МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму

Кваліфікаційна робота

магістра

на тему «Розвиток міжнародного ринку послуг»

Виконав: студентка 2 курсу, групи 8.0513-ме
спеціальності 051 Економіка
освітньої програми Міжнародна економіка
Солодова Анастасія Артемівна

Керівник професор, д.е.н. Гамова О.В.
Рецензент професор, д.е.н. Бабміндра Д.І.

Запоріжжя
2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економічний
Кафедра міжнародної економіки, природних ресурсів та економіки міжнародного туризму
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 051 Економіка
Освітня програма Міжнародна економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри _____ О.В. Гамова

«____»_____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Солодовій Анастасії Артемівні

1. Тема роботи: «Розвиток міжнародного ринку послуг»
керівник роботи: Гамова Оксана Вікторівна, професор, д.е.н.
затверджені наказом ЗНУ від 29 грудня 2023 р. № 2252-с.
2. Строк подання студентом роботи: 18 листопада 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи: наукова та навчально-методична література, інформаційна база законодавчих та нормативних урядових актів, звіти міжнародних організацій, компаній та інших установ, публікації у фахових журналах, електронні економічні публікації, електронні ресурси.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): теоретичні основи міжнародного ринку послуг, аналіз сучасного стану та танденцій міжнародного ринку послуг та перспективи його розвитку.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): кваліфікаційна робота містить теоретичні основи міжнародного ринку послуг у 1 розділі, графічний матеріал та аналіз тенденцій у 2 розділі, перспективи розвитку міжнародного ринку послуг у 3 розділі.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Гамова О.В., професор	05.08.2024 р.	05.08.2024 р.
2	Гамова О.В., професор	09.09.2024 р.	09.09.2024 р.
3	Гамова О.В., професор	03.10.2024 р.	03.10.2024 р.

7. Дата видачі завдання: 24 червня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми	06.11.2023 – 18.12.2023	виконано
2.	Складання бібліографії та вивчення літературних джерел	24.06.2024 р. – 15.07.2024 р.	виконано
3.	Складання плану	22.07.2024 – 30.07.2024	виконано
4.	Виконання вступу	01.08.2024 р. – 04.08.2024 р.	виконано
5.	Виконання розділу 1	05.08.2024 р. – 08.09.2024 р.	виконано
6.	Виконання розділу 2	09.09.2024 р. – 02.10.2024 р.	виконано
7.	Виконання розділу 3	03.10.2024 р. – 20.10.2024 р.	виконано
8.	Формулювання висновків	21.10.2024 р. – 27.10.2024 р.	виконано
9.	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	28.10.2024 р. – 10.11.2024 р.	виконано
10.	Подання роботи на кафедру	18.11.2024 р.	виконано

Студент _____ А.А. Солодова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ О.В. Гамова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ А.В. Селіщева
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 74 с., 7 рис., 10 табл., 44 джерела.

Об’єктом дослідження є розвиток міжнародного риноку послуг.

Предмет дослідження: теоретичні, наукові та практичні аспекти основ глобальних тенденцій та пріоритетів розвитку міжнародного ринку послуг в умовах глобалізації.

Мета роботи: проведення аналізу стану міжнародного ринку послуг та визначення пріоритетів для його розвитку.

Методи дослідження: методи статистичного аналізу, діалектичний метод наукового пізнання, метод теоретичного узагальнення, системного аналізу, синтезу.

У роботі здійснено огляд інформації про поняття, класифікацію та особливості міжнародного ринку послуг. Визначено роль та значення міжнародного ринку послуг у контексті міжнародних відносин та економічного розвитку. Проаналізовано стратегії країн у сфері послуг та їхні підходи до ведення бізнесу на міжнародному ринку. Проведено узагальнення результатів дослідження та зроблено якісні висновки щодо міжнародного ринку послуг. Зроблено прогноз розвитку міжнародного ринку послуг на основі отриманих результатів. Сформульовано висновки щодо застосування результатів дослідження та розроблено рекомендації для практичного застосування у сфері міжнародного ринку послуг.

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ПОСЛУГА, СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ, СВІТОВІ ЦІНИ, ЕКСПОРТ ТА ІМПОРТ ПОСЛУГ, ТЕНДЕНЦІЇ.

SUMMARY

Qualification work: 74 pages, 7 figures, 10 tables, 44 sources.

The object of the study is the development of the international services market.

The subject of research: theoretical, scientific and practical aspects of the foundations of global trends and priorities of the development of the international market of services in the conditions of globalization.

The purpose of the work: analysis of the state of the international services market and determination of priorities for its development.

Research methods: methods of statistical analysis, dialectical method of scientific knowledge, method of theoretical generalization, system analysis, synthesis.

The work reviewed information on the concept, classification and features of the international services market. The role and significance of the international services market in the context of international relations and economic development is defined. The strategies of countries in the service sector and their approaches to doing business on the international market are analyzed. The research results were summarized and qualitative conclusions were drawn regarding the international services market. A forecast of the development of the international services market was made based on the obtained results. Conclusions regarding the application of the research results were formulated and recommendations were developed for practical application in the field of the international service market.

GLOBALIZATION, SERVICE, WORLD MARKET OF SERVICES, WORLD PRICES, EXPORT AND IMPORT OF SERVICES, TRENDS.

ЗМІСТ

ВСТУП 8
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ 12
1.1 Сутність та класифікація послуг та міжнародного ринку послуг 12
1.2 Інфраструктура ринку послуг 18
1.3 Основні фактори та чинники, що впливають на розвиток міжнародного ринку послуг 22
Висновки до 1 розділу 26
2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ 29
2.1 Динаміка світового експорту та імпорту послуг 29
2.2 Вплив COVID-19 на міжнародну трогівлю послугами 47
2.3 Зовнішня торгівля України послугами 50
Висновки до 2 розділу 53
3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ .. 55
3.1 Глобальні шляхи вдосконалення ирнку послуг у світі 55
3.2 Національні пріоритети України у сфері міжнародної торгівлі послугами 59
Висновки до 3 розділу 64
ВИСНОВКИ 66
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ 69
Декларація академічної доброчесності здобувача вищої освіти ЗНУ 73

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОСИЛАНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ

ЄС – Європейський Союз

ОАЕ – Об'єднані Арабські Емірати

ЮНКТАД – Конференція ООН з торгівлі та розвитку

R&D – Дослідження і розробки

UNCTAD – Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНСТАД)

СОТ – Світова організація торгівлі

ВВП – Валовий внутрішній продукт

ТНК – Транснаціональна корпорація

МРП – Міжнародний ринок послуг

МТП – Міжнародна торгівля послугами

МПП – Міжнародний поділ праці

ВСТУП

За останні десятиліття однією з найбільш швидкозростаючих сфер економіки світу стала міжнародна торгівля послугами. Зростаюча глобальна конкуренція та інтеграція ринків, обумовлені стрімким технологічним прогресом, значно підвищили роль світового ринку послуг як ключового джерела економічного зростання та зайнятості. Широке впровадження цифрових технологій, таких як штучний інтелект, хмарні рішення, онлайн-освіта та телемедицина, суттєво змінило підходи до надання послуг, зробивши їх більш доступними й ефективними. Завдяки цифровізації компанії швидше виходять на нові ринки, знижують операційні витрати та надають послуги незалежно від географічного розташування клієнтів.

До основних чинників, що стимулюють розвиток глобального ринку послуг, належать технологічні інновації, зростаюча спеціалізація країн, лібералізація торгівлі, зміна споживчих переваг та зростання кількості міжнародних корпорацій. Ці тенденції створюють нові умови для функціонування міжнародного ринку послуг, підсилюючи його значення як двигуна економічного зростання для світової економіки та економік окремих країн. Таким чином, аналіз поточного стану та основних тенденцій у розвитку міжнародного ринку послуг є важливим для розуміння напрямків міжнародної торгівлі послугами та позицій, які займають у цьому секторі різні країни.

Дослідження міжнародного ринку послуг, його структури, тенденцій та проблем функціонування висвітлені в наукових працях українських та іноземних науковців, зокрема: Мельничук О.П., Кульганік О.М., Брензович К.С., Заблоцька Р.О., Рибчук А.В., Панков А.В., Камінська Т.М., H. Roelfsema, Peter M. Smith, Бочан І.О., Михасюк І.Р., Козак Ю.Г., Лук'яненко,

Д.Г., Кірєєв А.П., Новицький В.Є., Коваленко Ю.О., Козменко В.М., Бабінська О.В., Козлик В.В.

Мета і завдання. Метою дипломної роботи є проведення аналізу стану міжнародного ринку послуг та визначення головних тенденцій, проблем та перспектив для розвитку національних економік.

Відповідно до поставленої мети необхідно виконати низку наступних завдань:

– розкрити сутність міжнародного ринку послуг та його класифікацію;

– описати інфраструктуру ринку послуг;

– дослідити вплив факторів та чинників на міжнародному ринку послуг;

– проаналізувати сучасний стан розвитку міжнародного ринку послуг;

– провести аналіз впливу COVID-19 на міжнародний ринок послуг;

– проаналізувати зовнішню торгівлю України послугами;

– визначити основні пріоритети розвитку сфери послуг для економіки України.

Об’єктом дослідження – розвиток міжнародного ринку послуг.

Предмет дослідження – теоретичні, наукові та практичні аспекти основ глобальних тенденцій та пріоритетів розвитку міжнародного ринку послуг в умовах глобалізації.

Методи дослідження. Теоретичні методи дослідження: формалізація – для визначення ключових понять; системно-структурний – для розгляду ринку послуг та аналізу взаємозв'язків між її складовими частинами; гіпотетико-дедуктивний аналіз – для розробки стратегій розвитку МРП, враховуючи сценарії впливу глобальних тенденцій. З емпіричних методів були використані: вимірювання – аналіз кількісних показників, який включає обсяги торгівлі послугами країн; спостереження – для відстеження змін які

відбуваються у економіках країн під впливом глобальних тенденцій. Загальнологічні методи: дедукція, синтез, абстрагування, аналіз, індукція, узагальнення переважно використовувались при дослідження всіх аспектів міжнародного ринку послуг та його тенденцій розвитку, його ефекту на економіку, прогнозу можливих ефектів, тощо.

Інформаційну базу дослідження кваліфікаційної роботи формує широкий спектр джерел серед них: наукова та навчально-методична література, публікації у фахових журналах, матеріали державної служби статистики України та інших країн, інформаційна база законодавчих та нормативних урядових актів, електронні економічні публікації, електронні ресурси.

Наукова новизна одержаних результатів засвідчує наступне**:**

удосконалено:

– пріоритети розвитку міжнародного ринку послуг, зокрема в умовах глобалізаційних процесів;

отримало подальший розвиток:

– розширюється теоретичний базис дослідження міжнародних послуг через поглиблений аналіз глобальних тенденцій на ринку послуг;

– аналіз стану національних економік на міжнародний ринок послуг.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для розробки ефективних стратегій для входу на міжнародні ринки послуг, враховуючи тенденції в різних регіонах. Таким чином, це допоможе адаптуватись до сучасних глобальних викликів, сприяючи стійкому розвитку національних економік та суспільства в цілому.

Основні положення та висновки кваліфікаційної роботи: Основні положення дипломної висвітлені у статті XVIII Міжнародної науково-практичної конференції «Міжнародний ринок транспортних послуг: проблеми та перспективи розвитку».

Перспективи розвитку» Опубліковані публікації повною мірою відображають основні результати роботи.

Структура роботи складається зі вступу, трьох розділів та висновку. У вступі обґрунтовується актуальність обраної теми, проблема, яка потребує вирішення, мета, завдання, об’єкт і предмет дослідження. Перший розділ включає теоретичну основу міжнародного ринку послуг, науково-теоретичні засади, особливості функціонування, фактори та чинники, що впливають на нього. У другому розділі проводиться аналіз сучасного стану міжнародного ринку послуг, вплив COVID-19 на нього та зовнішня торгівля послугами в Україні. Третій розділ присвячено визначенню основних пріоритетів розвитку сфери послуг для економіки України.

1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

1.1 Сутність та класифікація послуг та міжнародного ринку послуг

Велику частину економічної діяльності охоплює термін «послуги». До сектора послуг належать важливі галузі сучасної економіки, такі як освіта, телекомунікації, будівництво, охорона здоров'я, транспорт, туризм, фінансові послуги, загальна частка яких становить понад 65% ВВП розвинених країн.

Попри зростаючу увагу економістів до цієї сфери, наразі немає єдиної класифікації та чіткого визначення послуг, що створює потребу в систематизації різних підходів в економічній літературі до тлумачення цього поняття [1].

Кількість та зміст категорій класифікації послуг можуть варіюватися навіть у найбільш відомих міжнародних класифікаторах. Наприклад, у класифікації послуг, застосовуваній у системі СОТ, передбачено 600 різновидів послуг, що поділяються на 13 розділів, 64 позицій та 121 субпозицій.

МТП має кілька особливих ознак, у порівнянні з традиційної торгівлі товарами:

1. На противагу товарам, послуги ,як правило, надаються та споживаються одночасно, і не підлягають зберіганню. Більшість послуг потребує прямих контактів між споживачами та виробниками, де необхідна фізична присутність постачальників послуг в іншій країні або ж перебування іноземних споживачів на території країни, де ці послуги надаються.

2. МТП тісно пов'язана з торгівлею товарами, в особливості через послуги, що стосуються аналізу ринків, маркетинговим консалтингом,

транспортуванням, рекламою, а також передпродажним і післяпродажним обслуговуванням.

3. Сфера послуг зазвичай має більший захист від конкуренції з іншими країнами з боку держави порівняно з матеріальним виробництвом. Більше того, такі послуги, як транспорт, зв’язок, фінансові й страхові послуги, а також наукові дослідження, у ряді певних країн знаходяться у державній власності або суворо контролюються державою [2].

Торгівлю послугами часто називають «невидимою», оскільки більшість послуг не мають матеріального вигляду. Виробництво послуг відбувається одночасно з їх експортом і вимагає безпосередньої участі продавця та покупця. Раніше послуга розглядалася як товар, але її значення було другорядним. Одним із перших, хто запропонував загальний методологічний підхід до розуміння послуг як соціально-економічного явища, був Т. Хілл. Він спростував популярну думку, що послуги є просто нематеріальними товарами, які не можна побачити, спробувати на смак чи відчути до моменту придбання, а також зберігати. На сьогодні послуга розглядається як «економічно важливий товар», здатний приносити значні доходи. Ця суперечливість у визначенні сутності послуги ускладнює розуміння природи МРП, який є частиною багаторівневої системи глобальної торгівлі. МРП існує як самостійна структура, що має свої особливості, зміст і закономірності розвитку.

Сфера послуг являє собою складну мережу взаємодій між постачальниками та споживачами послуг, економічних відносин, соціальних зв'язків із різними групами клієнтів у процесі організації обміну послугами. У системі ринкових взаємовідносин, що базуються на обміні товарів і грошей, ключову роль відіграють зворотні сигнали, які забезпечують важливі дані про попит, сприйняття цін споживачами та дозволяють через механізми регулювання ринку впливати на процеси організації і способи надання послуг, а також на економічну поведінку продавців і покупців.

Сфера послуг – це система соціально-економічних взаємозв'язків, що змінюються з часом і визначаються просторовою локалізацією, формуються і функціонують у процесі задоволення платоспроможного попиту існуючих та потенційних клієнтів пропозицією послуг, забезпечуючи збалансованість їх відтворення.

Сфера послуг функціонує поряд із ринком праці, капіталу та товарів, активно взаємопов'язана з ними. Ринок послуг має значну різноманітність пропозицій, через що поділяється на окремі спеціалізовані сегменти. Активне зростання та масштабне розширення сфери послуг у другій половині XX століття стали результатом впливу багатьох чинників [3].

Основними умовами виникнення сфери послуг є розвинена економіка та підвищений рівень життя громадян. Із розвитком виробничих процесів та наповненням ринку товарами споживачі дедалі більше спрямовують попит на сферу послуг. Сприяє розширенню сфери послуг також інтенсивне прискорення поділу праці під впливом науково-технічного прогресу. Науковий та технічний прогрес сприяє виникненню нових напрямків діяльності, зокрема й у галузі послуг. Таким чином, ефективне функціонування ринку послуг здійснюється через досягнення збалансованості попиту та пропозиції на структурному та регіональному рівнях, розвитку насичених ринків фінансових, будівельних, торгово-посередницьких, побутових, житлово-комунальних, туристичних послуг, а також послуг інтелектуальної праці. Усі ці локальні ринки формують єдиний національний та міжнародний ринок послуг. Механізм саморегулювання ринку послуг, як складова частина економічного механізму, базується на поєднанні тактичних і стратегічних завдань, пропорцій, темпів та інших показників, що визначаються у загальнодержавній програмі розвитку сфери обслуговування населення і відображаються в бізнес-планах окремих підприємств.

Зростання обсягів реалізації традиційних послуг та поява нових видів і варіантів послуг у матеріальному виробництві призводять до збільшення

кількості спеціалізованих компаній на цьому ринку, що активізує інформаційні технології, за допомогою яких постачальники послуг розширюють охоплення своєї діяльності в різних регіонах. Для зміцнення своїх конкурентних позицій на ринку виробничі компанії активно займаються сферою послуг, фокусуючись головним чином на обслуговуванні своєї продукції. Наприклад, виробники комп'ютерних систем продають не тільки свої пристрої, а й програмне забезпечення, а також організовують їхнє обслуговування та ремонт.

Сфера послуг поділяється за такими ознаками:

– залежно від виду послуг розрізняють ринки транспортних, будівельних, інформаційних, фінансово-кредитних, торгово-посередницьких, страхових, комунальних, соціально-культурних, побутових послуг, а також ринки технологій, зв'язку та праці.

– з огляду на географічне розташування існують локальні, національні, регіональні та глобальні ринки послуг.

– залежно від механізму діяльності виділяють ринки послуг вільні, монополістичні, державного регулювання та планово-регульовані.

– залежно від ступеня насиченості розрізняють ринки послуг рівноважні за обсягом і структурою, дефіцитні та надмірні.

– залежно від структури розрізняють ринки послуг: потенційний (всі споживачі, які проявляють інтерес до придбання конкретної послуги); реальний або фактичний (споживачі, які ухвалили рішення про покупку тієї чи іншої послуги); обслуговуваний (частина реального ринку, яка вже отримувала подібні послуги); освоєний (покупці, які вже отримували послуги від конкретного постачальника).

Сфера послуг не тільки підтримує розвиток виробництва та окремих напрямів діяльності, а й активізує попит на висококваліфіковані кадри, новітні технології, створюючи можливості та перспективи для підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

На ринку послуг найбільш поширеними є наступні ризики:

1. Ризик виконання – споживач хвилюється, що послуга буде надана неякісно. Наприклад, замість досвідченого лікаря огляд проводитиме його помічник, який через відсутність достатньої кваліфікації та практичного досвіду може поставити неправильний діагноз.

2. Фізичний ризик – споживач сумнівається, чи не буде йому завдано фізичної шкоди під час отримання послуги. Наприклад, усадка або пошкодження одягу при пранні чи хімчистці.

3. Фінансовий ризик – чи будуть відшкодовані всі витрати споживача на послугу.

4. Психологічний ризик – як отримання послуги вплине на самооцінку чи самоповагу особи.

5. Соціальний ризик – як отримання послуги вплине на репутацію особи в очах оточуючих (наприклад, лікування певних захворювань, інтимні послуги).

6. Ризик втрати часу – споживач переживає через витрати часу, зусиль і незручностей під час покупки, ремонту, заміни тощо.

Одна з ключових тенденцій, що проявляються на глобальному ринку послуг – оцифровка послуг. Зі швидким прогресом технологій компанії все частіше застосовують цифрові платформи та інструменти для вдосконалення своєї роботи та залучення більшої кількості клієнтів. Ця тенденція особливо виражена в сфері фінансових послуг, де цифрові технології трансформують методи взаємодії людей з фінансовими організаціями. Оцифровка послуг має багато переваг, зокрема більшу ефективність, поліпшений досвід споживачів і розширене охоплення ринку. В результаті, компанії, які не зможуть впровадити цифровізацію, ризикують відстати від своїх суперників на глобальному ринку [4].

Іншою тенденцією на глобальному ринку послуг є збільшення мобільності висококваліфікованих працівників. Оскільки глобалізація продовжує впливати на формування світової економіки, переміщення робочої сили стало все більш поширеним явищем. Ця тенденція особливо

виражена в галузі IT-послуг, де існує великий попит на висококваліфікованих фахівців. Країни, такі як Індія, Філіппіни та Шрі-Ланка, проявляють великий інтерес до мобільності висококваліфікованих працівників, тоді як розвиваючіся країни зазвичай зосереджуються на переміщенні менш кваліфікованої робочої сили. Переміщення висококваліфікованих працівників може суттєво вплинути на світовий ринок послуг, оскільки це дає змогу компаніям залучати глобальний резерв талантів і досвіду.

Іншим значущим трендом на світовому ринку послуг є зростання аутсорсингу. Аутсорсинг передбачає практику делегування певних бізнес-функцій зовнішнім постачальникам. Ця тенденція широко поширена в галузі фінансових послуг, де компанії передають такі функції, як ведення бухгалтерії, нарахування заробітної плати та обслуговування клієнтів. Аутсорсинг може принести компаніям багато переваг, зокрема скорочення витрат, підвищення продуктивності та доступ до фахівців з певних галузей. Проте аутсорсинг також несе в собі деякі ризики, серед яких можливість втрати контролю над важливими бізнес-функціями та загроза витоку інформації. Оскільки глобальний ринок послуг продовжує розвиватися, аутсорсинг, ймовірно, залишатиметься ключовою тенденцією, визначаючи спосіб роботи та конкуренції бізнесу на світовій арені.

Інтернет-комерція та онлайн-послуги кардинально змінили методи надання та споживання глобальних послуг. Клієнти можуть без труднощів порівнювати вартість і придбати товари та послуги з будь-якої частини світу всього кількома натисканнями, що спричинило зростання конкуренції та розширення можливості доступу до значно ширшого вибору товарів і послуг. Інтернет-комерція надала можливість малим бізнесам змагатися з великими компаніями та збільшити свою клієнтську аудиторію за межами локального ринку, що сприяло розширенню глобального ринку послуг і відкрило нові перспективи для бізнесу у залученні клієнтів по всьому світу.

Хмарні технології також мають важливе значення на глобальному ринку послуг. Хмарні сервіси забезпечують компанії доступ до різноманітних обчислювальних ресурсів, таких як зберігання даних, обчислювальна потужність і програмні продукти, без необхідності в дорогій локальній інфраструктурі, що полегшило компаніям вихід на міжнародний рівень і надання своїх послуг споживачам у різних куточках планети. Хмарні технології також надали можливість компаніям оперативно адаптувати масштаб своїх операцій відповідно до потреб, а також спростили взаємодію з партнерами та клієнтами в різних регіонах.

Міжнародний ринок послуг також зазнає змін за допомогою штучному інтелекту та технологіям машинного навчання. Серед іншого, ці технології застосовуються для вдосконалення обслуговування споживачів, індивідуалізації маркетингових стратегій та автоматизації операцій. Наприклад, для аналізу клієнтських даних і надання індивідуальних порад можна використовувати алгоритми машинного навчання, а чат-боти, розроблені на базі штучного інтелекту, можуть забезпечувати оперативну підтримку споживачів, що також застосовуються для вдосконалення керування ланцюгами постачання, удосконалення процесу ціноутворення та зменшення рівня шахрайства, серед інших завдань. Зважаючи на те, що ці технології стають дедалі популярнішими, можна очікувати, що їхній вплив на глобальний ринок послуг лише посилиться [5].

1.2 Інфраструктура ринку послуг

Інфраструктура є необхідним елементом будь-якої економічної системи. Вона не лише організовує ділові зв’язки та сприяє реалізації інтересів учасників, але й визначає спеціалізацію економічних суб'єктів, допомагаючи їм займати певні ринкові ніші, спрощує контроль у правовій та

екологічній сферах, а також полегшує регулювання бізнесу з боку держави та суспільства.

Безперервність виробничих процесів, розділених у просторі та часі, для створення матеріальних компонентів суспільного продукту забезпечує інфраструктурна діяльність. Інфраструктура являє собою комплекс галузей, підгалузей та служб, що формують умови для відтворення робочої сили та ефективного функціонування економічної системи. Головна мета — поступово вивільняти основні види діяльності від допоміжних функцій, дозволяючи їм зосередитися на своїй основній роботі [6].

Інфраструктурні підприємства діляться на обслуговуючі та основні, котрі забезпечують потреби ключових галузей економіки. На рівні галузей багато видів матеріального виробництва мають функціональну мету створювати умови для головної галузі, іншими словами виконують інфраструктурну роль. Наприклад, до інфраструктурних підприємст можна віднести підприємства, які надають послуги з індивідуального пошиття одягу. Сюди ж можна віднести підприємства паливної промисловості, пасажирський транспорт, енергетику тощо.

Галузі, підгалузі та служби, з загальними умовами для надання послуг, зараховуються до складу інфраструктури на галузевому рівні, щоб уникнути її надмірно широкого розуміння.

Таким чином, легку промисловість, паливний сектор та енергетику не вважають інфраструктурними. Визначаючи, чи належить певний підрозділ до інфраструктури, враховують також його організаційний статус: організаційно відокремленими мають бути інфраструктурні підрозділи. Їх не слід вважати інфраструктурними якщо вони є частиною окремого підприємства і виконують технологічну функцію.

Як в процесі розвитку продуктивних сил, так і за рахунок традиційних видів виробничої діяльності, що поглиблює диференціацію суспільної праці і призводить до появи нових інфраструктурних елементів, відбувається формування інфраструктурних комплексів у межах суспільного поділу праці

Важливим компонентом ділових відносин у бізнесі є інфраструктура сфери послуг. Вона являє собою сукупність організаційно-правових форм, які опосередковують ділові зв'язки та об'єднують їх в одну систему [7].

Основними елементами інфраструктури ринку послуг є:

– система кредитування та емісії;

– комерційні банки;

– податкова та митна системи;

– система управління зайнятості;

– система економічної освіти (вища і середня);

– технології обробки інформації та інструменти ділового спілкування;

– система страхування;

–торгові палати;

–структуроване посередництво на фондових, товарних, сировинних та валютних біржах;

–аукціони, виставки та інші види організованого посередництва поза біржею;

–комерційно-виставкові комплекси;

–консалтингові та аудиторські компанії;

–професійні спілки працівників.

До функцій інфраструктури ринку послуг належать:

–формування складу учасників ринку;

–полегшення впровадження підприємницьких проєктів учасниками ділових взаємодій;

–концентрація діяльності учасників ринку послуг на конкретних напрямках;

–збільшення швидкості та результативності бізнесу через диференціацію зайнятих ринкових сегментів;

–удосконалення механізмів юридичного та економічного контролю, а також державного й громадського регулювання бізнес-операцій;

– створення господарських і інтеграційних зв’язків серед учасників ринку послуг [8].

Окремими типами інфраструктури ринку послуг є:

– інфраструктура виробництва ринку послуг (сфери економіки, що надають технічне обслуговування процесу відтворення виробництва);

– соціальна інфраструктура ринку послуг (сектора економіки, які формують умови для відтворення трудових ресурсів на рівні країни або регіону);

– інституціональна інфраструктура ринку послуг (сектора економіки, які забезпечують правову, політичну та соціально-економічну підтримку функціонування учасників сфери послуг).

На мікрорівні інфраструктуру можна трактувати як набір інженерно-технічних споруд, які забезпечують матеріально-речові умови для роботи окремих підприємств чи галузей та підтримують здійснення відповідних технологічних процесів (енергопостачання, теплопостачання, водопостачання, водовідведення, внутрішньозаводський транспорт тощо).

На мезорівні інфраструктура являє собою комплекс як матеріально-речових складових (дороги, енергозабезпечення, водопостачання, теплопостачання, зв'язок та ін.), так і різних інститутів (заклади охорони здоров'я, культури, відпочинку тощо), розташованих на визначеній території та створюючих необхідні умови для життєдіяльності місцевого населення.

На макрорівні інфраструктура представляє собою сукупність економічних і соціальних умов, які є спільними для всього суспільства, забезпечують його ефективну діяльність, задоволення потреб громадян та сприяють їхньому прогресу.

Інфраструктура ринку є системою, що забезпечує діяльність підприємництва. Вона включає великий економічний простір — від виробництва до споживання: укладання угод, контрактів на постачання, просування товарних потоків між галузями і регіонами, управління збутом і підтримка функціонування економічної системи. Отже, ефективність

функціонування ринкової економіки насамперед залежить від цілісності та ефективності її інфраструктурних елементів.

З метою спрощення аналізу всі складові ринкової інфраструктури розподіляються на два типи:

– загальна ринкова інфраструктура;

– спеціалізована ринкова інфраструктура.

Об'єднуючи безпосередні атрибути ринкового механізму, загальна ринкова інфраструктура відзначається рухом грошей, товарів, капіталів, праці та іншого. Організаційне оформлення ринкових відносин забезпечує спеціалізована ринкова інфраструктура за допомогою бірж, торгових домів, аукціонів, систем роздрібної та гуртової торгівлі, ярмарків, торгових палат та ін [9].

1.3 Основні фактори та чинники, що впливають на розвиток міжнародного ринку послуг

Швидке зростання ринку послуг обумовлене рядом факторів. Зокрема, К. Лавлок, відомий фахівець у сфері соціального розвитку, виділяє такі фактори:

– державна політика, яка може включати посилення контролю за ціноутворенням і впровадження законодавчих актів;

– соціальні перетворення в суспільстві, які сприяють збільшенню потреб у послугах;

– бізнес-тенденції, які підвищують вимоги до рівня якості послуг;

– розвиток і застосування інформаційних технологій у виробництві.

На рисунку 1.1 показано чинники, якими визначається розвиток МРП: чинники мікросередовища (внутрішнього), що діють на рівні окремих організацій і впливають на умови їх функціонування, та макросередовища

(зовнішнього) – соціальні сили, що забезпечують основні умови для діяльності ринку послуг.

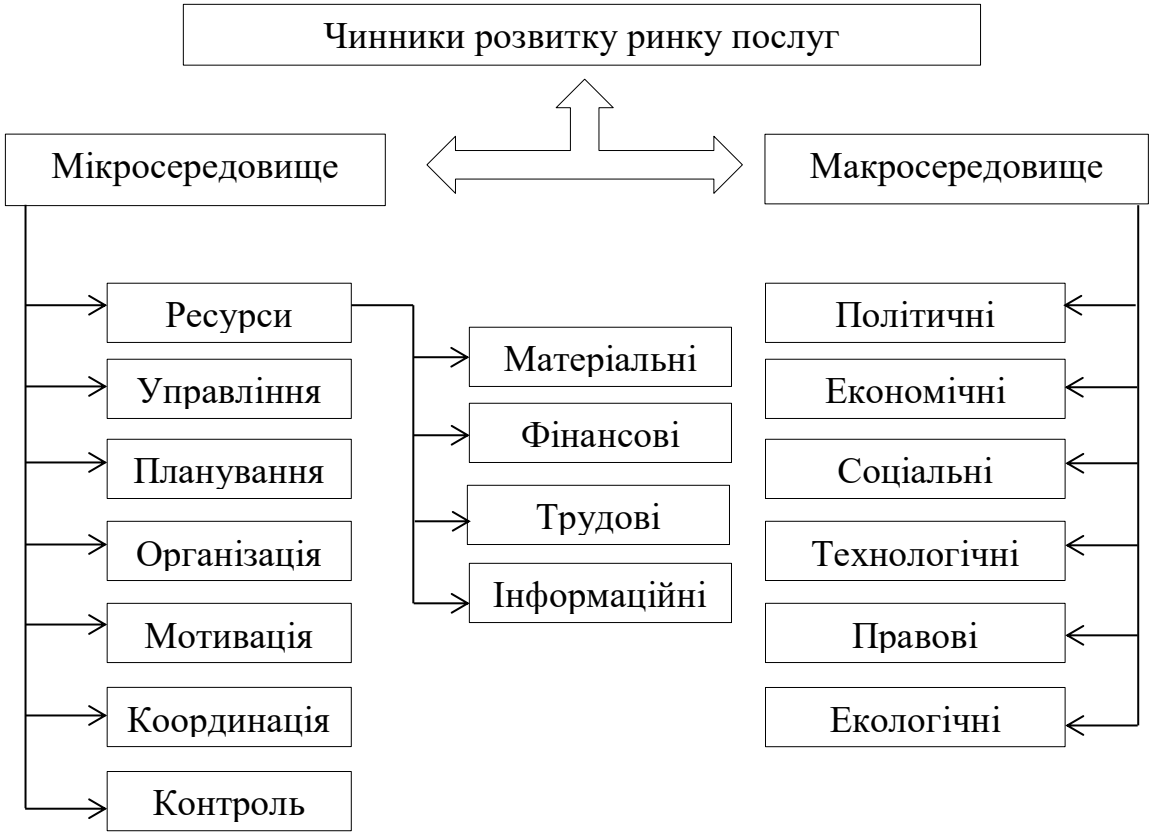


Рис. 1.1 – Вплив середовища на ринок послуг

Джерело: створено автором

Рівень стійкості розвитку ринку послуг та його окремих сегментів залежить від характеру впливу різних чинників. Внутрішня стабільність відображає можливості у трудових, матеріально-технічних, фінансових та інформаційних ресурсах, необхідних для стабільно високої ефективності діяльності, і навіть результативність управління процесами виробництва послуг, включаючи персонал, планування, координацію, мотивацію, контроль [10]. Зовнішня стійкість залежить від стабільності макроекономічного середовища, що підтримується заходами макроекономічного регулювання.

Населення є ключовим чинником розвитку і територіальної структури ринку послуг. Його соціокультурні характеристики та територіальна концентрація визначають як потенціал людських ресурсів у сфері послуг, так і особливості попиту на різні види обслуговування, а також територіальну структуру організації послуг.

Загалом стрімкий розвиток світової торгівлі завдяки послугам в останній час був спричинений такими чинниками:

– вплив науково-технічного прогресу, що розширює масштаби та різноманітність послуг;

– перехід країн, що розвинулися до етапу формування «інформаційного суспільства», яке базується на зростанні попиту на різні види послуг, особливо інформаційних;

– тісний зв'язок між товарами і послугами, що сприяє збільшенню обсягів торгівлі послугами разом з торгівлею товарами;

– розвитком Інтернет-мережі як ключового чинника, що сприяє електронній торгівлі та наданню фінансових послуг через телекомунікації [11].

На значне зростання МРП мають вплив такі фактори:

– науково-технічний прогрес і нові технології, які створюють умови для подальшої спеціалізації економіки та розширення сфери послуг;

– тривалий економічний ріст в різних країнах, що стимулює темпи економічного зростання, ділову активність, продуктивність праці, прибутковість компаній і платоспроможність населення, збільшуючи попит на різні послуги, в тому числі в сфері туризму;

– втрата провідних позицій і конкурентних переваг деякими промисловими країнами, що стимулює розширення сектора послуг як додаткового джерела зростання ВВП;

– збільшення кількості працюючих завдяки перекваліфікації робочих місць — середній темп зростання зайнятості в цьому секторі протягом останнього десятиліття становить 6,8%;

– розвиток продуктивних сил на основі спеціалізації та кооперації.

Більш ширша інформація про фактори, що впливають на розвиток МРП наведена в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Визначальні фактори розвитку міжнародного ринку послуг

Фактори	Характер впливу на ринок послуг
Науково-технічна революція, поява нових сфер діяльності	завдяки інформаційним технологіям та новітнім засобам комунікації з’являються нові види послуг, що активно розвиваються, а традиційні послуги оновлюються, підвищуючи якість обслуговування
Структурно-технологічна перебудова матеріального виробництва	потреби промислових підприємств у висококласних ділових послугах зростають, особливо в контексті реструктуризації та розвитку, що включає технічні, збутові та управлінські послуги
Лібералізація зовнішньоекономічних операцій	зникають бар'єри для виходу на міжнародні ринки для великих корпорацій у сферах фінансів, транспорту та туризму
Поступова гуманізація життя, підвищення ролі та значення людського чинника	ринок туристичних послуг активно розвивається, оскільки люди мають зростаючі потреби у відпочинку, враженнях, лікуванні тощо

Продовження таблиці 2.5

Розвиток комп’ютерних технологій та засобів зв’язку	відкриваються нові можливості для розвитку консалтингових, туристичних та комунікаційних послуг завдяки усуненню бар'єрів у цій сфері
Розвиток економіки «матеріального» виробництва	інтенсивний розвиток матеріального виробництва веде до зростання попиту на транспортні та інжинірингові послуги

Джерело: складено автором на основі [12]

МРП стає важливим чинником економічного зростання, у процесі трансформації міжнародної економіки. Торгівля послугами не лише є частиною економічної діяльності, а й виступає рушійною силою для розвитку інших секторів господарства. Один з ключових факторів економічного прогресу є торгівля послугами для країн з перехідною економікою, країн, що розвиваються, та найменш розвинених держав.

Висновки до 1 розділу

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що МРП має великий потенціал для розвитку, і його основні тенденції можна пояснити кількома важливими факторами. Перш за все, значний розвиток сектора послуг у сучасному світі зумовлений науково-технічним прогресом, що дозволяє з'являтися новим видам послуг, а також удосконалювати традиційні, підвищуючи їх якість.

Впровадження новітніх інформаційних технологій та засобів комунікації відіграє ключову роль у трансформації та розширенні спектру послуг, а також у полегшенні доступу до них. Також варто відзначити, що

перебудова структури та технологій матеріального виробництва сприяє зростанню попиту на висококласні ділові послуги, які необхідні для реструктуризації та розвитку підприємств.

Лібералізація зовнішньоекономічної діяльності дає можливість корпораціям виходити на міжнародні ринки, зокрема в сферах фінансів, транспорту та туризму. Ринок послуг у сфері туризму активно розвивається завдяки гуманізації життя та підвищенню значення людського чинника, адже попит на відпочинок, враження, лікування тощо постійно зростає. Разом з тим, розвиток комп'ютерних технологій і засобів зв'язку створює нові можливості для консалтингових, туристичних та комунікаційних послуг, стираючи бар'єри в цих сферах.

Визначальними факторами розвитку глобального ринку послуг є: науково-технічний прогрес, виникнення нових сфер діяльності, структурно-технологічні зміни в матеріальному виробництві, лібералізація міжнародної торгівлі, поступове поліпшення умов життя, зростання значення людського ресурсу, розвиток комп'ютерних технологій та засобів комунікації, а також розширення економіки "матеріального" виробництва.

В цілому, зростання МРП є результатом впливу різних чинників, таких як науково-технічні інновації, структурні зміни в економіці, а також зміни в соціальних потребах і попиті на різні види послуг. Такі фактори створюють умови для розвитку нових напрямків на ринку послуг і значно розширюють можливості для міжнародної торгівлі в цьому секторі.

Інфраструктура є ключовим елементом економічної системи, забезпечуючи її безперебійне функціонування та створюючи умови для розвитку виробничих і соціальних процесів. Вона включає різні рівні: від мікро- (інженерні споруди для окремих підприємств) до макрорівня (загальносуспільні економічні та соціальні умови).

Інфраструктура сприяє реалізації ділових зв’язків, спрощує державне регулювання та забезпечує правову й економічну підтримку учасників ринку. Ефективність ринкової економіки залежить від цілісності та взаємодії її

інфраструктурних елементів, які поділяються на загальні й спеціалізовані. Вдосконалення інфраструктури є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності економіки.

2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНКУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

2.1 Динаміка світового експорту та імпорту послуг

МТП стала важливішою складовою глобальної комерції. Розвиток інформаційних та телекомунікаційних технологій суттєвл збільшив потенціал для торгівлі послугами через кордони. Багато країн у конкурентоспроможні ринки активно залучають іноземні інвестиції основних інфраструктурних послуг. Все більше людей виїжджає за межі країни для отримання послуг з туризму, освіти та охорони здоров'я, а також для надання послуг у сфері розробки програмного забезпечення.

Держави отримують значну частину своїх доходів завдяки експорту послуг, бо МРП має важливе значення для будь-якої країни. Згідно з даними щорічних звітів СОТ, чітко простежується тенденція постійного зростання міжнародних торгових потоків у цій сфері протягом останнього десятиліття [13].

Інтенсивне збільшення обсягів МТП вчені пояснюють низкою взаємопов'язаних факторів. До основних із них належать:

1. Розширення товарних потоків у міжнародній торгівлі, що потребує супутніх послуг. Синхронний розвиток торгівлі товарами та послугами зумовлений загальним посиленням глобалізаційних процесів у міжнародній економіці, де матеріальні та нематеріальні компоненти виробництва утворюють єдиний цикл відтворення.

2. Стрімкий розвиток інформаційних і комунікаційних технологій. Середній річний темп росту доходів ІТ-компаній на міжнародному ринку досяг 11%, в той час як світовий ВВП зростав на 5%.

3. Поява та розвиток нових видів послуг, таких як електронна торгівля, логістика, інтернет-банкінг, глобальні транспортні системи, інформаційні мережі, телемедицина, дистанційне навчання тощо. Також стали окремими напрямками послуги, котрі до цього носили внутрішньофірмовий характер.

4. Збільшення витрат сервісних транснаціональних корпорацій на науково-дослідницькі й конструкторські розробки (R&D), що супроводжується інтернаціоналізацією цих операцій та поліпшенням якості послуг на міжнародному ринку. У 2024 році за даними 1000 найбільших інвесторів, обсяг глобального ринку R&D перевищив 1,4 трлн доларів. Яскравим прикладом є телекомунікаційні компанії, де світові інвестиції в R&D у 2024 році сягнули 187 млрд дол. США. Чимало з них мають власні дослідницько-розробні та активно інвестують у придбання активів для розширення спектра надаваних послуг [14].

Рисунок 2.1 демонструє, що за даними СОТ про торгівлі послугами, обсяг світового експорту послуг збільшився з 4,26 трлн дол. США у 2020 році до 6,60 трлн дол. США у 2023 році.

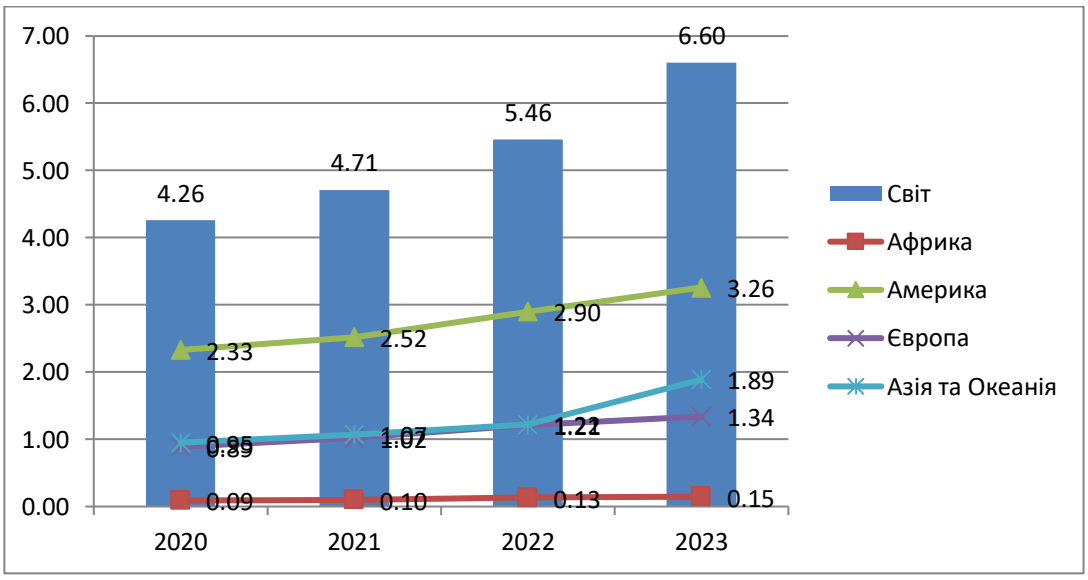


Рис. 2.1 – Обсяги експорту послуг за період 2020-2023 рр., трлн дол. США

Джерело: складено автором на основі [15]

У 2022 році експорт послуг зріс на 15,92% порівняно з 2021 роком, коли міжнародний обсяг послуг склав 4,71 трлн дол. США, що складало третину від вартості експорту товарів. 2022 рік став періодом відновлення після порівняно низьких обсягів торгівлі в 2020-2021 роках.

На рисунку 2.2 можна побачити, що у період з 2020 по 2023 роки найнижчий середній темп зростання спостерігався в Африці, де він був найменшим серед усіх регіонів. Значне скорочення експорту послуг сталося у 2020 році, особливо в Європі, де відбулося падіння на 5,0%, що стало найгіршим показником серед регіонів того року через наслідки пандемії. Найбільше зростання відбулося в Азії та Океанії у 2022 році, де темп зростання досяг 8,0%, що вказує про стрімке відновлення регіону після пандемії.

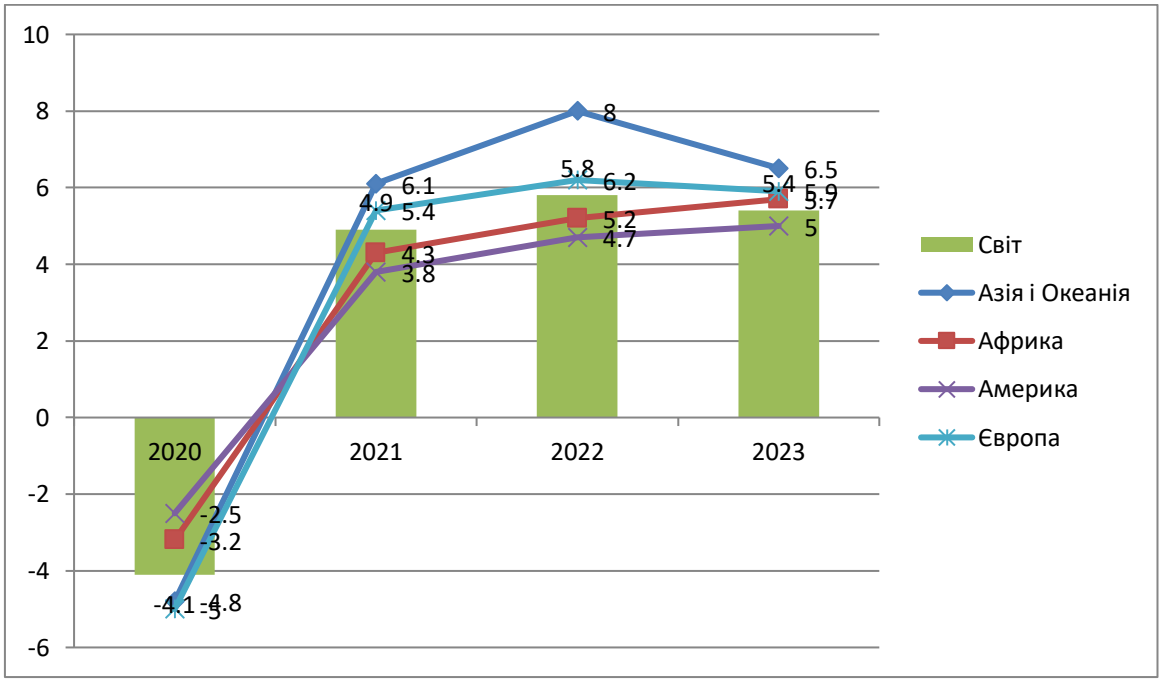


Рис. 2.2 – Темпи зростання (зменшення) експорту послуг за період 2020-2023 рр., %

Джерело: складено автором на основі [16]

Рисунок 2.3 демонструє, що провідні позиції стабільно зберігали країни Європи з 2020 по 2023 рік.

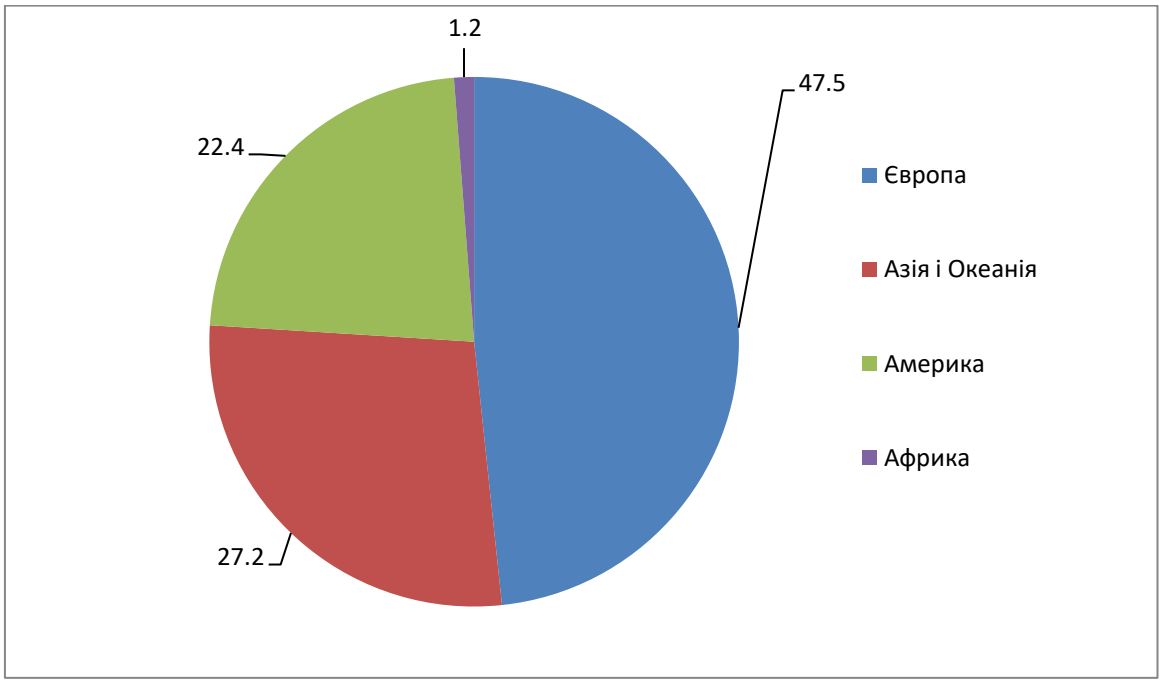


Рис. 2.3 – Частка регіонів світу в загальному експорті послуг, середнє значення за 2020-2023 рр., %

Джерело: складено автором на основі [17]

Таблиця 2.1 демонструє, що протягом останніх чотирьох років спостерігається стабільне збільшення експорту послуг економік, що розвиваються, від 23,45% у 2020 році до 26,12% у 2023 році. Приріст за цей період становить 2,67 п.п., що свідчить про поступове посилення ролі цих країн на МРП.

Також спостерігається позитивна динаміка у перехідних економіках: з 10,15% у 2020 році до 12,10% у 2023 році. Приріст тут складає 1,95 п.п., що є значним, хоча й меншим, ніж у країнах, що розвиваються.

У розвинутих економіках зафіксовано зниження частки з 61,39% у 2020 році до 57,78% у 2023 році. Зниження на 3,61 п.п. свідчить про відносне

скорочення їхнього впливу на МРП, що може бути наслідком як внутрішніх економічних проблем, так і змін у попиті на їхні послуги.

Таблиця 2.1 – Структура експорту послуг за 2020-2023 рр., %

Тип економіки	2020	2021	2022	2023
Економіки, що розвиваються	23,45	24,56	25,78	26,12
Перехідні економіки	10,15	10,82	11,24	12,10
Розвивені економіки	61,39	60,62	58,98	57,78

Джерело: складено автором на основі [18]

Як видно у таблиці 2.2 у 2020 році економіки, що розвиваються, зазнали значного спаду в експорті послуг через пандемію, який склав близько -6,10%. Проте вже у 2021 році спостерігалося швидке відновлення з темпом зростання 10,25%, зокрема завдяки зростанню експорту ІТ-послуг і телекомунікацій з таких країн, як Китай та Індія. У 2022 році зростання становило 8,98%, а в 2023 році воно зменшилося до 5,82%.

У перехідних економіках у 2020 році також спостерігався спад (-4,80%), але відновлення було помітним у наступні роки: 5,34% у 2021 році, 7,10% у 2022 році та 6,80% у 2023 році, зокрема завдяки розвитку ІТ-послуг та бізнес-сервісів у країнах [20].

У розвинутих економіках найбільші втрати в експорті послуг були у 2020 році (-10,15%). Проте вони швидко відновилися в 2021 році з ростом на 8,53%. Приріст зменшився до 6,25% у 2022 році і до 4,12% у 2023 році, що вказує на повільніше відновлення порівняно з іншими групами економік, але все ще на високому рівні завдяки експорту фінансових послуг, інтелектуальної власності та бізнес-сервісів.

Таблиця 2.2 – Темпи зростання експорту послуг до попереднього року, %

Тип економіки	2020	2021	2022	2023
Економіки, що розвиваються	-6,10	10,25	8,98	5,82
Перехідні економіки	-4,80	5,34	7,10	6,80
Розвивені економіки	-10,15	8,53	6,25	4,12

Джерело: складено автором на основі [19]

Таблиця 2.3 демонструє, що у 2023 році загальний обсяг послуг зменшився в таких категоріях: комерційні послуги – на 2%, бізнес-послуги – на 10%, послуги, пов'язані з товарами – на 6%, а морський транспорт – на 5%. У 2023 році найбільшим експортером послуг стали Сполучені Штати Америки, за якими розташувалися Велика Британія, Німеччина, Франція та Японія, вони займають 22% міжнародного ринку. Частка країн, що перебувають на стадії розвитку, поступово зростає.

Таблиця 2.3 – Обсяги послуг між США та Китаєм за 2022-2023 рр., млн дол. США

Послуги	2023	2022	Коефіцієнт зниження
Комерційні	56645	56891	0,98
Пов’язані з товарами	2011	2301	0,85
Технічне обслуговування	2020	2364	0,83
Транспорт	6102	6390	0,95
Морський транспорт	1689	1994	0,83
Перевезення пасажирів (повітря)	2893	3150	0,90
Подорожі	29740	30238	0,96
Бізнес	3982	4140	0,88

Джерело: складено автором на основі [21]

На рисунку 2.4 видно, що у 2022 році зростання експорту послуг перетворилося на глобальну тенденцію. Республіка Корея, Норвегія та кілька країн Африки демонструють від'ємні результати. Найшвидше зростання обсягів експорту послуг показали Індія, Ірландія та США, тоді як можна побачити на рисунку 2.5 найбільші темпи імпорту були в Ірландії, Китаї та США.

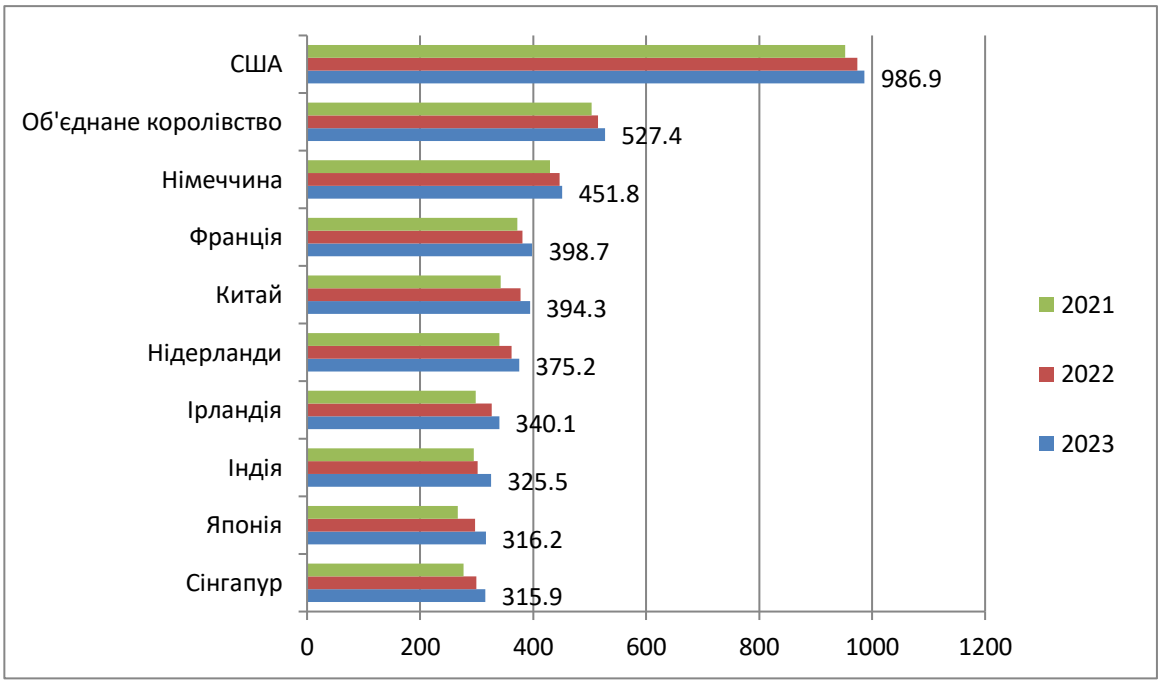


Рис. 2.4 –Експорт послуг за країнами світу 2021-2023 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано автором на основі [22]

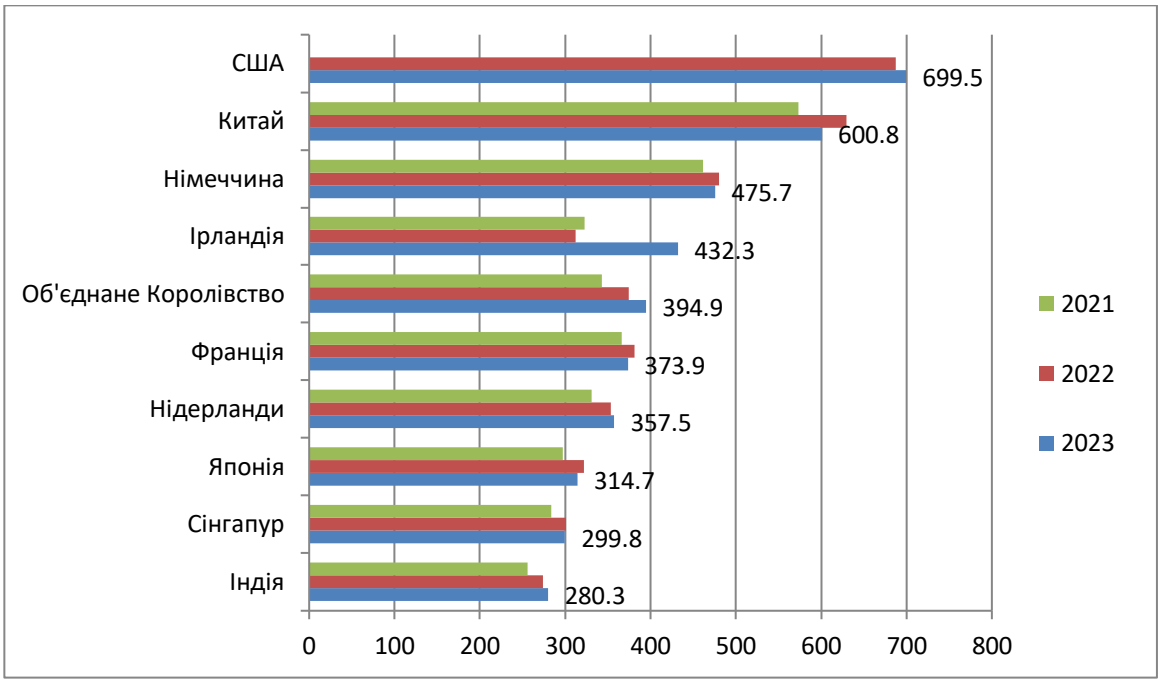


Рис. 2.5 –Імпорт послуг за країнами світу 2021-2023 рр., млрд дол. США

Джерело: побудовано автором на основі [22]

Останнім часом загальний обсяг імпорту та експорту за основними напрямами продажу послуг показує переважно позитивну тенденцію.

Транспортні послуги

Високого рівня організації інфраструктури, зокрема транспортного забезпечення вимагає посилення інтеграційних процесів світової економіки та створення глобального економічного простору. У глобальному масштабі спостерігається стрімке збільшення обсягів міжнародних перевезень вантажів та пасажирів.

Загальним зростанням обсягів міжнародних вантажних і пасажирських перевезень, а також активною інтеграцією країн, що швидко розвиваються, таких як Китай та Індія зумовлена позитивна динаміка експорту та імпорту транспортних послуг. У 2023 році міжнародний транспорт складав майже п’яту частину від загального обсягу світового експорту комерційних послуг.

Зміст таблиці 2.4 ілюструє, що найбільшими лідерами на світовому ринку транспортних послуг є США та країни ЄС. У 2023 році їхня частка в експорті послуг складала 64%, а в імпорті – 52,3%.

Серед провідних країн-експортерів транспортних послуг лідирують держави з потужним торговельним флотом: Сінгапур, Японія, Гонконг, Китай, Індія, Республіка Корея та Норвегія. До числа найбільших імпортерів транспортних послуг, окрім цих експортерів, входять також Таїланд, Канада та ОАЕ.

Таблиця 2.4 – Провідні експортери та імпортери у міжнародній торгівлі транспортини послугами у 2023 р.

Країна-експортер	Обсяг, млрд дол.	Частка, %	Країна-імпортер	Обсяг, млрд дол.	Частка, %
ЄС-28	503,6	53,6	ЄС-28	570,5	43,5
США	97,6	10,4	США	116,8	8,8
Сінгапур	55,2	6,2	Китай	105,4	8,6
Японія	50,7	5,9	Індія	68,2	5,9
Китай	48,7	5,8	Японія	58,1	4,9
Корея	47,7	5,7	ОАЕ	56,3	4,7
Гонконг	42,1	4,7	Сінгапур	47,0	4,0
Індія	27,0	3,1	Корея	39,6	3,6
Норвегія	26,7	3,0	Таїланд	39,5	3,6
Разом	899,3	98,4	Разом	1171,4	87,6
Усі країни світу	1275,6	100,0	Усі країни світу	1527,2	100,0

Джерело: складено автором на основі [23]

Туристичні послуги

Однією з найшвидше розвиваючих сфер глобальної торгівлі послугами за останні десятиліття є міжнародний туризм. Європейський регіон займає лідерську позицію за числом туристичних візитів з-за кордону, він становить більше половини (52,7%) всіх відвідувань. Друге місце посідає Азійсько-Тихоокеанський регіон (21,6%), а третє – Американський (17,4%).

Доходи від міжнародного туризму, у склад якого входять витрати туристів на проживання, харчування, розваги та шопінг у 2023 році досягли 2173,6 млрд доларів - 8% світового експорту товарів і послуг і 32,1% експорту послуг [24].

На рисунку 2.6 представлена структура доходів від туризму, яка відображає структуру міжнародних туристичних потоків: чим більший потік туристів з інших країн, тим вищими є доходи від туристичної діяльності. Лідером за величиною доходів від туризму є країни Європи – 41,3%, друге місце посідає Азійсько-Тихоокеанський регіон – 31,1%, на третьому місці Американський регіон – 20,6%

Через інтернаціоналізацією бізнесу ділові поїздки швидко розвиваються. Високі темпи зростання мають прибуття туристів з освітньою метою, при цьому понад третина іноземних студентів навчаються в країнах з Китаю та Індії.

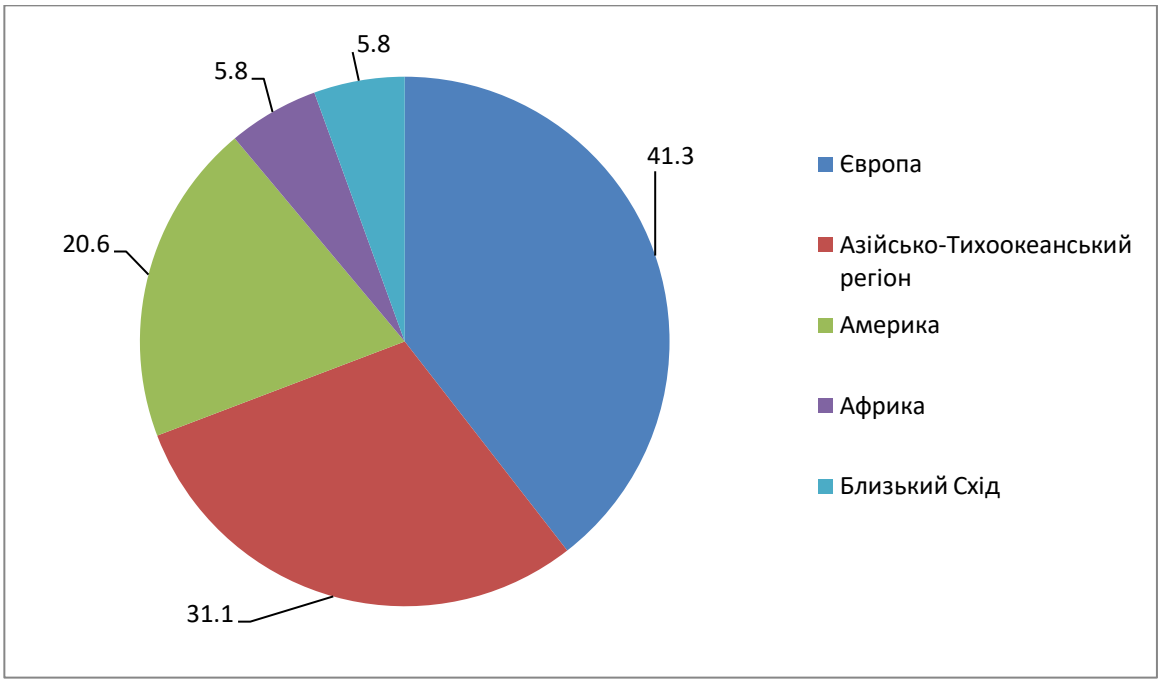


Рис. 2.6 – Структура надходжень від туризму за регіонами світу у 2023 р., %

Джерело: складено автором на основі [25]

Незважаючи на глобальний масштаб, туризм залишається переважно регіональним і національним за змістом. Країни відрізняються рівнем розвитку туристичної інфраструктури, різноманіттям послуг туристичної сфери, інтенсивністю потоків туристів та складом їх контингенту. Світова туристична індустрія, пропонуючи стандартизовані системи обслуговування та відпочинку, використовує регіональні природні особливості, а також національні та культурні відмінності етнічних груп і місцевих громад, що часто стає основним мотивом для подорожей.

Процес глобалізації у міжнародному туризмі найбільш яскраво проявляється в секторі розміщення туристів. З'являються міжнародні готельні мережі, які підвищують стандарти обслуговування. Більше ніж 400 готельних мереж, до складу яких входять Hilton, Marriott, Intercontinental та інші, працюють поза національними межами.

Основні гравці ринку туристичних послуг – країни Європи, США та Китай – забезпечують приблизно 65% міжнародних туристичних потоків і

більше половини глобальних доходів від експорту туристичних послуг. Серед природних регіонів Європи найбільшу привабливість для туристів мають Середземноморське узбережжя (понад 120 млн туристів на рік) і Альпи (понад 70 млн). Франція займає перше місце за кількістю туристів (до 90 млн осіб на рік), де дохід від туризму складає 95 млрд доларів. Іспанія посідає друге місце з понад 66 млн туристів і 71 млрд доларів доходу від туризму, а Італія – третє з 57 млн туристів і 61 млрд доларів доходу. Майже третину вартості товарного експорту складають доходи від експорту туристичних послуг в Іспанії та Австрії. Туризм також є важливим джерелом доходів для Італії, Швейцарії та Канади [26].

Великим експортером туристичних послуг, який займає 2 місце в світі за кількістю прийнятих туристів є США. Острови Індійського океану стають дедалі привабливішими для туристів, зростаючи в прийомі та доходах від туризму. Країни Європейського Союзу, Китай, США, Канада та інші – провідні імпортери туристичних послуг. Водночас Німеччина та Японія мають від'ємний торговельний баланс туристичних послуг (25 і 20 млрд доларів відповідно). Японія також має низький рівень туристичних прибуттів (близько 3 млн осіб на рік).

Особливості країн, які є лідерами у виїзному туризмі: багаті природні та історико-культурні ресурси, вигідне географічне розташування, достатнє фінансування туристичної сфери та створення позитивного інвестиційного клімату.

У таблиці 2.5 видно, що лідером серед країн-експортерів виїзного туризму є Німеччина, громадяни якої здійснили 188,5 млн міжнародних подорожей, що складає 11,2% від загального обсягу міжнародного ринку. Високий попит на туризм з Німеччини пояснюється економічною стабільністю країни та високим рівнем доходів населення, що дозволяє здійснювати часті подорожі. Франція, Нідерланди, Канада та Італія мають значно менші показники, від 59,6 млн подорожей у Франції (2,7%) до 34,7 млн в Італії (2,0%) [28]. Це зумовлено меншим населенням та дещо нижчими

доходами, хоча ці країни все ще займають вагомі позиції на туристичному ринку.

Таблиця 2.5 – Країни-лідери виїзного туризму у 2023 році

Країна	Кількість міжнародних подорожей, млн	Частка ринку, %
Німеччина	188,5	11,2
Японія	162,5	9,4
США	147,5	8,2
Китай	132,0	6,9
Велика Британія	102,1	6,8
Франція	59,6	2,7
Нідерланди	47,4	2,4
Канада	39,3	2,2
Італія	34,7	2,0

Джерело: складено автором на основі [27]

Загалом, розвинені країни домінують у виїзному туризмі. Німеччина лідирує завдяки стабільній економіці, а Японія, США та Велика Британія зберігають високі показники завдяки сильному попиту та традиції подорожей.

Варто відзначити ключові риси та тренди розвитку МРП сфери туризму. ТНК мають велике значення у формуванні напрямків і структури світових туристичних потоків. Прогнозується, що в наступні 25 років обсяги міжнародного туризму збільшаться в 4 рази.

Значні порушення природного балансу негативно впливають на туризм, в той час як стабільна економіка служить надійним запобіжником для його розвитку. На індустрію туризму також мають великий вплив ставки

транспортних тарифів, податкова політика, ціноутворення, фінансова нестабільність, митні формальності, політична нестабільність та тероризм.

Особливу увагу слід приділяти статистиці туризму як на міжнародному, так і на національному рівні. Негативні наслідки часто має неконтрольоване зростання туризму, яке орієнтоване на швидке отримання прибутку, оскільки воно завдає шкоди навколишньому середовищу і руйнує основи, на яких цей сектор успішно функціонує і розвивається.

На нинішньому етапі важливо прогнозувати, а за можливості й планувати та враховувати тенденції розвитку туризму на десятиліття вперед. Тому доцільно продовжити роботу над удосконаленням існуючих методів і підходів до збору статистичних даних і показників у галузі туризму.

У прогнозі розвитку туризму на найближчі п’ять років, опублікованому Єврокомісією, були виокремлені основні тенденції розвитку світового туризму. Через перерозподіл туристичних потоків Європейські країни зіткнуться з посиленою конкуренцією за доходи від туристичної сфери. Зазнає змін тривалість туристичних подорожей, зокрема, зросте кількість поїздок, але їхня тривалість зменшиться, що супроводжуватиметься зниженням витрат на одну подорож. Водночас зростатиме попит на більш якісні туристичні продукти. Очікується збільшення частки міжконтинентальних подорожей з Європи в Азію, Америку, Австралію, країни Океанії тощо.

Інші коммерційні послуги

Збільшення частки інших комерційних послуг є тривалою тенденцією в структурі світового експорту послуг За класифікацією MSITS-2020, відносяться: фінансові та страхові послуги, телекомунікаційні, комп’ютерні та інформаційні послуги, роялті та ліцензійні виплати, будівельні та інжинірингові послуги, а також персональні культурні, рекреаційні та інші ділові послуги.

Через швидкий розвиток економік країн та зростаючим попитом на висококваліфікаційні професійні послуги збільшується імпорт інших

комерційних послуг. Зокрема, значно зріс імпорт бізнес-консалтингових, фінансових, страхових та аудиторських послуг. До основних тенденцій розвитку МРП відносять: прискорений розвиток окремих сегментів національних економік і підгалузей, створення нових можливостей для розвитку інформаційного бізнесу, поширення Інтернет-технологій, комп'ютерних і телекомунікаційних послуг, а також зростання обміну науково-технічними знаннями та виробничим досвідом.

У таблиці 2.6 зазначено, що експорт інших комерційних послуг швидко досягнув 2,6 трлн доларів у 2023 році. Країни ЄС-27 експортували ці послуги на суму 1201,6 млрд дол. (44,9% від загального обсягу), а США — на 404,3 млрд дол. (15,6% від загального обсягу). Індія та Китай, з частками 4,9% та 5,1% відповідно, зміцнили позиції експортерів інших комерційних послуг.

Таблиця 2.6 – Провідна експортери та імпортери у міжнародній торгівлі іншими комерційними послугами за 2023 рік

Країна-експортер	Обсяг, млрд дол.	Частка, %	Країна-імпортер	Обсяг, млрд дол.	Частка, %
ЄС-27	1201,6	44,9	ЄС-27	907,2	43,5
США	404,3	15,6	США	238,6	12,2
Китай	115,6	5,1	Китай	105,4	5,3
Індія	114,9	4,9	Японія	94,1	4,6
Японія	91,8	3,6	Сінгапур	67,2	3,3
Разом	1928,2	74,1	Разом	1412,5	68,9
Усі країни світу	2627,7	100	Усі країни світу	2112	100

Джерело: складено автором на основі [29]

Різноманіття послуг у фінансово-кредитній сфері зростає, що пов’язано з диверсифікацією вимог до платежів і розрахунків, впровадженням інтернет-банкінгу, а також збільшенням обсягів страхування і перестрахування ризиків, кредитних, бухгалтерських та інших операцій.

Як видно на рисунку 2.7, майже половину, а саме 48,8% складають ділові послуги, що підтверджує їх надзвичайно значний вплив на сучасну структуру цих послуг. Наступну за важливістю групу становлять фінансові послуги (13,2%), роялті та ліцензійні платежі (12,1%), а також комп’ютерні та інформаційні послуги (11,3%).

Фінансові послуги зберігають свою важливість завдяки розвитку регіональних і глобальних фінансових ринків, зокрема ринків цінних паперів. Збільшення важливості торгівлі правами інтелектуальної власності підтверджується роялті та ліцензійними платежами. Будівельні, комунікаційні (послуги зв’язку) та страховий сектор у структурі експорту інших комерційних послуг займають близько 3%, а 2,8% — персональні, культурні та рекреаційні послуги.

У 2023 році країни ЄС-27 та США є лідерами у всіх сегментах міжнародної торгівлі іншими комерційними послугами, забезпечуючи більш ніж 65% світових обсягів експорту та 60% імпорту цих послуг.

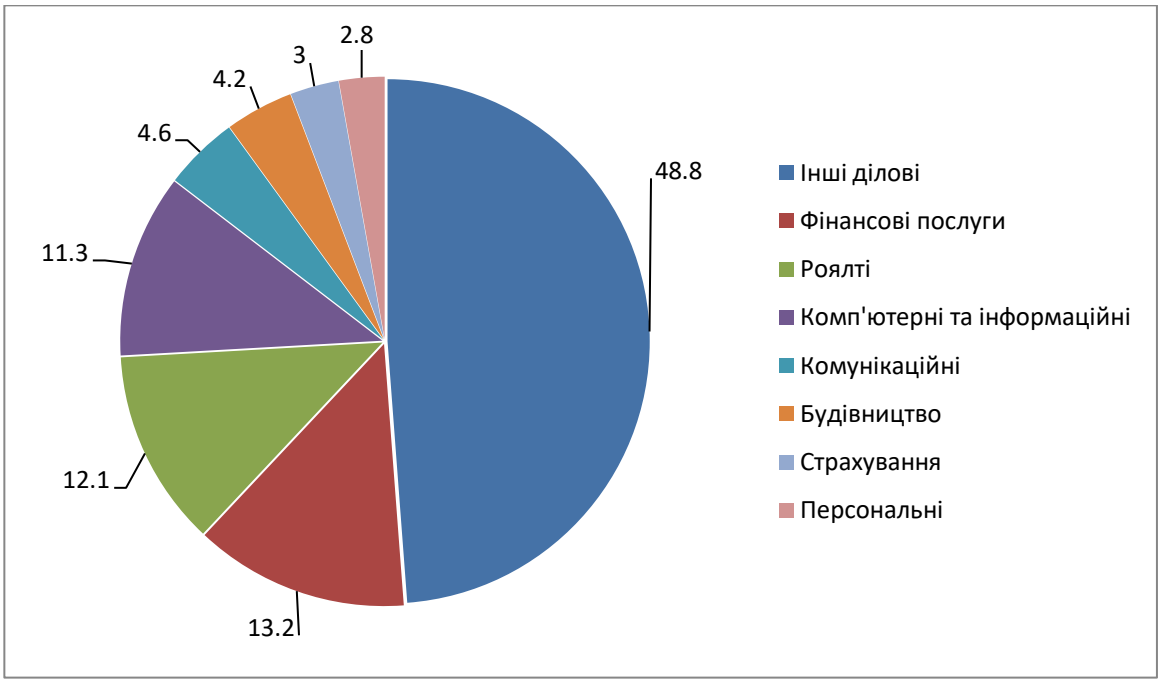


Рис. 2.7 – структура світового експорту інших комерційних послуг у 2023 році.

Джерело: створено автором на основі [30]

Розвинені країни, для яких головним є рух капіталів та його обслуговування є провідними у сегменті фінансових послуг. Існує 3 ключові фінансово-кредитні центри: країни ЄС-27 та Швейцарія, США та Канада, а також Сінгапур і Гонконг. До їх складу входять важливі гравці на ринку страхових послуг: серед експортерів – Китай та Сінгапур, а серед імпортерів – Японія й Індія. Ці країни також є лідерами на ринку роялті та ліцензійних платежів.

Бізнес-послуги

Безумовними лідерами за темпами зростання експорту інших комерційних послуг у великій кількості країн світу є бізнес-послуги. До них входить велика кількість підприємницької діяльності, до складу якої входять маркетинг, менеджмент, лізинг, реклама, наукові дослідження, архітектурні, юридичні, консалтингові та інші послуги.

Як показано у таблиці 2.7, середні річні темпи зростання експорту бізнес-послуг за 2020-2023 роки становили від 9 до 15%.

Таблиця 2.7 – Динаміка і структура експорту бізнес-послуг за регіонами світу

Регіони світу	Середньорічний темп приросту за 2020-2023 рр., %	2023 р.	
		млрд дол. США	% до підсумку
Європа	9	733	52,2
Азія	12	460	29,1
Північна Америка	10	276	13,7
Південна і Центральна Америка	15	55	3,8
Африка	9	13	1,2
Світ в цілому	9	1537	100

Джерело: складено автором на основі [31]

Швидке збільшення обсягів торгівлі бізнес-послугами свідчить, що професійні ділові послуги дуже важливі для для формування економіки, що здатна конкурувати на міжнародній арені. Європейські держави складають близько 50% глобального експорту бізнес-послуг, з яких 47,3% припадає на країни ЄС. Рівень кваліфікації економічних агентів визначає експортну спеціалізацію країни в сфері бізнес-послуг і характеристик державного регулювання, яке забезпечує сприятливе підприємницьке середовище. Позиції країн на різних сегментах світового ринку та їх участь у міжнародному обміні товарами та послугами стають важливими індикаторами їх економічного, науково-технічного та інтелектуального розвитку.

Країни-лідери за найбільшими частками в різних сегментах:

– право, бухгалтерія, управління та зв'язки з громадськістю: Китай – 51,3%, Канада – 45,2%, США – 35,8%

– наукові дослідження та розробки: США – 18,8%, Канада – 17,2%

– архітектурні, інженерні та технічні послуги: Бразилія – 43,1%

– сільське господарство та гірничодобувна промисловість: Норвегія – 33,8%.

– перепродаж та інші послуги, пов’язані з торгівлею: Республіка Корея – 49,1%, Японія – 47,6%, ЄС – 24,7%

– маркетингові дослідження та опитування громадської думки: Аргентина – 9,7%

– операційний лізинг: Норвегія – 6,3% [32].

2.2 Вплив COVID-19 на міжнародну торгівлю послугами

Пандемія COVID-19 спричинила значне зростання невизначеності стосовно її впливу на глобальний економічний розвиток, що призвело до зменшення обсягів світової торгівлі. Торгівля послугами, як частина світової торгівлі, зазнала найбільших втрат через запровадження транспортних і туристичних обмежень, а також закриття численних торгових і готельних установ. Багато видів торгівлі товарами неможливі без послуг, таких як транспортні послуги. Однак деякі послуги виграли від кризи, зокрема в сфері інформаційних технологій, оскільки компанії адаптувалися до умов роботи з дому, а попит на дистанційне спілкування зріс.

Завдяки процесам лібералізації, інтеграції та глобалізації в сучасному світовому господарстві активно розвивається сектор послуг. Вартість світового експорту послуг за останнє десятиліття майже подвоїлася, досягнувши в 2019 році 6,232 трлн дол. США, з середнім річним темпом зростання 5,61% [33].

Сектор послуг, як один із найбільших видів економічної діяльності в світі, що все більше сприяє зростанню торгівлі, має ключове значення для зростання виробничого потенціалу. Він надає ресурси для інших секторів, створює виробничі зв'язки та збільшує додану вартість. Розвиток МРП є ключовою умовою економічного зростання будь-якої країни. Як показує досвід, послуги є однією з найважливіших складових світової економіки. Ринок послуг значною мірою стимулює світове виробництво, науково-технічний прогрес. Модель світового господарства, що формується під впливом інформаційних технологій та глобалізаційних процесів, часто описується як «економіка послуг» .

Швидке поширення пандемії коронавірусу у 2020–2021 роках спричинило суттєве загострення загроз для сталого розвитку глобальної економічної системи. Зниження річного приросту ВВП (-4,86%) та ВВП на душу населення (-4,47%) стали найвищими за останні 60 років, а глобальна рецесія виявилася наймасштабнішою як за наслідками, так і за рівнем невизначеності. COVID-19 мав найбільший негативний вплив на показники зовнішньоекономічної діяльності. Порушення потоків зовнішньої торгівлі між країнами спричинило зниження обсягів експортно-імпортних операцій. Загальний обсяг світової торгівлі товарами та послугами у 2020 році впав на 8,4% порівняно з 2019 роком та на 13% порівняно з 2018 роком.

У 2021 році після спаду, викликаного пандемією у 2020 році, обсяги торгівлі швидко відновилися, але темпи зростання були б вищими, якби не повторні хвилі COVID-19 упродовж року. Зростання експорту в усіх регіонах, окрім Азії, виявилося нижчим за середньосвітовий показник у 9,9%, де експорт збільшився на 14,7%. Ситуація з імпортом була протилежною: у Північній Америці, Південній Америці та Азії зафіксовано зростання, що перевищувало середній рівень [34].

За наданими даними, пандемія COVID-19 мала значний вплив на МТП, що відображено в динаміці основних категорій послуг з 2019 по 2023 рік. Таблиця 2.8 показує, що найбільше постраждав сектор подорожей, де в 2020

році експорт скоротився майже в чотири рази — з 1,399.8 млрд дол. США до 371,2 млрд дол. США, що стало наслідком глобальних обмежень на пересування. Хоча в 2021–2023 роках спостерігалося поступове відновлення, рівень подорожей у 2023 році все ще не досягнув довоєнних показників.

Сектор транспорту також зазнав значних втрат, зменшившись на 14,8% у 2020 році, але з 2022 року почав відновлюватися, досягнувши обсягу 1,249,6 млрд дол. США у 2023 році завдяки збільшенню вантажних перевезень і відновленню авіапасажирських рейсів.

В період пандемії, на відміну від традиційних секторів, таких як подорожі та транспорт, цифрові послуги, включаючи IT та інформаційні послуги, залишалися стабільними. Сектор IT ріс щорічно, оскільки збільшився попит на цифрові технології через перехід на дистанційну роботу. Фінансові послуги також показали стабільність і навіть незначне зростання завдяки постійному попиту на онлайн-банкінг та інші фінансові сервіси. Інші комерційні послуги зазнали незначного спаду в 2020 році, але швидко відновилися завдяки росту цифрових та консалтингових послуг, досягнувши 1,500,4 млрд дол. США у 2023 році [36].

Загальна торгівля послугами зменшилася на 25% у 2020 році, але до 2023 року вона відновилася та перевищила рівень 2019 року, що свідчить про адаптацію міжнародної економіки до нових умов.

Таблиця 2.8 – Зміни в експорті основних категорій міжнародних послуг за 2019-2023 рр.

Категорія послуг	2019, млрд дол. США	2020, млрд дол. США	2021, млрд дол. США	2022, млрд дол. США	2023, млрд дол. США
Подорожі	1,399,8	317,2	509,8	849,5	949,8
Транспорт	1,079,6	920,3	999,7	1,149,8	1,249,6

Продовження таблиці 2.8

ІТ та інформаційні	749,5	809,9	870,2	949,3	1,049,7
Фінансові	499,8	509,6	529,5	559,9	600,2
Інші комерційні послуги	1,250,3	1,099,8	1,199,7	1,349,9	1,500,4

Джерело: складено автором на основі [35]

2.3 Зовнішня торгівля України послугами

Зовнішня торгівля послугами є однією з найрозвиненіших форм зовнішньоекономічних відносин. Вона відіграє важливу роль в економічному розвитку, ставши ключовим фактором у світогосподарських зв'язках. У контексті глобалізації та лібералізації економічних процесів відбувається стрімкий розвиток і зростання частки сфери послуг в економіці. В Україні зовнішньоекономічна діяльність, зокрема торгівля послугами, значно впливає на платіжний баланс країни, забезпечуючи позитивне сальдо торгового балансу в останні роки. Попри зростання обсягів зовнішньої торгівлі послугами, ринок послуг загалом залишається недостатньо розвинутим, оскільки лише обмежена кількість секторів демонструє активний розвиток.

Найбільш розвиненим сегментом експорту послуг на національному ринку в період 2020-2023 років були транспортні послуги, хоча до 2023 року ця тенденція поступово зменшилася. Позитивною зміною є зростання частки послуг у сфері телекомунікацій та інформаційних послуг, що перевищило частку послуг, пов'язаних з подорожами. Враховуючи це, зміни в структурі експорту послуг можна вважати позитивними, оскільки зросла частка

інформаційних послуг, які є найбільш конкурентоспроможними та затребуваними на світовому ринку [37].

Структура імпорту послуг в Україні має подібні тенденції з експортом, з домінуванням транспортних послуг. Водночас, частка послуг, пов'язаних з подорожами, зросла в період 2020-2023 років, а будівельні послуги, які мали зростання у 2021-2022 роках, зменшилися на 44,6% у 2023 році. Імпорт інформаційних послуг досяг піку в 2022 році, склавши 6,8 млрд дол. США.

Найбільш значними для секторів фінансових та телекомунікаційних послуг є наявність капіталу та інвестицій. В Україні в секторі фінансових послуг працює значна кількість малих банків, а слабкість інфраструктури фінансового посередництва в телекомунікаціях перешкоджає економічному зростанню та впровадженню новітніх технологій. Для запровадження перспективних технологій необхідні інвестиції та вкладення, зокрема іноземні.

Україні варто зосередити увагу не тільки на розвитку трубопровідного транспорту, але й на підтримці інших видів транспортних послуг, оскільки країна є важливим транзитним хабом. Існуючий потенціал та технологічні можливості у галузях судно- і літакобудування відкривають перспективи для розвитку транспортних послуг, зокрема у сфері ремонту та обслуговування.

Розвиток науково-технічного потенціалу та інновацій у наукомістких галузях сприятиме прогресу національної інформаційної інфраструктури, стимулюванню технологічних проривів в різних секторах економіки та розвитку інформаційних технологій.

Аналізуючи зовнішню торгівлю України, можна відзначити, що країни Європи є одними з головних торгових партнерів у сфері послуг, зокрема цей регіон займає перше місце за обсягами торговельного обороту послугами. Протягом останніх років Україна значно збільшила обсяги торгівлі послугами з країнами Європи.

У таблиці 2.9 відображено, що загальний обсяг імпорту послуг на 48,5% складають послуги з країн ЄС. Імпорт з цих країн зріс на 33,8%, тоді

як з інших країн світу — на 28,7%. У загальному обсязі експорту послуг країни Європи становлять 47%, при цьому обсяг послуг, наданих цим країнам, зріс на 22,3%, а іншим країнам — на 22,7%. Завдяки позитивному сальдо в торгівлі послугами між Україною та Європою спостерігається переважання експорту над імпортом.

Таблиця 2.9 - Зовнішня торгівля України послугами з країнами ЄС за 2023 рік

	Експорт, млн дол. США	Імпорт, млн дол. США	Сальдо, млн дол. США
Австрія	138,3	111,4	26,9
Бельгія	59,8	67,0	-7,2
Болгарія	26,9	21,2	5,7
Греція	27,5	21,0	6,6
Данія	98,4	37,3	61,1
Естонія	145,7	48,9	96,8
Ірландія	32,0	75,8	-43,8
Іспанія	45,1	25,7	19,4
Італія	119,8	31,6	88,1
Кіпр	239,0	250,0	-11,0
Латвія	71,0	44,4	26,6
Литва	35,7	16,1	19,7
Люксембург	8,0	5,9	2,1
Мальта	102,5	84,9	17,6
Нідерланди	145,9	108,0	37,9
Німеччина	488,4	364,1	124,4
Польща	220,6	138,6	81,9

Продовження таблиці 2.9

Португалія	4,4	11,0	-6,7
Румунія	57,6	9,2	48,3
Словаччина	27,1	109,2	-82,1
Словенія	15,3	5,4	9,9
Угорщина	113,3	51,7	61,6
Фінляндія	19,2	21,8	-2,6
Франція	118,5	91,5	27,1

Джерело: складено автором на основі [38]

Висновки до 2 розділу

З дослідження, що було проведено у другому розділі можна зробити висновки, що зовнішня торгівля послугами є важливим фактором економічного розвитку та відіграє суттєву роль у світових економічних зв'язках. Після вибору європейського курсу у зовнішній торгівлі послугами, Україна активно співпрацює з країнами ЄС, які є основними партнерами в цій сфері. Розвиток наукомістких галузей, створення ефективної системи державної підтримки експорту та покращення науково-технічного потенціалу є необхідними умовами для підвищення конкурентоспроможності послуг на міжнародному ринку, розвитку національної інформаційної інфраструктури та стимулювання технологічного прогресу в різних галузях економіки.

Пандемія COVID-19 значно вплинула на структуру та динаміку міжнародної торгівлі послугами, що позначилося на різних секторах. Найбільший спад спостерігався в сферах подорожей та транспорту, які постраждали від жорстких карантинних заходів і обмежень на пересування, що призвело до значного скорочення їх обсягів. Наприклад, експорт туристичних послуг у 2020 році зменшився майже в чотири рази порівняно з

2019 роком, і навіть при частковому відновленні в 2023 році, обсяги залишаються нижчими за рівень до пандемії.

У той же час пандемія сприяла розвитку цифрових послуг, зокрема ІТ-послуг та онлайн-банкінгу. Попит на ці послуги зріс, оскільки компанії адаптувалися до нових реалій, організовуючи дистанційну роботу, а споживачі активно користувалися онлайн-фінансовими послугами. Це продемонструвало стійкість певних секторів, таких як ІТ, навіть в умовах кризи, а фінансовий сектор продовжував стабільно функціонувати з невеликим зростанням.

Загалом, торгівля послугами відновилася до 2023 року, перевищивши показники 2019 року, що свідчить про здатність міжнародної економіки адаптуватися до змін і швидке зростання цифрових технологій, які стали основою сучасної глобалізованої економіки.

3 НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

3.1 Глобальні шляхи вдосконалення ринку послуг у світі

Розвиток МРП є ключовою умовою для зростання економіки будь-якої країни світу.

Під впливом глобалізації, інтеграції та лібералізації велика кількість країн активно розвивають сектор послуг. Практика свідчить, що сфера послуг – одна з найважливіших складових сучасної світової економіки. В умовах глобалізації та посилення конкуренції цей сектор розвивається особливо інтенсивно. Щорічні торгові звіти СОТ показують стійку тенденцію зростання міжнародних торгових потоків протягом останніх трьох десятиліть. Хоча це не новина, вражає швидкість приросту. Наприклад, за статистикою СОТ, збільшилась ціна світового експорту послуг з 378 мільярдів доларів у 2020 році до 4,28 трильйона доларів у 2023 році, що становить 8,4% на рік [39].

До основних факторів, що сприяють швидкому зростанню МРП належать:

– високий стандарт життя, що сприяє зростанню попиту на різноманітні послуги;

– розвиток сфери транспортних послуг, який прискорює міжнародну мобільність для населення та підприємців;

– новітні технології комунікації, що дають змогу замінити особисті зустрічі між продавцями та покупцями;

– прискорене розширення та поглиблення МПП, що призводить до виникнення новітніх форм діяльності, зокрема в секторах, що не пов’язані з виробництвом.

До основних тенденцій розвитку сучасної світової торгівлі послугами відносяться:

– стійкі темпи економічного зростання та прогресу;

– збільшення впливу МТП, як основа формування та розвитку міжнародної економіки;

– зростання ролі сфери послуг у глобальній економіці, де частка послуг у зовнішній торгівлі є однією з найбільш динамічних, оскільки значна кількість послуг виступає як товар на ринку з високим попитом і враховується в операціях платіжного балансу держави;

– просування процесів інтеграції на регіональному рівні[40].

Змінами в суспільному поділі праці та збільшенням кількості працівників у цій галузі обумовлені актуальні тенденції розвитку МТП. Особливості розвитку МТП на сучасному етапі:

– значне зростання обсягів МТП;

– постійна тенденція до підвищення цін на глобальному ринку;

– зміцнення впливу розвинутих країн у МТП;

– посилення нееквівалентного обміну;

– збільшення частки послуг у товарообміну на міжнародній арені.

Зростання МТП сприятиме посиленню спеціалізації та впровадженню нових технологій. Технологічний розвиток у сфері комунікацій відкриває можливість для постачальників послуг, яких до цього часу обмежували національні ринки, виходити на міжнародну арену. Використання факсимільного зв’язку та електронної пошти банками та страховами компаніями дозволяє їм працювати набагато результативніше. Завдяки сучасним інформаційним технологіям архітектори та інженери можуть віддалено передавати свої проекти та контролювати будівництво на великих відстанях.

Ці зміни сприятимуть зростанню зайнятості, соціально-економічним та демографічним змінам, збільшенню рівня життя. Участь країн у МТП дасть змогу акумулювати капітал в економіці, що сприятиме активізації внутрішніх

інвестицій. Посилення сфери послуг сприятиме зміцненню національної економіки, зростанню зовнішньої торгівлі, покращенню іміджу країни.

Комплексною і багаторівневою системою є сучасний МРП, що продовжує розвиватися в умовах економічної інтеграції. Передбачається, що майбутній розвиток цього ринку включатиме зміцнення зовнішньоекономічних зв'язків між великими міжнародними організаціями та об'єднаннями. Інтеграційні процеси в глобальному масштабі впливають на формування єдиних механізмів регулювання ринку послуг, що сприяє зменшенню бар'єрів для міжнародної торгівлі та активізації зовнішньоторговельних відносин між країнами. Даний процес можна пояснити кількома ключовими факторами.

По-перше, модернізація в сфері зв'язку та транспорту перетворили чимало нефакторних послуг у товари. Зменшення витрат на транспорт підвищило мобільність як виробників, так і споживачів послуг, а нові методи супутникового зв'язку та відеотехніки дозволили уникнути необхідності в особистих зустрічах між продавцем і покупцем.

По-друге, швидкий розвиток технологій у галузі телекомунікацій та інформатики став причиною появи нових форм МТП, таких як обмін комерційною інформацією. Зокрема, бази даних стали об'єктами зовнішньо-економіної діяльності, або компанії підтримують зв'язки з іноземними філіями за допомогою сучасних технологій.

По-третє, розвиток технологій сприяв зростанню попиту на ті види послуг, які до цього часу вважалися товарними [41].

Щоб МРП і далі розвивався потрібно:

– зміцнювати відносини окремих країн;

– збільшувати число бізнес-угод;

– підвищувати рівень життя населення в окремих країнах;

– удосконалити інфраструктуру транспорту та туризму;

– розвивати культурний обмін між суспільствами.

У майбутньому ситуація на МРП запровадить нові правила гри. Для того, щоб виділятися серед конкурентів, підприємства повинні бути готові до радикальних змін. Диференціація через імідж, низькі ціни або високу якість послуг більше не буде достатньою. Лідерство в майбутньому буде залежати від постійного вдосконалення сервісу та інноваційності. Мобільний додаток Google Maps, який став звичним для багатьох, ілюструє зміни, що відбулись. Раніше туристи купували карти або зверталися в інформаційні бюро для планування подорожей. Сьогодні інтернет і нові програмні рішення значно полегшили цей процес. В перспективі люди дедалі більше надаватимуть пеервагу мобільності та доступності, а традиційні послуги вимагатимуть інноваційних змін для забезпечення найвищої якості сервісу.

Аналіз змін, які відбуваються та очікуються на міжнародних ринках транспортних послуг, показує про очікуване зростання вантажних і пасажирських перевезень, а також підвищення їх економічної ефективності. Покращення матеріально-технічної бази та впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій позитивно впливатимуть на економічні показники, підвищать якість обслуговування та безпеку перевезень. Зрозуміло, що характер і темпи змін будуть різними в залежності від економічного розвитку різних регіонів і країн.

У сучасному світі активно розвиваються транспортні послуги, які відрізняються швидким обслуговуванням, доступною ціною та відповідною якістю. Наприклад, хоча поїзди, автобуси та літаки забезпечують швидкий сервіс, їх доступність може бути обмежена. Натомість значного розвитку на ринку набувають послуги типу Bla Bla Car, які дозволяють швидко та недорого досягти місця призначення, при цьому все оформлюється через мобільний додаток без необхідності стояти в чергах [42].

Зростає популярність онлайн-послуги в галузі освіти, зокрема E-learning, що дозволяє без зусиль вивчати різні мови вдома та заощаджувати час і гроші. У контексті глобалізації все більше послуг надаються через Інтернет, оскільки численні компанії розробляють мобільні додатки для

різноманітних потреб – від переказу коштів і покупки товарів до спортивних тренувань.

Світовий торговельний простір відзначається не лише величезними масштабами та динамічністю, але й галузевою та територіальною нерівномірністю. В регуляторному контексті помітні суперечливі тенденції: з одного боку, ринкова лібералізація міжнародної торгівлі, з іншого – зростання державного захисту економіки. Залежно від глобальної ситуації та можливості безпечного застосування, країни використовують різноманітні інструменти цього захисту економіки. Основу регулювання МТП складають різноманітні економічні та адміністративні механізми, які адаптовані до стандартів СОТ і сприяють розвитку сектора міжнародної торгівлі.

У МТП країни також збільшують експорт, щоб створювати нові робочі місця. Держава може обмежувати імпорт для захисту національних виробників. Основним критерієм конкурентоспроможності є ефективність зовнішньої торгівлі, так само як і економіки в цілому. Успішність країни неможлива, якщо витрати від торгівлі більші за доходи. Для підприємства важливе сальдо торгівлі з позитивним значенням, яке для виробника є еквівалентом чистого прибутку. Ефективність зовнішньої торгівлі послугами для держави має велике значення, незалежно від сальдо, оскільки вона визначає динаміку ВВП, платіжного балансу та доходи бюджету.

3.2 Національні пріоритети України у сфері міжнародної торгівлі послугами

Зовнішня торгівля послугами є важливим напрямом зовнішньоекономічної діяльності і забезпечує значні надходження до бюджету України. Після вступу України до СОТ відбулися суттєві зміни, зокрема у розвитку міжнародної торгівлі послугами. Підвищення

продуктивності праці та конкурентоспроможності національної економіки стало наслідком лібералізації торгівлі [43].

Ринок послуг в Україні знаходиться на етапі розвитку, і серед пріоритетних напрямків можна виділити:

– послуги в сфері інформаційно-комунікаційних технологій;

– послуги з логістики;

– послуги фінансового характеру;

– послуги з лізингу;

– послуги туристичного спрямування.

Досягнення цілей щодо більшої участі України в МТП сприятиме подоланню негативних тенденцій у розвитку національної економіки та забезпечить її гідне місце на глобальному ринку.

Для розширення українського ринку послуг є покращення інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема мобільної торгівлі, Інтернету та електронної комерції, оскільки ці види послуг сприяють прогресу в інших секторах. Туризм відіграє важливу роль у майбутньому розвитку ринку послуг в Україні, оскільки в багатьох високорозвинених країнах світу туристичні послуги є пріоритетними. Певні аспекти та напрямки розвитку міжнародної торгівлі туристичними послугами слід відзначити. До складу туризму входить великий спектр економічних діяльностей та за деякими показниками туризм є однією з найбільших галузей у світі, перевершуючи інші великі індустрії. Природні, політичні, соціально-демографічні фактори, науково-технічний прогрес та інші чинники сприяють розвитку туризму.

Транснаціональні компанії останнім часом мають значний вплив на напрямки та структуру світових туристичних потоків. Прогнозується, що в наступні 20 років обсяги міжнародного туризму збільшаться в 3 рази [44]. Україна може скористатися досвідом таких держав, як Грузія, що активно розвиває послуги в туристичній сфері, створюючи умови для розвитку

інфраструктури, що дозволяє визначати стратегічні напрямки для розвитку туристичної індустрії.

Сучасні дослідники та практики підкреслюють важливу роль туризму у відбудові України після війни. На переконання представників Державного агентства з розвитку туризму, у перспективі саме туризм стане однією з галузей, що сприятиме відновленню України [45]. Необхідно вже сьогодні активно розпочати роботу над стратегією відновлення транспортно-туристичної інфраструктури та інформаційною кампанією, що підкреслить туристичну привабливість України. Метою відновлення туристичної індустрії після війни повинні стати:

– оцінка та збір цифрової інформації про пошкодження туристичних об'єктів у різних регіонах;

– відновлення інфраструктури туристичної сфери;

– надання грантів для представників туристичної галузі, які зазнали втрат через військові дії на території України;

– відновлення туристичних напрямків та об'єктів на рівні країни та окремих регіонів;

– підтримка зацікавленості до України за допомогою онлайн- та офлайн-реклами, а також через організацію туристичних і культурних подій;

– покращення рівня послуг, зокрема шляхом планування витрат на підвищення професійних навичок працівників;

– державна програма з організації нових робочих місць;

– розробка механізмів для забезпечення стабільного фінансування туристичної галузі;

– створення нормативно-правової основи з урахуванням сучасних умов та особливостей туристичного ринку;

– створення Стратегії розвитку туризму-2040 враховуючи актуальні умови.

Відновлений туристичний бізнес розглядається як основний учасник в вирішенні соціально-економічних проблем суспільства в повоєнний час, що

зумовлено впровадженням та розвитком концепції соціально відповідального підприємництва. Бізнесова соціальна відповідальність полягає в обов'язку підприємства перед суспільством за свою діяльність і включає як моральні, так і правові аспекти. Отже, підприємство повинно бути більш орієнтованим на суспільство, зосереджуючись на задоволенні потреб людей, охороні навколишнього середовища та інших важливих аспектах соціальної відповідальності. В повоєнний період інструментами соціальної відповідальності в туристичному бізнесі можуть виступати:

– підтримка через спонсорство та благодійні внески;

– добровільна діяльність;

– інвестиції в соціальний розвиток;

– соціальний бізнес;

– маркетинг, орієнтований на соціальні цінності.

У сучасному світі існує безліч викликів соціального характеру, як глобальних, так і локальних. Ми звикли, що громадські організації та державні установи найтісніше залучені до вирішення соціальних проблем. Однак саме туристична індустрія може стати рушійною силою у поширенні інформації про соціально важливі проблеми, з якими зіткнеться українське суспільство, і таким чином привернути увагу міжнародної спільноти до їх вирішення. Туристичний бізнес в Україні може проявляти свою соціальну орієнтованість, поширюючи суспільно важливі цінності як відповідь на зовнішні виклики, з якими сьогодні стикається країна.

Щоб досягнути вказаних пріоритетів у розвитку міжнародної торгівлі України потрібно:

– удосконалення правових та нормативних норм для організаційного, технічного та інших аспектів підтримки експортної діяльності українських виробників;

– підтримка тісної співпраці з розвиненими індустріальними державами;

– гарантування стабільного виходу конкурентоспроможних послуг на міжнародні ринки;

– залучення закордонних інвестицій, які можуть стати додатковим чинником для економічного зростання та підтримки експортного сектора.

Щоб розвивати сферу послуг в Україні треба активно залучати іноземні інвестиції, що не лише забезпечить приплив капіталу, але й сприяє впровадженню новітніх технічних методів надання послуг, що, в свою чергу, сприятиме покращенню їх якості та доступності. Підвищення конкурентоспроможності українських послуг і зміцнення позицій України на світовому ринку є важливим аспектом, цього можна досягти покращивши культуру обслуговування.

Україна володіє значними перспективами на МРП, і пріоритетом має стати інтенсивне розширення експорту та зміцнення міжнародних торгових зв'язків. Виконання цих завдань допоможе Україні зайняти належну позицію на міжнародній арені та досягти своїх інтеграційних цілей в рамках глобальної економіки.

У контексті глобалізації та посилення конкуренції сфера послуг активно розвивається і стає ключовим фактором, що визначає зростання добробуту та зміцнення конкурентоспроможності держав населення та зростання економіки на світовому рівні. Основними напрямами розширення глобальної торгівлі послугами є:

– розвиток інтелектуальних послуг, зокрема в сфері науково-технічного прогресу;

– інформаційний бум;

– збільшення кількості компаній, що здійснюють надання послуг;

– інтенсивний прогрес транспортної галузі;

– збільшення частки сучасних послуг, таких як банківські, страхові та посередницькі послуги;

– новітні наукові досягнення та інноваційні розробки.

Висновки до 3 розділу

Міжнародна торгівля послугами, завдяки розвитку технологій, зокрема у сфері комунікацій та транспорту, продовжує демонструвати стабільне зростання, що впливає на конкурентоспроможність держав та економічний добробут їхніх громадян. Транснаціональні корпорації відіграють важливу роль у формуванні напрямків і структури світових потоків послуг, що особливо стосується туризму, логістики, інформаційних технологій та фінансових послуг.

Прогнозується, що обсяг міжнародного туризму збільшиться втричі за наступні 20 років, що відкриває нові можливості для розвитку відповідних секторів. Інтеграція та лібералізація торгівлі послугами, разом із розвитком інформаційних технологій, зменшує бар'єри для міжнародної торгівлі і сприяє економічному зростанню. Для досягнення цих результатів важливе створення сприятливого регуляторного середовища, вдосконалення інфраструктури та стимулювання співпраці між країнами.

Роль послуг у світовій економіці постійно зростає, що зумовлює необхідність для країн, таких як Україна, активно розвивати цей сектор. Підвищення конкурентоспроможності національних послуг через інновації та залучення іноземних інвестицій дозволить країнам зміцнити свої позиції на міжнародних ринках та стимулювати економічне зростання. Глобальні тенденції вказують на перехід від традиційних товарів до послуг, зокрема в таких секторах, як інформаційно-комунікаційні технології, банківські та страхові послуги, що створює нові можливості для розвитку міжнародної торгівлі послугами та дозволяє адаптуватися до змінюваного глобального ринку.

Відновлення туристичної галузі в Україні після війни має стати стратегічним пріоритетом, здатним сприяти соціально-економічному розвитку країни. Основними завданнями цього процесу є оцінка пошкоджень, відновлення інфраструктури, підтримка бізнесу через гранти, а також проведення інформаційних кампаній для підвищення туристичної

привабливості України. Туристичний бізнес, орієнтований на соціальну відповідальність, може стати ключовим елементом вирішення суспільних проблем, залучаючи міжнародну увагу до викликів, з якими стикається країна, та популяризуючи суспільно важливі цінності. Важливим аспектом є створення довгострокової Стратегії розвитку туризму, яка враховуватиме сучасні умови, з метою забезпечення сталого розвитку галузі.

Загалом, розвиток міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації та технологічного прогресу є основним драйвером економічного зростання, і країни повинні активно адаптуватися до цих змін для досягнення сталого розвитку та покращення своєї конкурентоспроможності на міжнародній арені.

ВИСНОВКИ

У даній кваліфікаційній роботі виконано усі поставлені завдання та зроблено відповідні висновки:

1. Розкрито сутність міжнародного ринку послуг та його класифікацію. Міжнародна торгівля послугами має кілька унікальних ознак, зокрема одночасне надання та споживання, взаємозв’язок з торгівлею товарами, а також більший захист від конкуренції з боку держави. Послуги класифікуються за різними критеріями: за галузями, спрямуванням, зв'язком з торгівлею та капіталами, природою дій та іншими ознаками. Ця класифікація дозволяє зрозуміти структуру і різноманіття послуг у міжнародній торгівлі, яка продовжує активно розвиватися в умовах глобалізації.

2. Зроблено огляд інфраструктури ринку послуг, який показує що вона є ключовим елементом економічної системи, забезпечуючи ефективне функціонування різних галузей та спеціалізацію економічних суб'єктів. Інфраструктура ринку послуг включає сукупність організаційно-правових форм та елементів, таких як кредитування, комерційні банки, податкові та митні системи, страхування, а також посередництво через біржі та виставки. Основні функції інфраструктури полягають у формуванні учасників ринку, підтримці підприємницьких проєктів, підвищенні ефективності бізнесу та вдосконаленні механізмів контролю й регулювання діяльності на ринку послуг.

3. Дослідження впливу факторів та чинників на міжнародний ринок послуг показує, що його розвиток визначається як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Серед них ключовими є науково-технічний прогрес, розвиток інформаційних технологій та нових сфер діяльності, а також лібералізація зовнішньоекономічних операцій, що знижують бар'єри для міжнародної торгівлі послугами. Економічне зростання та потреби у спеціалізованих послугах стимулюють попит, зокрема в таких секторах, як

туризм, фінанси та інжиніринг. Інші важливі фактори включають гуманізацію життя, підвищення ролі людського чинника та розвиток економіки «матеріального» виробництва, що призводить до зростання попиту на транспортні та інші послуги. Усі ці чинники сприяють значному зростанню міжнародної торгівлі послугами та становлять важливу рушійну силу для економічного розвитку.

4. Проаналізувавши сучасний стан розвитку міжнародного ринку послуг, можна сказати що в останнє десятиліття спостерігається постійне зростання міжнародних торгових потоків послуг, зокрема через підвищення потреби в супутніх послугах для товарної торгівлі, розвиток нових видів послуг, таких як електронна торгівля та дистанційне навчання, а також збільшення витрат на дослідження та розробки у транснаціональних корпораціях. Згідно з даними СОТ, обсяг світового експорту послуг зріс з 4,26 трлн доларів США у 2020 році до 6,60 трлн доларів у 2023 році, зокрема через відновлення після пандемії. У 2022 році експорт зріс на 15,92%, що свідчить про відновлення після значного спаду у 2020 році. Лідерами у світовому експорті послуг залишаються країни Європи. У 2023 році найбільші зростання показали Азія та Океанія, що свідчить про швидке відновлення регіону. У той же час, зменшення частки розвинутих економік в світовому експорті відображає відносне скорочення їхнього впливу.

5. Проведений аналіз показав, що пандемія COVID-19 мала суттєвий негативний вплив на міжнародну торгівлю послугами, зокрема на сектор подорожей і транспорту, які зазнали найбільших втрат через обмеження на пересування та закриття установ. Однак деякі послуги, зокрема в сфері IT та фінансів, показали стійкість або навіть зростання завдяки збільшеному попиту на цифрові технології та онлайн-сервіси. До 2023 року глобальна торгівля послугами відновилася, перевищивши рівень 2019 року, що свідчить про здатність міжнародної економіки адаптуватися до нових умов.

6. Аналіз зовнішньої торгівлі України послугами показав позитивні тенденції в експорті, зокрема зростання обсягів торгівлі з країнами Європи.

Україна має позитивне сальдо в торгівлі послугами з ЄС, зокрема завдяки зростанню експорту транспортних і інформаційних послуг. Хоча ринок послуг в Україні ще не розвинутий повністю, позитивні зміни в структурі експорту, зокрема в секторі ІТ, є перспективними. Імпорт з ЄС також зріс, проте експорт послуг з України перевищує імпорт, що сприяє поліпшенню платіжного балансу.

7. Розвиток міжнародної торгівлі послугами є ключовим фактором зростання економіки в умовах глобалізації. Зростання попиту на послуги, розвиток технологій, транспорту та інтеграція країн сприяють швидкому розвитку цього сектору. Основні тенденції включають збільшення частки послуг у глобальній торгівлі, інноваційні технології та посилення конкурентоспроможності. Україна має значний потенціал для розвитку МРП, зокрема в сферах інформаційних технологій, туризму та фінансових послуг. Для успішного розвитку потрібно покращити інфраструктуру, залучати інвестиції та активізувати співпрацю з розвиненими країнами.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Алексєєва Т. І. Міжнародна торгівля: навч. посіб. Харків: ХНЕУ, 2007. 252 с.

2. Бураковський І. Т. Теорія міжнародної торгівлі: монографія. Київ, 2018. 153 с.

3. Румянцев А. П. Міжнародна торгівля послугами: монографія. Київ, 2018. 205 с.

4. Руденко О. В. Теоретичні аспекти формування глобального ринку послуг: монографія. Харків, 2011. 138 с.

5. Євдокимова І.М. Сфера послуг за сучасних умов: навч. посіб. Харків, 2010. 219 с.

6. Григорова-Беренда Л. І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навч. посіб. Київ, 2017. 439 с.

7. Ляшко І. І., Єременко О. М. Тенденції розвитку та механізми регулювання міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації: навч. посіб. Харків, 2015. 342 с.

8. Босак А. О. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини : навч. посіб. Львів, 2017. 364 с.

9. Антонюк К. В. Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами: монографія. Херсон, 2009. 192 с.

10. Олефір А. О., Тіпанов В. В. Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах динамізації конкурентного середовища: навч. посіб. Київ, 2008. 238 с.

11. Grabowski R., Self S. Economic Development : A Regional, Institutional, and Historical Approach: A Regional, Institutional and Historical Approach. United Kingdom: Routledge, 2014. 298 p.

12. Липов В. В. Глобальна економіка : навч. посіб, Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. 234 с.

13. Global Trade Alert. URL: https://www.globaltradealert.org.

14. Сайт UNCTAD. URL: https://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx.

15. World Trade Report 2019 : The future of services trade. URL: https://www.wto.org/ english/res_e/publications_e/wtr19_e.htm.

16. Global Trade Alert. URL: https://www.globaltradealert.org.

17. Дубенюк Я. А. Оцінка сучасних тенденцій міжнародної торгівлі послугами: підручник. Київ, 2006. 488 с.

18. Журавльов Ю. В. Оцінка стану світової торгівлі послугами на сучасному етапі розвитку економіки: монографія. Чернігів, 2015. 328 с.

19. World trade statistics URL: http://www.wto.org.

20. Колобердянко І. І., Чернявська А. В. Стан і тенденції міжнародного ринку торгівлі ІТ-послугами: навч. посіб. Львів, 2019. 263 с.

21. International Trade in Services 2019 - Annual. URL: https://unctad.org/en/Pages/Publications/Statistics-on-Trade-in-Services.aspx.

22. Total trade in services URL: https://hbs.unctad.org/total-trade-in-services/.

23. Парубець О. М. Дослідження проблем та перспектив розвитку експорту транспортних послуг: навч. посіб. Київ, 2006. 179 с.

24. Trade statistics URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/.

25. Hayley Stainton. Virtual tourism explained: What, why and where. Tourism Teacher. URL: https://tourismteacher.com/virtual-tourism/#0-what-is-virtual-tourism.

26. Гордієнко І. С. Міжнародний туризм та його особливості: навч. посіб. Київ, 2015. 160с

27. Статистичні дані про обсяги зовнішньої торгівлі URL: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/.

28. DiCaprio A. Regional trade agreements, integration and development. 2020.URL:https://www.econstor.eu/bitstream/10419/179226/455/556/789/32356541/adbi-wp770.pdf.

29. Commercial Services Trade. URL: https://stats.wto.org/dashboard/services_en.html.

30. WTO.DATA. URL: https://data.wto.org.

31. Конференція ООН по торгівлі і розвитку. URL: http://www.un.org./ru/ga/unctad/.

32. International Trade Statistics URL: http://www.wto.org.

33. Пічкурова З. В. Світова практика державної підтримки малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19: монографія. Київ, 2015. 291 с.

34. Patrick Ryan. Adapting to Post-COVID-Pandemic Construction. For Construction pros.com. URL: https://www.forconstructionpros.com/covid-19/article/adapting-to-postpandemic-construction.

35. Короленко Н. В., Ларина Т. І. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної кризи COVID-19 монографія. Львів, 2014. 282 с.

36. Пічкурова З. В. Інтелектуалізація міжнародної торгівлі в умовах пандемії COVID-19 URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php.

37. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

38. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: навч. посіб. Київ, 2010. 275 с.

39. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: http://www.wto.org.

40. Мешко Н. П. Світовий ринок послуг: особливості регулювання та перспективи розвитку: навч. посіб. Харків, 2007. 264 с.

41. Бурменко, Т.Д. Світовий ринок послуг: навч. посіб. Київ, 2009. 416 с.

42. Румянцев А. П. Напрями розвитку світового ринку послуг в умовах глобалізації: навч. посіб. Харків, 2017. 350 с.

43. Рибк І. А. , Бабінська О. А. Місце України в системі міжнародної торгівлі: навч. посіб. Львів, 2009. 290 с.

44. Зовнішня торгівля України послугами у 2021 році. URL: https://www.ukrstat.gov.ua.

45. Веленчак Ю. А. Розвиток індустрії туризму у повоєнний час: навч. посіб. Київ, 2022. 241 с.

Декларація академічної
доброчесності здобувача ступеня
вищої освіти ЗНУ

Я, Солодова Анастасія Артемівна, студентка 2 курсу, форми здобуття освіти денної, факультету економічного, спеціальність 051 Економіка, освітня програма Міжнародна економіка адреса електронної пошти unorthodoxabcd@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Розвиток міжнародного ринку послуг» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

_____	_____	А.А. Солодова
(дата)	(підпис)	(ініціали, прізвище)