

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет міжнародної економіки і менеджменту

Кафедра міжнародної економіки

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Міжнародна економіка»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

05 Соціальні та поведінкові науки

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

051 «Економіка»

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Розвиток міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та України»

здобувача Уколової Марини Дмитрівни

Науковий керівник: д.е.н., професор Руденко-Сударєва Л.В.

(підпис)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: д.е.н., професор Мозговий О.М.

(підпис)

Київ 2023

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет міжнародної економіки і менеджменту
Кафедра міжнародних фінансів**

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «Міжнародна економіка»

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

05 Соціальні та поведінкові науки

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

051 «Економіка»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

Я.М. Столярчук

(підпис)

«23» лютого 2023 р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

О.М. Мозговий

(підпис)

«23» лютого 2023 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти **Уколовій Марині Дмитрівні**
(прізвище, ім'я, по батькові)

очної (денної) форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему: «Розвиток міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та України»

Тему затверджено наказом ректора Університету від "22" лютого 2023 р .№ 345-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1	Теоретико-регуляторні основи міжнародної торгівлі послугами
(назва розділу)	
Розділ 2	Аналіз міжнародного ринку послуг
(назва розділу)	

Об'єкт дослідження:	процеси розвитку міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та України в умовах глобалізації.
Предмет дослідження:	механізми та тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами та України в глобальному вимірі.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	виявлення основних тенденцій розвитку ринку послуг країн ЄС та можливих перспектив розвитку зовнішньоторговельної діяльності послугами України на основі узагальнення теоретичних засад та проведення аналізу структурної динаміки та особливостей міжнародної торгівлі послугами.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1	визначити сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами; охарактеризувати класифікацію послуг та структуру в рамках міжнародної торгівлі; систематизувати форми та інструменти регулювання міжнародної торгівлі послугами.
У розділі 2	проаналізувати сучасний стан міжнародної торгівлі країн ЄС відповідно до рівня економічного розвитку; визначити основні фактори впливу та здійснити прогноз розвитку міжнародної торгівлі послугами глобальної економіки в контексті цифровізації; аналітично оцінити розвиток міжнародної торгівлі послугами України; визначити головні перешкоди та стратегічні орієнтири України в зовнішній торгівлі послугами.

**Завдання підготував
науковий керівник**

Л. В. Руденко-Сударєва

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«22» лютого 2023 р.

**Завдання одержав
здобувач**

М. Д. Уколова

(підпис)

(ініціали, прізвище)

«22» лютого 2023 р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 63 сторінки, 1 таблицю, 25 рисунків, список використаних джерел з 81 найменування та 7 додатків.

«Розвиток міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та України»

Об'єктом цієї роботи є процеси розвитку міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та України в умовах глобалізації.

Предметом дослідження дипломної роботи є механізми та тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами ЄС та України в глобальному вимірі.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи – виявлення основних тенденцій розвитку ринку послуг країн ЄС та можливих перспектив розвитку зовнішньоторговельної діяльності послугами України на основі узагальнення теоретичних засад та проведення аналізу структурної динаміки та особливостей міжнародної торгівлі послугами.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- визначити сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами;
- охарактеризувати класифікацію послуг та структуру в рамках міжнародної торгівлі;
- систематизувати форми та інструменти регулювання міжнародної торгівлі послугами;
- проаналізувати сучасний стан міжнародної торгівлі країн ЄС відповідно до рівня економічного розвитку;
- визначити основні фактори впливу та здійснити прогноз розвитку міжнародної торгівлі послугами глобальної економіки в контексті цифровізації;
- аналітично оцінити розвиток міжнародної торгівлі послугами України;
- визначити головні перешкоди та стратегічні орієнтири України в зовнішній торгівлі послугами.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів полягає в узагальненні ролі і значення міжнародної торгівлі послугами, особливостей регулювання міжнародного офшорного бізнесу; дослідженні та

виокремленні основних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі послугами на прикладі країн ЄС та України.

Інформаційною базою дослідження є правові документи СОТ (ГАТС), а також різні звіти міжнародних організацій, такі як World Trade Report, звіт Федерального Міністерства Німеччини з економічних справ та енергетики, тематичні звіти від таких провідних компаній як EY, PwC, McKinsey, звіт Генерального секретаря ООН, різні аналітичні та тематичні роботи, наприклад, «International Trade in Transport Services between Poland and the European Union» від автора Malkowska A. Або робота Мазаракі А. «Домінанти FinTech на ринку платіжних послуг», каталог фінтех-компаній України, звіти ESCAP, різні видання від ADBI, індекс сприйняття корупції від «Transparency International», індекс економічної свободи від «The Heritage Foundation» та статистичні дані на основі бази Світового банку та Державної служби статистики України.

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків списку використаних джерел, додатків.

Ключові слова: послуги, сфера послуг, торгівля послугами, світовий ринок послуг, міжнародна торгівля послугами, експорт послуг, імпорт послуг, структура послуг, динаміка міжнародної торгівлі послугами, зовнішня торгівля послугами, цифровізація, цифровізація послуг.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2023.

Рік захисту роботи 2023.

Відгук
про кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача
освітньо-професійної програми «Міжнародні фінансові відносини»
здобувача Уколової Марини Дмитрівни
на тему «Розвиток міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та
України»

1. *Актуальність теми:* зумовлена швидким розповсюдженням новітніх технологій і потребою у наданні широкого спектру послуг у різних секторах економіки, у тому числі у міжнародному бізнесі

2. *Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи:* автором визначено сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами; охарактеризовано і систематизовано форми та інструменти регулювання міжнародної торгівлі послугами.

3. *Наявність самостійних розробок автора :* аналітично оцінено розвиток міжнародної торгівлі послугами України, а також визначено головні перешкоди та стратегічні орієнтири України в зовнішній торгівлі послугами.

4. *Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій:* автором проаналізовано сучасний стан міжнародної торгівлі країн ЄС відповідно до рівня їх економічного розвитку.

5. *Наявність недоліків:* певні недоліки старанно відкориговані автором у процесі написання роботи.

6. *Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:* Дипломна бакалаврська робота Уколової М.Д. виконана відповідно до вимог і рекомендується до захисту перед ЕК КНЕУ імені Вадима Гетьмана. Перевірка на унікальність роботи за програмою Unichek показала результат схожості тексту 5, 26%.

Науковий керівник :



професор кафедри міжнародних
фінансів, д.е.н., професор
Л.В.Руденко-Сударєва

“18” травня 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-РЕГУЛЯТОРНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ	 7
1.1. Сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами	7
1.2. Класифікація та структура міжнародної торгівлі послугами	14
1.3. Сучасні принципи, механізми та інструменти регулювання міжнародної торгівлі послугами	21
 РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ	 30
2.1. Нові тенденції структурної динаміки міжнародної торгівлі послугами країн ЄС.....	30
2.2. Фактори впливу та прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами у контексті цифровізації глобального економічного середовища ..	47
2.3. Оцінка участі України у міжнародній торгівлі послугами у воєнний та післявоєнний час	54
 ВИСНОВКИ.....	 61
 СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	 64
 ДОДАТКИ	 73

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Послуги стали опорою світової економіки та найдинамічнішою складовою міжнародної торгівлі. Конкурентоспроможність національних економік дедалі більше визначається їхніми показниками у сфері послуг. Міжнародна торгівля послугами в останні десятиліття продемонструвала значне зростання, в той же час і більшу стійкість до фінансових і економічних потрясінь, хоча і відчула значний вплив COVID-19. У зв'язку зі зростаючою глобалізацією та технологічними інноваціями, послуги стали все більш швидко розвиватися та вносити значний вклад у створення робочих місць та забезпечення економічного зростання. Важлива роль, яку торгівля послугами відіграє в економічному зростанні та розвитку, дедалі більше свідчить про її внесок у диверсифікацію експорту, про роль послуг як вкладених матеріалів у виробництво товарів та про значення секторів послуг як напряму для прямих іноземних інвестицій.

Все більше стає кількість країн, які включають міжнародну торгівлю послугами до стратегічних пріоритетів розвитку зовнішньоекономічної діяльності. ЄС є одним з найбільших світових ринків для послуг, і це забезпечує значний попит на послуги від інших країн. Крім традиційних лідерів, таких як Німеччина та Люксембург, в торгівлі послугами мають потенціал зайняти молоді європейські країни, наприклад, Естонія завдяки вагомому прогресу в сфері інформаційних та технічних послуг.

В Україні наразі послуги не є домінуючим елементом торгівлі. Різні перешкоди продовжують заважати розвитку цього напрямку, особливо в умовах війни. Пошук нових способів подолання цих перешкод є необхідним для реалізації потенціалу України як важливого гравця на європейському ринку послуг та для просування міжнародної торговельної співпраці з іншими країнами.

Динамічність розвитку, диверсифікація структури послуг та постійна зміна ролі лідерів в цій сфері зумовлює актуальність та потребу детального розгляду, аналізу цієї теми.

Аналіз досліджень та публікацій. Основні теоретичні аспекти, сутність та особливості поняття «послуга» досліджували в своїх роботах такі науковці: Котлер Ф., Т. Хілл, Румянцев А.П., Гаркавенко С.С., аналіз структури та регулювання міжнародної торгівлі послугами вивчали І.І. Дюмулен, Бочан І.О., Гаврилюк С.П., Євдокимова М. та інші. Приділяли увагу класифікації, типології послуг згідно з різними міжнародними установами, їх особливостям та відмінності від товарів у своїх роботах О. Пальчук, О. Єлісєєва, Заблоцька Р.О. та Рибчук А.В. Аналіз стану міжнародної торгівлі послугами присвячені роботи Д. Г. Лук'яненко, Т. Циганкової, О. Богомолова, В. Любецького, В. Зайцева та інших. Однак, зважаючи на стрімкість розвитку сфери, сучасний стан та динаміка торгівлі послугами окремих регіонів та країн, а також тенденції залишаються малодослідженими і потребують подальшого опрацювання.

Метою дослідження є виявлення основних тенденцій розвитку ринку послуг країн ЄС та можливих перспектив розвитку зовнішньоторговельної діяльності послугами України на основі узагальнення теоретичних засад та проведення аналізу структурної динаміки та особливостей міжнародної торгівлі послугами.

Для досягнення мети, потрібно вирішити наступні завдання:

- визначити сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами;
- охарактеризувати класифікацію послуг та структуру в рамках міжнародної торгівлі;
- систематизувати форми та інструменти регулювання міжнародної торгівлі послугами;
- проаналізувати сучасний стан міжнародної торгівлі країн ЄС відповідно до рівня економічного розвитку;

- визначити основні фактори впливу та здійснити прогноз розвитку міжнародної торгівлі послугами глобальної економіки в контексті цифровізації;
- аналітично оцінити розвиток міжнародної торгівлі послугами України;
- визначити головні перешкоди та стратегічні орієнтири України в зовнішній торгівлі послугами.

Об’єктом цієї роботи є процеси розвитку міжнародної торгівлі послугами країн ЄС та України в умовах глобалізації.

Предметом дослідження дипломної роботи є механізми та тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами ЄС та України в глобальному вимірі.

Для вирішення поставлених у роботі завдань було використано *систему методів дослідження*, а саме: аналітичні методи: порівняння, графічний – для аналізу динаміки експорту, імпорту послуг, надходження прямих іноземних інвестицій та еміграції робочої сили; розрахункові, статистичні – для обчислення питомої ваги та приросту, росту, показників торгівлі послугами; методи логічного узагальнення – для виокремлення основних теоретичних аспектів, факторів впливу, тенденцій міжнародної торгівлі послугами; прогнозування – для розгляду перспектив та можливих показників торгівлі послугами в майбутньому у світовому вимірі.

Теоретична, методична та практична значущість отриманих результатів полягає в узагальненні ролі і значення міжнародної торгівлі послугами, особливостей регулювання міжнародного офшорного бізнесу; дослідженні та виокремленні основних тенденцій розвитку міжнародної торгівлі послугами на прикладі країн ЄС та України.

Інформаційна база дослідження включає в себе правові документи СОТ (ГАТС), а також різні звіти міжнародних організацій, такі як World Trade Report, звіт Федерального Міністерства Німеччини з економічних справ та енергетики, тематичні звіти від таких провідних компаній як EY, PwC, McKinsey, звіт Генерального секретаря ООН, різні аналітичні та тематичні роботи, наприклад, «International Trade in Transport Services between Poland and the European Union» від

автора Malkowska A. Або робота Мазаракі А. «Домінанти FinTech на ринку платіжних послуг», каталог фінтех-компаній України, звіти ESCAP, різні видання від ADBI, індекс сприйняття корупції від «Transparency International», індекс економічної свободи від «The Heritage Foundation» та статистичні дані на основі бази Світового банку та Державної служби статистики України.

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-РЕГУЛЯТОРНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

1.1 Сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами

Однією з динамічніших сфер розвитку світової економіки в останні роки є міжнародна торгівля послугами. Звичайно, міжнародна торгівля послугами тісно пов'язана з міжнародною торгівлею товарами, разом вони становлять міжнародну торгівлю. На відміну від досить традиційної торгівлі товарами, ринок послуг не можна схарактеризувати чимось сталим. Більшість визначає, що послуга – це певна трудова діяльність, яка задовольняє потреби споживача і, яка не має матеріальної форми.

Через те, що послуги є більш багатогранним поняттям, яке постійно змінюється під впливом різних чинників, не можна точно визначити його сутність. Тому доречним є з'ясувати, систематизувати і порівняти тлумачення різних авторів, що зазначені в табл. В.1.

За даними, наведеними в табл. В.1, можна виокремити основні аспекти, які розкривають сутність визначення «послуга», які згадують всі автори:

- продуктом в цьому випадку є результат певної діяльності, якогось процесу, певних дій;
- цей продукт не є матеріальним;
- послуга має комерційний характер, тобто проводиться з метою збуту і отримання певної форми «плати».

Система послуг - це зв'язок між постачальником послуг та користувачами, яка передбачає надання певного виду послуг згідно з домовленістю між сторонами. Вона є дуже важливим елементом сучасного суспільства, оскільки забезпечує задоволення потреб і запитів населення в різних галузях життя.

Послуга як об'єкт торгівлі - це товар, що складається з дій та процесів, наданих певним підприємством чи постачальником [16]. Це може бути будь-яка послуга, що виконується для клієнтів, така як ремонт автомобілів, надання юридичних послуг, обслуговування комп'ютерів тощо.

Якщо розглядати саме послуги як об'єкт міжнародної торгівлі, їх сутність полягає саме в тому, що вони надаються підприємством однієї країни і призначені для використання чи споживання в іншій країні. Це може бути будь-яка послуга, яка може бути надана через мережу Інтернет, з метою безпосередньої взаємодії з клієнтами, або виконана фізично в іншій країні.

Розуміння поступового переходу до міжнародної торгівлі можна при порівнянні рівнів послуг як об'єктів торгівлі, як це показано на рис.1.1.

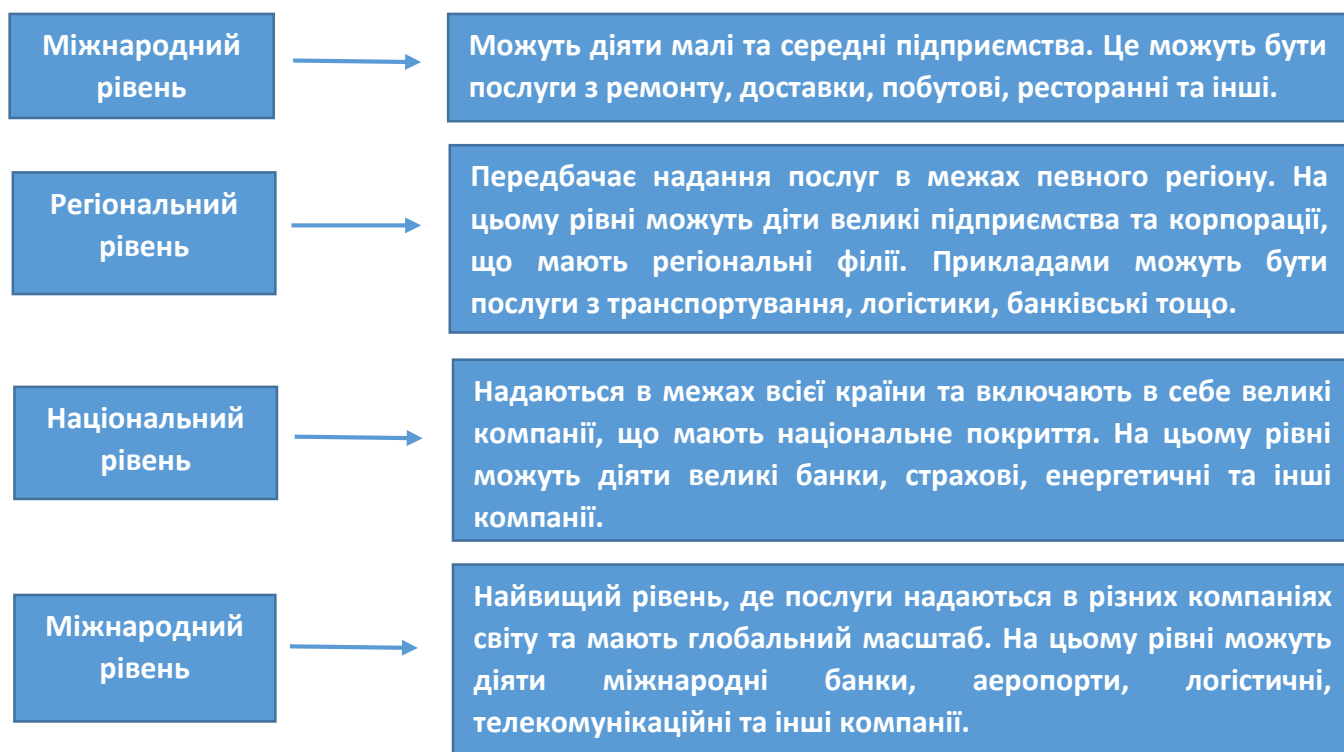


Рисунок 1.1 – Рівні послуг як об'єктів торгівлі [17]

Основні складові системи послуг: постачальники послуг; споживачі послуг; механізми забезпечення якості послуг; законодавче регулювання відносин між постачальниками та споживачами.

Постачальники послуг мають за завдання забезпечувати якість та доступність послуг для споживачів. Споживачі послуг мають право на отримання

якісних та доступних послуг. Вони мають право вимагати від постачальників послуг виконання умов договору та компенсації в разі порушення цих умов.

Механізми забезпечення якості послуг можуть включати моніторинг та контроль якості послуг, вивчення задоволеності споживачів та вжиття заходів щодо її підвищення, а також розробку та виконання програм підвищення якості послуг. Законодавче регулювання відносин між постачальниками та споживачами має на меті захист прав споживачів та регулювання діяльності.

Розглядаючи міжнародну систему послуг, в цілому можна сказати що це та сама система послуг, але у міжнародному масштабі. Міжнародні постачальники повинні відповідати певним стандартам та вимогам щодо надання послуг, зокрема забезпечувати високу якість, вчасність, безпеку та доступність послуг у різних країнах. Особливістю механізмів забезпечення якості та безпеки послуг у міжнародній системі є унікальний підхід у дослідженні основних аспектів діяльності для кожного обраного регіону чи країни.

Створення послуг - це процес проектування та розробки послуг, які задовольняють потреби та очікування клієнтів. Існують певні схожості та відмінності між стратегіями створення послуг взагалі та на міжнародному рівні, що показано на рис.1.2.

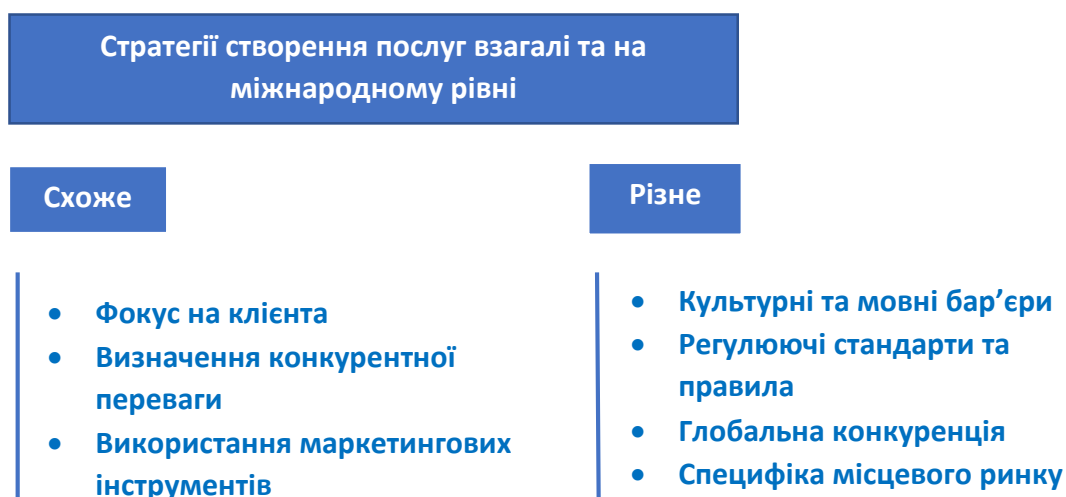


Рисунок 1.2 – Спільне та відмінне у стратегіях створення послуг взагалі та на міжнародному рівні

Джерело: розроблено автором на основі [18]

У створенні послуг як взагалі, так і на міжнародному рівні, важливо зосередитися на потребах та очікуваннях клієнтів. Стратегії створення послуг мають бути орієнтовані на забезпечення задоволення клієнтів та їх вірності.

Незалежно від того, чи створення послуг відбувається взагалі або на міжнародному рівні, стратегії повинні визначати конкурентну перевагу. Вона може базуватися на ціні, якості, інноваціях або інших факторах. В створенні послуг взагалі та на міжнародному рівні, маркетингові інструменти використовуються для просування продукту, привертання нових клієнтів та підтримки вірності поточних клієнтів.

Проте, на міжнародному рівні, виробництво та розробка послуг можуть зіткнутися з культурними та мовними бар'єрами, що можуть впливати на сприйняття та використання послуг. Ці бар'єри можуть бути подолані за допомогою адаптації стратегій та підходів до місцевих умов та культури.

Створення та розробка послуг можуть стикатися з різними регуляторними стандартами та правилами в різних країнах. Це може вимагати додаткової роботи з адаптації та відповідності до місцевих норм та законодавства. Наприклад, у деяких країнах можуть бути обов'язкові сертифікаційні процедури або дозвільні процедури, що повинні бути пройдені перед початком надання певних видів послуг. Також, різні країни можуть мати відмінні вимоги щодо зберігання та захисту персональних даних, що може вплинути на технічні та організаційні аспекти розробки послуг.

На міжнародному рівні, створення та розробка послуг можуть стикатися зі значною конкуренцією від місцевих та глобальних гравців. Це може вимагати від підприємств додаткових зусиль у забезпеченні конкурентної переваги та підтримці своєї позиції на ринку.

Місцевий ринок може мати свої особливості та вимоги, які вимагають адаптації стратегій створення послуг. Наприклад, місцеві вимоги до якості, стилю та культурні особливості можуть вимагати створення специфічних послуг, які можуть бути відрізнятися від тих, які надаються в інших регіонах.

Поняття якості послуг визначається як міра задоволення, яку отримує клієнт від послуг, що надаються. Це означає, що якість послуг визначається у сприйнятті клієнтів і залежить від того, наскільки добре вони задоволені отриманими послугами.

Для забезпечення якості послуг необхідно використовувати різні методики та інструменти, такі як аудит якості, контроль якості, опитування клієнтів, оцінка відгуків та відгуків клієнтів, технічна підтримка та інші.

На національному та міжнародному рівні поняття якості послуг можуть відрізнятись в залежності від культурних, економічних та інших факторів, що впливають на сприйняття та оцінку якості. На національному рівні, критерії якості послуг можуть бути сформовані в межах конкретної країни та враховувати місцеві потреби та вимоги споживачів. Так, в різних країнах можуть бути різні стандарти якості, різні системи сертифікації та відмітки, що свідчать про відповідність послуг стандартам.

На міжнародному рівні, поняття якості послуг може мати більш загальний характер та включати у себе глобальні стандарти та рекомендації, такі як стандарти ISO. Такі стандарти можуть бути загальними для різних країн та галузей, що дозволяє споживачам зрозуміти, що якість послуг відповідає міжнародним стандартам.

Тож, якщо говорити саме про міжнародну торгівлю послугами – це товарно-грошова система міжнародних відносин з приводу купівлі-продажу послуг.

Вже з неоднозначності тлумачення поняття «послуга» можна зрозуміти, що його особливості впливають і на послугу як об'єкта торгівлі, тим паче якщо говорити про це на міжнародному рівні. Спираючись на виконані в роботі Носач Л.Л. дослідження особливостей послуг як специфічного товару, нами виокремлено такі специфічні риси [19, 79]:

- Надання або споживання послуг відбувається переважно одночасно без можливості збереження, тому торгівля більшістю видів послуг оснований на прямих контактах між їх виробниками та споживачами. Через це або

виробник послуг повинен бути присутнім за кордоном або споживач з іншої країни повинен приїхати до країни виробника.

- Існує тісний зв'язок між міжнародною торгівлею товарами і торгівлею послугами. Зазвичай це проявляється через стимулюючий характер впливу одного сектора на інший.
- Так як послуги не є матеріальними, їх не потрібно фізично пересувати через державні кордони або митниці. Тому послуги не мають потреби в митному оформленні.
- Торгівля послугами пов'язана з міграцією робочої сили та з міжнародним рухом капіталу, так як робоча сила є однією з найважливіших частин виробництва послуги і є причинно-наслідкові зв'язки пов'язані з рухом капіталу.
- Для послуг характерним є високий рівень державного захисту від іноземної конкуренції, при цьому існують жорсткі протекціоністські бар'єри.
- Наявні такі види послуг, що знаходяться у частковій або повній державній власності.
- Певні послуги, такі як побутові і комунальні, призначені тільки для внутрішнього споживання в країні і не можуть бути включені до торгівлі.
- Неоднорідність: Кожна послуга є унікальною, оскільки вона залежить від специфічних потреб і вимог клієнтів, а також від контексту, у якому вона надається.
- Іншою особливістю послуг є те, що якість наданої послуги часто є більш суб'єктивною, ніж, наприклад, якість фізичного товару. Якість наданої послуги може бути складніше виміряти, оскільки вона може залежати від багатьох факторів.

Особливості міжнародних торговельних послуг включають:

- Наявність різних мов та культур. Компанії, що надають міжнародні торгові послуги, повинні мати здатність взаємодіяти з клієнтами з різних країн та

культур. Навички міжкультурної комунікації та знання різних мов можуть бути ключовими для деяких з послуг.

- Валютні ризики. Міжнародні торговельні послуги зазвичай проводяться в різних валютах, що може створювати ризики змін курсів валют.
- Різноманітність законодавства та правил між різними країнами. Компанії, що надають міжнародні торгові послуги, повинні мати досвід в роботі з різними системами правового регулювання та міжнародними договорами.
- Великий обсяг даних та інформації, що потрібна для міжнародних торговельних операцій. Це може включати інформацію про товари, валютні курси, транспортні витрати та інші фактори, що можуть впливати на торгівлю.
- Високий рівень конкуренції. Міжнародний ринок є дуже конкурентним, що може призвести до складнощів у встановленні та збереженні конкурентоспроможності.
- Залежність від електронних технологій. Міжнародні торговельні послуги все більше стають залежними від електронних технологій та інші засоби зв'язку, що може створювати проблеми з безпекою та захистом даних.

Аналізуючи всі ці особливості, можна побачити, що переважна їх кількість формується у порівнянні з міжнародною торгівлею товарами або з урахуванням їх взаємозв'язку. Можна зробити висновок, що послуга являє собою результат діяльності, який не має матеріальної форми і надається з комерційною метою.

Загалом, міжнародні торговельні послуги вимагають більшої уваги до деталей та великої обізнаності з різноманітними культурними, правовими та фінансовими аспектами, що дозволяє забезпечити успішну реалізацію міжнародних бізнес-операцій.

Особливості торгівлі послугами на міжнародному рівні включають в себе необхідність прямих контактів між виробниками і споживачами, тісний зв'язок з міжнародною торгівлею товарами, необхідність руху робочої сили та капіталу, високий рівень державного захисту від іноземної конкуренції та наявність державної власності на деякі види послуг.

1.2 Класифікація та структура міжнародної торгівлі послугами

Сфера послуг представлена великим різноманіттям. Традиційну структуру складають транспортні, туристичні, послуги зв'язку та інші комерційні (банківські, страхові, аудиторські, фінансові, інформаційні тощо) послуги, хоча існує багато класифікацій, які по-різному їх виокремлюють.

Згідно з рішенням, прийнятим на Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), аналітики поділяють послуги на вісім видів. До них входять транспортні, туристичні, фінансові, послуги зв'язку, будівельні, професійні або ділові, комерційні та аудіовізуальні послуги, як це показано на рис.1.3.

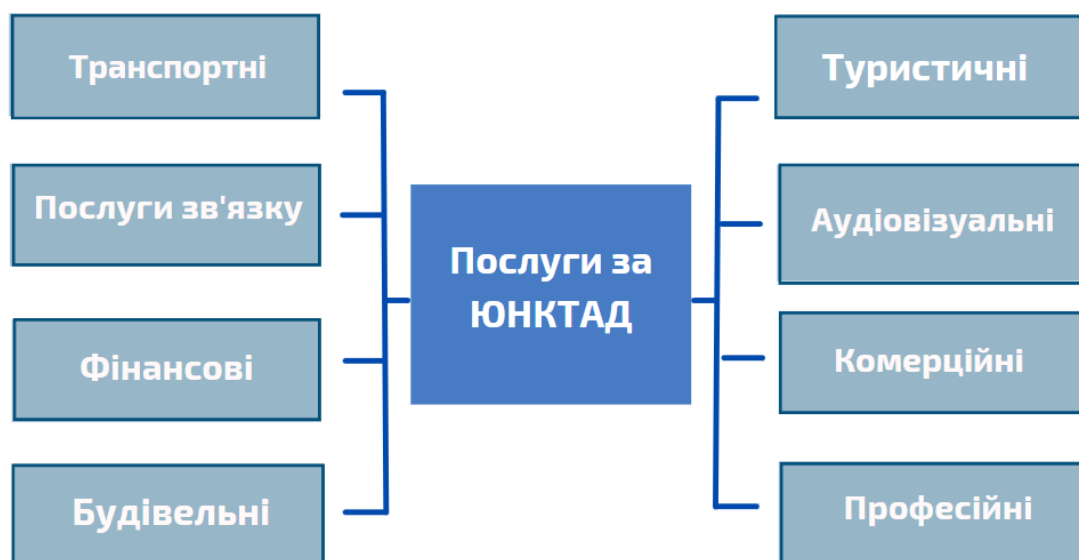


Рисунок 1.3 - Види послуг за ЮНКТАД [20,20]

Під транспортними послугами розуміють перевезення товарів або пасажирів будь-якими видами транспорту з однієї країни в іншу.

Основні учасники міжнародної торгівлі транспортними послугами - це транспортні компанії, які здійснюють перевезення та забезпечують логістичні послуги для вантажів та пасажирів. Такі компанії можуть бути різних типів, включаючи авіакомпанії, залізничні компанії, автобусні компанії, морські та річкові перевізники та інші. Компанії можуть надавати послуги як в межах країни, так і за її межами. Міжнародна торгівля транспортними послугами може бути

відкритою або регульованою, залежно від політики та законодавства країн-учасниць.

Туристичні послуги це вид діяльності, який спрямований на задоволення потреб іноземних відвідувачів, які знаходяться в країні протягом короткого строку. Основними напрямками є рекреаційний, науковий та діловий туризм. Туристичні послуги містять в собі: організацію туристичних поїздок, продаж і оформлення туристичних пакетів, розміщення туристів тощо.

Візьмемо як приклад Іспанію, країну, яка має розвинену туристичну інфраструктуру та пропонує різноманітні види туризму, такі як культурний, пляжний, гірський, спортивний та медичний туризм. Відповідно до Боднарюк І.В, в рамках дослідження особливостей розвитку туристичної сфери Іспанії, нами було виокремлено декілька факторів, які сприяють цьому. У країні працюють багато туристичних агентств, готелів та ресторанів, що забезпечує значну кількість робочих місць та забезпечує зростання економіки. Іспанія також має розвинуту мережу міжнародних аеропортів, що забезпечує зручність для туристів з усього світу, які бажають відвідати країну. У країні також працюють круїзні компанії, що пропонують туристам можливість подорожувати по різних частинах світу та відвідувати різні місцеві визначні пам'ятки. Іспанські туроператори працюють з багатьма країнами, що забезпечує можливість продажу туристичних послуг на міжнародному ринку. Багато туристів з країн ЄС та США обирають Іспанію як місце для відпочинку та подорожей [21].

Фінансові послуги - це економічні послуги, що надаються фінансовою галуззю, яка охоплює широкий спектр підприємств, що управляють коштами. Фінансові послуги, як правило, не обмежуються лише сферою прийому депозитів, наданням позик та інвестиційними послугами, але також присутні у сферах страхування, нерухомості, довірчих та агентських послуг, цінних паперів та всіх форм фінансового або ринкового посередництва.

Сутність послуг зі зв'язку полягає в можливості задовольнити потреби нерезидентів і резидентів, надаючи доступ до їх взаємного обміну інформацією та

даними. Ці послуги охоплюють телефонний, поштовий, кур'єрський та мережевий зв'язок.

Будівельні послуги – це система консультаційних та інженерних послуг, які надаються робітниками в іншій країні, тобто резидентами однієї країни за кордоном, при спорудженні та проектуванні певного об'єкту на тимчасовій основі.

Однією з країн, що активно займається міжнародною торгівлею будівельними послугами, є Китай. Китайські будівельні компанії, такі як China State Construction Engineering Corporation, China Communications Construction Company та China Railway Construction Corporation, стали одними з найбільших будівельних компаній у світі і виконують проекти в різних країнах світу. Один з прикладів міжнародної торгівлі будівельними послугами з боку Китаю - це будівництво гідроелектростанцій в Пакистані. China Three Gorges Corporation веде будівництво гідроелектростанції Дасу в Пакистані з китайськими технологіями та обладнанням. Цей проект оцінюється в 4,4 мільярда доларів США та є одним з найбільших китайських інвестиційних проектів у Пакистані [22].

Серед цих послуг часто виокремлюють «інжиніринг» як самостійну галузь, яка стосується застосування спеціальних знань в галузі математичних, фізичних та інженерних наук при консультації, дослідженні, оцінці, плануванні і проектуванні інженерних систем, інженерному дослідженні і аналізі будівництва. Один з прикладів міжнародної торгівлі послугами інжинірингу є розробка та будівництво нових технологічних заводів для виробництва продукції в різних країнах світу. Наприклад, японська компанія Toyota може найняти американську інжинірингову компанію для розробки та будівництва нового заводу в Сполучених Штатах. Інженери з США можуть виконати розрахунки, проектування, тестування та забезпечити виробництво нових машин, що відповідають потребам американського ринку.

Професійні послуги - це діяльність, яка потребує спеціальної підготовки в певній галузі. Якщо говорити про міжнародну торгівлю послугами, то зазвичай це стосується аудиторських, юридичних, управлінських послуг або в сфері дизайну та архітектури.

Аудиторські послуги - це послуги, які надаються для перевірки фінансових звітів компаній з метою підтвердження їх точності та достовірності. Аудиторські фірми можуть надавати свої послуги як на місцевому, так і на міжнародному рівнях, щоб забезпечити високий рівень достовірності фінансової звітності підприємств.

Наприклад, компанії, такі як Deloitte, PwC, EY та KPMG, мають великі міжнародні практики та надають свої послуги клієнтам з усього світу. Ці компанії надають послуги аудиту, податкового консультування, консультування з управління ризиками та багато інших послуг клієнтам з усього світу. Наприклад, Deloitte надавала послуги аудиту для компаній в Європі, Азії та Африці, а також в Латинській Америці та на Карибських островах. PwC надавала послуги управління ризиками та податкового консультування для компаній в Європі, Азії та Північній Америці [23].

Аудіовізуальні послуги в рамках міжнародної торгівлі послугами включають широкий спектр послуг, пов'язаних з виробництвом, розповсюдженням та трансляцією аудіо- та відеоматеріалів. Ці послуги є дуже важливими для розвитку різних галузей, таких як культура, мистецтво, реклама, масова інформація та інші. Цей тип послуг є дуже важливим для розвитку культурного обміну та співпраці між країнами та є однією з найбільш зростаючих галузей світової економіки. Однією з найбільш відомих країн в світі, які займаються міжнародною торгівлею аудіовізуальними послугами, є США. Американська кіноіндустрія є найбільшою в світі, і її фільми та телевізійні шоу є популярними у всьому світі. Країни, які купують більше всього американського контенту, включають Канаду, Велику Британію, Німеччину, Францію та Японію [24].

До комерційних традиційно належать рекламні, консалтингові послуги та лізинг. Консалтингові послуги здійснюються у формі порад з широкого кола питань певних компаній однієї країни замовникам послуги з іншої країни. Зазвичай ці послуги проводять під час надання і інших видів послуг.

Під лізингом розуміють форму фінансової діяльності, пов'язану з передачею капітальних товарів у тимчасове користування на певний строк за плату певною

компанією іншій стороні. Лізингоотримувач має можливість використовувати майно протягом договірному терміну, платити за це певні відсотки та в кінці терміну має можливість викупити майно за певну суму. В контексті міжнародної торгівлі послугами, лізинг може бути корисним інструментом для компаній, що хочуть здійснювати експорт обладнання або іншої майнової цінності в інші країни. Лізингодавець може бути локальною фінансовою компанією в країні-експортері, а лізингоотримувач - компанією в країні-імпортері.

Угода про лізинг може мати певні переваги для обох сторін:

- Для лізингоотримувача: можливість отримати доступ до обладнання або іншої майнової цінності без значних витрат на покупку. Також, лізинг може допомогти зменшити податкове навантаження, оскільки лізингові платежі можуть бути включені до складу витрат компанії.
- Для лізингодавця: можливість отримати дохід від платежів за лізинг, а також можливість зменшити ризики, пов'язані зі зберіганням та експлуатацією майна, оскільки вони лежать на лізингоотримувачу.

МВФ крім тих видів послуг, які вже були згадані, виділяє окремо страхування; комп'ютерні та інформаційні послуги; роялті і ліцензійні платежі; інші бізнес-послуги; культурні та рекреаційні; урядові послуги (рис.1.4).



Рисунок 1.4 - Види послуг за МВФ [25, 102]

Страхові послуги полягають в задоволенні потреб захисту майнових і особистих інтересів клієнтів-нерезидентів.

Сектор комп'ютерних та інформаційних послуг охоплює операції з комп'ютерними даними та інформацією між резидентами і нерезидентами. Сюди входить: розробка, зберігання, обробка даних, впровадження програмного забезпечення, обслуговування та ремонт комп'ютерів та іншого обладнання. Зараз саме ця сфера розвивається найдинамічніше.

Один з прикладів такого розвитку можна знайти в Індії. Індійська економіка зосереджена на послугах, зокрема на ІТ-послугах, таких як програмування, розробка програмного забезпечення та інших високотехнологічних послугах. Нові послуги, такі як штучний інтелект, блокчейн технології та інші розумні рішення, стають все популярнішими, і Індія стає головним постачальником цих послуг для світових ринків.

Роялті та ліцензійні платежі надають можливість отримувати платежі за використання нерезидентами правами власності резидентів, включаючи твори, захищені авторським правом, франшизи і природні ресурси та користуватися оригіналами та іншими прототипами на основі ліцензії.

Візьмемо на приклад країну Швецію, країна відома своїми інноваційними компаніями в галузі інформаційних технологій, дизайну та іншого. Багато з цих компаній працюють з клієнтами за межами країни та надають їм послуги, що включають інтелектуальну власність, таку як патенти, авторські права та ліцензії на використання програмного забезпечення. Швеція має відкрите господарство та активно розвиває міжнародну торгівлю, тому більшість шведських компаній мають клієнтів за межами країни. У зв'язку з цим, роялті та ліцензійні платежі з іноземних клієнтів є важливим джерелом доходу для бізнесу в Швеції.

До культурних та рекреаційних послуг належать різноманітні види дозвілля та розваг, пов'язаних з культурою, мистецтвом, спортом та відпочинком. Культурні та рекреаційні послуги мають велике значення для розвитку туризму та місцевої економіки, оскільки привертають увагу багатьох людей. Крім того, вони важливі

для підвищення якості життя суспільства, що може сприяти збереженню здоров'я та зниженню рівня стресу.

Урядові послуги використовують для підтримання міжнародних економічних відносин, а саме постачання товарів до посольств та інших видів представництв міжнародних організацій.

Інші бізнес послуги включають в себе посередницькі, лізингові та інші ділові, професійні та технічні послуги.

Класифікація СОТ виділяє приблизно 600 послуг, які розподіляє в 12 груп: комерційні послуги; послуги зв'язку; будівельні; фінансові; транспортні; туристичні; культурні та рекреаційні; екологічні; освітні; охорона здоров'я та соціальні; дистриб'юторські та інші послуги (рис.1.5).

Екологічні послуги включають послуги з очищення стічних вод, вивезення сміття, скорочення викидів від транспортних засобів і «інші» екологічні послуги.



Рисунок 1.5 - Послуги за СОТ [26, 107]

Приклад можна знайти в Німеччині, де розвиваються нові послуги в області "зеленої" економіки, такі як енергетична ефективність та відновлювані джерела енергії. Німецькі компанії, такі як Siemens та Bosch, розробляють нові технології, щоб зменшити вплив підприємств на навколишнє середовище та забезпечити сталий розвиток [27].

Послуги дистрибуції включають послуги комісійних агентів, послуги оптової торгівлі, роздрібні послуги та франчайзинг.

Сектор охорони здоров'я та соціальних послуг охоплює діяльність від медичних послуг, що надаються кваліфікованими медичними працівниками, до послуг соціального обслуговування населення без будь-якої участі кваліфікованих медичних працівників.

Освітні послуги можуть бути надані як в межах країни, так і за її межами, тобто в рамках міжнародної торгівлі послугами. Це може включати навчання іноземних студентів в університетах інших країн, надання дистанційної освіти за кордоном, обмін викладачами і студентами між університетами та інші форми міжнародної співпраці у сфері освіти.

Відповідно до дослідження глобального ринку освітніх послуг, проведеного С.Л. Лондар, нами було визначено, що США є однією з провідних країн у світі, які надають освітні послуги за кордоном. За даними Національного центру статистики освіти США, у 2019 році понад 1 мільйон іноземних студентів навчалися в американських університетах. Це забезпечує значний прибуток для американської економіки та сприяє культурному обміну між країнами [28, 4].

Слід зазначити, що класифікація міжнародної торгівлі послугами є важливим інструментом для аналізу та розуміння механізмів та структури міжнародної торгівлі послугами.

Такий великий спектр послуг зумовлений особливостями послуг як товару та постійним розвитком різних галузей, що призводить до виникнення нових потреб, які можна задовольнити саме за допомогою відповідного або нового виду послуг.

Класифікація та структура міжнародної торгівлі послугами дозволяє зрозуміти, які види послуг є об'єктом міжнародної торгівлі, які механізми інтернаціоналізації використовуються для надання цих послуг, а також які переваги та обмеження пов'язані з різними формами надання послуг. Знання цих аспектів може допомогти підприємствам та державам розробити ефективні стратегії розвитку міжнародної торгівлі послугами.

1.3 Сучасні принципи, механізми та інструменти регулювання міжнародної торгівлі послугами

Значний розвиток послуг, їх диверсифікація та збільшення важливості цього сектору в аспекті глобальності викликає потребу в чіткому розумінні того, як і на основі чого відбувається регулювання міжнародної торгівлі послуг.

Глобалізація світової економіки призвела до збільшення обсягів міжнародної торгівлі послугами, і це підкреслило необхідність регулювання. В рамках нашого дослідження було виявлено кілька причин, чому регулювання міжнародної торгівлі послугами необхідне:

- Сприяння конкуренції: регулювання міжнародної торгівлі послугами може сприяти розвитку конкуренції, що може призвести до зниження цін, кращої якості та збільшення інновацій. Усуваючи бар'єри входу на ринок і заохочуючи конкуренцію, підприємства змушені бути більш ефективними, що зрештою приносить користь споживачам.
- Захист споживачів: регулювання міжнародної торгівлі послугами може допомогти захистити споживачів від недобросовісних або небезпечних дій. Наприклад, правила можуть гарантувати, що послуги надаються відповідно до певного стандарту якості та що споживачі мають доступ до відшкодування, якщо щось піде не так. Норми також можуть гарантувати дотримання постачальниками послуг стандартів охорони здоров'я та безпеки, захист конфіденційності споживачів і запобігання шахрайству.
- Забезпечення національної безпеки: регулювання міжнародної торгівлі послугами може допомогти захистити інтереси національної безпеки. Певні послуги, як-от телекомунікаційні чи фінансові послуги, мають вирішальне значення для інфраструктури країни, і їх необхідно регулювати, щоб запобігти доступу іноземних організацій до конфіденційної інформації чи контролю над основними службами.

- Створення рівних умов: регулювання міжнародної торгівлі послугами може допомогти створити рівні умови для підприємств з різних країн. Усунувши бар'єри в торгівлі, підприємства з різних країн можуть конкурувати на рівних умовах, що може призвести до більш ефективних та інноваційних послуг.
- Сприяння економічному зростанню: регулювання міжнародної торгівлі послугами може сприяти економічному зростанню шляхом збільшення торгівлі та інвестицій. Усуваючи бар'єри для торгівлі, підприємства можуть отримати доступ до нових ринків, що може призвести до збільшення інвестицій і створення робочих місць.

Так як сфера послуг є вразливішою ніж сфера товарів і для держав важливо забезпечити безпеку і захист національних ринків, то існує багато варіантів як регулювати торгівлю послугами за кордоном та на національному рівні. Основними з таких методів є впровадження кількісних обмежень на експорт деяких послуг, особливі тарифи, використання системи ліцензування тощо.

Для регулювання торгівлі послугами на міжнародному рівні використовують двосторонні та багатосторонні угоди. Спираючись на дослідження Бурла А.В. стосовно регулювання міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації, ми прийшли до висновку, що двосторонні угоди потрібні, якщо розглядають певну галузь або окремі аспекти торгівлі послугами між двома країнами [29, 42].

У межах Європейського союзу було укладено декілька двосторонніх угод з іншими країнами, що регулюють торгівлю послугами. Одна з найбільш важливих з них є Угода про зону вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом, яка була підписана у 2014 році. Ця угода містить ряд зобов'язань стосовно зменшення тарифів та нетарифних бар'єрів, що обмежують торгівлю послугами між сторонами.

Окрім того, Європейський союз підписав декілька двосторонніх угод з країнами Південно-Східної Азії, таких як Японія, Корея та Сінгапур. Ці угоди містять зобов'язання стосовно зменшення бар'єрів для в'їзду на ринки послуг інших

країн, зокрема, в галузі телекомунікацій, фінансових послуг, транспорту та професійних послуг.

Однак, двосторонні угоди можуть мати певні недоліки, зокрема, вони можуть бути менш ефективними в порівнянні з багатосторонніми, можуть бути менш прозорими та менш відкритими для обговорення.

Відкритість та недискримінація - принципи, які передбачають, що держави повинні давати однаковий доступ до своїх ринків для іноземних послуг та не дискримінувати їх у порівнянні з власними і які мають бути в основі всіх угод.

Інші – багатосторонні виконують свою роль в рамках міжнародних організацій. Згідно з аналізами І. Дюмулена більше ніж 40 організацій або займаються міжнародною торгівлею послугами або регулюють її. Більшість з них робить це відповідно до своєї спеціалізації [30].

Міжнародна морська організація (ІМО) займається регулюванням транспортного, а саме морського, перевезення. Організація міжнародної цивільної авіації (ІКАО) відповідає за технічні, юридичні та правові аспекти авіаперевезень. Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА) представляє інтереси авіакомпаній і регулює тарифну політику у сфері авіаційних послуг.

В галузі туристичних послуг однією з найвпливовіших є Всесвітня організація з туризму (ВОТ). Вона займається розробкою нормативної бази, міжнародних договорів та слідкує за їх дотриманням, шукає шляхи до спрощення візових та інших формальностей з метою сприяння розвитку туризму.

Одна з найвідоміших міжнародних організацій, Організація Об'єднаних Націй (ООН) теж бере участь в регулюванні, а саме за допомогою своїх підрозділів, таких як Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) і Комісія ООН з прав Міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ). Вони відповідають за розробку міжнародних документів, пов'язаних з міжнародною торгівлею, та мають справу з міжнародними платежами, транспортуванням товарів тощо.

Також важливу роль відіграють регіональні інтеграційні об'єднання, такі як ЄС, НАФТА, а саме їх угоди про міждержавну взаємодію щодо торгівлі послугами.

Найвпливовішим регулятором на глобальному рівні є Світова організація торгівлі (СОТ). Разом зі створенням СОТ сформувалася потрібна правова система забезпечення та регулювання міжнародної торгівлі. Такі угоди як Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС) [31], Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ) та Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС) стали основою для створення СОТ [32, 39].

ГАТС й досі є основним нормативним документом, який регулює саме торгівлю на ринку послуг. Угода сприяє зменшенню та усуненню дискримінаційних державних методів та заходів щодо надання послуг компаніями, які були створенні за допомогою іноземного капіталу, забезпечує правове регулювання виконання зобов'язань країн, які є членами СОТ та проводить різні заходи, форуми і переговори, з метою подальшої лібералізації міжнародної торгівлі послугами.

Саме в ГАТС вперше дають визначення терміну «торгівля послугами» і виокремлюють 4 методи постачання послуг: транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність, присутність фізичних осіб.

За своєю структурою ГАТС поділяється на три блоки, відповідно як це показано на рис. 1.6.

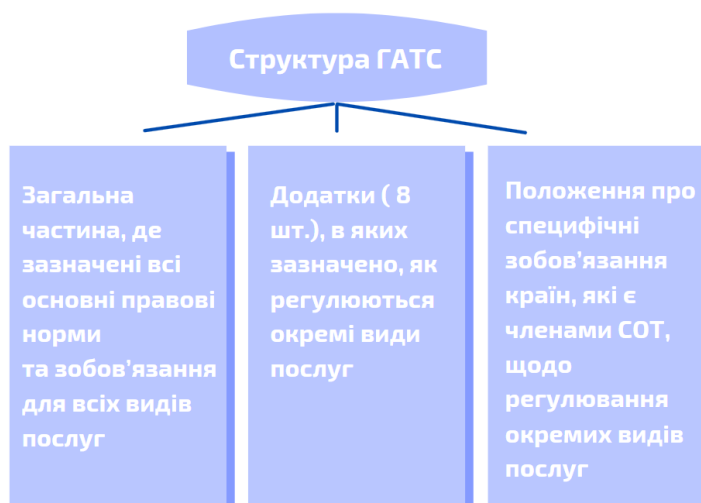


Рисунок 1.6 - Структура ГАТС [31]

Така структура збігається з структурою ГАТТ і дає можливість для ГАТС бути доступною для країни з будь-яким рівнем економічного розвитку та в подальшому розвивати міжнародну торгівлю, а саме сферу послуг.

Найважливіші зобов'язання країн-членів СОТ щодо торгівлі послугами включають в себе ряд обов'язкових положень. Наприклад, країни повинні забезпечувати прозорість правил торгівлі послугами, створюючи інформаційні та контактні пункти, які надають певну інформацію про законодавство і норми в рамках торгівлі послугами саме в тих сферах, які цікавлять інших країн-членів.

Зокрема, розвинуті країни повинні допомагати постачальникам послуг із країн, що розвиваються, створюючи контактні пункти, які зобов'язані надавати інформацію про технологію послуг, комерційні та технічні аспекти надання послуг, реєстрації, визнання та отримання професійних кваліфікацій.

Крім того, країни повинні визнавати кваліфікацію, необхідну для надання послуг, та укладати двосторонні й багатосторонні угоди для взаємного визнання кваліфікації. Фізичні та юридичні особи, які займаються послугами, мають необхідність отримати сертифікати або ліцензії та інші документи, які надають право для заняття цією діяльністю.

Послуги міжнародної торгівлі можуть бути стандартизовані або індивідуальні залежно від характеру послуги та потреб клієнтів.

Стандартизація відноситься до процесу створення однорідної або узгодженої пропозиції послуг, яка відповідає потребам великої групи клієнтів. Стандартизовані торгові послуги часто характеризуються високим ступенем ефективності, низькими витратами та передбачуваним рівнем якості. Наприклад, міжнародні транспортні компанії часто пропонують стандартизовані послуги доставки, які є надійними та економічно ефективними.

З іншого боку, індивідуалізація стосується процесу пристосування послуг до конкретних потреб окремих клієнтів. Індивідуалізовані торгові послуги часто характеризуються високим ступенем налаштування, гнучкості та персоналізації. Наприклад, послуги з фінансування міжнародної торгівлі можуть бути індивідуальними для задоволення конкретних фінансових потреб конкретного клієнта.

Рішення щодо стандартизації або індивідуалізації торговельних послуг залежатиме від різних факторів, включаючи характер послуги, цільовий ринок і

конкуренцію. Наприклад, якщо цільовий ринок дуже різноманітний і вимагає високого рівня налаштувань, індивідуалізація може бути більш доцільною. І навпаки, якщо цільовий ринок є відносно однорідним і вимагає високого ступеня ефективності та рентабельності, стандартизація може бути більш доцільною. Зрештою, вибір між стандартизацією та індивідуалізацією буде залежати від потреб клієнтів і цілей постачальника послуг.

Варто зазначити, що повинні існувати певні норми та обмеження щодо монополій, постачальників ексклюзивних послуг та ділової практики, що буде сприяти обмеженню конкуренції. На місцевих ринках постачальники послуг часто є монополістами, тому така практика заборонена правилами ГАТС. Якщо ж виникає проблема, постачальники послуг можуть обмежити торгівлю.

Інструменти торговельної політики, які використовуються для обмеження торгівлі послугами, здебільшого такі самі, як ті, що діють для обмеження торгівлі товарами. Подібність цих інструментів ґрунтується на тому факті, що більша частина торгівлі послугами пов'язана з торгівлею товарами і, таким чином, підпадає під обмеження, які накладаються при торгівлі товарами. Різниця полягає в тому, що певний вид торгівлі послугами пов'язаний не з товарами, а з потоками капіталу, і регулюється інакше, ніж торгівля товарами.

Ці інструменти використовуються для виконання наступних завдань:

- захист від конкуренції вітчизняних постачальників, і при цьому мають відповідно протекціоністський характер;
- спрямовуються на те, щоб забезпечити необхідну якість послуг, як товару, при цьому забезпечуючи інтереси споживачів;
- підтримка відповідної ринкової структури.

Бар'єри в міжнародній торгівлі послугами - це різні обмеження та перешкоди, які створюються країнами з метою захисту національних інтересів та розвитку внутрішнього ринку послуг.

На основі дослідження різних бар'єрів в міжнародній торгівлі послугами в роботі І.І. Дюмулена, ми систематизували деякі з них відповідно до певного способу поставки послуг, що показано в табл.1.1.

Таблиця 1.1 - Види бар'єрів та їх спрямованість

Спосіб поставки послуг	Види бар'єрів та їх спрямованість
Постачання послуг через комерційну присутність	Обмеження у відкриванні філій та представництв іноземних компаній в деяких країнах. Крім того, країни можуть встановлювати вимоги до мінімального капіталу та спеціальних дозволів для відкриття філій, що може стати бар'єром для іноземних компаній.
Постачання послуг через пересування фізичних осіб	Складність в отриманні віз та дозволів на перебування в країні-отримувачі послуг. Крім того, країни можуть встановлювати вимоги до кваліфікацій фахівців та робітників, що може ускладнити доступ іноземних компаній до ринку.
Постачання послуг через тимчасове перебування при отриманні послуг	Вимоги до віз та дозволів на перебування в країні-надавачі послуг, що може ускладнити доступ іноземних клієнтів до послуг. Крім того, країни можуть встановлювати обмеження на певні види послуг або надавати перевагу вітчизняним компаніям, що може створити бар'єри для іноземних компаній.
Постачання послуг за допомогою електронних засобів	Різниця у вимогах до захисту персональних даних та інформації, що може вимагати від іноземних компаній додаткових зусиль. Крім того, країни можуть встановлювати вимоги до локалізації даних або забороняти певні види електронної комерції, що може ускладнити доступ іноземних компаній до ринку.

Джерело: розроблено автором на основі [30]

У загальному регулювання міжнародної торгівлі послугами містить в собі багато різних видів бар'єрів, таких як технічні стандарти (наприклад, деякі країни можуть вимагати додаткових вимог до здоров'я та безпеки, що може вимагати додаткових зусиль та витрат від іноземних компаній), вимоги до кваліфікацій, ліцензування (ці вимоги можуть бути пов'язані з безпекою та якістю послуг, але також можуть бути використані як інструмент захисту національного ринку), міграційні обмеження та інші.

Для зменшення цих бар'єрів, країни можуть проводити переговори про зниження торгових бар'єрів, встановлювати стандарти згідно з міжнародними нормами та забезпечувати прозорість та прогнозованість регулювання.

Якщо розглядати механізми регулювання торгівлі послугами, то їх теж в цілому можна назвати обмежувальними. Кількісні санкції в своїй основі базуються на прямій забороні присутності іноземних компаній та відповідних осіб на національному рівні ринку послуг або на запровадженні квот при імпорті послуг з іншої країни.

Аналізуючи всі способи регулювання, можна зрозуміти, що при активному розвитку сфери торгівлі послугами, є потреба в правовій базі на різних рівнях масштабу для того, щоб без проблем регулювати та контролювати таку діяльність (рис.1.7).

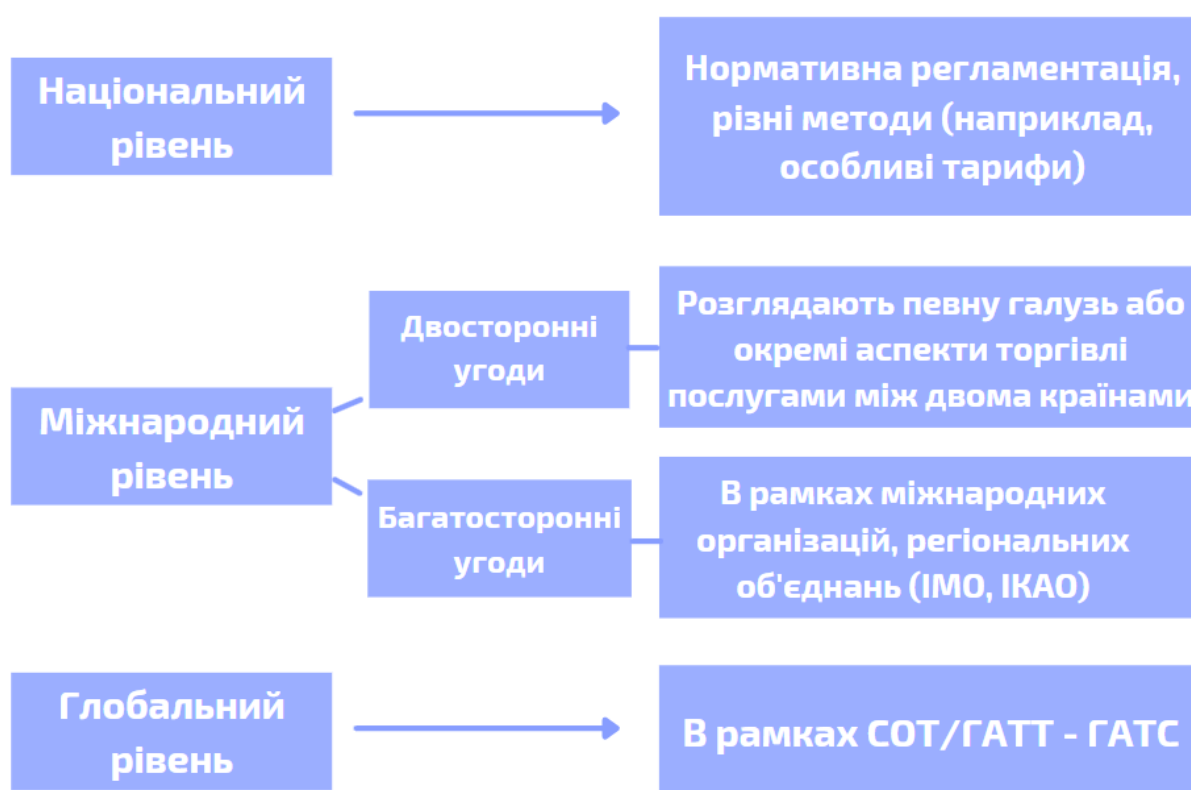


Рисунок 1.7 - Заходи регулювання міжнародної торгівлі послугами

Джерело: розроблено автором

Хоча ГАТС та інші угоди досить чітко регулюють міжнародну торгівлю послугами, але вони є лише базою і тому є необхідність або в їх редагуванні або в створенні нових угод та документів, звертаючи увагу на виникнення нових послуг, а відтак потреб в іншому регулюванні.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ

2.1 Нові тенденції структурної динаміки міжнародної торгівлі послугами країн ЄС

Міжнародний поділ праці стосується не тільки спеціалізації певних країн на виробництві окремих видів продукції, але і надання різних послуг. Це, можна побачити, аналізуючи структуру послуг відповідної країни.

В рамках висвітлення важливих тенденцій в структурній динаміці міжнародної торгівлі послугами країн ЄС, було вирішено провести аналіз, заснований на різниці в рівні економічного розвитку, що є важливим фактором, який має вплив на структуру торгівлі.

Аналізуючи високорозвинені країни, такі як Німеччина та Люксембург, можна дослідити особливості розвиненої інфраструктури та високих технологічних рішень, які є важливими чинниками у сприянні міжнародній торгівлі послугами.

Досліджуючи Іспанію та Ірландію, які мають трохи менший рівень економічного розвитку, можна дослідити особливості їхніх національних економічних моделей та їх вплив на міжнародну торгівлю.

Досліджуючи молоді європейські держави, такі як Естонія та Польща, можна дослідити вплив різноманітних факторів, таких як політичні та соціально-економічні перетворення, що сталися в цих країнах в останні роки, на їхній потенціал для розвитку міжнародної торгівлі послугами.

Такий підхід дозволить детально проаналізувати різні аспекти міжнародної торгівлі послугами в різних країнах з різними рівнями економічного розвитку та національними особливостями, що дозволить отримати глибоке розуміння процесів, що відбуваються в світовій економіці.

Аналізуючи обсяги експорту послуг для всіх зазначених країн протягом

2012-2021 років бачимо відносно схожу динаміку змін, в цілому, спрямовану на зростання. Проте, майже всі країни мали незначне зменшення в експорті в 2015 році, та досить різке зниження в 2020 році, внаслідок пандемії. Однак, відповідно до рис. 2.1 бачимо, що в Ірландії та Люксембурзі помітне було навіть зростання на 15% та 3% відповідно.

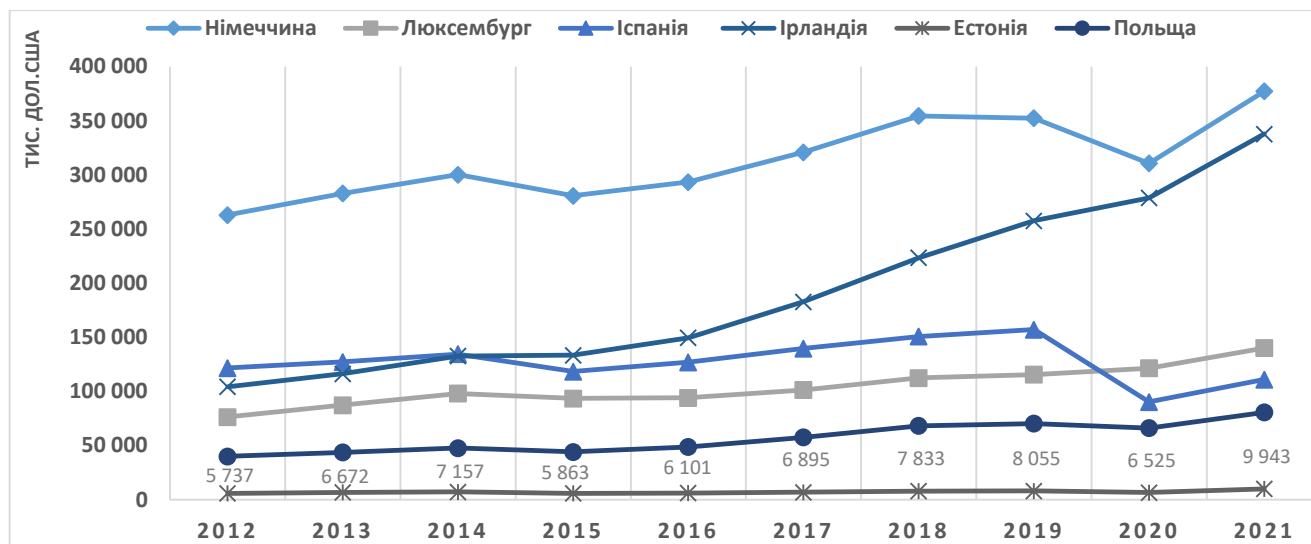


Рисунок 2.1 – Динаміка експорту послуг протягом 2012-2021 років

Джерело: розроблено автором на основі [33]

Розглядаючи імпорт, загалом, можемо бачити схожі тенденції, проте варто зазначити, що для Ірландії був характерний спад і в 2021 році, що видно на рис.2.2.

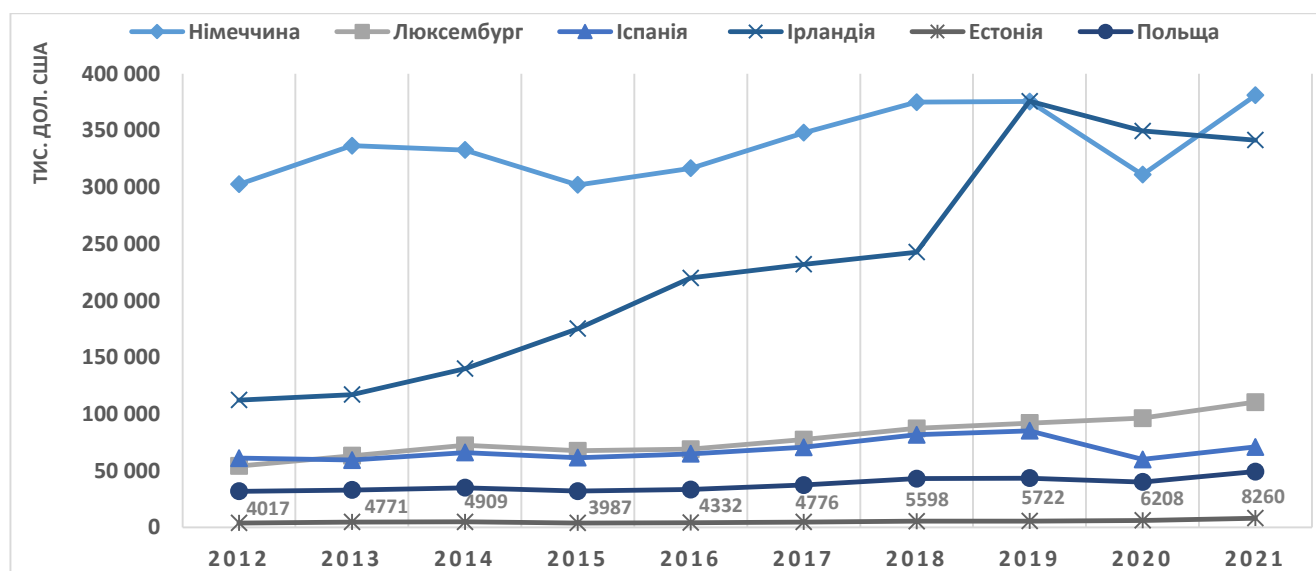


Рисунок 2.2 – Динаміка імпорту послуг протягом 2012-2021 років

Джерело: розроблено автором на основі [34]

В рамках дослідження, варто детально проаналізувати структуру динаміку для кожної з зазначених країн.

Торгівля становить 89% ВВП Німеччини (порівняно з 81% роком раніше), і країна є третім за величиною імпортером і експортером у світі [35]. Як і в більшості розвинених країн, сфера послуг стала важливою ланкою німецької економіки, хоча складає всього 19% загального експорту на 2021 рік.

Сектор послуг в Німеччині охоплює всі види діяльності, пов'язані з нематеріальними благами. Експорт включає такі галузі: ділові послуги (29%), транспортні (21%), збори за використання інтелектуальної власності (15%), послуги зв'язку (11%), фінансові (9%), туристичні (6%), страхові та пенсійні (3,6%), будівельні (3,8%) та особисті, культурні і рекреаційні послуги (2%) (рис.2.3).

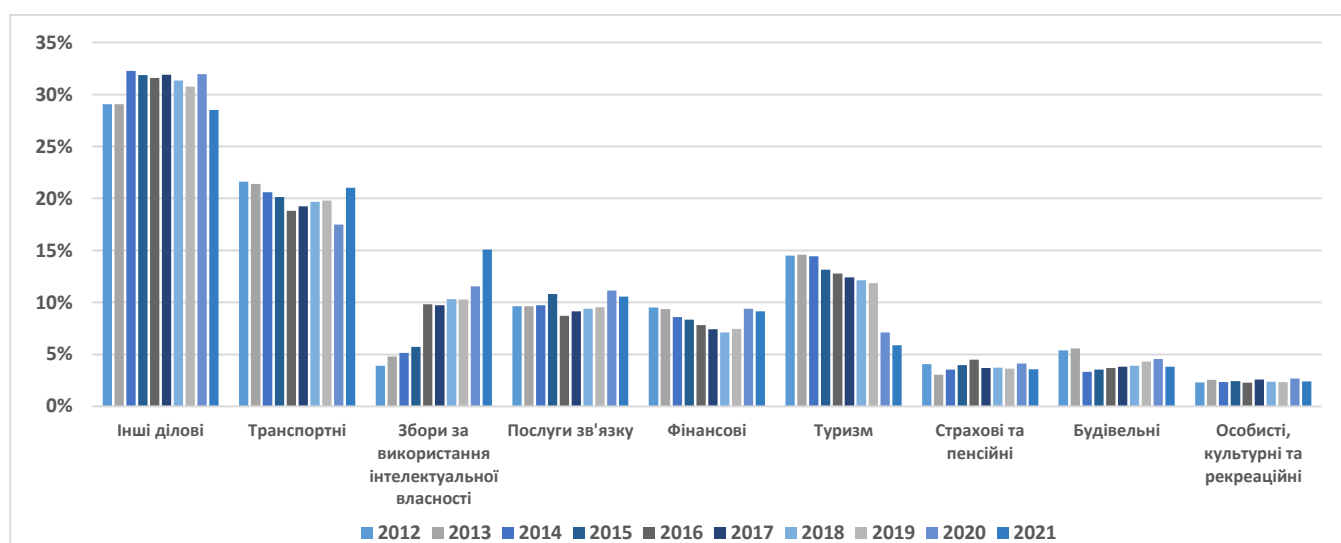


Рисунок 2.3 – Структурна динаміка експорту послуг Німеччини за 2012-2021 роки

Джерело: розроблено автором на основі [36]

Більшу частину експорту складають ділові послуги, що в основному обумовлено сильним попитом на послуги, пов'язані з бізнесом (29%). Крім того, розвиток нових технологій створив цілі нові галузі у третинному секторі. Хоча, відповідно до рис. 2.3, бачимо досить різке зменшення в 2021 році до рівня 2012-2013 років - 29%.

До складу ділових послуг переважно входять технічні, торговельні та інші бізнес-послуги (архітектурні, інженерні, наукові послуги, обробка відходів і очищення навколишнього середовища, сільськогосподарські та гірничодобувні послуги, послуги оперативного лізингу) – 38% від всіх ділових послуг; професійні та управлінські консультаційні послуги (юридичні, бухгалтерські, управлінські

консультації та послуги зі зв'язків з громадськістю, послуги з реклами, дослідження ринку) – 36%; НДДКР – 26 %.

Для транспортних послуг в 2021 році було помітне зростання обсягів експорту, у порівнянні зі значним спадом в 2020, що було спричинено переважно пандемією коронавірусу. Внаслідок цього явища також варто зазначити про різке зниження внаслідок локдаунів, виникнення нових штамів вірусів туристичних послуг, що в 2021, відповідно до динаміки, не мало покращення.

Висока кваліфікація німецького персоналу широко відома на міжнародному ринку. Послуги, що базуються на знаннях, особливо сильно впливають на економіку Німеччини. ІТ-послуги, дослідження та розробки, а також галузі логістики та комунікацій мають високий потенціал для подальшого зростання [37]. Креативні індустрії також стали економічною силою в країні. Тому не дивним є збільшення експорту фінансових послуг, послуг зв'язку (основу становлять комп'ютерні послуги -81%) та зборів за використання інтелектуальної власності.

Переважну частину імпорту послуг складають ділові (найбільше - консультивання з питань бізнесу та управління та зв'язки з громадськістю), транспортні та туристичні послуги (рис 2.4).

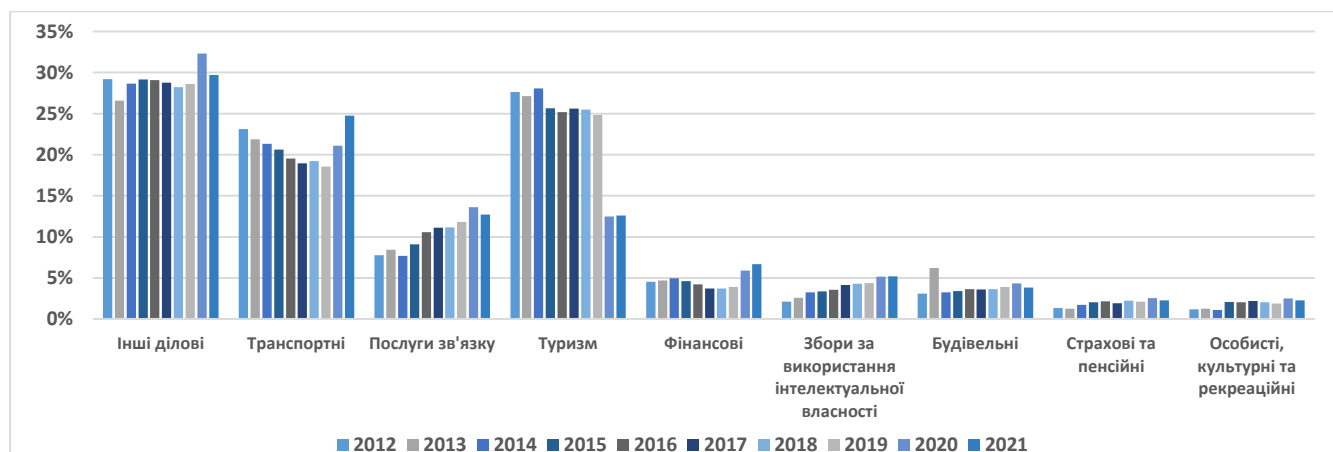


Рисунок 2.4 – Структурна динаміка імпорту послуг Німеччини за 2012-2021 роки

Джерело: розроблено автором на основі [36]

Для транспортних послуг було характерним зниження до 2019 року, однак протягом 2020-2021 років імпорт суттєво зріс. Характерним також є поступове збільшення послуг зв'язку. Імпорт туристичних послуг, як було зазначено раніше, внаслідок Covid-19 зменшився майже наполовину у порівнянні з 2019 роком.

Найбільше Німеччина експортує до США (14%), Великобританія (9,2%), Швейцарії (9%), Франції (7,5%), Нідерландів (5,8%), Китаю (5,6%), Люксембургу (5%). Взагалішому на країни ЄС припадає близько 60% загального експорту послуг.

В імпорті, в цілому, схожа ситуація, головними партнерами є США (13%), Великобританія (9%), Ірландія (6%), Нідерланди (6%), Австрія (5,7%), Франція (5,7%), Швейцарія (5%), Польща (4,7%). На ЄС припадає 57% імпорту послуг.

Економіка Люксембургу вирізняється надзвичайною міжнародною відкритістю, частка експорту та імпорту у ВВП становить 388% і за цим показником входить до числа найбільш відкритих у світі (як Сінгапур, Гонконг тощо) [38]. Це пояснюється значною вагою в її зовнішній торгівлі експорту послуг, що становить 89% від загального експорту. Основу як і в експорті (60%), так і в імпорті (52%) послуг займають фінансові послуги (рис.2.5).

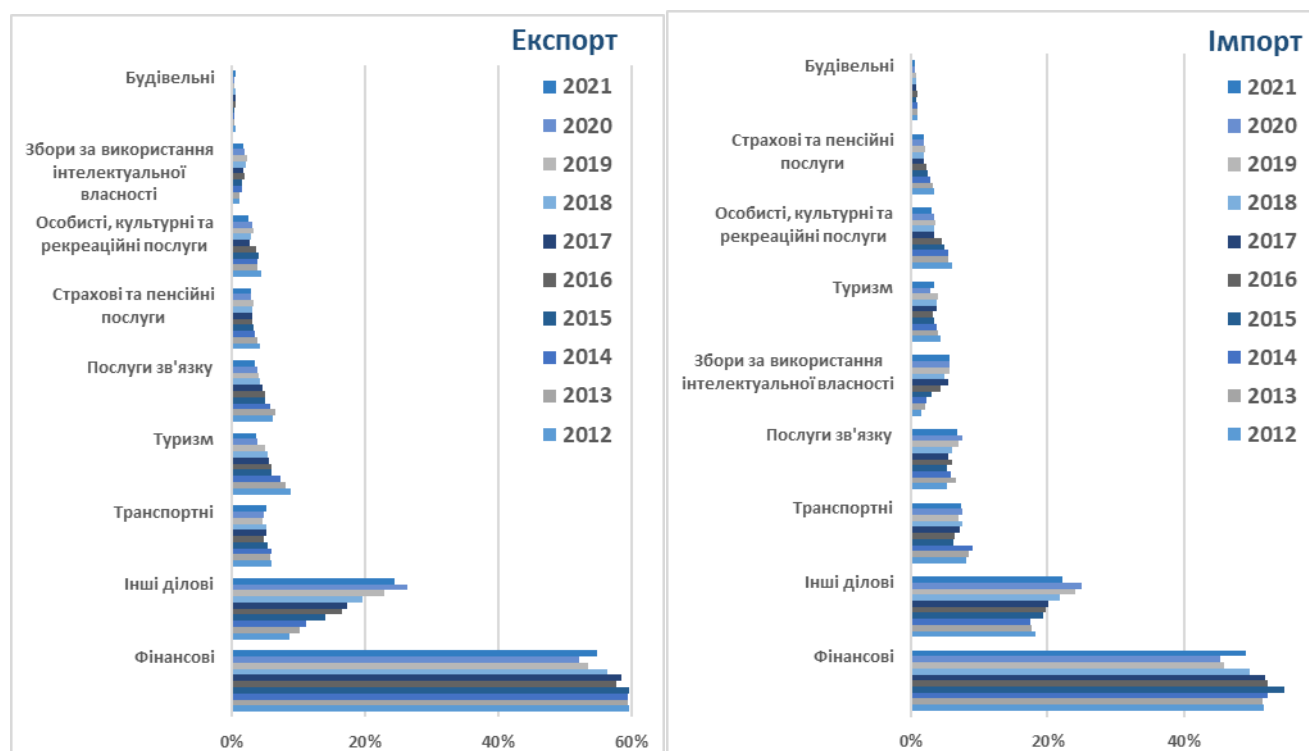


Рисунок 2.5 – Структурна динаміка експорту та імпорту послуг Люксембургу

Джерело: розроблено автором на основі [36]

Люксембурзький фінансовий центр пропонує різноманітний спектр фінансових послуг, що з'єднує інвесторів і ринки по всьому світу. Унікальний міжнародний досвід фінансового центру приваблює постачальників фінансових послуг з усього світу, а інфраструктура ринків капіталу Люксембургу робить його

ідеальним місцем для компаній будь-якого розміру для фінансування своєї європейської та глобальної діяльності.

Бачимо також, що цей вид послуг продемонстрував значне зростання у порівнянні з минулим роком: експорт +14% і імпорт +17%. Ця еволюція була зумовлена головним чином значним зростанням середніх активів в управлінні інвестиційних фондів протягом періоду, що розглядається (+20%). При цьому також можна побачити поступове зростання ділових послуг.

Люксембург є важливим центром для надання банківських послуг для клієнтів по всьому світу. Країна має значну кількість міжнародних банків, які надають послуги в сфері корпоративного банкінгу, банкінгу для фінансових установ та приватного банкінгу. Досвід Люксембургу у сфері транскордонних фінансових послуг дає йому перевагу як наземну базу ЄС для міжнародних приватних банківських послуг. Депозитарії є основою світової індустрії транскордонних інвестиційних фондів у Люксембурзі [39].

Спираючись на довгу історію інновацій, Люксембург прагне розвивати нові ідеї та компанії. Люксембург має спеціальну національну платформу FinTech: Люксембурзький будинок фінансових технологій (LHoFT). LHoFT також налагоджує зв'язки з іншими вузлами FinTech по всьому світу, заохочуючи національне та міжнародне співробітництво, робочі групи та ініціативи. Доказом цього є той факт, що значна кількість фінтех-компаній, у тому числі провідні гравці галузі електронної комерції та електронних платежів, такі як PayPal, Amazon і Rakuten, обрали Люксембург своїм європейським центром [40].

Глобальний піонер фінансових технологій PayPal працює в Люксембурзі з 2007 року з повною банківською ліцензією, що дозволяє їй пропонувати широкий спектр послуг своїм клієнтам у всьому ЄС за допомогою однієї ліцензії, як і Rakuten.

Регуляторні органи Люксембургу, які не мають собі рівних у багаторічному досвіді авторизації та регулювання фінансових установ, забезпечують FinTechs міцне середовище для розвитку своїх продуктів і послуг на транскордонній основі по всьому ЄС.

Саме з іншими країнами ЄС Люксембург має найтісніші торгівельні

відносини [41]. Більше всього країна експортує до Німеччини (19%), Великобританії (18%) та Франції (10%), а імпортує з США (16%), Німеччини (15,7%) та Великобританії (15%).

Послуги стають все більш важливою частиною світової та ірландської торгівлі, вони складають 51% від загального експорту на 2021 рік. Профіцит торгівлі послугами Ірландії склав 1,5 млрд дол. США в 2021 році, що на 81,74 млрд дол. США більше порівняно з дефіцитом у 80,24 млрд дол. США в 2020 році. Цей профіцит був здебільшого пов'язаний зі збільшенням експорту комп'ютерних послуг на 49,9 млрд дол. США та зменшенням імпорту послуг з досліджень і розробок (НДДКР), пов'язаних з інтелектуальною власністю (ІВ), на 65,6 млрд дол. США (рис.2.6).

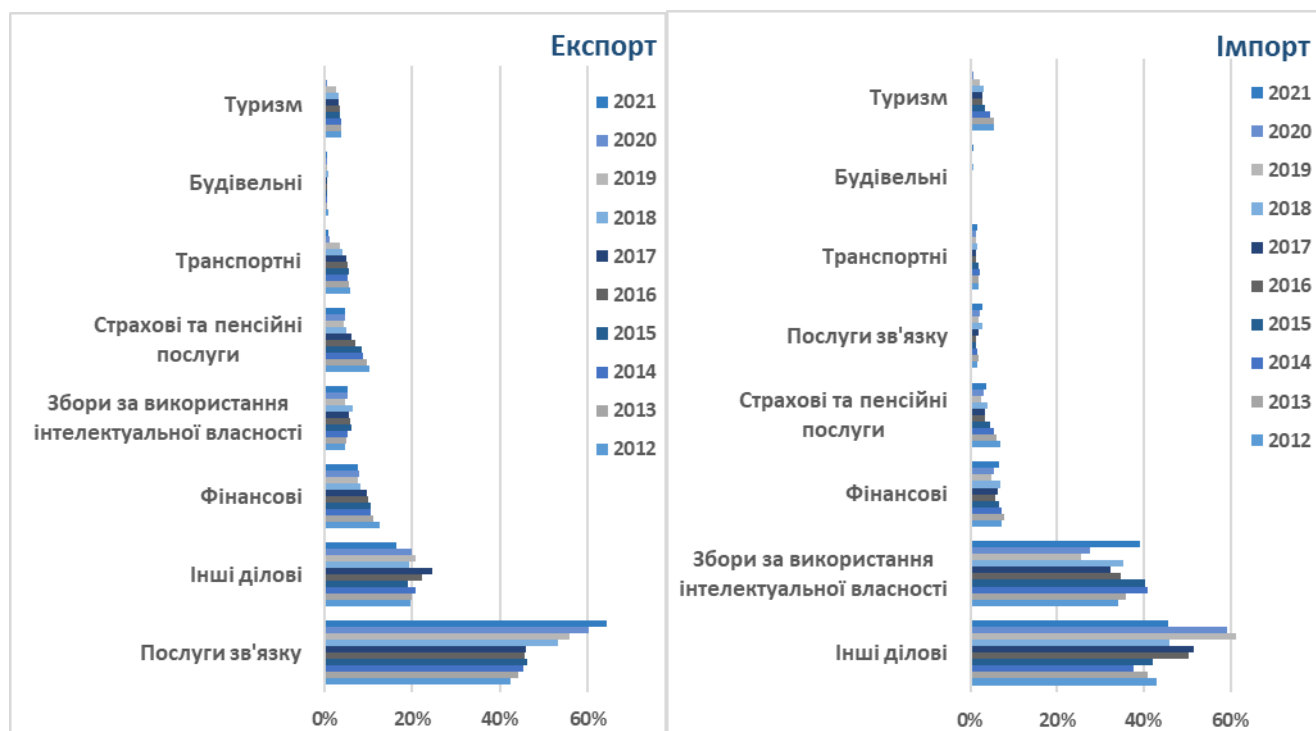


Рисунок 2.6 – Структурна динаміка експорту та імпорту послуг Ірландії

Джерело: розроблено автором на основі [36]

Експорт послуг зв'язку, а саме комп'ютерних послуг, на суму 197,1 млрд дол. США залишався найбільшою експортною категорією, що становило 64% від загального експорту. Найбільшими експортерами цього сектору є ІТ-компанії, а точніше американські технологічні гіганти, що базуються в Ірландії. Саме з Ірландії почалася експансія найбільших корпорацій (таких як Google, Microsoft,

Intel, Apple або Facebook) на міжнародні ринки. Однак їх діяльність означає, що Ірландія також є найбільшим імпортером інтелектуальної власності. У 2020 році ірландський імпорт за рахунок роялті склав 96 мільярдів доларів США. Закордонні продажі ірландських ділових і професійних послуг (бухгалтерський облік, юридичні послуги, нерухомість, науково-дослідні розробки та телекомунікації) становлять невелику частку від загального обсягу (16%), але все одно сягають сотень мільйонів доларів.

Найбільше країна експортувала до Великобританії (15%), США (14%) та Німеччини (7%). Імпортувала Ірландія теж переважно з Великобританії (35%), США (7%) та Нідерландів (3%) [36].

Між Великобританією та Ірландією існує довга історія торгівлі. Одним з найголовніших факторів, який вплинув на розвиток торгівельних відносин між цими країнами став Brexit [42]. Після цієї події права інтелектуальної власності ускладнилися, оскільки торговельні марки ЄС більше не мають захисту чи визнання у Великобританії. Ірландським компаніям, які планують працювати у Великій Британії, потрібно подавати заявку на торгові марки Великої Британії та отримати їх на додаток до торгових марок ЄС, щоб захистити свої права інтелектуальної власності. Крім того, Brexit не впливає на патентне право, оскільки Європейська патентна конвенція є міжнародним договором, а не законом ЄС. Торгівля послугами часто залежить від транскордонного потоку даних. ЄС підтримує суворий захист персональних даних і може потенційно заблокувати передачу даних з Ірландії до Великобританії на тій підставі, що Великобританія забезпечує недостатній захист даних. Однак у лютому 2021 року ЄС опублікував проект рішення щодо адекватності, в якому зазначено, що Великобританія забезпечує рівень захисту, еквівалентний тому, який передбачено Загальним регламентом ЄС щодо захисту даних (GDPR). Якщо і коли країни-члени ЄС схвалять проект рішення, їх схвалення відкриє шлях для відносно безперешкодного транскордонного потоку даних.

Одним з негативним наслідків Brexit є вплив на авіаперевезення. Індустрія повітряних перевезень Ірландії є невід'ємною частиною економіки країни, а маршрут Лондон-Дублін є найбільш завантаженим міжнародним повітряним маршрутом Європи. Згідно з правилами Спільного європейського авіаційного простору (ЕСАА), авіакомпанії, які пропонують рейси всередині ЄС, повинні мати мажоритарний капітал ЄС. Оскільки Сполучене Королівство зараз поза ЄС, кілька авіакомпаній, що працюють в Ірландії, тепер не мають більшості в ЄС. Крім того, якщо авіакомпанії змінять свою структуру власності відповідно до правил ЕСАА, вони можуть більше не мати змоги пропонувати рейси всередині Великобританії відповідно до правил Великобританії. Ці виклики призводять до зриву розкладу польотів і втрати прибутку.

Незважаючи на виклики, деякі наслідки Brexit для Ірландії є позитивними.

Після виходу Сполученого Королівства Ірландія стала єдиною країною в ЄС, для якої переважно англійська мова. Цей факт разом із міцними економічними відносинами Ірландії зі Сполученими Штатами (США) робить країну сприятливою для залучення англомовних компаній [43]. Фінансові установи Великобританії можуть спробувати переїхати до Ірландії, щоб отримати доступ до ринку ЄС, або американські компанії, які розглядають англомовну базу в ЄС, можуть вважати Ірландію привабливим варіантом. На додаток до переваги спільної мови, доступ до освічених ділових партнерів із хорошими зв'язками є відносно легким у середовищі, яке сприяє бізнесу та загальному праву. Ірландія посідає 11 місце в рейтингу світової конкурентоспроможності IMD 2022, порівняно з 13 у 2021 році. Ірландія є життєздатним тестовим ринком для американських малих і середніх підприємств, які вперше хочуть експортувати в Європу. Стратегічне географічне положення Ірландії також позиціонує країну як ворота в Європу з доступом до більш широкого ринку з 742 мільйонами людей.

Відповідно до звіту ЕУ, опублікованого в жовтні 2020 року, фірми, що надають фінансові послуги, перевели активи на суму 1,2 трильйона британських фунтів стерлінгів з Великої Британії до ЄС після референдуму 2016 року [44].

Понад 7500 робочих місць було переміщено за межі Лондона до Європи, причому Дублін є найпопулярнішим місцем для переїзду, за ним йдуть Люксембург, Франкфурт і Париж.

Brexit в довгостроковій перспективі також може стати стимулом, необхідним Ірландії для пошуку нових ринкових можливостей за межами Великобританії. Це може підштовхнути ірландські компанії до диверсифікації свого економічного партнерства та пошуку захоплюючих нових відносин з компаніями в інших країнах.

Іспанія є важливим гравцем в міжнародній торгівлі послугами, для країни характерний її профіцит, експорт переважає імпорт на 44,12 млрд дол. США станом на 2021 рік. Найбільш значущою галуззю є туризм, який становить близько 31% від загального експорту (рис.2.7).

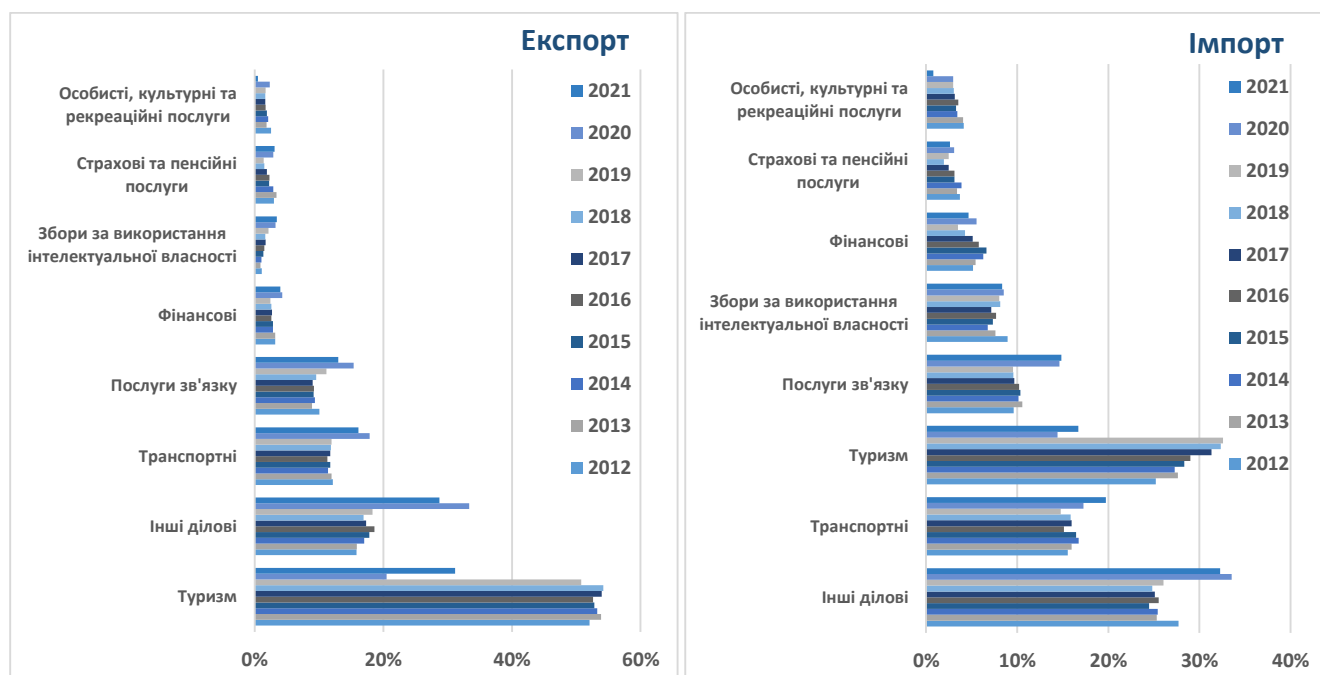


Рисунок 2.7 – Структурна динаміка експорту та імпорту послуг Іспанії

Джерело: розроблено автором на основі [36]

Іспанія є однією з найпопулярніших туристичних дестинацій у світі, приваблюючи мільйони відвідувачів щороку. Крім того, Іспанія має висококласні готелі та ресторани, що дозволяє їй вигравати на конкурентному ринку туризму.

Однак цей сектор був одним із найбільш постраждалих від пандемії, з 51% від загального експорту в 2019 році до 21% в 2020 році. Брак туристів (з падінням

на 78%) через карантинні заходи та обмеження мобільності людей означав скорочення з 12,4% внеску у ВВП у 2019 році до 4,3% у 2020 році. Недарма Іспанія зазнала найбільшого скорочення з двадцяти перших країн у рейтингу, за нею йдуть Великобританія, Китай і Туреччина [45]. Однак, бачимо покращення в 2021 і збільшення частки від загального експорту до 31% і нині обсяги туризму збільшуються, зважаючи на покращення епідеміологічної ситуації у світі.

Незважаючи на важливість туристичних послуг, нетуристичні послуги, які включають такі розділи, як консультаційні та технічні послуги, транспортні або діяльність, пов'язана з культурою чи освітою, стабільно зростають в останні роки та відіграють дуже важливу роль в іспанській економіці. У транспортній галузі переважають зокрема морські та авіаперевезення. Іспанські компанії, такі як Iberia, є відомими у світі та здійснюють авіаперевезення до багатьох країн [46]. Іспанія також є вагомим гравцем у сфері інформаційних технологій та консалтингу. Багато іспанських компаній, таких як Telefónica та Indra, займаються розробкою програмного забезпечення та іншими технологічними послугами для клієнтів по всьому світу [47].

В імпорті туристичні послуги займають найважливішу роль, однак пандемія теж призвела до зменшення обсягів протягом 2020-2021 рр. трохи більше ніж на половину (53%). Однак при цьому характерним є різке та значне збільшення інших ділових, транспортних послуг та послуг зв'язку в структурі, хоча така різниця виникла в зв'язку зі зменшенням загальної суми імпорту, обсяги імпорту цих послуг були відносно на рівні протягом 2019-2021 років.

Експортує Іспанія переважно до країн ЄС (50%), Великобританії (12%) та США (8%). В імпорті, в цілому така сама ситуація, на країни ЄС припадає 53% імпорту, на Великобританію – 12%, на США - 8%.

В рамках дослідження, для формування цілісного уявлення щодо тенденцій міжнародної торгівлі послугами в ЄС перейдемо до огляду молодих європейських держав.

Естонія була однією з найбільш швидкозростаючих економік у регіоні. Це завдяки лібералізації економіки, інноваційності та відкритості для іноземного

капіталу. Доказом цього є те, що Естонія є найпрозорішою та найменш корумпованою країною в ЦСЄ (Transparency International Corruption Perception Index 2022, 14-те місце серед 180 країн) [48], економічна свобода вважається однією з найвищих у світі та однією з найкращих в ЄС (Economic Freedom World Ranking 2023, 6 -те місце серед 176 країн) [49].

Торгівля послугами складає 48,7% від ВВП країни. Для Естонії характерний профіцит торгівлі послугами, так як експорт переважає імпорт на 1,36 млрд. дол. США станом на 2021 рік. Найбільшу частину в структурі експорту послуг займають транспортні послуги (29%) (рис.2.8).

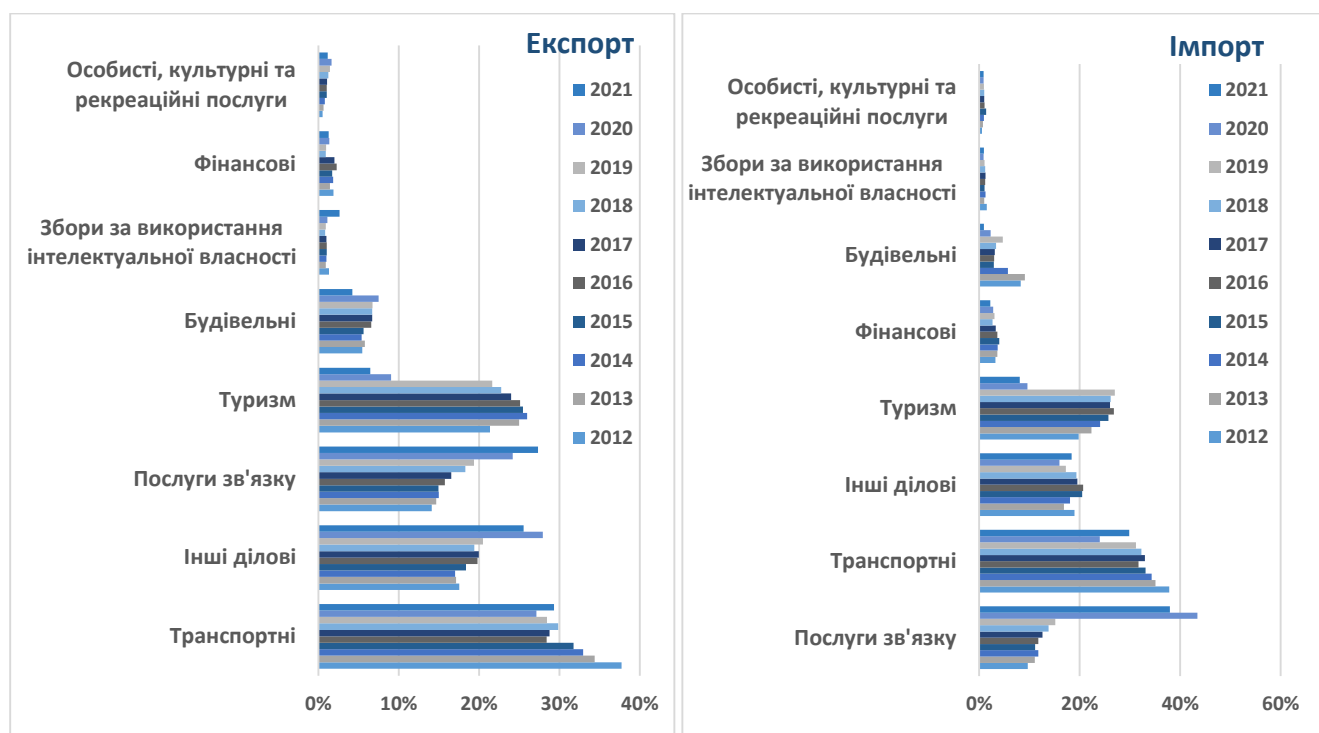


Рисунок 2.8 – Структурна динаміка експорту та імпорту послуг Естонії

Джерело: розроблено автором на основі [36]

Ефективна мережа доріг охоплює всю Естонію, хоча якість деяких другорядних доріг залишається нижчою за західні стандарти. У поєднанні з добре розташованими незамерзаючими портами в північній частині країни (найбільшим є порт Мууга поблизу Таллінна), Естонія служила основним транзитним коридором між Заходом і Сходом. Естонія підключена до міжнародної мережі рейсів через свій міжнародний аеропорт у Таллінні, який обслуговує прямі рейси до багатьох європейських міст [50].

Однією з найбільш успішних і динамічних сфер є ІТ, телекомунікаційні та комп'ютерні послуги, обсяг яких збільшився на 72% у порівнянні з 2020 роком. Естонія, також відома як електронна Естонія, позиціонується на міжнародному рівні як центр для наукомістких і цифрових фірм і стартапів. Це світовий лідер у сфері інформаційних технологій, що виробляє 4 компанії-єдинобога: Transferwise, Skype, Playtech і Taxify.

Будучи маленькою північною країною з відкритою ринковою економікою вже майже 30 років, бізнес-середовище Естонії є чудовою основою для залучення наукомістких сервісних фірм до міжнародної діяльності. В Естонії є кадровий резерв із ІТ-освітою, навичками та досвідом світового рівня. Значні корпоративні дослідження та розробки (НДДКР) проводяться в Естонії в таких сферах, як ІІІ та великі дані. Це все також сприяло динамічному зростанню ділових послуг, які становлять 26% від загального експорту. Естонській екосистемі ІТ-досліджень і розробок допомагає сучасна цифрова інфраструктура та сприятливе бізнес-середовище, яке вільне від бюрократичної тяганини та сприяє інноваціям. Естонія має унікальний досвід у дослідженні та розробці та управлінні рішеннями та системами кібербезпеки. Тут розташовані Кооперативний центр передового досвіду кіберзахисту НАТО і Європейське агентство з оперативного управління великомасштабними ІТ-системами (EU LISA). Провідні світові компанії з кібербезпеки та блокчейнів використовують Естонію як базу для дослідження, розробки та управління рішеннями для споживачів, підприємств і уряду. Компанію в Естонії можна створити повністю в Інтернеті всього за кілька годин практично з будь-якої точки світу. Крім того, Естонія є першою країною, яка запропонувала e-Residency для нерезидентів, пропонуючи свободу відкрити фірму та керувати нею дистанційно. Таким чином керувати фірмою відносно зручно, що також пояснює велику частку малих фірм-експортерів послуг (84% для ІКТ-компаній, 79% для всіх) [51].

До Covid-19 туризм теж відігравав важливу роль, але частка в структурі значно зменшилась, з 22% в 2019 році до 6% в 2021.

Для імпорту, в цілому, були характерні ті самі тенденції що і в експорті. Найбільш різкими змінами були збільшення послуг зв'язку на 261% та зменшення туристичних послуг на 57% у порівнянні з 2019 роком.

Фінляндія все ще залишається провідною країною-партнером з експорту послуг (22%) [52]. Основними послугами, що постачалися до Фінляндії, були транспортні послуги, інші бізнес-послуги та туристичні послуги. За Фінляндією йдуть Швеція (9%) та Велика Британія (6%). Головними партнерами в імпорті для країни є Німеччина (34%), Фінляндія (9%) та Швеція (6%). Найбільшою зміною було зростання імпорту з Німеччини на 435%, в основному завдяки інформаційним послугами.

Тому, можна сказати, що Естонія є воротами до ширшого регіону, включаючи ринки Скандинавії, Балтії, Центральної Європи та Азії та має великий потенціал у сфері послуг.

Польща є важливим і динамічним ринком, розташованим у серці Центральної Європи. Польща приєдналася до ЄС у 2004 році, і прийняття нею законодавства ЄС призвело до економічних реформ, які покращили середовище для бізнесу та прискорили економічне зростання. Експортерів та інвесторів приваблює Польща через велике населення країни, добре освічену та конкурентоспроможну робочу силу, сильні перспективи економічного зростання та розташування, що забезпечує ширший доступ до ринку Європейського Союзу.

Останні роки були сповнені різного роду подій, які, безсумнівно, можна вважати екстремальними, такими, що відбуваються раз на кілька десятиліть. На початку 2020 року в Європі виникла пандемія коронавірусу. Також довелося зіткнутися з першим в історії виходом одного з членів Європейського Союзу – Велика Британія офіційно вийшла з Союзу 31 січня 2020 року, але через перехідний період наслідки цієї події почали відчуватися в повній мірі з 2021 року.

Дані за 2021 рік підтверджують, що поки що Brexit не мав великого впливу на конкурентоспроможність польського експорту на британському ринку, а імпорт з Великобританії впав.

Польща також була серед країн, які збільшили свою частку у світовому експорті послуг у 2020 році. Частка Польщі у світовому експорті послуг зросла з 1,1% до 1,4% (це було найбільше збільшення частки принаймні з 2005 року). За даними СОТ, Польща піднялася в списку експортерів послуг з 25-го у 2019 році на 20-е місце [53].

Менше зниження польського експорту порівняно зі світовим стало результатом відмінностей у структурі експорту послуг. Категорії з найбільшим падінням, тобто закордонні подорожі та пасажирські перевезення, менш важливі в польському експорті. Крім того, збільшення експорту транспортних послуг сприяло обмеженню масштабів падіння експорту послуг. Це сталося в основному завдяки подальшому збільшенню автомобільних вантажних перевезень внаслідок конкурентоспроможності польських перевізників на європейському ринку автомобільних перевезень. Тож, найбільшою категорією в експорті послуг Польщі є саме транспортні послуги і становлять 36% від загального експорту (рис.2.9).

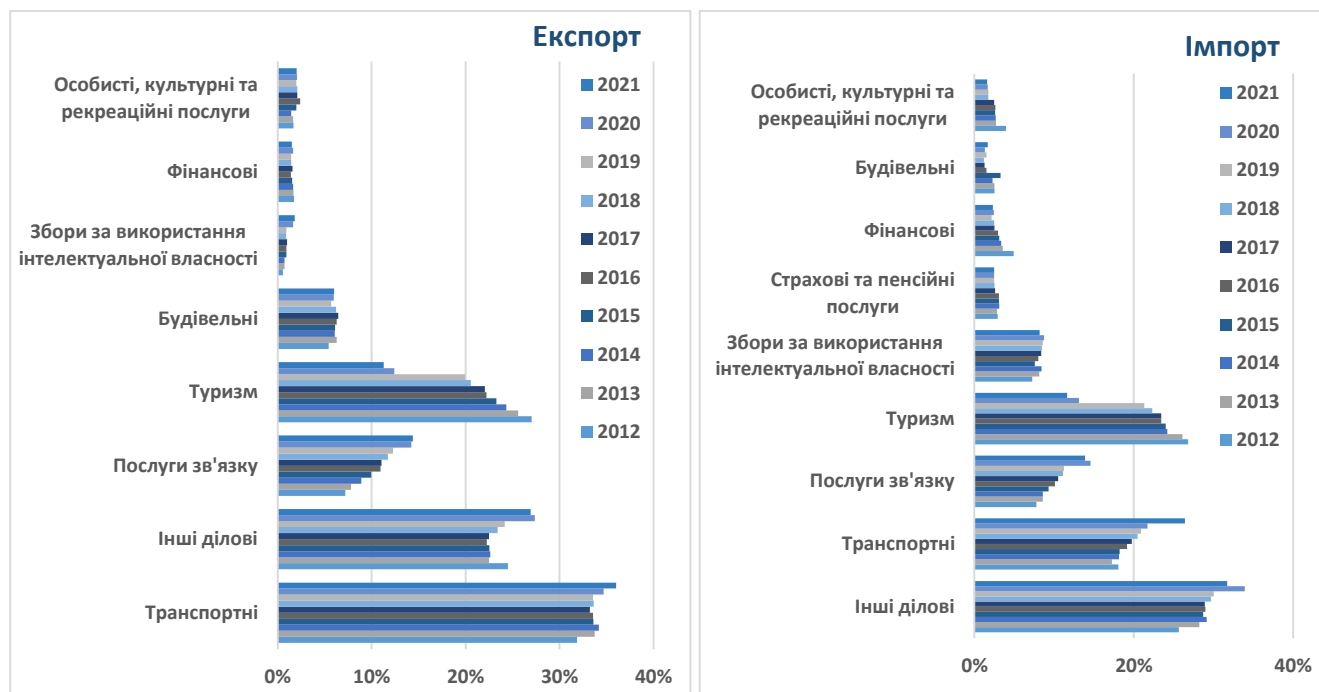


Рисунок 2.9 – Структурна динаміка експорту та імпорту послуг Польщі

Джерело: розроблено автором на основі [36]

У 2021 році польські компанії перевезли майже 270 мільйонів тонн вантажів, що становить 23% автомобільних перевезень ЄС. Динамічний розвиток транспортних послуг у Польщі досі був можливим переважно завдяки ціновій

конкуренентоспроможності польських транспортних компаній. Взагалі автоперевезення складають найбільшу частку від експортованих транспортних послуг – 66%, далі йдуть авіаперевезення – 6,45%, перевезення морським транспортом – 3,6% та поштові і кур'єрські – 2,2%.

Розвиток транспортного сектору в Польщі супроводжувався динамічними змінами, пов'язаними з впровадженням концепції сталого розвитку, і, насамперед, зеленого транспорту. Дослідження, проведене серед 25 керівників польського транспортного сектору, показало, що 78% респондентів мають намір запровадити принципи сталого розвитку протягом наступних п'яти років шляхом використання транспортних засобів з низьким вмістом вуглецю та біопалива, а також через більш широке використання перевантажувальних терміналів, що працюють на відновлюваних джерелах енергії. Вони також зазначили, що впровадження принципів сталого розвитку в управління транспортними компаніями суттєво сформує конкурентоспроможність їхніх послуг у міжнародних перевезеннях [54].

Найбільше скорочення експорту та імпорту торкнулося витрат, пов'язаних із закордонними поїздками на 35% та 38% відповідно у порівнянні з 2019 роком.

У 2021 році позитивне сальдо міжнародної торгівлі послугами формували, крім транспортних, ще і ділові послуги (27%) У їх склад входили професійні та управлінські консультаційні послуги (52%), дослідження та розробка (37%), технічні та послуги пов'язані з торгівлею техніко-торговельні послуги (10%).

Ще однією значною групою були телекомунікаційні, ІТ та інформаційні послуги, вартість яких зросла у 2021 році 11,6 млрд. дол. США. Серед них ІТ-послуги (зокрема консультаційні послуги, встановлення та обслуговування комп'ютерного обладнання тощо) були ключовим компонентом з питомою вагою в 87%.

Традиційно Німеччина є найважливішим партнером у міжнародній торгівлі послугами [55]. Для суб'єктів з цієї країни польські резиденти надали послуг на 15,6 млрд дол. США. Найбільше значення в експорті до Німеччини мали транспортні послуги, які становили 37,1% експорту послуг до західного сусіда. Відносно велику частку в експорті займали інші ділові послуги, частка яких

становила 36,8% від загального експорту. Закордонні поїздки посіли третє місце за вартістю експорту, зафіксувавши зменшення вартості операцій на 6,6%. Це було найбільше зниження товарообігу, спрямоване на німецький ринок. Іншим важливим напрямком польського експорту була Велика Британія (5,6 млрд. дол. США). Найбільш важливими експортованим послугами, були професійні послуги (23,8% від усього експорту) та інформаційні, телекомунікаційні та ІТ-послуги (23,4% від усього експорту послуг). Поряд з Німеччиною та Великою Британією, провідний напрям для польських експортерів послуг становила Швейцарія (у 2021 році вартість послуг, придбаних нерезидентами, становила 5,5 млрд дол.США). Найбільшу частку в експорті до Швейцарії мали бізнес-послуги, на які вже припадає майже 40% експорту до цієї країни (домінуючу роль відігравали юридичні послуги, бухгалтерський облік, маркетинг і бізнес-консультації). В Імпорті перші місця займали теж Німеччина (20%) і Великобританія (9%), також в топ-3 входили Нідерланди з питомою вагою 7% від загального імпорту.

Проаналізувавши структурну динаміку країн різного економічного розвитку, можемо зазначити, що торгівля послугами для всіх них стає поступово вагомою складовою, для когось більш динамічно, а для когось більш поступово. На останні тенденції впливає спеціалізація країни, рівень розвитку інфраструктури, географічне положення, інвестиційна привабливість, наявність кваліфікованих кадрів та інші унікальні фактори. Крім того, вагомий вплив мають зовнішні фактори та події, які відбуваються в суспільстві. Наприклад, вплив COVID-19, внаслідок якого серйозно постраждала туристична галузь. Однак якщо для Іспанії це значно зменшило загальні обсяги торгівлі, то для Польщі на загальну ситуацію це не мало критичного впливу. При цьому той самий чорний лебідь був однією з причин росту інформаційних, цифрових послуг. Якраз досить стрімке збільшення цих послуг в торгівлі є теж однією з тенденцій характерних для всіх проаналізованих країн. Власне ці інформаційні послуги не тільки існують окремо, а й сприяють діджиталізації різних видів ділових та фінансових послуг (наприклад, розвиток фінтеху в Люксембурзі), що є, в свою чергу, одним з ключових факторів їх збільшення в проаналізованих країнах, та, в цілому, в міжнародній торгівлі.

2.2 Фактори впливу та прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами у контексті цифровізації глобального економічного середовища

Послуги стали все більш важливим компонентом світової економіки, оскільки характер глобальної торгівлі різко змінився за останні кілька десятиліть. Зараз послуги трансформують міжнародну торгівлю різними способами. Тому важливо чітко розуміти, що саме впливає на таку динаміку.

У 2021 році світовий експорт послуг оцінювався в 6 трильйонів доларів США, що становить 6,3% світового ВВП і 21,4% загальної світової торгівлі як товарами, так і послугами. Найочевиднішим та основним фактором впливу є технологічні зміни, науково-технічний прогрес. Оскільки криза активізує зусилля з оцифрування економіки, послуги з підтримкою ІКТ вже відіграли одну з вирішальних ролей у сприянні економічному відновленню після COVID-19 [56].

З 2012 року експорт цифрових послуг зріс на 130%. У період з 2012 по 2019 рік в середньому темпи зростання цифрових послуг становили 8%. Натомість експорт інших послуг зростає в середньому щорічно лише на 4%, а товарів – менше ніж на 1%. Ця тенденція ще більше прискорилося під час пандемії — експорт цифрових послуг зріс на 30% у 2021 році порівняно з 2019 роком (Рис.2.10).

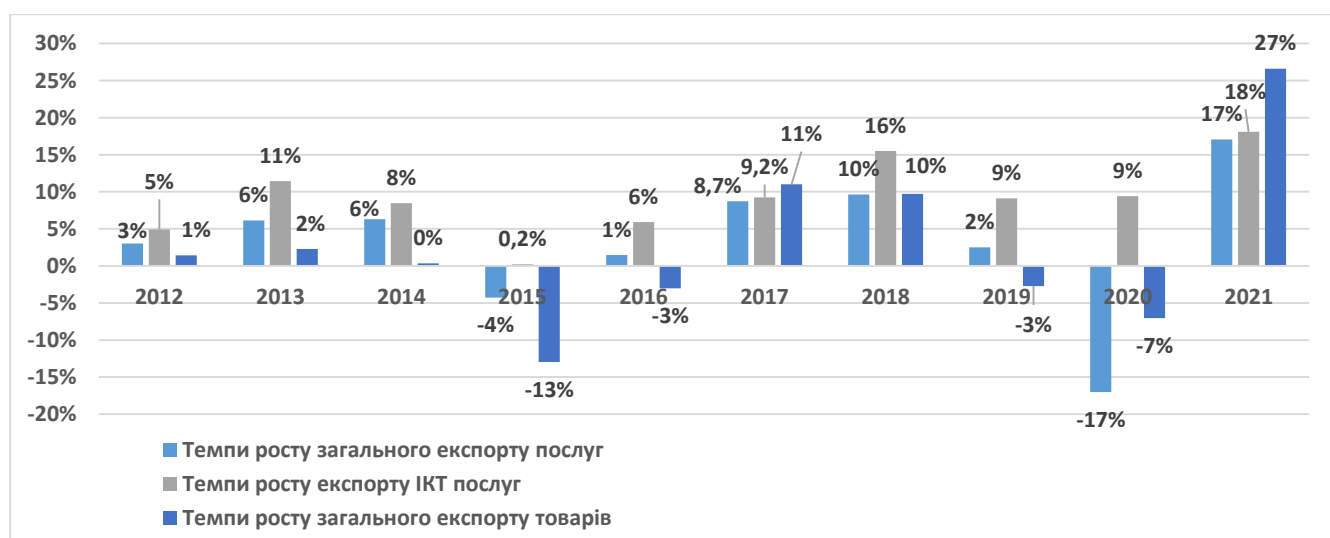


Рисунок 2.10 – Порівняння щорічного приросту експорту послуг та товарів

Джерело: розроблено автором на основі [33;34]

Наразі США лідирують у експорті цифрових послуг, за ними йдуть Великобританія, Ірландія, Німеччина та Індія (Рис.2.11).

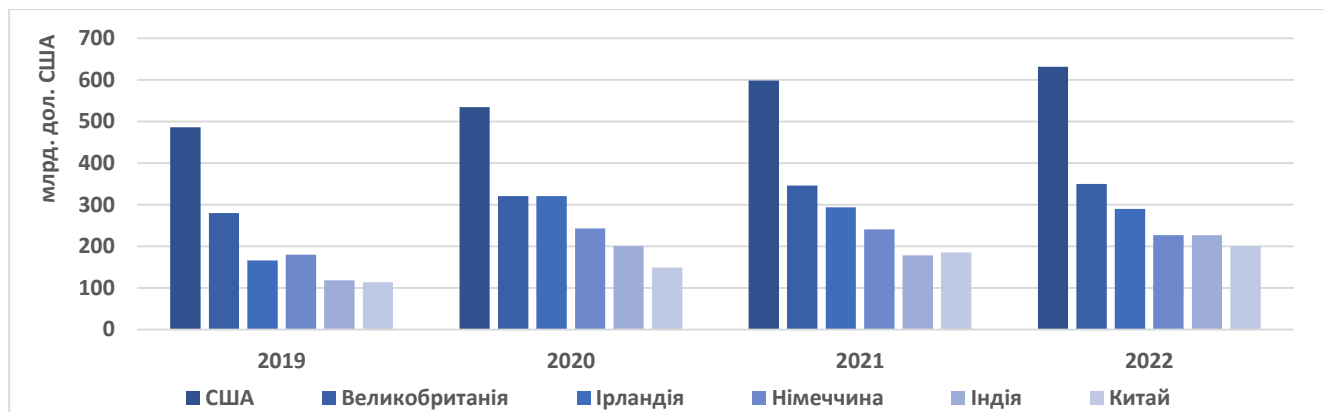


Рисунок 2.11 – Провідні експортери цифрових послуг

Джерело: розроблено автором на основі [57]

Відповідно до останнього звіту СОТ про перспективи торгівлі, як єдиний торговельний блок, Європа є величезним ринком цифрових послуг, на який припадає більше половини всього світового експорту цифрових послуг. Тим часом відсоток азійського цифрового експорту швидко зростає, і майже чверть усіх глобальних цифрових послуг походять з азійських економік.

У торгівлі послугами в Азії продовжують домінувати кілька економік, а саме Китай, Японія, Індія, Сінгапур, Південна Корея та Гонконг, на які припадає біля 70% загальної торгівлі послугами в регіоні. Торгівля послугами зосереджена серед двох найбільших економік регіону - Китаю та Індії - на частку яких припадає половина регіонального зростання торгівлі і близько третини загальної торгівлі послугами [58].

Незважаючи на порівняно невеликий розмір (10,3% частки експорту послуг), сектор інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) став другим за величиною фактором зростання експорту [59, 13]. Зростаюча цифровізація в різних галузях створила великий попит на послуги, пов'язані з цифровими технологіями, і допомогла сектору процвітати. Китай та Індія домінують в експортних показниках регіону, на ці дві країни припадає приблизно 90% зростання вартості експорту в цьому секторі. У 2018 році експорт ІКТ послуг Китаю зріс на 66%, підскачавши зі

зростання на 4,7% у 2017 році, тоді як Індія зареєструвала максимум в 20% приросту у 2021 р. (Рис.2.12)

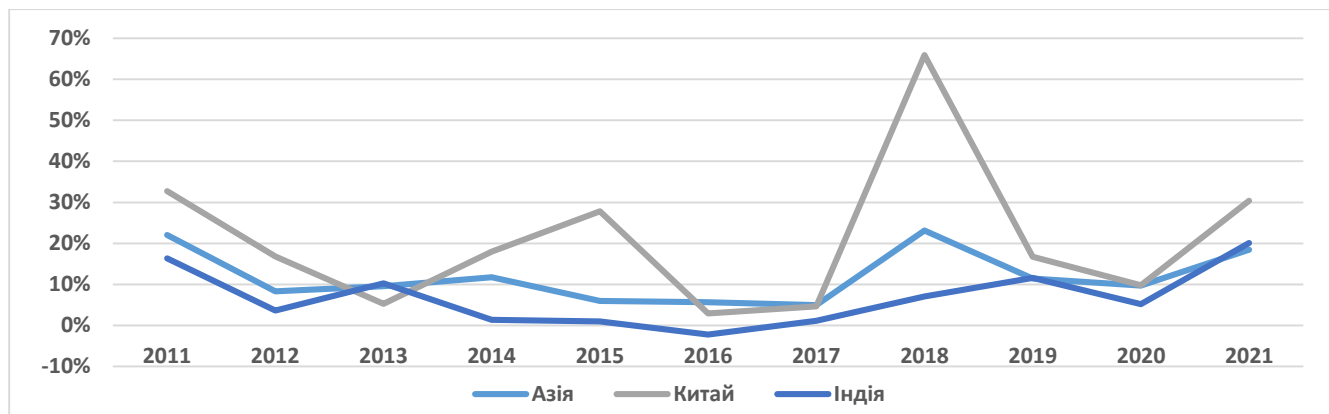


Рисунок 2.12 – Щорічний приріст інформаційних послуг

Джерело: розроблено автором на основі [60]

Безпрецедентне зростання експорту Китаю пов'язане з інвестиціями та зобов'язаннями уряду Китаю щодо розвитку ІКТ-індустрії та інфраструктури. Розглядаючи збори за використання інтелектуальної власності (4,3% частки експорту послуг), також можемо виявити таку ж динаміку на регіональному рівні. У той час як Японія, Сінгапур та Південна Корея історично керували цим видом послуг, Китай швидко стає ключовим гравцем, коливаючись від 5% до 8,6% частки експорту цього сектору в межах лише останніх пари років. Тому, можна припустити, що саме подальший розвиток цього регіону буде мати вплив на діджиталізацію та відповідно і торгівлю послугами.

Загалом зараз є потенціал у цифровізації торгівлі за допомогою таких інновацій, як цифрові фінанси, митні електронні декларації та інструменти управління поставками за допомогою штучного інтелекту, які можуть скоротити загальні торгові витрати на 6% та стати новим баченням традиційних послуг в рамках діджиталізації [61].

Це також може дозволити компаніям, особливо невеликим, використовувати нові та інноваційні цифрові інструменти для подолання бар'єрів для зростання, сприяючи спрощенню платежів [62], уможливлюючи співпрацю, уникаючи інвестицій в основні фонди за допомогою хмарних сервісів і використовуючи альтернативні механізми фінансування, такі як краудфандинг. Це,

в свою чергу, може посилити диверсифікацію сфери послуг, як один з факторів впливу. Все частіше з'являється чи зовсім новий вид послуг чи виокремлюється специфічний напрям з вже існуючої сфери [63].

Водночас нові технології та бізнес-моделі змінюють те, як виробляються та надаються послуги, стираючи деякі відмінності між товарами та послугами та способами доставки та вводячи нові комбінації товарів та послуг. Розумний холодильник потребує доступу на ринок не лише для товарів, але й для вбудованих послуг. І виріб, виготовлений за допомогою 3D-друку, наприклад, може перетинати кордон як дизайнерська послуга, але стає товаром у момент його споживання. Разом ці проблеми створюють нові виклики для формування міжнародної торговельної та інвестиційної політики.

Наразі також частково цифровізація та застосування технологій використовується в рамках ще одного фактору впливу, якому тільки починають приділяти увагу. А саме мова йде про актуальність розробки та впровадження екологічних технологій.

Для переходу до низьковуглецевої економіки країнам потрібен недорогий доступ до передових технологій. І відкрита торгівля відіграє життєво важливу роль у забезпеченні такого доступу. Зменшення бар'єрів у торгівлі екологічними товарами та послугами сприятиме передачі та розгортанню технологій пом'якшення наслідків зміни клімату та адаптації до них. Незважаючи на те, що екологічна індустрія все ще розвивається в багатьох країнах, що розвиваються, це дуже динамічний і швидкозростаючий сектор.

Навіть при відсутності загальнодоступних статистичних даних про розмір екологічної галузі, ринок екологічних технологій оцінюється в 552,1 млрд. дол. США у 2021 році та може досягти 690,3 млрд. дол. США до 2026 року [64]. До основних видів таких послуг належать: контроль за забрудненням повітря; управління стічними водами; управління твердими стічними водами; рекультивація та очищення; зменшення шуму та вібрації; моніторинг, аналіз та оцінка навколишнього середовища.

Однак, щоб повністю реалізувати весь цей потенціал для цифрової торгівлі та цінність і зростання, які вона приносить, нам потрібно зробити кілька речей.

По-перше, має бути подоланий цифровий розрив між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. По-друге, маж бути усунуто численні існуючі перешкоди для торгівлі послугами, такі як бар'єри для транскордонних платежів і потоків даних, вимоги до комерційної присутності для надання послуг, а також обмеження на іноземні інвестиції. Поточні рамки СОТ, що регулюють торгівлю послугами та технологіями, були введені в дію в 1995 році, тобто світлові роки тому з точки зору технологій. Члени СОТ працюють над вдосконаленням існуючих інструментів і розробкою нових, щоб відобразити мінливий характер торгівлі. Наприклад, у 2021 році 70 членів СОТ, які представляють 92,5% світової торгівлі послугами, завершили переговори щодо внутрішнього регулювання послуг, і зараз вони перебувають у процесі реалізації угоди [65].

Ще одним важливим фактором впливу на міжнародну торгівлю послугами є її лібералізація [66]. Минулий прогрес у лібералізації торгівлі і надалі приносить користь у найближчі роки. Ряд багатосторонніх та двосторонніх угод, що перебувають в даний час на етапі переговорів, сприятиме подальшому зниженню бар'єрів у торгівлі послугами, якщо їх успішно реалізувати.

Така зростаюча важливість даного сектору торгівлі зумовлює потребу в прогнозуванні основних його показників та елементів. Хоча зробити це досить важко, зважаючи на швидкі зміни у світі, які впливають і на торгівлю послугами та інші фактори, який не можна спрогнозувати.

Особливо сильно за останній час вплинула пандемія на показники та можливі прогнози, адже це явище стало «чорним лебедем», якого ніхто не очікував та війна в Україні, яка досі триває. На жаль, точних даних щодо торгівлі послугами за 2022 рік немає, тому прогнозування не включає зміни, викликані різними чинниками за цей рік.

Використаємо три варіанти прогнозів до 2026 р. Почнемо з використання лінії тренду, а саме лінійної, що зображено на рис.2.13 (а). Прогнозування за допомогою лінії тренду є однією з найпоширеніших методик у статистиці та

економіці для прогнозування майбутньої поведінки змінної на основі її минулої динаміки.

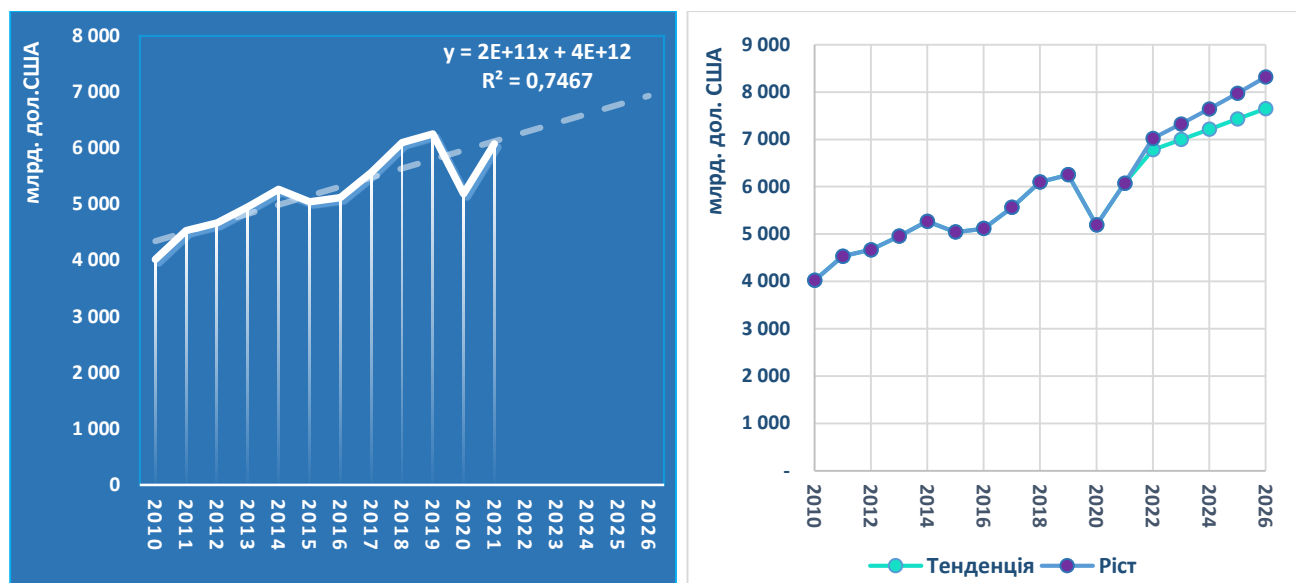


Рисунок 2.13 – Прогноз світового експорту послуг

а) за допомогою лінії тренду

б) за допомогою функцій

Джерело: розроблено автором на основі [33]

Щоб побудувати лінію тренду, спочатку потрібно зібрати історичні дані змінної, що аналізується. Ці дані можуть бути подані у вигляді часових рядів, які показують значення змінної на різні моменти часу (в нашому випадку, це загальна сума світового експорту послуг за різні роки). Важливо зазначити, що прогнози, здійснені за допомогою лінійної лінії тренду, є лише наближеними і не гарантують точних результатів, особливо у випадку, коли змінна має складну та неперервну динаміку. Однак, вони можуть бути корисні для загального розуміння тенденцій та прогнозування загального напрямку змін у майбутньому.

Далі для прогнозу використаємо дві різні функції: «Тенденція» та «Ріст», результат роботи яких зображено на рис.2.13 (б). Функція «Тенденція» в Excel дозволяє виконувати прогнозування на основі історичних даних. Вона схожа до лінійної лінії тренду, тому що побудована на методі лінійної регресії, який дозволяє визначити залежність між змінною, що аналізується (загальна сума світового експорту), та часом.

Функція «Ріст» у програмі Excel дозволяє прогнозувати значення наступного періоду на основі попередніх значень. Ця функція використовує

експоненційне згладжування для зменшення впливу випадкових факторів і збереження трендів. Щоб використовувати функцію Ріст, потрібно мати мінімум два значення, щоб визначити початкове значення. Цікавою особливістю функції «Ріст» є те, що вона може бути використана для прогнозування значень у майбутньому, а також для повторного прогнозування значень на основі нових даних, що з'явилися після створення початкового прогнозу.

Відповідно до цих прогнозів можна було б припустити, що обсяги світового експорту збільшувались. Відповідно до прогнозів, зроблених з використанням функцій, експорт міг би зрости за 5 років більше ніж на 1 трлн. дол. США. Функція «Ріст» показує трохи динамічніше зростання ніж «Тенденція». Навіть при звичайних умовах, ці показники були б лише віддаленими припущеннями майбутнього, адже на ці розрахунки не діють вже перераховані фактори впливу, які грають важливу роль в прогнозуванні. Відповідно до одного з останніх звітів СОТ, вартість торгівлі послугами, виміряна середнім показником експорту та імпорту, зросла на 15% у 2022 році до 6,8 трильйона доларів США. У транспортних послугах був ще один рекордний рік: торгівля зросла на 25% у 2022 році та на 40% вище рівня 2019 року. Однак зростання сповільнилося, оскільки тарифи на доставку почали стабільно знижуватися з весни. Насправді, наразі СОТ не прогнозує торгівлю послугами, але ці дані вказують на те, що, наприклад, транспортні послуги продовжуватимуть відновлюватися у 2023 році [67].

Отже, торгівля послугами продовжує зростати, це можна пов'язати з підвищенням рівня розвитку технологій, Також прогнозується зростання ролі країн-експортерів послуг Азії. Однак, важливо зазначити, що на міжнародну торгівлю послугами можуть вплинути ще і неочікувані чинники, такі як політична нестабільність, економічні кризи та інші.

2.3 Оцінка участі України у міжнародній торгівлі послугами у воєнний та післявоєнний час

Зовнішньоекономічна діяльність займає вагоме місце в платіжному балансі України. Зокрема потрібно виділити роль торгівлі послугами, яка в останні роки підтримує позитивне сальдо торговельного балансу в Україні, як видно на рис.2.14, на відміну від міжнародної торгівлі товарами. Хоча у ВВП частка торгівлі послугами невелика і становить 16,4% [68].

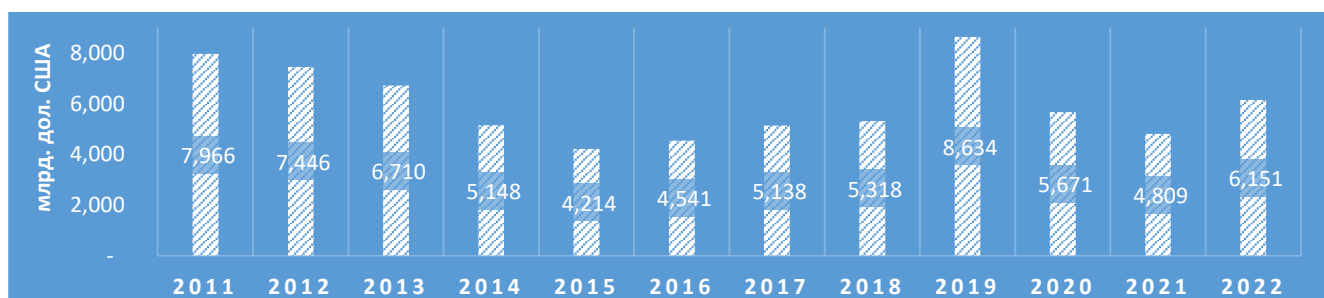


Рисунок 2.14 – Сальдо торгівлі послугами України

Джерело: розроблено автором на основі [69]

Українська торгівля послугами є досить динамічною. Значення експорту зросло до 2013 р. Потім зменшення було викликане початком на той час російсько-українського конфлікту, що зображено на рис.2.15.

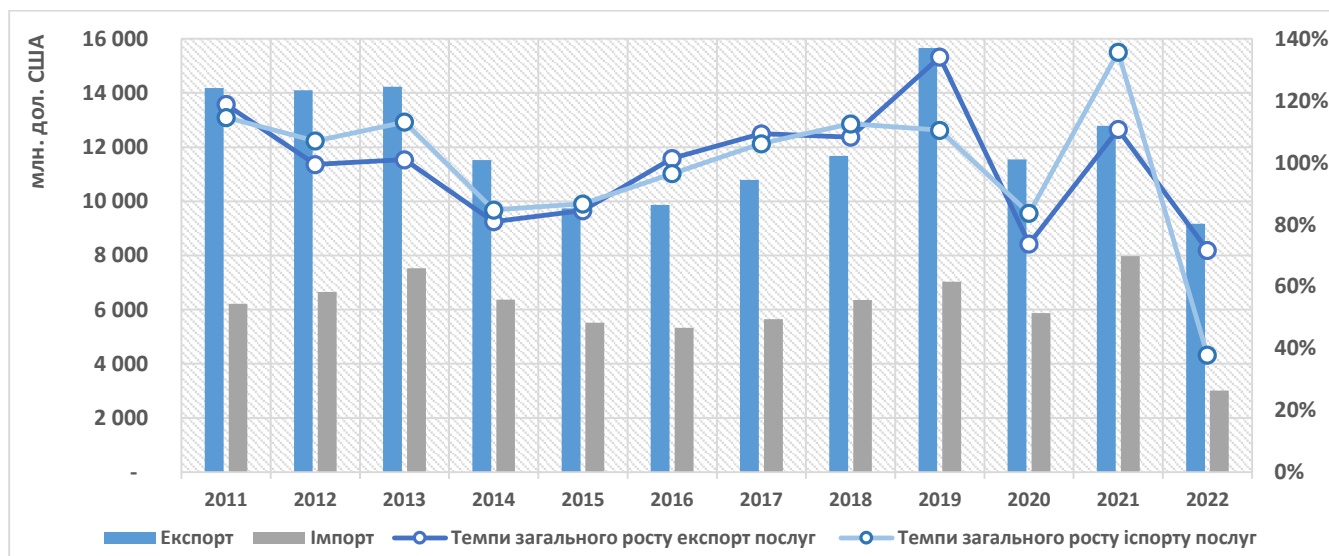


Рисунок 2.15 – Динаміка та темпи росту експорту та імпорту послуг України

Джерело: розроблено автором на основі [69]

Так як росія була важливим партнером для України як в експорті, так і в імпорті зменшення на 14% та 26% відповідно у 2015 у порівнянні з 2014 роком торгівлі з цією країною суттєво вплинуло на загальний експорт та імпорт [70]. Однак з того часу з кожним роком в Україні збільшувались торгівля до 2020 року. Внаслідок пандемії загальні обсяги експорту послуг зменшились на 26%, а імпорт на 16%. Хоча більшість сфер почали відновлюватись в 2021 році, повномасштабне вторгнення росії на територію України в 2022 році його перервало, та загалом за цей рік було зафіксовано найменші показники серед проаналізованих років: експорт становив 9,2 млрд. дол. США, а імпорт, в свою чергу, 3 млрд. дол. США.

Важливим аспектом оцінки участі України в міжнародній торгівлі є структурні сегменти. За даними рис.2.16, найбільшу частку українського експорту послуг до війни в країні займали транспортні послуги [71], які становлять більше 50% загального експорту. Передумовами такої особливості може бути географічне положення України, яка знаходиться в центрі Європи і є транзитною точкою для багатьох потоків руху.

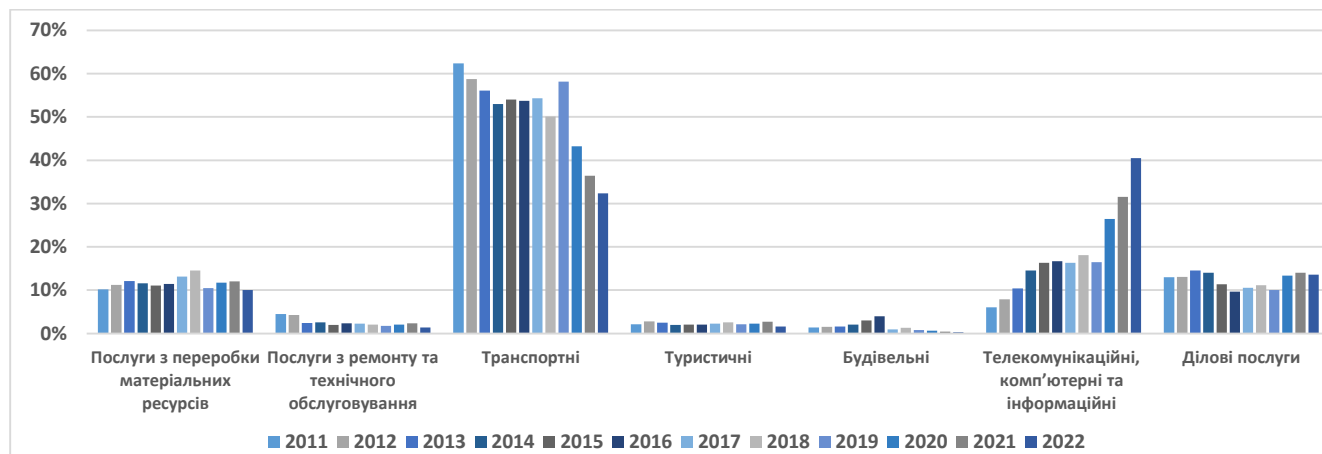


Рисунок 2.16 – Структурна динаміка експорту послуг України

Джерело: розроблено автором на основі [69]

Однак важливо зазначити, що за останні роки була помітна тенденція до зниження цього виду послуг, хоча в 2019 було несподіване підвищення на 8% у порівнянні з 2018 роком. У воєнний час, вперше, сектор транспортних послуг перестав бути лідером в загальній структурі. Все одно, в такому важливому секторі до повномасштабних воєнних дій провідним залишалося трубопровідне транспортування (для 2022 дані не оприлюдненні з метою забезпечення виконання

вимог Закону України "Про державну статистику" щодо конфіденційності статистичної інформації), частка якого найбільше становила 65% в експорті транспортних послуг в 2019 році, а в 2021 мала показник в 36% (рис.2.17). Внаслідок закритого повітряного простору, обмеженої роботи портів, часткове знаходження транспортної інфраструктури на окупованих територіях, її часткове пошкодження чи повне знищення послуги морського, річкового, повітряного, залізничного транспорту зменшились в середньому на 40% за 2022 рік. Тільки питома вага автомобільних послуг збільшилась на 5%.

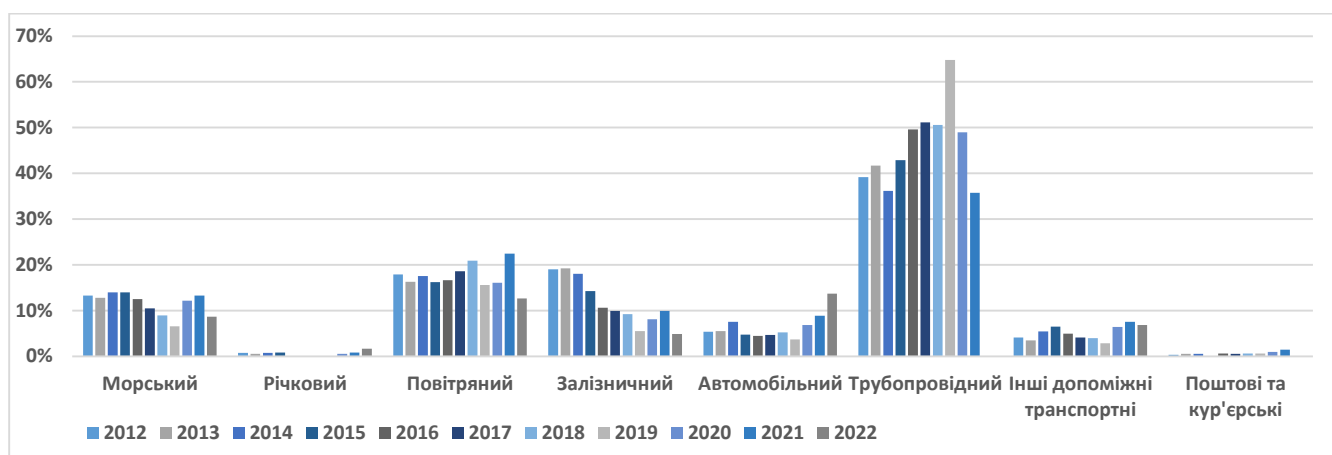


Рисунок 2.17 – Структурна динаміка експорту транспортних послуг України

Джерело: розроблено автором на основі [69]

Однак абсолютна перевага лише одного виду послуг не є ознакою перспективності та розвитку загального сегменту послуг. Позитивною тенденцією є збільшення частки ділових та особливо інформаційних послуг, які в 2022 році становили 41% та 14% відповідно. Рух в такому ж напрямку може пожвавити торгівлю послугами в цілому.

Інформаційні послуги взагалі стали не тільки єдиним сектором послуг, обсяги якого не зменшились, а й збільшились, при чому не тільки серед послуг, а й навіть у порівнянні з будь-яким сектором експорту товарів у 2022 році [72]. Саме сфера ІТ є потенційним драйвером позитивних змін та розвитку торгівлі послугами України. В цій сфері працює 2% усіх зайнятих осіб, які взагалі залучені в економіці країни, що становить 3,5% у ВВП. Під впливом глобальних тенденцій, в Україні ІТ послуги імплементуються і в фінанси, в промисловість та агропромисловість та в

ритейл під виглядом e-commerce. Наразі в Україні працює понад 100 фінтех компаній [73], в рамках Industry 4.0 різні напрямки ІТ послуг використовуються при використанні штучного інтелекту, використовуючи великі дані, інтернет речей у виробництві та ще у багатьох інших сферах [74]. Також під час війни швидко розвивається така підгалузь як military-tech. Одна з найрозвиненіших систем називається Delta і надає солдатам розвідувальні дані про поле бою в реальному часі на їхніх телефонах або планшетах. Або є Kgoruva, програмне забезпечення для картографування, яке допомагає користувачеві точно визначити артилерію та миттєво надсилати цю інформацію на кілька позицій, які потім можуть стріляти по ній одночасно. Міністерство цифрової трансформації України планує запустити military-tech кластер на базі Фонду інноваційного розвитку. Досвід в цій сфері в майбутньому може використовуватись в зовнішньоекономічній торговельній діяльності України.

Однак, насправді, в короткостроковій перспективі є і більш песимістичне бачення розвитку цього сектору в Україні. Варто зазначити, що протягом 2012-2022 рр. щорічний приріст експорту інформаційних послуг зростав в середньому на 17%, а в 2022 році попри досить великий абсолютний обсяг, саме приріст зменшився на 8%. Тому можна припустити, що поки в країні йде війна, особливих динамічних зростань очікувати скоріше за всі не варто, відносно гарним показниками в сфері ІКТ в 2022 році країна мала завдяки міжнародним контрактам, які були укладені ще до війни. Наразі питання полягає в бажанні іноземних компаній продовжувати співпрацювати з Україною, адже обстріли та бойові, які призводили до блекаутів, мобілізація не сприяли якісній роботі. Тож кількість іноземних клієнтів на внутрішньому ринку України може зменшуватись внаслідок збройної агресії Росії. Проте в майбутньому тільки рівень адаптації до таких викликів може дати чіткіше бачення перспектив та тенденцій.

В структурі імпорту послуг України центральне місце займають теж транспортні послуги (35%), які в цілому теж мають тенденцію до зменшення, а також ділові (18%) та інформаційні послуги (14%). В цілому всі види послуг мають

досить часті і різкі коливання. Наприклад, в туристичних послугах були значні зменшення в 2020 р. на 46% через Covid-19 та в 2022 р. на 88% у зв'язку з війною. Питома вага ІКТ послуг в загальній структурі імпорту має тенденцію до зростання, з 9% в 2020 до 14% в 2021 році (рис.2.18).

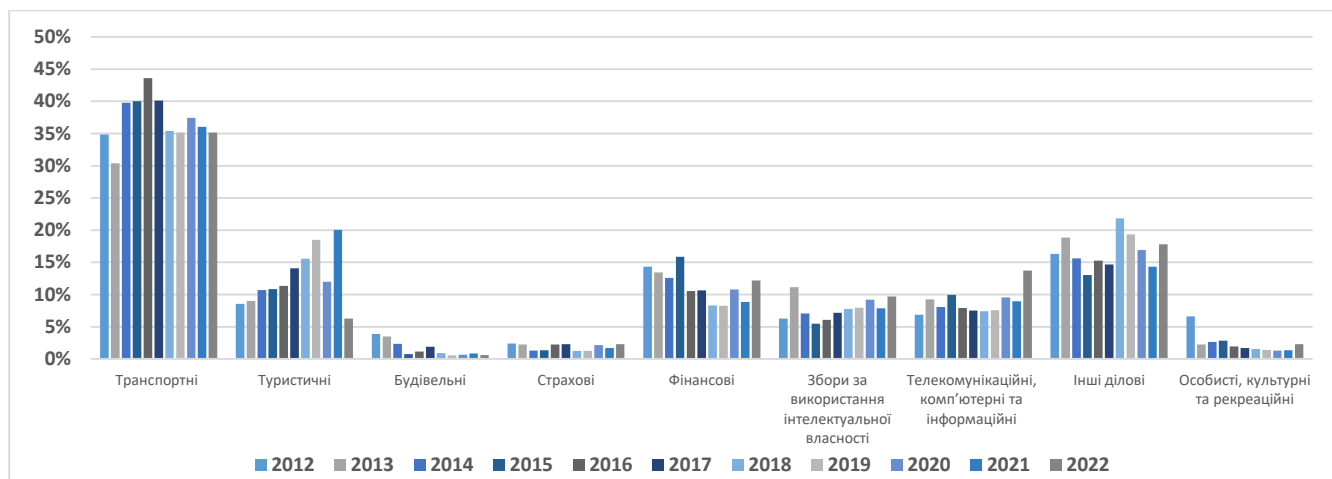


Рисунок 2.18 – Структурна динаміка імпорту послуг України

Джерело: розроблено автором на основі [69]

Основними партнерами в експорті для України є країни ЄС, їх загальна питома вага складає 35%. На позитивну динаміку двосторонньої торгівлі послугами вплинула частина Угоди про асоціацію між Україною та ЄС про поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі, що набула чинності 1 січня 2016 року [75]. Серед основних країн-імпортерів з ЄС є Німеччина (6%), Польща (4,2%) та Кіпр (4%) станом на 2021 рік (табл.Д.1). В основному Україна експортує інформаційні, транспортні та переробні послуги в ці країни. Крім ЄС до перших позицій входить США з часткою в 15%, інформаційні послуги складають 72% експорту США. Головним партнером України в експорті послуг до 2014 року була росія, в середньому протягом 2013-2015 рр. туди експортувалось 33% українських послуг у 2013-2015 роках, в 2018-2020 рр. частка становила 31% (варто зазначити, що у 2019 р. було нетипове різке збільшення експорту послуг трубопровідного транспорту). В 2021 році ця частка зменшилась до 12%, і хоча наразі в офіційних джерелах немає відповідної статистичної інформації за 2022 рік, логічним буде припустити що внаслідок війни, торгівля з країною-агресором радикально зменшиться. Також можна припустити, що внаслідок всіх подій ще більше зросте

партнерство з країнами ЄС. Активно Україна експортує і до Швейцарії (9%) та Великобританії (6%).

Імпортує Україна теж переважно з країн ЄС, їх питома вага в імпорті становить 42%. За 2021 до списку найбільших партнерів в імпорті входять Туреччина (12%), США(10%) та Великобританія (8%) (табл. Ж.1). Переважно з цих країн Україна імпортувала туристичні, ділові та транспортні послуги.

Сучасний етап економічного розвитку, інтенсифікація процесу глобалізації на світовому ринку та широкомасштабна інтеграція України вимагають перегляду традиційних концепцій торгової діяльності. Однією з основних проблем для України є відсутність досконалої економічної та торговельної, орієнтованої на зовнішні ринки, політики. В цьому сенсі, зовнішня політика повинна не лише регулювати відповідні торговельні відносини, а й бути системою заходів, яка буде поживляти та розвивати сектор послуг [76]. Іншою проблемою є несприятливий інвестиційний клімат, який призводить до зниження інвестиційної активності. Зараз необхідною та важливою умовою реалізації питань та завдань соціально-економічного розвитку є вагоме збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій [77]. Залучення цих інвестицій є істотним фактором модернізації основних виробничих фондів, збільшення рівня технічного та інноваційного потенціалу країни. Також це впливає на конкурентоспроможність країни і її максимальну інтеграцію у світову економіку. На жаль, притік прямих інвестицій в Україну є досить незначним у світових масштабах (рис.К.1).

В цей же час Україна, дійсно, має багато можливостей для розвитку торгівлі послугами. Перш за все, Україна йде в ногу з часом та науково-технічним прогресом. При цьому українські спеціалісти у сфері телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг все більше стають конкурентоспроможними та користуються все більшим попитом. При ефективнішій та швидшій цифровізації, Україна має можливість стати провідним експортером е-комерційних послуг [78]. Така діяльність може стати рушієм розвитку та простимулювати зміцнення загальної економіки країни та забезпечити

конкурентоспроможність на світовому ринку. Для всього цього потрібні висококваліфіковані кадри, а отже, і відповідна освіта. Однак існує негативна тенденція збільшення еміграції робочої сили (рис. Л.1), а особливо «відпливу мізків» з України до інших країн, де є кращі умови для праці та розвитку та фактор безпеки. Тому розробка способів вмотивування таких кадрів залишитися працювати в Україні залишається актуальним.

Україна має багато можливостей для туристичних послуг, але, на жаль, вони використовуються незначною мірою і становлять лише 2% від загального експорту. Одним з найвагоміших чинників, які становлять ці можливості це вдале географічне розташування та природні умови [79]. Так як туристичні послуги зазвичай є комплексними, вони можуть стимулювати і збільшити частку експорту інших послуг. Наприклад, зростає попит на культурні, рекреаційні та страхові послуги, що сприяє розвитку національної економіки в цілому.

Продовження та поглиблення інтеграції з ЄС та підтримання торговельних зв'язків з його країнами-членами залишається одним з найважливіших аспектів зовнішньоекономічної діяльності України [80]. Підписання різних договорів про співпрацю з іншими розвинутими країнами та важливими об'єднаннями може зменшити вартість імпорту та відкрити нові ринки збуту для послуг України.

Тож, варто зазначити що наразі, тільки оговтавшись частково від наслідків пандемії, Україна переживає важкий час внаслідок воєнних дій, які досі тривають, у всіх сенсах, в торгівельному в тому числі. До 2022 року структурною особливістю країни була абсолютна перевага експорту транспортним послуг. Це в свою чергу створювало структурний дисбаланс. Однак Україна продовжує нарощувати свої можливості, зокрема, в сфері ІКТ послуг, для цього вона має більшість необхідних ресурсів. В міжнародній діяльності країна продовжує укріплювати зв'язки з ЄС, що вже на практиці показало позитивні результати. Наразі є ряд проблем, які перешкоджають динамічному розвитку цієї сфери, наприклад, в нормативно-правовому аспекті. Однак, Україна має потужний потенціал та великі можливості, на жаль, якими країна зможе скористатися на повну тільки після закінчення війни.

ВИСНОВКИ

Протягом більшої частини історії міжнародна торгівля розглядалася як аналог перевезення фізичних вантажів між країнами. Але характер глобальної комерції різко змінився за останні кілька десятиліть, оскільки технологічний прогрес дозволив надавати широкий спектр раніше "неторгових" послуг через кордони. Тож, лише нещодавно ніхто майже не приділяв значної уваги торгівлі послугам, а зараз вони створюють основні тенденції в міжнародній торгівлі.

Проведене дослідження цієї сфери дозволило прийти до висновків, що:

1. Більшість науковців трактують послугу як продукт певної діяльності, яка не має матеріальної форми і яка надається на комерційній основі. Через те, що постійно виникають нові потреби, виникають і нові види послуг або з традиційних виокремлюються інші самостійні напрямки. Це, в свою чергу, зумовлює багато варіантів їх класифікацій.
2. Послуги класифікуються за такими ознаками: сфера споживання, спосіб доставки споживачам, залежність від матеріальних виробництва та ступінь контакту зі споживачем. До основних інституцій, які класифікують послуги належать ЮНКТАД, МВФ, СОТ та Світовий банк.
3. Торгівля послугами регулюється на різних рівнях: на національному рівні цю функцію виконує нормативна регламентація; на міжнародному – двосторонні та багатосторонні угоди; на глобальному рівні – ГАТС. Попри те, що є нормативно-правова база та інші угоди, які регулюють торгівлю послугами, існує потреба в перегляді та створенні нових документів, які відповідатимуть вимогам сучасності.
4. Традиційними лідерами в торгівлі послугами залишаються країни ЄС. Проаналізувавши структурну динаміку країн з різним економічним розвитком, ми можемо відзначити, що торгівля послугами поступово стала важливою частиною всіх країн, більш динамічно для одних країн і

повільніше для інших. Так, серед проаналізованих країн Німеччина експортує 6,2%, Люксембург 2,3%, Іспанія 1,8%, Ірландія 5,6%, Естонія 0,2%, Польща 1,3% послуг на світовому ринку. Відповідно, Німеччина продовжує бути лідером серед країн ЄС в міжнародній торгівлі послугами, Люксембург залишається одним з найбільших фінансових центрів та імплементує інформаційні та інноваційні продукти в цю діяльність, що розвиває традиційний вигляд послуг, Іспанія продовжує оговтуватись від пандемії, яка значно погіршила ситуацію в туристичному та транспортному секторі. Ірландія є однією з найдинамічніших країн ЄС в торгівлі послугами, переважно завдяки ІКТ послугам. Саме ці послуги сприяють і створюють перспективи в торгівлі послугами для Естонії. В експорті Польщі все ще переважають транспортні послуги, хоча зараз помітно повільну, але все-таки переорієнтацію на ділові так ІКТ послуги. На це впливає найголовніші на сьогоднішній час фактори – науково-технічний прогрес та цифровізація.

5. Відповідно до цих факторів, можна зауважити, що вони є головними детермінантами сучасного ринку послуг, очікується, що вони перевизначають природу торгівлі послугами в усьому світі. Існує величезний потенціал для торгівлі послугами з цифровою підтримкою, і це може вплинути на витрати на інші послуги. В кінцевому підсумку революція в сфері ІКТ допоможе ініціювати еволюцію торгівлі послугами в регіоні від базових центрів обробки викликів, кодування програмного забезпечення до більш складних бізнес-процесів, таких як проектування систем, дослідження та розробки, людські ресурси, продажу та маркетинг, а також фінанси. Крім того, такі фактори як лібералізація торгівлі, піднесення «глобального середнього класу», акцент на екології та диверсифікація сфери послуг в синергії з діджиталізацією змінюють і будуть продовжувати трансформувати світовий ринок послуг. Завдяки прогнозуванню можна припустити, що навіть після різкого зменшення обсягів торгівлі послугами в 2020 році, показники пов'язані з послугами все одно будуть збільшуватися, що вже ми можемо бачити частково в 2021 році, темпи росту будуть збільшуватись можливо

навіть швидше, зважаючи на все більшу потребу та попит на послуги, які можуть надаватися дистанційно. Хоча варто враховувати, що є чинники та події «чорні лебеді», які не можна передбачити, та наразі досі немає чітких думок та даних, наскільки масштабним буде вплив війни в Україні на глобальну торгівлю послугами.

6. В Україні також в останні роки активно почала розвиватися торгівля послугами, але, на жаль, це одна з небагатьох тенденцій, які країна перебрала в сфері торгівлі. Характерним для України до пандемії був структурний дисбаланс, а саме значна перевага транспортних послуг (58,3%). Після цього періоду почалось зростання інформаційних послуг, які врешті в 2022 році стали лідером серед різних секторів (41%). Протягом аналізованого періоду було збільшення орієнтації на співпрацю з країнами ЄС в торгівлі послугами.
7. До основних перешкод, які стоять на шляху розвитку зовнішньої торгівлі послугами в Україні, належать:
 - відсутність чіткої політики зовнішньої торгівлі, націленої саме на послуги;
 - несприятливий інвестиційний клімат;
 - високий рівень тіньової економіки, корупції та бюрократизації;
 - диспропорції в структурі експорту та імпорту послуг
 - еміграція робочої сили, а саме «відплив мізків».

Попри все це в Україні є потенціал, який потрібно розвивати та використовувати на повну силу. Україна може значно збільшити частку експорту туристичних, ІКТ послуг, є перспективи в наданні е-комерційних послуг, при цьому є кваліфіковані кадри, які можуть це забезпечити. Але потрібно організувати шляхи стимулювання їх залишитись працювати в Україні, тим самим вирішивши проблему «відпливу мізків». Також сприяння міжнародній торгівлі послугами передбачає відповідну регулюючу нормативно-правову базу та продовження налагодження співпраці з іншими розвинутими країнами. Все це повинно стати пріоритетними напрямками розвитку зовнішньої торгівлі послугами України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про захист прав споживачів» ред. від 16.10.2020 р., URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text>
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2002. – 59 с.
3. Ворачек Х. Про стан теорії маркетингу послуг »/ Х. Ворачек // Проблеми теорії і практики управління. - 2002. - URL: http://vasilieva.narod.ru/ptpu/17_1_02.htm (дата звернення: 07.03.2023).
4. Сидорова А. В. Економіко-статистичні методи в управлінні сферою послуг / А.В. Сидорова. - Донецьк: ДонНУ, 2002. - 240 с.
5. Котлер Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, Г.Армстронг, Д. Сондерс та ін .; [Пер. з англ.]. - М.: Изд. будинок "Вільямс", 2006. - 942 с.
6. Norman Ed.R. Service management. Strategy and leadership in Service Business: Textbook / Ed.R. Norman. – N.Y., 2010. – 59 p.
7. Калачова І. В. Статистика послуг: концептуальні основи реформування / І.В. Калачова // Статистика України. – 2001. – № 4. – С. 24-28.
8. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : [навч. посіб.] / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова – К.: Знання України, 2002. – 358 с.
9. Гаврилюк С. П. Специфіка маркетингу в ресторанному бізнесі/ С. П. Гаврилюк//Вчені записки Університету «КРОК». –2017. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/havryliuk_0005.pdf (дата звернення: 07.03.2023).
- 10.Liberalizing International Transactions in Services: a Handbook. UNCTAD, World Bank. – Geneva, 1994
- 11.Gronroos, C. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach. -West Sussex, UK: John Wiley and Sons, 2000.

- 12.Лавлок К. Маркетинг послуг : персонал, технології, стратегії / К. Лавлок. – Вільямс, 2005. – 1008 с.
- 13.Ткаченко Л. В. Маркетинг послуг:навч. посіб. для студ.екон. спец. / Л.В. Ткаченко. – Д.: ДАУБП, 2000. – 102 с.
- 14.Співак Л. С. Формування ринку послуг в трансформаційній економіці:/ Л.С. Співак. – К., 2002. – 192 с.
- 15.Руделіус В. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О. Ш. Сидоренко., 2009. – 648 с.
- 16.Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. С.О.Гуткевич, М.Д.Коринько, М.І.Пугачов, Л.В.Руденко-Сударєва, Д.В.Солоха, А.О.Князевич. _ К.: Вид-во Цифрова типографія, 2012. – 688 с.
- 17.Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, М. І. Барановська. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 441 с.
- 18.Балджи М. Д. Економіка та організація торгівлі / М. Д. Балджи, І. А. Допіра. – Київ: Кондор, 2017. – 368 с.
- 19.Світовий ринок товарів та послуг : навч.-метод. посібник / Л.Л. Носач [та ін.]. – Харків : «Видавництво «Форт», 2014. – 295 с.
- 20.Макогон Ю.В. Зовнішньоекономічна діяльність: організація, управління, прогнозування: Підручник. - Донецьк: Альфа-прес, 2004. - 344 с.
- 21.Особливості розвитку туристичної сфери Іспанії. // Міжнародний мультидисциплінарний науковий журнал «ΛΟΓΟΣ. Мистецтво наукової думки». – 2019. – №8. – С. 169–173.
- 22.Xiaoqing Xie. Analysis of the Impact Path of China-Pakistan Power Industry Cooperation on Poverty Reduction in Pakistan / Xiaoqing Xie. – 2023.
- 23.Дослідження глобального ринку аудиторських послуг у контексті сьогоденних викликів. // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Серія “Проблеми економіки та управління. – 2021. – С. 22–33.
- 24.Брензович К. С. Зовнішня торгівля США в умовах загострення глобальної конкуренції / К. С. Брендзвич // Науковий вісник Ужгородського

- національного університету. – 2019. – URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/28_1_2019ua/12.pdf.
25. Міжнародна економіка: підручник / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, Я. М. Столярчук. – К.: КНЕУ, 2014. – 762 с. (дата звернення: 09.03.2023).
26. Лугінін О.Є. Статистика національної економіки та світового господарства: Навч. посіб./ Лугінін О.Є., Фомішин С.В. – К.: ЦНЛ, 2006.–502 с.
- 27.Європейські бізнес-практики корпоративної соціальної відповідальності: кейси// Спільний проект фонду Моне та ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана».–2019.
URL: https://unba.org.ua/assets/uploads/2ccde17614fe1331c691_file.pdf. (дата звернення: 09.03.2023).
28. Визначення конкурентних переваг здобуття вищої освіти в країнах-конкурентах України на ринку освітніх послуг для іноземних студентів// Державна наукова установа "Інститут освітньої аналітики". – 2020. – URL:https://iea.gov.ua/wp-content/uploads/2020/06/3-na_sajt_AZ_Viznach_konkur_perevag_zdobuttya_VO_kr-konk_Uk-final.pdf. (дата звернення: 09.03.2023).
- 29.Костина К.В. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні/Зовнішня торгівля: право та економіка. - №1/2007. – с. 41-47.
- 30.Дюмулен І. І. Міжнародна торгівля послугами [навч. посібник] / І. І. Дюмулен. - М.: Економіка, 2003. - 315 с.
- 31.Генеральна угода про торгівлю послугами – 1994. –URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/981_017#Text. (дата звернення: 09.03.2023).
- 32.Покрещук О.О. Правове регулювання міжнародної торгівлі у контексті норм і правил ГАТТ/СОР: Монографія. –К: Зовнішня торгівля, 2003 –512 с.
- 33.Service exports (BoP, current US\$) // The World Bank –URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.NFSV.CD> (accessed: 04.04.2023).
- 34.Service imports (BoP, current US\$) // The World Bank –URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BM.GSR.NFSV.CD> (accessed: 04.04.2023).

35. Recent trends in the international trade flows of G7 economies. // Office for National Statistics (ONS). – 2022.
36. Статистика структурної динаміки торгівлі послугами // International Trade Centre – URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата звернення: 04.04.2023).
37. Facts about German foreign trade // Federal Ministry for Economic Affairs and Energy (BMWi). – 2019. – URL: https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Publikationen/facts-about-german-foreign-trade.pdf?__blob=publicationFile&v=10. (accessed: 09.04.2023).
38. Exports of goods and services (% of GDP) // The World Bank – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.EXP.GNFS.ZS> (accessed: 09.04.2023).
39. Going global. Exporting to Luxembourg // Enterprise Ireland. – 2019. – URL: <https://www.enterprise-ireland.com/en/Export-Assistance/International-Office-Network-Services-and-Contacts/Going-Global-Luxembourg.pdf>. (accessed: 09.04.2023).
40. Fintech // Luxembourg for Finance. – 2018. – URL: https://www.investinluxembourg.lu/seoul/wp-content/uploads/sites/15/2018/09/lff_fintech_web_hd.pdf. (accessed: 09.04.2023).
41. Luxembourg. Trade and investment statistical note // OECD. – 2017. – URL: <https://www.oecd.org/investment/LUXEMBOURG-trade-investment-statistical-country-note.pdf>. (accessed: 10.04.2023).
42. Dun J. Feeding the Celtic Tiger – Brexit, Ireland and Services Trade / J. Dun, O. Shepotylo // Aston Business School. – 2021. – URL: <https://www.lbpresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2021/05/Feeding-the-Celtic-Tiger-%E2%80%93-Brexit-Ireland-and-Services-Trade.pdf>. (accessed: 10.04.2023).
43. Untapped potential: The future for Irish and EU services. // Ibec. - 2018.

44. Financial Services Brexit Tracker // EY. – 2020. – URL: https://www.ey.com/en_uk/news/2020/09/ey-financial-services-brexit-tracker-fs-firms-continue-moving-staff-ahead-of-brexit-deadline. (accessed: 13.04.2023).
45. Minondo A. Impact of COVID-19 on the trade of goods and services in Spain/ Asier Minondo // Deusto Business School. – 2020. – URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/AEA-11-2020-0156/full/pdf?title=impact-of-covid-19-on-the-trade-of-goods-and-services-in-spain>. (accessed: 13.04.2023).
46. Iberia // International Airlines Group – URL: https://grupo.iberia.com/about_us/brand_and_values. (accessed: 13.04.2023).
47. Telefónica and Indra partner to globally digitise the health sector // IoT. Business news.. – 2015. –URL: <https://iotbusinessnews.com/2015/09/10/30203-telefonica-and-indra-partner-to-globally-digitise-the-health-sector/>. (accessed: 13.04.2023).
48. CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX // Transparency International –URL: <https://www.transparency.org/en/cpi/2022>. (accessed: 14.04.2023).
49. Index of economic freedom. – 2023. –URL: <https://www.heritage.org/index/ranking>. (accessed: 14.04.2023).
50. Doing business and investing in Estonia // PwC. – 2019. –URL: <https://www.pwc.com/ee/et/publications/DoingBusinessinEstonia/Doing%20Business%202019.pdf>. (accessed: 14.04.2023).
51. Kerner R. Service Exporters in ICT-industries: Measuring Digital Service Trade of Estonis// Estonian Business School. – 2022. –URL: <https://ojs.utlib.ee/index.php/TPEP/article/view/22091/16798>. (accessed: 14.04.2023).
52. Estonia's exports of services were boosted by trade with Finland // Statistics Estonia. – 2022. –URL: <https://www.stat.ee/en/node/258641>. (accessed: 14.04.2023).
53. Szyguła W. International Trade in Goods and Services of Poland / W. Szyguła, T. Łuczka. // European Research Studies Journal. – 2021. – C. 772–781.

54. Malkowska A. International Trade in Transport Services between Poland and the European Union / A. Malkowska, A. Malkowski., 2021.
55. Kuźnar A. Poland's Trade in Services with Germany – EU Membership Experience/ Andżelika Kuźnar // Scientific Journal Warsaw University of Life Sciences. – 2016. –URL: [https://sj.wne.sggw.pl/pdf/PRS_2016_T16\(31\)_n4_s18.pdf](https://sj.wne.sggw.pl/pdf/PRS_2016_T16(31)_n4_s18.pdf). (accessed: 15.04.2023).
56. World Trade Report 2019: The future of services trade. – 2019. – URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/01_wtr19_0_e.pdf. (accessed: 15.04.2023).
57. Global Trade Outlook and Statistics // World Trade Organisation. – 2022. –URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/trade_outlook23_e.pdf. (accessed: 15.04.2023).
58. MODERN SERVICES EXPORT PERFORMANCES AMONG EMERGING AND DEVELOPED ASIAN ECONOMIES // ASIAN DEVELOPMENT BANK. – 2014. –URL: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/150798/reiwp-143.pdf>. (accessed: 15.04.2023).
59. APTIT Commercial services // ESCAP. – 2020. – URL: https://www.unescap.org/sites/default/d8files/knowledge-products/APTIT%20Commercial%20services_21Dec.pdf. (accessed: 15.04.2023).
60. ICT service exports (BoP, current US\$) // The World Bank –URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.CCIS.CD> (accessed: 16.04.2023).
61. Digital Globalization: The New Era of Global Flows // McKinsey Global Institute. – 2016. – URL: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/business%20functions/mckinsey%20digital/our%20insights/digital%20globalization%20the%20new%20era%20of%20global%20flows/mgi-digital-globalization-full-report.ashx>. (accessed: 15.04.2023).

- 62.Мазаракі А., Волосович С. Домінанти FinTech на ринку платіжних послуг. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2019. № 2. С. 100-118. Серія. Економічні науки.
- 63.Міжнародна торгівля і розвиток - Доповідь Генерального секретаря // ЮНКТАД. –2019: URL: https://unctad.org/system/files/official-document/a74d221_ru.pdf. (дата звернення: 15.04.2023).
- 64.World Trade Report 2022. Climate change and international change // World Trade Organisation. – 2022. – URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtr22_e/wtr22_e.pdf. (accessed: 15.04.2023).
- 65.DDG Ellard: The future of globalization is services, digital technology // World Trade Organisation. – 2023. – URL: https://www.wto.org/english/news_e/news23_e/ddgae_29mar23_e.htm. (accessed: 15.04.2023).
- 66.World Trade Report 2021 // World Trade Organisation –URL: <https://www.wto-ilibrary.org/content/books/9789287051400/read>. (accessed: 15.04.2023).
- 67.TRADE STATISTICS AND OUTLOOK // World Trade Organisation. – 2022. – URL: https://www.wto.org/english/news_e/pres22_e/pr909_e.pdf. (accessed: 15.04.2023).
68. Trade in services (% of GDP)// The World Bank –URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BG.GSR.NFSV.GD.ZS> (accessed: 15.04.2023).
- 69.Офіційний сайт Державної служби статистики України - URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 16.04.2023).
- 70.Танасієнко Н. П. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ УКРАЇНИ З ДЕРЖАВАМИ СВІТУ / Н. П. Танасієнко. // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2017. – №6. – С. 76–80.

- 71.Розвиток сфери послуг в економіці України / Т. М. Мельник, К. С. Пугачевська // Бізнес Інформ - 2018. - № 1. - С. 213-220. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_1_32 (дата звернення: 16.04.2023).
- 72.ІТ стало єдиною сферою українського експорту, що зростала у 2022 році // Forbes. – 2023. – URL: <https://forbes.ua/news/it-stalo-edinoyu-sferoyu-ukrainskogo-eksportu-yaka-zrostala-u-2022-rotsi-13012023-11072>. (дата звернення: 16.04.2023).
- 73.Каталог фінтех-компаній 2019 – URL: <https://web.archive.org/web/20220218214114/http://drive.fintechua.org/FintechCatalog19Ukr.pdf>. (дата звернення: 16.04.2023).
- 74.РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ: НАЦІОНАЛЬНИЙ, РЕГІОНАЛЬНИЙ ТА ЛОКАЛЬНИЙ ВИМІР. // Економічний простір. – 2021. – №165. – С. 87–90.
- 75.Аналіз торгівлі послугами між Україною та ЄС в рамках ПВЗВТ [С. Таран, П. Яворський, Ю. Павицька та ін.]. – 2021. – URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/11/Final-DCFTA-services-2021-11-11.pdf>. (дата звернення: 16.04.2023).
76. Грабинський І. М. ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ УКРАЇНИ З ЄС ПІСЛЯ ПІДПИСАННЯ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ З ЄС / І. М. Грабинський, Р. В. Міхель. // Економіка та держава. – 2015. – №3.
- 77.Благодарний О.І. Контролінг зовнішньої торгівлі в ринкових умовах: Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук. 08.06.11 / Донец. держ. ун-т. – Донецьк, 2011.
- 78.Внутрішня торгівля України : монографія / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко [та ін.] ; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 864 с.
- 79.Камінська Т. М. МІСЦЕ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ / Т. М. Камінська // Економічна теорія та право. № 1 (36). –

2019. – URL: <http://econtlaw.nlu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/04/27-41.pdf>.
(дата звернення: 18.04.2023).

80. Економічна складова угоди про асоціацію між Україною та ЄС: наслідки для бізнесу, населення та державного управління / За ред. І. Бураковського та В. Мовчан. — К.: Інститут економічних досліджень і політичних консультацій, 2014. — 141 с.
81. Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$) // The World Bank – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD>.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

ОГЛЯД СПЕЦІАЛЬНОЇ ЗАРУБІЖНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. *Liberalizing International Transactions in Services: a Handbook. UNCTAD, World Bank., 1994.*

The handbook aimed to provide a comprehensive guide to policymakers and negotiators on liberalizing international transactions in services. The publication covers a range of topics related to the liberalization of services, including the definition of services, the economic importance of services, and the role of trade in services in economic development. The handbook also delves into the different approaches to liberalizing services, including market access, national treatment, and regulatory cooperation. It also covers the issues and challenges involved in the negotiations of services trade agreements, such as the need for flexibility and the need to balance trade liberalization with other policy objectives. One of the strengths of the handbook is its comprehensive coverage of the different aspects of services trade and liberalization. The publication is also highly accessible, making it an excellent resource for policymakers and researchers who may not have a background in trade negotiations.

2. *Dun J. Feeding the Celtic Tiger – Brexit, Ireland and Services Trade, 2021.*

"Feeding the Celtic Tiger - Brexit, Ireland and Services Trade" explores the impact of Brexit on the services trade between Ireland and the United Kingdom. The authors examine the Irish economy's growth, which was referred to as the Celtic Tiger, and how it was fueled by the services sector, particularly by the financial and business services industry. They argue that Ireland's success in the services sector was due to its close relationship with the UK and the Single Market. The authors also explore the impact of Brexit on the Irish services trade and argue that Brexit has created challenges for Ireland, particularly in terms of access to the UK market. The work suggests that the services trade between Ireland and the UK will become more complex and challenging post-Brexit, with implications for the Irish economy. The paper suggests that Ireland should look to develop other markets outside of the UK to mitigate the impact of Brexit. The authors highlight the importance of innovation and the development of new technologies in the services sector to help Ireland maintain its competitiveness in a changing landscape.

3. *Minondo A. Impact of COVID-19 on the trade of goods and services in Spain, 2020.*

Asier Minondo's paper "Impact of COVID-19 on the trade of goods and services in Spain" analyzes the impact on different sectors and industries, and identifies the main factors that have contributed to the disruption of trade. The lockdown measures and restrictions on mobility implemented by the Spanish government have led to a decline in both imports and exports. The decline in international trade has affected almost all sectors and industries, with some being more severely affected than others, including tourism,

manufacturing, and agriculture. The tourism sector, in particular, has been hit hard, with the closure of borders and restrictions on travel leading to a decline in international tourism. The study underscores the need for policy measures to support businesses and industries affected by the pandemic and to mitigate the impact of supply chain disruptions on international trade.

4. Szygula W. International Trade in Goods and Services of Poland, 2021.

The authors analyze the trends and patterns of Poland's international trade, including the structure of its exports and imports, the geographical distribution of its trade partners, and the main sectors contributing to its trade. They also compare Poland's trade patterns with those of other countries in the region and the EU. The article shows that Poland has experienced significant growth in its international trade in recent years, particularly in its exports of goods and services. The authors attribute this growth to several factors, including Poland's integration into the EU market, its location at the crossroads of major trading routes, and its competitive advantage in certain sectors, such as automotive and IT. The authors also highlight some of the challenges that Poland faces in its trade, such as the high dependence on a few key trade partners, the limited diversification of its export base, and the increasing competition from emerging economies.

5. Kerner R. Service Exporters in ICT-industries: Measuring Digital Service Trade of Estonia, 2022.

Specifically, the author focuses on the export of digital services, which has become an increasingly important part of Estonia's economy. The author first provides an overview of the ICT (Information and Communication Technology) sector in Estonia, which has grown rapidly in recent years, discusses the challenges of measuring digital service trade, as traditional methods of measuring trade are not always applicable to digital services. To overcome these challenges, the author proposes a new method of measuring digital service trade, which he calls the "ICT Service Export Index". The author also identifies several key factors driving the growth of digital service exports in Estonia, including the country's highly skilled workforce, favorable business environment, and strong government support for the ICT sector. Overall, the article provides valuable insights into the digital service trade of Estonia, and the challenges and opportunities associated with measuring and promoting this type of trade.

6. Untapped potential: The future for Irish and EU services, 2018.

The report focuses on the potential for growth and development in the service sector in Ireland and across the European Union. The report notes that the service sector is the largest employer in the EU, and that it is a key driver of economic growth and competitiveness. The report emphasizes the importance of digital transformation and the need for Ireland and the EU as a whole to develop a robust digital infrastructure to support the growth of digital services. The report calls for increased collaboration between businesses and government to drive innovation and foster growth in the service sector.

7. Kuźnar A. Poland's Trade in Services with Germany – EU Membership Experience, 2016.

The article focuses on Poland's trade in services with Germany and the impact of Poland's EU membership on this trade. The author analyzes the trends and patterns of trade in services between the two countries before and after Poland's accession to the EU in 2004. The article discusses the sectors that contribute most to this trade, including transportation, travel, and business services. It also examines the challenges and opportunities for Polish service providers in the German market, such as competition from other EU countries and the need to adapt to German regulations and standards. The author concludes that Poland's EU membership has had a positive impact on its trade in services with Germany, leading to an increase in both the volume and diversity of services traded between the two countries.

8. World Trade Report. Sustainable Trade: What does it take to make trade sustainable?, 2021.

The report examines how trade can contribute to achieving sustainable development goals and the challenges that need to be addressed to ensure that trade is sustainable. It provides an overview of the concept of sustainable trade and its importance in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs) set by the United Nations. It also discusses the trade-related aspects of the SDGs and the relationship between trade and sustainability. The report highlights the importance of addressing environmental, social, and economic issues in trade policy, and discusses the potential benefits of sustainable trade for both developed and developing countries. Overall, the World Trade Report 2021 provides a comprehensive analysis of the relationship between trade and sustainability, and highlights the importance of addressing sustainability issues in trade policy.

9. Financial Services Brexit Tracker, EY, 2020.

The report analyzes the latest developments in the negotiations between the UK and the EU, and how these developments are likely to affect financial services firms operating in the UK and the EU. The report provides insights into the potential implications of Brexit on key areas such as regulatory compliance, trade, and talent management. It highlights the regulatory challenges that firms are likely to face as a result of Brexit, and provides guidance on how firms can navigate these challenges.

10. Digital Globalization: The New Era of Global Flows, McKinsey Global Institute, 2016.

The report discusses how digital technologies are transforming global flows of trade, capital, and people, leading to a new era of globalization. It examines the impact of digital technologies on economic growth, job creation, and productivity, as well as the challenges and opportunities presented by this new era. The report highlights that digital globalization is accelerating the pace of global flows of goods, services, finance, and people and that digital technologies are enabling new forms of cross-border transactions and creating new economic opportunities for businesses and individuals.

SUMMARY

The Diploma thesis «Development of international trade in services of EU countries and Ukraine» is devoted to the study of theoretical and practical aspects of international trade in services. The essence, classification and regulation of trade in services have been studied. The main directions of the development of foreign trade in services have been identified using the example of EU countries of different economic development, in particular the growing role of information services and the impact of digitalization on the future state of the market. According to the analysis, the countries of Europe and Asia with an increase in the growth rates of trade in services, which occupy one of the leading positions in scientific and technical progress, digitization, and the consequences of digitization on other types of trade services are summarized. An assessment of the state, structure and factors of influence on the world market of services in the conditions of globalization was carried out. The main obstacles to the development of foreign trade in services in Ukraine are identified, the most important of which are: an unfavorable investment climate, the large size of the shadow sector and the war in the country, which is still ongoing. The possibilities of overcoming them and the general possibilities of development of domestic trade in services are considered.

Keywords: services, sphere of services, trade in services, world market of services, international trade in services, export of services, import of services, structure of services, dynamics of international trade in services, foreign trade in services, digitalization, digitalization of services.

ДОДАТОК В

Таблиця В.1- Систематизація визначення поняття «послуга»

№ п/п	Автор	Визначення
1	ЗУ «Про захист прав споживачів» [1]	Діяльність виконавця з надання споживачеві певного визначеного договором матеріального чи нематеріального блага, що здійснюється за індивідуальним замовленням споживача для задоволення його особистих потреб
2	К. Полярчик [2, 59]	Продуктивна праця, результатом якої є споживча вартість, відтворена внаслідок надання послуги
3	Р. Малері [3]	Нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту
4	Т. Хілл [4,11]	Це зміна стану особи або товару, що належить одній економічній одиниці, що виникає в результаті діяльності іншої економічної одиниці, за попередньою згодою колишньої особи або економічної одиниці.
5	Ф. Котлер [5,638]	Будь-який захід або вигода, яку одна сторона може запропонувати іншій і яка в основному невлічима й не призводить до заволодіння чим-небудь
6	Р. Норманн [6]	Це користь, запропонована клієнту організацією сфери послуг
7	І. В. Калачова [7, 24]	Форму економічних відносин з приводу конкретної трудової діяльності, в процесі якої створюється спеціальна споживча вартість
8	Л. Г. Агафонова [8]	Цілеспрямована дія економічного змісту, результат якої виражається в термінах споживання вартості та проявляється як задоволення конкретної потреби людини
9	С. П. Гаврилюк [9]	Діяльність, що не створює самостійного продукту або матеріальних цінностей; нематеріальні активи, вироблені з метою збуту, або ж процес, що включає набір невлічливих дій
10	ЮНКТАД і Світовий банк [10]	Зміни у стані інституційної одиниці, які відбулися у результаті певних дій на підставі взаємної угоди з іншою інституційною одиницею

Продовження таблиці В.1

11	Гронрус К. [11]	Процес, який може складатися з невідчутних дій, які виникають між споживачем та постачальником послуг, фізичними ресурсами та системою підприємства з метою задоволення певних потреб або бажань споживачів.
12	Лавлок К. [12]	Вид економічної діяльності, яка створює цінність та допомагає споживачам отримати переваги в певний час та місце. Це досягається за допомогою відчутних або невідчутних дій, спрямованих на надання певної послуги або товару.
13	Л.В. Ткаченко [13]	Це результат корисної діяльності, яка змінює стан обличчя або товару, які представляють економічні суб'єкти один одному за попередньою згодою.
14	Співак Л. С. [14]	Це результати економічної діяльності, які набувають матеріально-речової форми і задовольняють певні потреби.
15	Руделіус В. [15]	Це вид діяльності, який дозволяє створювати матеріальні або нематеріальні блага, або їх комбінацію, які організація надає споживачеві в обмін на гроші або інші цінності.

Джерело: розроблено автором на основі [1-15]

Таблиця Д.1 - Динаміка експорту послуг України за країнами світу (частка від загального експорту, %)

Країна/Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
США	4,9	5	5,1	5,1	6	6,8	7,3	7,9	8,7	8,2	12	15
Росія	41,9	38,5	36,7	36,9	30,7	31,2	31,2	31,9	28,7	39,7	23	13
Швейцарія	3,6	5,8	3,8	7,2	7,2	7,9	6,9	7,1	7,7	6,3	7	9
Великобританія	4,6	4,8	5,1	5,3	5,7	5,7	4,7	5,5	4,9	3,9	6	6,1
Німеччина	2,8	2,9	3,2	4,8	5,8	4,6	4,9	5	5,1	3,9	5	5,7
Польща	0,8	0,9	1	1,5	1,8	1,9	2,2	2,8	3	2,7	3,8	4
ОАЕ	0,6	0,4	0,6	1,7	1,9	2,1	1,7	2,1	2,2	2,3	2,9	3,1
Кіпр	3,3	2,9	3	2,8	4	2,6	2,4	2,6	2,7	2,3	3,5	3
Нідерланди	0,8	0,8	1	1	2,5	1,1	1,5	1,6	1,7	1,5	2,1	2,4
Ізраїль	0,5	0,8	0,9	1	1,1	1,5	1,7	1,8	1,7	1,6	1,9	2,3

Джерело: розроблено автором на основі [69]

ДОДАТОК Ж

Таблиця Ж.1 - Динаміка імпорту послуг України за країнами світу (частка від загального імпорту, %)

Країна/Рік	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Туреччина	4,1	4,6	4,9	2,8	2,2	3,5	5,4	6,5	6,5	8,2	8	12
США	6,9	6,2	5,2	4,8	8	8,8	13	11,8	7,3	7,2	12	10
Великобританія	11	10,4	10,6	14,1	11,1	13	10,6	8,9	8,1	8,8	9	8
Німеччина	6,5	7	7,9	8,3	9,3	9,8	6,8	6,5	6,4	7,1	7	6
Ірландія	0,2	0,3	0,5	0,5	0,5	0,9	1,4	1,9	4	4,5	5	4,7
Кіпр	14,6	13	13	13,5	8	5,2	4,7	4,2	6,1	5,9	4,2	4,5
Польща	2,6	2,3	2,6	2,2	2,3	1,8	2,6	2,7	3,1	3,5	3,5	3,6
Китай	0,3	0,2	0,4	1,1	0,7	2,3	1,8	3	3	3,3	3,5	3,6
Швейцарія	3,3	3,5	3,7	4,2	5,4	4,3	3,6	4	3,6	3,4	3,8	3,5
Росія	14,5	15,3	14,8	16,4	13,9	11,8	9,4	7,8	7,2	4,4	3	2,4

Джерело: розроблено автором на основі [69]

ДОДАТОК К

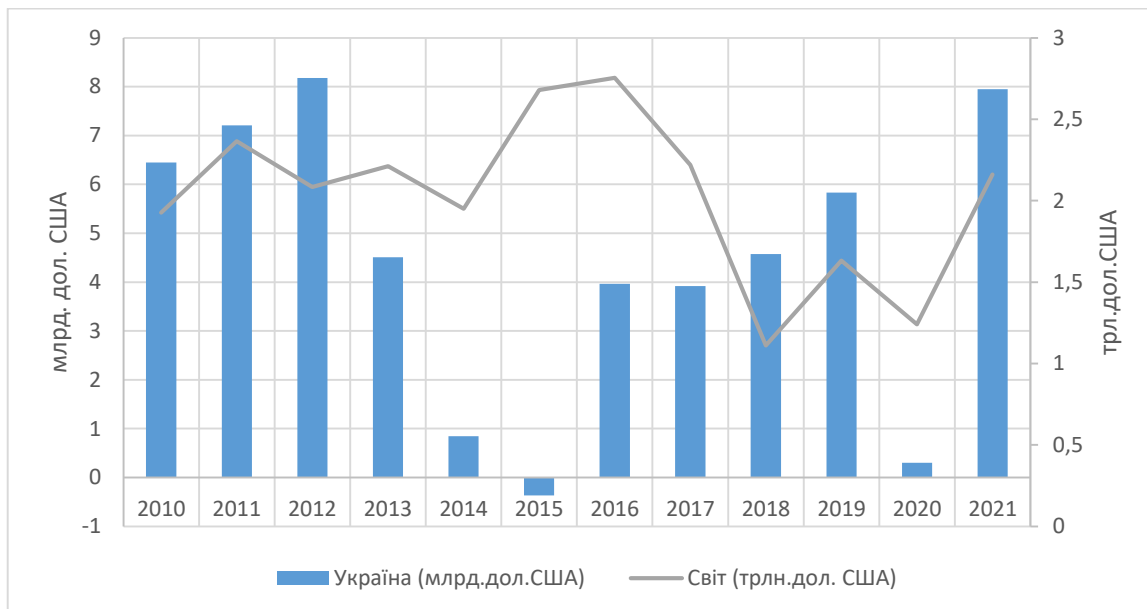


Рисунок К.1 – Притік прямих іноземних інвестицій: Україна та Світ

Джерело: розроблено автором на основі [81]

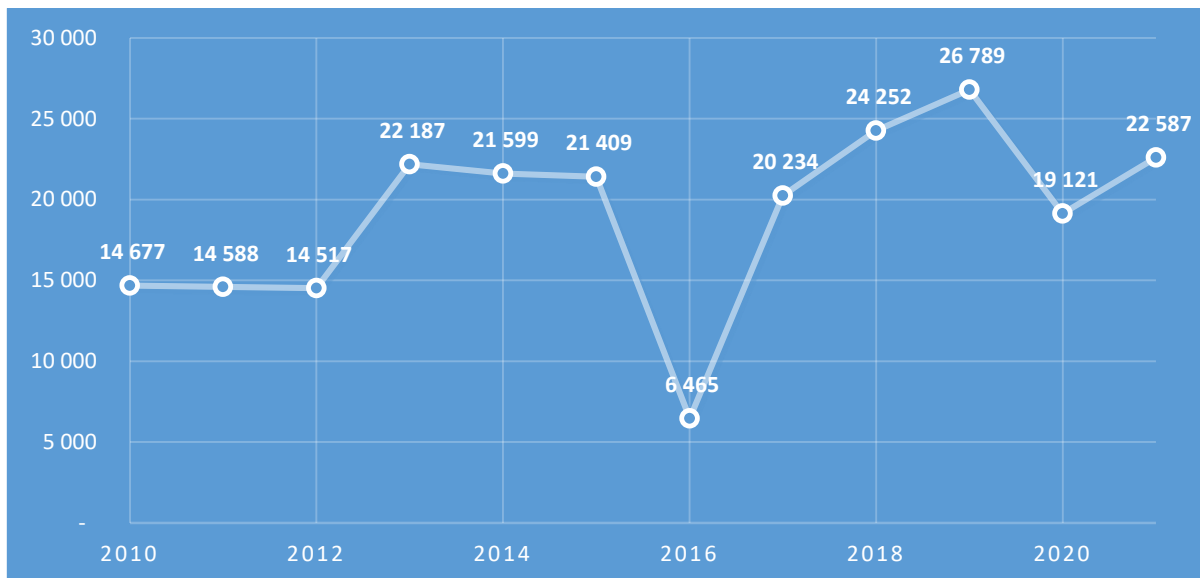


Рисунок Л.1 – Еміграція робочої сили з України

Джерело: розроблено автором на основі [69]

Короткий звіт за результатами перевірки кваліфікаційної роботи антиплагіатною інтернет-системою Unicheck



Ім'я користувача:
Міжнародних фінансів Ананьєв Микола

ID перевірки:
1015142387

Дата перевірки:
18.05.2023 20:18:51 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
18.05.2023 20:19:11 EEST

ID користувача:
100005723

Назва документа: Уколова Марина Дмитрівна

Кількість сторінок: 64 Кількість слів: 14846 Кількість символів: 110084 Розмір файлу: 3.42 MB ID файлу: 1014823345

5.26% Схожість

Найбільша схожість: 1.19% з Інтернет-джерелом (<https://ukraine.iom.int/sites/g/files/tmzbd11861/files/documents/migra>)

3.79% Джерела з Інтернету

276

Сторінка 66

4.84% Джерела з Бібліотеки

555

Сторінка 70

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

2