

**Карандюк Ольга Григорівна,**  
старший викладач кафедри бізнес-аналітики та цифрової економіки,  
**Пеценко Марія Віталіївна.**  
Національний авіаційний університет

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ**

*Анотація.* В роботі проаналізовано сутність поняття послуги, надано її стислу класифікацію. Також розвиток ринку послуг в Україні та світі. Метою роботи є дослідження сучасного стану та тенденцій міжнародного ринку послуг. Виявлені фактори, які сприяють зростанню міжнародного ринку послуг.

*Ключові слова:* послуга, види послуг, ринок послуг, світова торгівля, міжнародний ринок, глобалізація.

Міжнародна торгівля виступає традиційною та основною формою міжнародних економічних відносин. Саме світова торгівля є кількісним показником міжнародного поділу праці, до переваг якого можна віднести зростання продуктивності виробництва, зменшення витрат виробничого процесу та пошуком найбільш оптимального задоволення економічних інтересів. Однією зі сфер світової економіки, які стрімко розширюються і виступають найбільш перспективними, є торгівля послугами. Сьогодні саме послуги охоплюють значну частку економічної діяльності як конкретної країни, так і на міжнародному рівні.

На сучасному етапі ринок послуг в Україні розвивається дуже динамічно. Відмінності між ринками товарів і послуг стали об'єктом дослідження ще з 1950 років. Але в умовах сьогодення за наявності великого різноманіття маркетингових інструментів проблеми ринку послуг постають у новому баченні. Тому саме цей ринок вимагає сьогодні особливо ретельної уваги від компаній, якщо вони планують працювати ефективно та виходити на світові ринки.

Тенденціям розвитку сфери послуг притаманна значна різноманітність: розвиток виробництва, швидке впровадження інновацій сприяли не тільки появі нових страхових, фінансових, інформаційних, транспортних послуг, а й дали поштовх активному розвитку послуг, які надаються компаніями під час та після реалізації товарів послуг.

На думку Ф. Котлера, послугою можна вважати будь-яку діяльність, яку один суб'єкт може запропонувати іншому суб'єкту, якій притаманна неосяжна природа і результатом якої не є володіння будь-чим [1].

З початку XXI століття у світі спостерігається тенденція зростання світової торгівлі, яка за темпами свого зростання обігнала темпи зростання світового ВВП. Так, за результатами 2019 року обіг міжнародної торгівлі становив близько 14 трильйонів доларів і за прогнозами економістів, цей показник буде тільки зростати і до 2040 року буде дорівнювати 20 трильйонам доларів США. І це, незважаючи на те, що торгівля послугами та сервісами вважається «невидимою», невідчутною.

За даними СОТ (Світової організації торгівлі), за період з 2005 по 2020 роки темпи щорічного приросту продажів товарів становив більше 4,5 %, а темпи приросту торгівлі різного роду послугами та сервісами становив більше 5 % [2]. До

найбільших експортерів послуг у світі відносяться США, Китай і Німеччина. За підсумками 2020 року їхня частка у загальному показнику продажів послуг становила майже 30%.

Основоположним документом, який забезпечує функціонування міжнародної торгівлі послугами, виступає Генеральна угода з торгівлі послугами, що входить на правах додатку до угоди про СОТ. Зазначений документ трактує торгівлю послугами як процес передачі послуг з території однієї країни на територію іншої країни. До сфери послуг відносять такі значні сектори економіки, як охорона здоров'я, туризм, освіта, будівництво, телекомунікації, транспорт, фінанси і ряд інших. У табл. 1 наведено можливі типи послуг залежно від чинників впливу.

Відповідно до класифікації, яку впровадила СОТ, всі види послуг поєднуються у 4 групи:

1 група – транскордонні поставки (особа, знаходячись в одній країні, отримує послугу в іншій – наприклад, послуги через мережу Інтернет);

2 група – споживання за кордоном (наприклад туризм);

3 група – комерційна присутність (компанія відкриває свої представництва або філії в інших країнах);

4 група – фізична присутність людини (конкретний фахівець працює за кордоном)

До основних факторів, які зумовили зростання світової торгівлі послугами протягом останніх десятиліть, відносяться:

- вплив НТП на обсяги та різноманіття послуг;
- покращення показника відкритості національних економік, так, і національних ринків;
- зусилля країн, які були спрямовані на лібералізацію світової торгівлі послугами, а також на побудову нормального конкурентного середовища в більшості секторів послуг;

Таблиця 1

Типи послуг

Чинники	Типи	Приклад
Тип власності	Приватні	рекрутингові, консалтингові компанії, розважальні заклади
	Державні	пенсійне забезпечення, послуги залізничного транспорту
Ступінь контактності з людиною	послуги високої контактності	медицина, салони краси
	низької контактності	послуги зв'язку, ремонт взуття, банківські послуги
Ступінь кваліфікації	висококваліфіковані послуги	юридичні послуги
	ті, що не потребують особливих навиків	послуги розважальних закладів, клірингові послуги
Призначення	для кінцевого, власного (B2B) споживання	сфера розваг та відпочинку, масажні салони
	виробничого (B2B) споживання	девелопмент

Примітка. Складено автором на основі джерела [1].

- зміна структури споживання населення (тобто збільшення попиту на послуги). В більшості це характерно для розвинених і нових індустріальних країнах, адже, насамперед, пов'язано зі зростанням рівня життя населення;

- перехід розвинених країн до етапу формування «нового інформаційного суспільства». В його фундаменті знаходиться збільшення споживання різних послуг, перш за все, інформаційних послуг;

- невід'ємність більшості товарів і послуг одне від одного, саме тому збільшення обсягів світової торгівлі товарами сприяє паралельному зростанню послуг;

- зростаюча взаємопов'язаність світової торгівлі різними видами послуг, серед яких більшість реалізуються в комплексі;

- розвиток Інтернет мережі як головного чинника розвитку електронної торгівлі, а також надання фінансових послуг за через телекомунікації.

На сучасному етапі у сфері послуг вагомим значення набуває розвиток транснаціональних корпорацій (ТНК), адже саме в даному секторі генеруються такі ключові чинники економічного зростання, як наукові знання, нематеріальні форми накопичення, інформаційні технології.

**Висновки.** Таким чином, проведене дослідження міжнародної торгівлі послугами показало, що їй притаманна певна специфіка. Перш за все це пов'язано з тим, що послугам характерні різноманітні форми і сутність. Вони поєднуються в глобальний ринок, якому характерні не загальні риси, але загальні тенденції, які дають реальну можливість впливати на його функціонування на глобальному рівні навіть з урахуванням нових моментів в його розвитку. На сучасному етапі світовий ринок послуг регулюється на чотирьох рівнях: міжнародному, галузевому, регіональному та національному. Все це сприяє пришвидшенню темпів зростання сфери послуг як на внутрішньому ринку країн, так і на світовому ринку.

#### Використані джерела:

1. Котлер Ф., Катарджая Г., Сет'яван І. Маркетинг . Від традиційного до цифрового. Пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. Київ: Вид. група КМ-БУКС, 2018. 208 с .

2. Офіційний сайт World Trade Statistical Review 2020. URL: <https://www.wto.org/> (дата звернення 06.10.2021 р.).

3. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України: колективна монографія за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НААН України Т.О.Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2019. 350 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/310.pdf> (дата звернення 07.10.2021 р.)