в найближчій перспективі. Це явище також активно досліджується на міждержавному рівні (ООН, СОТ) та у науково-дослідних інститутах багатьох країн, оскільки незворотно змінює характер усієї світової економіки.

Важливою рисою новоствореного міжнародного ринку послуг стане те, що основним фактором виробництва на ньому поступово все більше ставатиме не робоча сила, а інформація, що у повній мірі відповідає формуванню «нової економіки», яка базується на науці, освіті, інформаційних технологіях (постіндустріальна стадія розвитку). Така трансформація зумовлена низкою чинників, притаманних глобалізації: науково-технічний прогрес, розвиток інформаційних технологій, транснаціоналізація світової економіки, її лібералізація тощо. На сучасному етапі на міжнародному ринку послуг спостерігається мультиплікаційний ефект розвитку (еволюція одних видів послуг, зумовлює розвиток інших), що є однією з причин його стрімкого зростання.

І окрему та особливу роль в цьому процесі трансформації відіграють інформаційні послуги. Їх динамічний розвиток прискорив в свою чергу, рух інформації в міжнародному просторі, а це, в свою чергу, збільшило масштаби та розширило спектр фінансових, консалтингових, ділових, освітніх послуг. Таким чином, з одного боку, ринок послуг виступає важливим споживачем

нових технологій, а з іншого – завдяки процесу інтернаціоналізації та зростаючій технологічній складності та комплексності, вони і самі стають фактором інновацій.

Орієнтація на сектор інформаційних технологій може докорінно змінити розподіл сил в світовій економіці, оскільки його специфіка дає можливість створювати конкурентоспроможний продукт не лише найбільш розвиненим країнам – вже сьогодні з ними успішно конкурують країни, що розвиваються, такі як Індія, Китай, Філіппіни. Низка країн, що розвивається, уже почали спеціалізуватися на експорті певних видів послуг на міжнародному ринку і ця тенденція у майбутньому буде тільки посилюватись. Зокрема, Індія є вагомим постачальником аудіовізуальних послуг завдяки розвинутій кіноіндустрії та лідером з підготовки фахівців в галузі ІТ, а у першій п'ятірці світових експортерів портових послуг знаходяться Сінгапур, Корея, Китай. Щодо галузі будівельних послуг, то тут 51 із 150 найбільших компаній належать країнам, що розвиваються (Китай, Південна Корея, Єгипет). Важливими гравцями на міжнародному ринку медичних послуг стають Південна Африка, Коста Ріка та Чілі. [24].

Згідно прогнозів спеціалістів аналітичної компанії IDC, світовий виторг від ІТ-сервісів та бізнес-сервісів у 2022 році демонструватиме зростання відносно минулого року приблизно на 5,6%. Навіть якщо ввести поправку на «деномінацію долара», то все одно зростання становитиме приблизно 4,2% [8]. Вони відзначають, що зростання пов'язане з поліпшенням економічних перспектив, але дається взнаки і інфляція, яка в короткостроковій перспективі може штучно збільшити розмір ринку.

В IDC також вважають, що протягом наступних кількох років ринок продовжить зростати на 4-5% на рік. Розглядаючи окремі регіони, аналітики прогнозують, що в Америці 2022 року зростання становитиме 5,3%. Зростання прогнозується для Близького Сходу та Африки, країн Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Японії та Китаю. Говорячи конкретніше, у Китаї цього року очікується зростання на 6,4%, у майбутньому — на 8%.

В цілому IDC оцінило 2021 рік як дуже успішний за темпами зростання ІТ-ринку в порівнянні з пандемійним 2020: зростання галузі 2,5% в 2020 проти 7,3% в 2021. Агентство очікувало, що зростання в 2022 сповільниться менше 5% і до 2025 року зростатиме на 4,5-5% щорічно. Проте війна в Україні дещо змінила прогнози. Найбільш негативний прогноз для ІТ-галузі передбачає тривалість військових дій понад рік. Це означатиме посилення санкцій у всьому світі. Європейський ВВП зросте менш ніж на 1%, світовий – менш як на 3%. Відбудеться двозначне зростання інфляцій у деяких країнах. З урахуванням цих прогнозів, за песимістичного сценарію світове зростання витрат на інформаційно-комунікаційні технології становитиме трохи більше 2%, при нейтральному – понад 3%, за позитивного – понад 4%. До початку війни передбачалося, що цей показник складе майже 5%. Надалі очікується, що ситуація вирівняється, і витрати на сферу становитимуть понад 4% навіть за найпесимістичнішого варіанта розвитку подій.

Проте все ж таки витрати на індустрію знизяться. Обсяг російського ринку інформаційно-комунікаційних технологій у 2021 році становив \$51,5 дол. США. Війна значно скоротить витрати на цю сферу в 2022-2025 роках – російський ринок недоотримає \$56 млрд. Очікується, що якщо конфлікт триватиме до одного року, то витрати на ІТ у Росії знизяться на 25%. А в решті Європи за такого варіанту розвитку подій ринок втратить \$143 млрд. дол. США. Таким чином світовий ринок не отримає \$240 млрд до 2025 року, тобто близько 5%.

Найзначніше від подій постраждала сфера пристроїв. У лютому 2022 року прогнозувалося, що цей ринок покаже зростання приблизно на 3%, але через спецоперацію у сфері зафіксували негативну динаміку приблизно –1%. Також постраждала сфера інфраструктури: тут зростання витрат знизилося на два процентні пункти до 6% порівняно з прогнозами.

У сфері програмного забезпечення та хмарних сховищ показники знизилися з більш ніж 12% до 11% із невеликим. Витрати на ІТ-сервіси знизилися майже з 4% до 3%. Сфера телекомунікацій постраждала не сильно,

проте вона і без цього знаходилася на нижніх позиціях: тут прогнозувалося трохи менше 2% витрат, насправді цей показник упав ще трохи, не доходючи до 1%.

Тобто, навіть у критичній військовій ситуації сектор високих технологій неухильно зростатиме, що говорить про його перспективність та стабільність.

Прогнозується уповільнення зростання і на світовому ринку інжинірингових послуг. Проте це теж доволі стабільний ринок, оскільки він пов'язаний зі зростаючою спеціалізацією виробництва, розвитком науково-технічного прогресу та активною діяльністю транснаціональних корпорацій. Інжинірингові послуги надають спеціальні компанії, чисельність яких неухильно зростає. Так, станом на 2016 р. у США успішно діють понад 30 тис. фірм, у країнах ЄС – близько 15 тис., причому найбільша кількість концентрувалася у Німеччині та Австрії.

Майже 95% експорту інжинірингових послуг припадає на фірми з високорозвинених країн, тоді як найбільшими ринками інжинірингових послуг у розвинених країнах є азійсько-тихоокеанський (53% експорту інжинірингових послуг) та європейський (38,2%) [18].

Тож, в цілому по світу на 2023 рік планується уповільнення зростання сектору послуг, хоча певний приріст на рівні 1-2% пророкують майже за усіма напрямками надання послуг.

3.2. Інтеграція України у світовий ринок послуг

Щодо України прогнози МВФ, як і раніше, песимістичні. Проте негативний прогноз трохи переглянутий у бік поліпшення. У липні 2022 року фонд очікував, що український ВВП у 2022 році скоротиться на 45%. Тепер МВФ передрікає падіння економіки нашої країни за 2022 рік «лише» на 35%.

Крім того, на наступні роки прогнозувати динаміку ВВП України МВФ відмовляється через «високу невизначеність ситуації», тож прогнозів від фонду не буде аж до 2027 року. Водночас МВФ заявляє, що на 2022–2027

роки всі показники для України суттєво погіршені, щоправда, які саме, не уточняється.

Усі експерти, говорячи про поточну кризу, ключовою її першопричиною називають війну в Україні, адже російське вторгнення продовжує дестабілізувати не лише саму Україну, але й світову економіку. Крім ескалації, війна спровокувала серйозну енергетичну кризу в Європі, яка збільшила вартість життя та перешкоджає економічній активності суб'єктів бізнесу.

Але повномасштабні бойові дії на території України багато в чому просто оголили проблеми, що вже давно назрівали у світовій економіці. Так, вже були відмічені основні маркери, які явно свідчили про економічну депресію, що насувається.

Перший з них – це зростання цін на продовольство, яке почалося ще в 2020 році на тлі пандемії COVID-19 і досягло піку якраз навесні 2022 року, після вторгнення в Україну. Зокрема, за 2020–2021 роки та за перші три місяці 2022 року індекс цін ФАО (він відображає зміну вартості ключових позицій продовольчого кошика) зріс більш ніж на 68% [42]. До цього призвело порушення логістичних ланцюжків та подорожчання вантажоперевезень, яке багато в чому було пов'язане з пандемією, зупинкою виробництв у всьому світі та дефіцитом робочої сили. А з початком війни в Україні і без того хитка логістика знову почала руйнуватися. Особливо це помітно щодо продукції сільського господарства та з постачання енергоресурсів.

Але ситуація почала стабілізуватись вже з квітня 2022, коли світові ціни на продовольство почали демонструвати тенденцію до зниження, зокрема вже у вересні 2022 року середнє значення Індексу продовольчих цін ФАО склало 136,3 пункту, що на 1,5 пункту (1,1%) нижче за показник серпня [13]. Проте, незважаючи на таке падіння, ІСЦФ виявився на 7,2 пункту (5,5%) вищим за показник відповідного періоду 2021 року.

Ще до початку військових дій 2022 року сектор послуг в Україні не мав

достатнього розвитку – його частка у ВВП і в структурі зайнятості наближалась до 50%, що відносно небагато у порівнянні з іншими країнами, крім того, багато видів послуг взагалі не набули розвитку. Проте, що до початку війни була помітна позитивна динаміка в розвитку українського ринку послуг. Так, вартісний обсяг експорту послуг в Україні неухильно збільшувався за всіма основними позиціями.

Так, у 2021 році експорт послуг з України становив 13156,5 млн дол., що на 14,2% більше, ніж за 2020 рік. Імпорт послуг в Україну за вказаний період становив 7593,4 млн дол., на 32,9% більше проти 2020 року. Відповідно, сальдо зовнішньої торгівлі послугами за цей період було позитивним і становило 5563,1 млн дол. (за 2020 рік цей показник також був позитивним і становив 5808,7 млн дол.). Зовнішньоторговельні операції у 2021 році проводились із партнерами із 220 країн світу.

Найбільше послуг за 2021 рік Україна експортувала до Російської Федерації (на 1,94 млрд дол.; на 26,6% менше, ніж за 2020 рік), США (на 1,90 млрд дол.; на 34,0% більше) та Швейцарії (на 1,16 млрд дол.; на 49,1% більше).

Більш за все у 2021 році Україна продала на зовнішніх ринках транспортних послуг (на 5,31 млрд дол.; на 6,5% більше, ніж за 2020 рік), послуг у сфері телекомунікації, комп'ютерних та інформаційних послуг (на 3,86 млрд дол.; на 26,4% більше), послуг з переробки матеріальних ресурсів (на 1,53 млрд дол.; на 13,0% більше).

Найбільше послуг за 2021 рік Україна імпортувала з Туреччини (на 935,7 млн дол.; на 112,0% більше, ніж за 2020 рік), США (на 781,2 млн дол.; на 13,6% більше) та Великої Британії (на 594,5 млн дол.; на 14,4% більше).

Основними позиціями українського імпорту послуг у 2021 році були: транспортні послуги (на 1,73 млрд дол.; на 63,4% більше, ніж за 2020 рік), послуги, пов'язані з подорожами (на 1,58 млрд дол.; на 124,5% більше), ділові (на 1,12 млрд дол.; на 12,3% більше) послуги. З наведених статистичних даних видно, що в структурі українського ринку послуг

переважають традиційні галузі, куди належать і транспорті послуги і туризм. Оптимізм вселяло збільшення обсягів ділових послуг, що вже є ознакою більш розвиненої економіки.

Проте, сектор послуг України був ще менш диверсифікованим, ніж товарний. Це демонструє нерозвиненість не лише сектору послуг як такого, а й економіки взагалі. В перспективі, розвиток сфери послуг може сприяти покращенню структури українського експорту, в якому до війни переважала продукція з низьким ступенем переробки. Водночас сфера послуг, яка включає транспортну інфраструктуру, рекреаційні ресурси, фінансові, розподільчі та інформаційно-комунікаційні мережі тощо, має стати пріоритетною “точкою економічного прориву”, забезпечити міцні конкурентні позиції й відіграти роль “локомотиву розвитку”.

Серед проблем, які гальмували розвиток вітчизняного ринку послуг, слід відмітити недостатній розвиток його наукоємних секторів. Водночас розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, який розвивався потужними темпами, може в післявоєнний період сприяти ефективному зростанню сфери послуг та національної економіки загалом. Зокрема, розвиток і поширення мобільної телефонії та електронної торгівлі, що засновані на мережі Інтернет, здатні відкрити нові шляхи участі у функціонуванні глобальних ринків, сприяти вдосконаленню галузевої структури національної економіки та створити нові й більш привабливі робочі місця [37].

Основними перешкодами для розширення та диверсифікації українського експорту послуг були (і залишаються) проблеми внутрішнього характеру: відсутність адекватної нормативно-правової основи, ефективних систем оподаткування, сприятливого інвестиційного й інноваційного клімату, недостатній розвиток малих та середніх підприємств тощо.

Загалом український ринок послуг до початку військових дій характеризувався як такий, що знаходиться у процесі розвитку, а такий стан

потребує особливо ретельної розробки стратегії розвитку та регулювання, Особливо це стосується правильної і послідовної лібералізації сфери послуг.

Головною метою має стати надання учасникам вільного доступу до конкурентного середовища ринку та унеможливлення дискримінації іноземних гравців у порівнянні з резидентами. Проте, це неможливо без попереднього зміцнення конкурентного потенціалу вітчизняних компаній.

У післявоєнний період відродження вітчизняної сфери послуг повинно безпосередньо початися з розробки довгострокової державної програми її сталого розвитку. А це в першу чергу потребує визначення ключових перспективних секторів, на які власне і має бути спрямована державна підтримка.

Це стосується в першу чергу сектору новітніх технологій. Так, підвищення у структурі експорту частки “інших комерційних послуг”, до яких включаються послуги, які, за визначенням ОЕСР, вважаються високотехнологічними, має стати першочерговим завданням у формуванні перспективної моделі міжнародної спеціалізації України.

Сьогодні від наслідків гарячої фази війни в Україні постраждав передусім ринок ІТ-послуг Східної Європи, де зараз спостерігаються такі наслідки:

зачне уповільнення інформаційно-комунікаційних технологій на російському та українському ринках. Попит на технології суттєво скорочується через зупинення бізнес-діяльності, простоїв та зменшення капіталу та ресурсів для інвестування в ІТ;

еміграція володарів цифрових навичок із Росії та України. Десятки тисяч цифрових фахівців залишають Росію та Україну, тікаючи від наслідків війни.

Проте, навіть в таких умовах аналітики впевнені, що зростання спостерігатиметься і за таких умов. Так, у Центральній та Східній Європі цього року приріст ІТ-послуг становитиме 5,5%, а у 2023 році – 7,3%. Це ще один аргумент, чому Україні потрібно розвивати ІТ-сектор і надалі, охоплюючи такими послугами раніше не задіяні сфери людського буття. Так,

онлайн-сервіси повинні замінити паперовий документообіг та бюрократичні процедури. І розвиток цього напрямку буде особливо актуальним найближчим часом. Адже ще перед початком війни Україна почала активно працювати над створенням цифрової держави, коли всі послуги можна отримати за допомогою смартфона.

Ще один важливий напрям, що потрібно розвивати першочергово – це інформаційна безпека. Проти нашої країни Росією було розв'язано також і кібервійну. Тому актуальним напрямком бізнесу є створення спеціальних сервісів захисту від кібератак, надання консалтингових послуг у сфері цифрової безпеки.

До інших секторів послуг, не пов'язаних напряму з цифровими технологіями, які варто розвивати після війни, можна віднести транспорт та будівельний сегмент. Відновлення зруйнованих будівель після війни вимагатиме величезної кількості будівельних матеріалів, тож очевидно, що перспективні напрямки — виробництво, доставка, продаж товарів для будівництва та ремонту, сантехніки. Також у повоєнний час для відновлення житла буде великий попит на встановлення віконних блоків, виконання ремонтних робіт тощо..

В сфері міжнародного транспорту Україні треба брати курс на відновлення статусу транзитної держави, який вона втратила останні роки. В умовах санкцій, накладених на Росію та Білорусь, більшість логістичних компаній не будуть прокладати свої маршрути через їх територію, тож Україні треба будувати дороги та автомагістралі для Європейсько-азіатського транзиту.

А в короткостроковій перспективі відновлення транспортної інфраструктури у необхідно розробити критерії пріоритизації фінансування та проведення відновлювальних робіт (будівництво, реконструкція, капітальний і поточний ремонт). Оскільки на перших етапах відновити інфраструктурні об'єкти в цілому видається проблематичним, першочергово має фінансуватись відновлення елементів, які безпосередньо впливають на

мобільність та безпеку.

В першу чергу мова йде про повноцінне відновлення функціонування морський портів, як основного коридору міжнародних перевезень. Також на кошти інвесторів потрібно розбудовувати автошляхи, щоб з'єднати ними Європу й Азію.

Післявоєнний план відновлення України має враховувати екологічні вимоги євроінтеграції, і особливо у сфері транспорту. Адже цей сектор – один із найбільших джерел забруднення та викидів парникових газів. Значна частина транспортних засобів, що експлуатуються українськими водіями та перевізниками, є застарілими. У 2017 році викиди на дорогах становили понад 70% усіх транспортних викидів, що робить це найважливішою проблемою для майбутнього транспортної політики [41]. Тож при відбудові транспортної інфраструктури потрібно враховувати екологічну складову та розвивати екологічні види комерційних перевезень. Зокрема, треба підвищувати якість залізничного транспорту та розвивати річковий, як найбільш дешевий.

Війна зачепила також сферу туризму, яка і так сильно постраждала від протипандемічних обмежень і на сьогодні сфера туризму визначається наступними особливостями [16]: менеджмент туристичного бізнесу зосереджений переважно на волонтерстві та перетворенні туристичних хабів на гуманітарні чи волонтерські штаби. Водночас, цілковито безпечних регіонів під час війни не існує, що безпосередньо негативно впливає на туристичну привабливість країни, яка наразі дорівнює нулю. Через це Україна повністю позбавлена іноземних туристів, у 2020 році їх кількість досягла близько 4 мільйонів, з яких близько 90 тисяч скористалися послугами українських турфірм. 13 із 24-ти областей України майже повністю припинили діяльність туристичних підприємств [19].

Проте, доцільно наголосити, що індустрія туризму продовжує функціонувати навіть під час війни. Незважаючи на всі втрати, за перші чотири місяці 2022 року сума туристичного збору становила 64 млн 611 тис.

грн, що майже на 65% більше, ніж за аналогічний період 2021 р., коли до бюджету надійшло 39,2 млн. грн.

Перспективи розвитку туризму в Україні після війни включають [19]:

– збільшення частки туристів завдяки використанню досвіду країн, які пережили війну, адже у багатьох туристів виникає інтерес до місць, які стали пам'ятними маршрутами та повоєнними символічними місцями. Це так званий «освітній туризм», який призначений для того, щоб «побувати і побачити все на власні очі»;

– наповнення фондів для відбудови України та створення конкретних програм і стратегій відновлення. Зокрема, це може бути розбудова курортних узбережь Чорного та Азовського морів після закінчення бойових дій за кошти інвесторів.

Щоб відновити позиції України на післявоєнному міжнародному ринку туристичних послуг, туристичні підприємства повинні знайти нові способи реклами та продажу своїх продуктів і послуг. Одним із них є створення системи раціональних взаємозв'язків для вирішення певних планових завдань.

Варто не забувати про енергетичний та екологічний напрями розвитку країни. Тут затребуваними будуть послуги щодо переробки сміття (в тому числі будівельного) та будівництва нових енергетичних об'єктів на заміну зруйнованим. Україні потрібно відновити статус експортера електроенергії на європейський ринок.

Втрата через війну контролю над Донбасом та частиною південних територій суттєво змінила структуру української енергетики, адже в «сіру» зону потрапили три потужних ТЕС та кілька локальних ТЕЦ. А у зв'язку з окупацією частин Луганської та Донецької областей відсутній доступ до джерел енергетичного вугілля, яке є найбільш якісною та дешевою сировиною.

Проте повноцінне відновлення вугільної енергетики у разі деокупації до передвоєнного рівня не буде, напевно, економічно обґрунтованим. Не

останню роль у цьому відіграє членство України в ЄС, який не толерує інвестиції в розвиток даного сегменту.

Замістити вугільний сегмент мала б альтернативна енергетика. Натомість цей напрямок, що був до війни найдинамічнішим, наразі найбільше постраждав та деградував. 2021 року електростанції на відновлювальних джерелах енергії (ВДЕ) виробили близько 13% від загального обсягу електроенергії в країні [20]. Тепер виробництво «зеленої» електроенергії впало майже вдвічі. До того ж, майже неможливо точно оцінити втрати й те, яка частина активів «зеленої» енергетики залишилася під контролем України. Однак інвестори вірять, що їм вдасться не лише відшкодувати збитки, а й прискорити темпи розвитку галузі. Власники станцій розраховують на допомогу у відбудові станцій коштами з фондів післявоєнного відновлення та репарацій. Розраховують на включення виробників «зеленої» енергії до програм Фонду відновлення України, на фінансування з фонду відновлення енергетики, створеного при Energy Community, в якому зараз формують переліки постраждалих об'єктів енергетичної інфраструктури [25].

Таким чином, динамічний розвиток ринку послуг в Україні можливий лише за умови проведення ефективної державної політики й формування ретельно обґрунтованої експортно-імпоротної стратегії, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності галузі на світовому ринку послуг після війни.

Висновки до розділу 3.

Проведене дослідження дає змогу зробити наступні висновки. Згідно прогнозів МВФ зростання глобального ВВП очікується на рівні 3,2%, а у 2023 році очікується, що економічне зростання сповільниться до 2,7%. Негативна тенденція спричинена подорожчанням вартості життя, падінням доходів у багатьох країнах, військовим конфліктом між Україною та Росією, а також пандемією COVID-19, яка на даний момент повністю не подолана.

Свій внесок у поглиблення рецесії робить не лише про українсько-російський конфлікт, а й геополітична нестабільність в цілому.

На поточний момент спостерігається гальмування у розвитку усіх найбільших економік світу, зокрема: США, Китаю, Європейського союзу. Проте, не зважаючи на всі негаразди, у другому кварталі 2022 року світова торгівля послугами зросла на 18% у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року. Торгівля послугами продовжує підтримуватися силою інших видів комерційної діяльності. Також у другому кварталі 2022 року світові транспортні послуги зросли на 34%, а світові туристичні послуги – на 105%.

Враховуючи, що міжнародна торгівля послугами дуже тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами та має на неї зростаючий вплив через надання послуг «супроводу» товарних потоків, то в усіх таких «супутніх» сферах ринкові прогнози приблизно однакові – стримано-позитивні: очевидно, що зростання буде приблизно пропорційним збільшенню світового товарообігу. Хоча в довготривалій перспективі ситуація набагато більш позитивна – доля послуг в загальносвітовому експорті буде неухильно зростати.

Важливою рисою міжнародного ринку послуг у майбутньому ставатиме те, що основним фактором виробництва буде не робоча сила, а інформація, що відповідає формуванню «нової економіки», яка базується на науці, освіті, інформаційних технологіях (постіндустріальна стадія розвитку). Така трансформація чинниками глобалізації: науково-технічним прогресом, розвитком інформаційних технологій, транснаціоналізацією економіки тощо. Орієнтація на сектор інформаційних технологій змінює розподіл сил в світовій економіці, оскільки це дає можливість створювати конкурентоспроможний продукт менш розвиненим країнам.

За прогнозами, навіть у військовій ситуації сектор високих технологій зростатиме, що говорить про його перспективність та стабільність.

Прогнозується уповільнення зростання і на світовому ринку інжинірингових послуг.

Щодо України прогнози МВФ песимістичні. Проте негативний прогноз трохи переглянутий у бік поліпшення: якщо у липні 2022 року очікувалось скорочення ВВП у 2022 році на 45%, то тепер прогнозується падіння на 35%.

Ще до початку військових дій сектор послуг в Україні не мав достатнього розвитку – його частка у ВВП і в структурі зайнятості наближалась до 50%, що відносно небагато у порівнянні з іншими країнами, крім того, багато видів послуг взагалі не набули розвитку. Проте, що до початку війни була помітна позитивна динаміка в розвитку українського ринку послуг. Основними позиціями українського імпорту послуг у 2021 році були: транспортні послуги, послуги, пов'язані з подорожами та ділові послуги – очевидно, що в структурі українського ринку послуг переважають традиційні галузі. Це демонструє нерозвиненість не лише сектору послуг, а й економіки взагалі. Серед проблем вітчизняного ринку послуг, слід відмітити недостатній розвиток його наукоємних секторів. Розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій може в післявоєнний період сприяти зростанню сфери послуг та національної економіки загалом.

У післявоєнний період відродження вітчизняної сфери послуг повинно початися з розробки довгострокової державної програми сталого розвитку. Це потребує визначення ключових перспективних секторів, на які має бути спрямована підтримка. Ще один важливий напрям, що потрібно розвивати – інформаційна безпека.

До секторів послуг, не пов'язаних з цифровими технологіями, які варто розвивати після війни, можна віднести транспорт та будівництво. В сфері міжнародного транспорту Україні треба брати курс на відновлення статусу транзитної держави. Післявоєнний план відновлення України має враховувати також екологічні вимоги євроінтеграції, і особливо у сфері транспорту. Від війни постраждала сфера туризму, адже Україна повністю через війну позбавлена іноземних туристів. 13 із 24-ти областей України

майже повністю припинили діяльність тур.підприємств. В процесі відбудови потрібно створити програми відновлення також і цієї галузі. Зокрема, це може бути розбудова курортних узбережь Чорного та Азовського морів за кошти інвесторів.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи проведені дослідження, можна зазначити наступне:

Більшість вчених при визначенні категорії «послуга» роблять акцент на її дуалістичному характері – характеризують її одночасно і як на процесі, і як результат цього ж процесу. Також до важливих характеристик послуги відносять її комерційний характер та нематеріальність.

До специфічних ознак послуг відносять невідчутність (невидимість), невідривність виробництва від споживання, непридатність до зберігання (накопичення), неможливість чіткого встановлення стандартів якості.

До специфічних рис міжнародної торгівлі послугами належать: наявність прямих контактів між виробниками та споживачами при наданні більшості видів послуг, що потребує присутності за кордоном хоча б однієї зі сторін; пов'язаність та взаємозалежність з торгівлею товарами; більша захищеність сфери послуг з боку держави від іноземної конкуренції. Також далеко не всі види послуг придатні до залучення в міжнародний обмін.

Світовий ринок послуг – розгалужена система вузькоспеціалізованих ринків, де предметом купівлі-продажу є послуга.

На ріст світового ринку послуг впливають розвиток науково-технічного прогресу та впровадження нових технологій; довгостроковий економічний підйом у більшості країн світу; деіндустріалізація розвинених країн і трансформація їхніх національних господарств в «економіку послуг».

Одночасно зі збільшенням обсягів послуг на світовому ринку відбувається і диверсифікація їх видів, що реалізується: по-перше, через виникнення абсолютно нових видів послуг, по-друге, через відокремлення в самостійні галузі послуг, які раніше носили внутрішньо-фірмовий характер; по-третє, шляхом утворення великих інтегрованих компаній, які поставляють споживачеві «пакет» послуг.

В умовах глобальної економіки спостерігається зміна специфічних рис послуг: деякі послуги можуть набувати уречевлених форм, окремі види

послуг можуть ставати видимими та піддаються зберіганню, а деякі, не вимагають прямої взаємодії покупця і продавця.

Міжнародна торгівля послугами протягом 1980-2000-х рр. активно зростала, подвоюючись кожні 7–8 років. Зараз темпи зростання дещо знизились через фінансові кризи та пандемію. В структурі світової торгівлі послугами домінують три групи: транспортні послуги, туризм та інші комерційні послуги, до яких відносять інформаційні, бізнес-послуги, аутсорсінг та офшорінг.

Різке зростання обсягів комерційних послуг відбулося у період пандемії. Одночасно знизилась частка транспортних послуг та подорожей в структурі загального експорту. Транспортні послуги постраждали не тільки від пандемії, оскільки зниження їх долі відбувалось еволюційно ще з 1990-х років, а обвал ринку подорожей тенденції спровокувала саме пандемія.

Різні групи країн спеціалізуються експорті на різних видів послуг. Країни, що розвиваються, експортують туристичні послуги, а транспортні послуги домінують в експорті країн з перехідною економікою. Розвинуті країни експортують ділові (бізнес) послуги, а транспортні та туристичні послуги займають друге та третє місце відповідно. Це пояснюється тим, що дані країни перейшли до постіндустріальної моделі розвитку, яка характеризується домінуванням сектору послуг на виробництвом.

Найшвидше зростає обсяг світового експорту інформаційно-комунікаційних та комп'ютерних послуг зі збільшенням саме частки комп'ютерних.

Пандемія COVID-19 мала негативний вплив на торгівлю послугами через запровадження заходів щодо обмеження закордонних поїздок та соціальне дистанціювання. Як наслідок – люди фізично не могли надавати чи користуватися послугами, тому великих втрат зазнали сфери послуг, які потребують фізичного контакту: будівництво (-25%), архітектурні та інженерні послуги та інші види бізнес-послуг. На перше місце по скороченню експорту вийшов туризм. Локдаун став катастрофою для ринку

послуг в цілому: світова торгівля послугами у 2 кварталі 2020 року знизилася на 30%.

Через перехід до віддаленої роботи зріс попит на комп'ютерні послуги та на послуги логістики, консалтингу, страхування. Дана тенденція продовжилася у 2021 році – світове зростання експорту комп'ютерних послуг по відношенню до 2020 року становило 21,5%. Основна причина – продовження процесів цифрової трансформації на ринку освітніх послуг.

У сфері послуг світова економіка у 2021 році не змогла відновитися в повному обсязі. Так, у 2021 році загально світовий експорт послуг склав 96,5% від показників 2019 року, а імпорт– 93,2 %, тобто більшість країн світу не змогли досягти у сфері послуг відновлення.

Важлива роль у розвитку світового ринку послуг належить системі її регулювання, а оскільки сучасний ринок послуг ускладнився як за обсягами так і за номенклатурою, то потреба в регулюванні загострилась. Виділяють три рівні регулювання міжнародного ринку послуг: національний (охоплює територію окремої країни); двобічний (у межах території двох сусідніх країн); багатосторонній.

Світова торгівля послугами регулюється в рамках СОТ Генеральною угодою про торгівлю послугами (GATS). Її було укладено під час Уругвайського раунду ГАТТ, з метою унормування та стандартизації торгівлі послугами. Вона складається із двох частин – власне тексту Угоди та переліку конкретних зобов'язань кожної країни – члена СОТ.

ГАТС базується на тих самих основоположних принципах, що й інші угоди СОТ: відмова від дискримінації та ринкова ефективність, передбачуваний, відкритий, безпечний взаємний доступ на ринки.

В торгівлі послугами, на відміну від торгівлі товарами, не застосовують універсальні принципи регулювання. Проте існують різноманітні національні методи: кількісні обмеження імпортованих послуг; дискримінаційні податки на імпортовані послуги; обов'язкові розцінки та тарифи; система ліцензування тощо. Наявні механізми регулювання торгівлі послугами носять

рестриктивний характер.

Підраховано, що витрати на торгівлю послугами вдвічі вищі, ніж витрати на торгівлю товарами. Причина – розбіжності у регуляторних нормах країн СОТ та непрозорі правила й обтяжливі процедури.

В рамках Спільної ініціативи СОТ з внутрішнього регулювання послуг група з 60 країн розробила дисципліни для пом'якшення небажаних наслідків обмеження торгівлі, стосовно ліцензійних вимог та процедур, кваліфікаційних вимог, процедур та технічних стандартів. Основна увага в дисциплінах приділяється заходам, пов'язаним з процесом отримання дозволу на надання послуги.

Дисципліни не зосереджуються на сутності самого регулювання та в основному обмежуються процедурами отримання дозволу на надання послуг. Країни, що розвиваються, можуть відкласти застосування специфічних положень в секторах, у яких вбачаються труднощі з імплементацією.

Дисципліни не зачіпатимуть будь-які існуючі права та обов'язки відповідно до ГАТС чи будь-яких інших угод СОТ. Дисципліни стануть обов'язковими лише для тих членів СОТ, які самі занесуть їх до своїх Розкладів зобов'язань ГАТС.

Згідно прогнозів МВФ очікується негативна тенденція економічного зростання у світі, що спричинена подорожчанням вартості життя, падінням доходів у багатьох країнах, військовим конфліктом між Україною та Росією, а також пандемією COVID-19, яка на даний момент повністю не подолана.

Спостерігається гальмування у розвитку усіх найбільших економік світу, зокрема: США, Китаю, Європейського союзу. Проте, у другому кварталі 2022 року світова торгівля послугами зросла на 18% у порівнянні до аналогічного періоду попереднього року. Торгівля послугами продовжує підтримуватися силою інших видів комерційної діяльності.

Враховуючи, що міжнародна торгівля послугами тісно пов'язана з торгівлею товарами через надання послуг «супроводу» товарних потоків, то в усіх «супутніх» сферах ринкові прогнози – стримано-позитивні: очікується

пропорційне до збільшення світового товарообігу зростання. А у довготривалій перспективі ситуація ще більш позитивна – доля послуг в загальносвітовому експорті буде неухильно зростати.

Важливою рисою міжнародного ринку послуг у майбутньому ставатиме те, що основним фактором виробництва буде не робоча сила, а інформація, що відповідає формуванню «нової економіки», яка базується на науці, освіті, інформаційних технологіях (постіндустріальна стадія розвитку).

Орієнтація на сектор інформаційних технологій змінює розподіл сил в світовій економіці, оскільки дає можливість створювати конкурентоспроможний продукт менш розвиненим країнам.

Щодо України прогнози МВФ песимістичні. Проте негативний прогноз трохи переглянутий у бік поліпшення: якщо у липні 2022 року очікувалось скорочення ВВП у 2022 році на 45%, то тепер прогнозується падіння на 35%.

Ще до початку військових дій сектор послуг в Україні не мав достатнього розвитку – його частка у ВВП і в структурі зайнятості наближалась до 50%, що небагато у порівнянні з іншими країнами. Також багато видів послуг взагалі не набули розвитку.

Основними позиціями українського імпорту послуг у 2021 році були: транспортні послуги, послуги, пов'язані з подорожами та ділові послуги – очевидно, що в структурі українського ринку послуг переважають традиційні галузі, що демонструє нерозвиненість не тільки сектору послуг, а й економіки взагалі.

Серед проблем вітчизняного ринку послуг – недостатній розвиток наукоємних секторів. Розвиток новітніх інформаційно-комунікаційних технологій може в післявоєнний період сприяти економічному зростанню.

У післявоєнний період відродження вітчизняної сфери послуг повинно початися з розробки довгострокової державної програми сталого розвитку. Це потребує визначення ключових перспективних секторів, на які має бути спрямована підтримка. Ще один важливий напрям, що потрібно розвивати – інформаційна безпека.

До секторів послуг, не пов'язаних з цифровими технологіями, які варто розвивати після війни, можна віднести транспорт та будівельний сегмент. В сфері міжнародного транспорту Україні треба брати курс на відновлення статусу транзитної держави, який вона втратила останні роки.

Від війни постраждала сфера туризму, адже Україна повністю через війну позбавлена іноземних туристів. В процесі відбудови України потрібно створити програми і стратегії відновлення також і цієї галузі. Зокрема, це може бути розбудова курортних узбережь Чорного та Азовського морів за кошти інвесторів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. International Trade and Market Access Data. World Trade Organization.
URL : [https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_bis_e.htm?solution=WTO&path=/Dashboards/MAPS&file=Map.wcdf&bookmarkState=%7b"impl":"client", "params":%7b"langParam":"en"%7d%7d](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_bis_e.htm?solution=WTO&path=/Dashboards/MAPS&file=Map.wcdf&bookmarkState=%7b)
2. International trade statistics. World Trade Organization (WTO). URL : https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_e.htm
3. Mordor intelligence.. It services market - growth, trends, forecasts (2020-2025). MI, 2020. URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/it-services-market>
4. Services trade drops 30% in Q2 as COVID-19 ravages international travel. World Trade Organization (WTO), 2020. URL: [:https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/serv_22oct20_e.htm](https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/serv_22oct20_e.htm)
5. The Trade and Development Report. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdr2014_en.pdf
6. Trade in goods and services forecast. OECD Data. URL: <https://data.oecd.org/trade/trade-in-goods-and-services-forecast.htm#indicator-chart>
7. World Economic Outlook/ International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO> (дата звернення 03.10.2022).
8. Аналитики IDC прогнозируют, что в течение пяти ближайших лет рынок сервисов будет устойчиво расти Квітень 2022. URL : <https://www.ixbt.com/news/2022/04/17/analitiki-idc-prognozirujut-cto-v-techenie-pjati-blizhajshih-let-rynok-servisov-budet-ustojchivo-rasti.html>
9. Антонюк К.В. визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами / Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 6. 2015. С.46-51 URL: <http://global-national.in.ua/archive/6-2015/11.pdf>
10. Болт Гордон Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Гордон Дж. Болт; 2001. 268 с.

11. Дослідницьке агентство Plunkett Research, Ltd: Дослідження консалтингового ринку. URL : <https://www.plunkettresearch.com/>
12. Дюмулен И.И. Международная торговля услугами. 2006. 295 с.
13. Жарикова А. Світові ціни на продовольство знижуються шостий місяць поспіль – ФАО. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/10/7/692359/>
14. Иванов Н.Н. Управление сферой услуг: инфраструктурный поход. 2001. 143 с.
15. Качан Є.П. Регіональна економіка: Підручник для студентів, аспірантів, викладачів ВНЗ. Затверджено МОН. К., 2011. 670 с. URL: https://pidru4niki.com/1915010938593/rps/struktura_gospodarstva
16. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туриндустрія після перемоги. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>
17. Комаров В. Е. Социально-экономическая эффективность сферы услуг / В.Е. Комаров, В.Д. Улановская. М.: Наука, 1980. 126 с.
18. Кондратюк А.А., Манаєнко І.М. Розвиток міжнародного інжинірингу: світові тенденції та вітчизняні реалії. Актуальні проблеми економіки та управління. 2017. № 11. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/viewFile/102775/97854>.
19. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект: матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.
20. Кравченко В. Олігархи нового часу: як війна трансформує енергетичний сектор України / Віталій Кравченко, Олексій Молдован. // 20 липня 2022. MIND. URL: <https://mind.ua/publications/20244525-oligarhi-novogo-chasu-yak-vijna-transformue-energetichnij-sektor-ukrayini>

21. Куценко В.І. Соціальна безпека в контексті сталого розвитку. В.І. Куценко, В.П. Удовиченко. – Чернігів: Видавець Лозовий В.М., 2011. - 656 с.
22. Лукьяненко Д., Колесов В., Колот А., Столярчук Я. и др. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование/ [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.] ; под науч. ред. проф. Д. Лукьяненко, А. Поручника, В. Колесова. – К. : КНЭУ, 2013.– С. 466.
23. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) : навч. посібник. – 2-е вид., перероб. та доп. – К.: «Альтпрес» , 2003. –436 с.: іл., картосхеми
24. Максименко Т. В. Сучасна сфера послуг і особливості її становлення у транзитивній економіці. Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 1. – С. 68–70.
25. Маркін Я. Відновлення української енергетики: як розвиватися після війни. URL: <https://kosatka.media/uk/category/blog/news/vosstanovlenie-ukrainskoj-energetiki-kak-razvivatsya-posle-voyny>
26. Марченко В. Організаційний аспект моделі управління якістю підприємств сфери послуг. Вісник НАДУ при Президентіві України. 2004. №1. С. 238-244.
27. Матасова А. А. Трансформація ринку послуг в умовах глобалізації і участь у ньому українських продуцентів / Стратегія екон. розвитку країн в умовах глобалізації : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. молодих учених та студентів, 15–16 берез. 2013 р.: У 3 т.: Т. 2: Міжнар. інтеграція та інновації. – Дніпропетровськ: Біла К. О., 2013. – С. 74–76.
28. МВФ погіршив прогноз для світової економіки - через пандемію і війну рф в Україні. URL:<https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3537307-mvf-pogirshiv-prognoz-dla-svitovoi-ekonomiki-cerez-pandemiu-i-vijnu-uf-v-ukraini.html>
29. Олефір А.О. Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища / А.О. Олефір, В.В. Тіпанов. – К. : КНЕУ; Міжнародна економічна політика. 2008. № 1–2(8–9). С. 179–221.

30. Остафійчук Я. Підходи до класифікації послуг у контексті формування системи управління сферою послуг // Ефективна економіка. - 2012. - № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_1_18

31. Парфененко Г. Як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США. URL: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplinuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>

32. Пойта І. Основні фактори і чинники впливу на розвиток ринку послуг. Бізнес Інформ. 2013. № 1. С. 170-173.

33. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Аудиту збитків, понесених внаслідок війни». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi>

34. Решетникова Е. Г. Сфера услуг: планирование, проблемы, перспективы. Саратов: Изд-во Саратов. ун-та, 1988. 256 с.

35. Россинский М. Б. Сфера услуг в экономике развитого социализма. Саратов: Изд-во Саратовс. ун-та, 1976. 152 с.

36. Руденко О.В. Теоретичні аспекти формування глобального ринку Спослуг // Економіка та підприємництво : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів МОН України ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». 2011. Вип. 27. С. 44–52.

37. Сіденко В.Р. Проблеми включення України в глобальні мережі торгівлі високотехнологічними товарами і послугами // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. пр. Вип. 52. Частина I. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2005. С. 8–12.

38. Сидорова А. В. Экономико-статистические методы в управлении сферой услуг. Донецк: ДонНУ, 2002. 240 с.

39. Старостіна А. Основні фактори трансформації міжнародного ринку послуг на сучасному етапі розвитку світового господарства / А. Старостіна, І. Проценко // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка. Серія «Економіка». 2013. № 12(153). С. 99–103.

40. Тіпанов В.В. Розвиток світового ринку послуг в умовах глобалізації економіки : Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.05.01. К., 2006. 18 с.

41. Функціонування транспортного сектору України в умовах правового режиму воєнного стану / Національний інститут стратегічних досліджень // URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/funktsionuvannya-transportnoho-sektoru-ukrayiny-v-umovakh-pravovoho>

42. Харламов П. Затишшя перед ідеальним штормом: що спричинило нову світову кризу. Як це бачать в МВФ і якими можуть бути наслідки / MIND // 24 жовтня 2022. URL: <https://mind.ua/publications/20248597-zatishshya-pered-idealnim-shtormom-shcho-sprichinilo-novu-svitovu-krizu-yak-se-bachat-v-mvf>

43. Хмелевська Л. П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України: дис. ... канд. екон. наук: 08.01.01. К., 2002. 230 с. С, 32.

ДОДАТОК А

Експорт комерційних послуг за секторами та партнерами по окремих країнах світу, 2015-2021 рр. [2]

Країна	Експортна позиція	2015		2016		2017		2018		2019		2020		2021	
		млн доларів США	% до загаль носвіт овго показ ника	млн доларів США	% до загаль носвіт овго показ ника	млн доларів США	% до загаль носвіт овго показ ника	млн доларів США	% до загаль носвіт овго показ ника	млн доларів США	% до загальн освітов го показни ка	млн доларів США	% до загал ьносві товго показ ника	млн доларів США	% до загал ьносві товго показ ника
Світ в цілому	Телекомунікаційні послуги	94345	100	94133	100	92557	100	96552	100	91380	100	91087	100	98096	100
	Комп'ютерні послуги	360662	100	367671	100	408446	100	497642	100	558903	100	617681	100	750315	100
	Інформаційні послуги	25514	100	27838	100	34356	100	41103	100	43683	100	42295	100	47928	100
	Проведення наукових досліджень та розробок	152430	100	163652	100	179797	100	199525	100	206958	100	202255	100	217861	100
	Професійні та управлінські консалтингові послуги	407114	100	436743	100	485828	100	548051	100	589809	100	611502	100	699720	100
	Послуги з реклами, дослідження ринку та опитування громадської думки	100267	100	107637	100	123815	100	140713	100	156875	100	155099	100		100
	Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги	536815	100	547341	100	572693	100	613852	100	628452	100	609526	100	678084	100
Китай	Телекомунікаційні послуги	1654	1,75	1702	1,81	1781	1,92	2098	2,17	2397	2,62				
	Комп'ютерні послуги	24130	6,69	24829	6,75	25986	6,36	44960	9,03	51387	9,19				
	Інформаційні послуги							10	0,02	0					
ЄС	Телекомунікаційні послуги	34868	36,96	35911	38,15	36796	39,75	38476	39,85	34371	37,61	33534	36,82	40814	41,61
	Комп'ютерні послуги	180698	50,10	177269	48,21	201113	49,24	249603	50,16	283379	50,70	313441	50,74	381487	50,84
	Інформаційні послуги	8751	34,30	10214	36,69	14276	41,55	17762	43,21	19297	44,18	19290	45,61	23477	48,98
	Проведення наукових досліджень та розробок	65195	42,77	69322	42,36	78261	43,53	85856	43,03	89713	43,35	86879	42,96	85492	39,24
	Професійні та управлінські консалтингові послуги	130208	31,98	143014	32,75	164308	33,82	185014	33,76	193842	32,87	187835	30,72	208045	29,73
	Послуги з реклами, дослідження ринку та опитування громадської думки	37364	37,26	41256	38,33	46852	37,84	50490	35,88	56063	35,74	49664	32,02		
	Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги	226264	42,15	237033	43,31	252464	44,08	276679	45,07	281572	44,80	270138	44,32	305847	45,10
Франція	Телекомунікаційні послуги	5906	6,26	5869	6,23	5107	5,52	6620	6,86	4842	5,30	4464	4,90	5198	5,30

	<i>Комп'ютерні послуги</i>	10406	2,89	11456	3,12	12780	3,13	14247	2,86	14126	2,53	14434	2,34	15954	2,13
	<i>Інформаційні послуги</i>	913	3,58	842	3,02	734	2,14	1200	2,92	1027	2,35	1123	2,66	1201	2,51
	<i>Проведення наукових досліджень та розробок</i>	12682	8,32	11434	6,99	12503	6,95	13892	6,96	14269	6,89	11735	5,80	13522	6,21
	<i>Професійні та управлінські консалтингові послуги</i>	19288	4,74	24132	5,53	24002	4,94	29843	5,45	28648	4,86	27233	4,45	29764	4,25
	<i>Послуги з реклами, дослідження ринку та опитування громадської думки</i>	4842	4,83	5680	5,28	6299	5,09	5696	4,05	6518	4,15	6361	4,10		
	<i>Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги</i>	50767	9,46	49236	9,00	46288	8,08	51310	8,36	49092	7,81	48198	7,91	53010	7,82
Німеччина	<i>Телекомунікаційні послуги</i>	3361	3,56	3476	3,69	4385	4,74	4562	4,72	4700	5,14	4272	4,69	4924	5,02
	<i>Комп'ютерні послуги</i>	25938	7,19	20896	5,68	23262	5,70	26386	5,30	26722	4,78	27979	4,53	32253	4,30
	<i>Інформаційні послуги</i>	1036	4,06	1221	4,39	1730	5,04	2351	5,72	2237	5,12	2347	5,55	2706	5,65
	<i>Проведення наукових досліджень та розробок</i>	23551	15,45	24786	15,15	26634	14,81	27447	13,76	26799	12,95	25032	12,38	24608	11,30
	<i>Професійні та управлінські консалтингові послуги</i>	27407	6,73	28367	6,50	31291	6,44	34084	6,22	33655	5,71	31087	5,08	34094	4,87
	<i>Послуги з реклами, дослідження ринку та опитування громадської думки</i>	8421	8,40	9748	9,06	11716	9,46	12815	9,11	12925	8,24	10847	6,99		
	<i>Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги</i>	31085	5,79	31940	5,84	34707	6,06	38375	6,25	37596	5,98	33209	5,45	36631	5,40
Індія	<i>Телекомунікаційні послуги</i>	2088	2,21	2310	2,45	2164	2,34	2401	2,49	2851	3,12	2736	3,00	3070	3,13
	<i>Комп'ютерні послуги</i>	52761	14,63	51159	13,91	51797	12,68	55472	11,15	61785	11,05	65321	10,58	78611	10,48
	<i>Інформаційні послуги</i>	196	0,77	331	1,19	421	1,23	321	0,78	297	0,68	255	0,60	345	0,72
	<i>Проведення наукових досліджень та розробок</i>	1341	0,88	2042	1,25	3013	1,68	4449	2,23	4966	2,40	5141	2,54	5946	2,73
	<i>Професійні та управлінські консалтингові послуги</i>	37046	9,10	38890	8,90	42213	8,69	46649	8,51	54245	9,20	59183	9,68	71509	10,22
	<i>Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги</i>	11710	11,68	13726	12,75	14640	11,82	14120	10,03	14792	9,43	14146	9,12	15499	
Велика Британія	<i>Телекомунікаційні послуги</i>	10195	10,81	10116	10,75	9572	10,34	10385	10,76	9226	10,10	10809	11,87	10856	11,07
	<i>Комп'ютерні послуги</i>	14590	4,05	13780	3,75	14931	3,66	17201	3,46	17164	3,07	18749	3,04	23144	3,08
	<i>Інформаційні послуги</i>	4753	18,63	4766	17,12	5743	16,72	6387	15,54	5401	12,36	8117	19,19	8223	17,16
	<i>Проведення наукових досліджень та розробок</i>	9931	6,52	9835	6,01	11367	6,32	13701	6,87	13496	6,52	14272	7,06	17678	8,11
	<i>Професійні та управлінські консалтингові послуги</i>	43355	10,65	45203	10,35	48798	10,04	59851	10,92	63979	10,85	71046	11,62	78725	11,25

	<i>Послуги з реклами, дослідження ринку та опитування громадської думки</i>	8988	8,96	9767	9,07	10940	8,84	13567	9,64	14859	9,47	14971	9,65	15832	
	<i>Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги</i>	59295	11,05	60109	10,98	62468	10,91	69665	11,35	68287	10,87	69223	11,36	75030	11,07
США	<i>Телекомунікаційні послуги</i>	13277	14,07	11446	12,16	10220	11,04	8998	9,32	7989	8,74	7837	8,60	7563	7,71
	<i>Комп'ютерні послуги</i>	20635	5,72	24243	6,59	28838	7,06	30724	6,17	37277	6,67	42102	6,82	45254	6,03
	<i>Інформаційні послуги</i>	7515	29,45	7432	26,70	8599	25,03	9524	23,17	10476	23,98	6518	15,41	6980	14,56
	<i>Проведення наукових досліджень та розробок</i>	36563	23,99	40928	25,01	45550	25,33	47857	23,99	47273	22,84	44684	22,09	47185	21,66
	<i>Професійні та управлінські консалтингові послуги</i>	70160	17,23	79198	18,13	85553	17,61	92576	16,89	102888	17,44	112772	18,44	132452	18,93
	<i>Послуги з реклами, дослідження ринку та опитування громадської думки</i>	14925	14,89	16811	15,62	17663	14,27	19065	13,55	21523	13,72	20750	13,38	23647	
	<i>Технічні, торговельні та інші бізнес-послуги</i>	34698	6,46	32964	6,02	36167	6,32	36107	5,88	36016	5,73	37590	6,17	37789	5,57