

**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: денна

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

**На тему: «СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ В УМОВАХ СЕРВІЗАЦІЇ
ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

здобувача: Маршева Дмитра Максимовича

Науковий керівник: к.е.н., доцент Москалюк Наталія Петрівна

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

Завідувач кафедри: д.е.н., професор Столярчук Я.М.

(підпис)

Київ 2024

Міністерство освіти і науки України
Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
Кафедра міжнародної економіки
**ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА «Міжнародна економіка»
ПРОГРАМА**
ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ 05 Соціальні та поведінкові науки
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ 051 «Економіка»

ПОГОДЖЕНО
Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

Я. М. Столярчук
«___» _____ 20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри

Я. М. Столярчук
«___» _____ 20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ
на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи
на тему: «Світовий ринок послуг в умовах сервізації глобальної економіки»

Студенту Маршеву Дмитру Максимовичу
Освітньо-професійна програма «Міжнародна економіка»
Галузь знань: 05 «Соціальні та поведінкові науки»
Спеціальність: 051 «Економіка»

Тему затверджено наказом ректора Університету _____ 2024 р. № _____ -ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах

План кваліфікаційної бакалаврської роботи і терміни подання розділів науковому керівникові

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ.
Розділ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ
СЕРВІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ.

Об'єкт дослідження: світовий ринок послуг.

Предмет дослідження: закономірності, особливості і фактори розвитку світового ринку послуг в умовах сервізації глобальної економіки.

Мета дослідження: на основі узагальнення теоретичних основ розвитку світового ринку послуг, комплексного аналізу його функціонування обґрунтувати перспективні напрями розвитку світового ринку послуг та прогнозувати розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

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

У розділі 1: виявити сутність, особливості та принципи міжнародної торгівлі послугами; систематизувати класифікацію світового ринку послуг; охарактеризувати генезу сервізації глобальної економіки.

У розділі 2: виявити сучасні тренди сервізації глобального ринку послуг; оцінити вплив фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг; проаналізувати розвиток зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг; спрогнозувати розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

Завдання підготував науковий керівник

к.е.н., доцент

_____ Москалюк Н. П.

«_____» _____ 20__ р.

Завдання одержав студент

_____ Маршев Д. М.

«_____» _____ 20__ р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 63 сторінки, 3 таблиці, 37 рисунків, список літератури складається з 45 найменувань.

«Світовий ринок послуг в умовах сервізації глобальної економіки»

Об'єктом дослідження є світовий ринок послуг.

Предметом дослідження є закономірності, особливості і фактори розвитку світового ринку послуг в умовах сервізації глобальної економіки.

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи: на основі узагальнення теоретичних основ розвитку світового ринку послуг, комплексного аналізу його функціонування обґрунтувати перспективні напрями розвитку світового ринку послуг та прогнозувати розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

Для реалізації поставленої мети у дипломній роботі поставлено такі конкретні завдання:

- - виявити сутність, особливості та принципи міжнародної торгівлі послугами;
- - систематизувати класифікацію світового ринку послуг;
- - охарактеризувати генезу сервізації глобальної економіки;
- - виявити сучасні тренди сервізації глобального ринку послуг;
- - оцінити вплив фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг;
- - проаналізувати розвиток зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг;
- - спрогнозувати розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

За результатами роботи розраховано прогноз розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

Рік виконання дипломної роботи: 2023-2024 рр.

Рік захисту роботи: 2024 р.

ВІДГУК

на кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача освітньо-професійної програми: «Міжнародна економіка»
факультету Міжнародної економіки і менеджменту
Маршева Дмитра Максимовича
на тему **«Світовий ринок послуг в умовах сервізації глобальної економіки»**

1.Актуальність теми: В сучасних умовах сервізації глобальної економіки змінюється економічний ландшафт світового ринку послуг, з'являються нові тренди його розвитку, активізується діяльність фінансових інститутів. Тому дослідження даної проблематики є актуальним.

2.Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи: структурований та логічний підхід до висвітлення тематики дослідження дозволив розкрити тему роботи. Автором охарактеризовано теоретичні основи світового ринку послуг, визначено його сутність, фактори розвитку ринку послуг, розкрито генезу сервізації глобальної економіки. Робота містить достатній рівень інформаційного забезпечення.

3.Наявність самостійних розробок автора: проявляється у виявленні сучасних трендів та перспектив сервізації глобального ринку послуг, оцінці впливу фінансових технологій на його розвиток, проведенні ґрунтовного аналізу розвитку зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг. Автором проаналізовано запровадження на світовому ринку послуг фінансових інновацій, використання блокчейн-технологій та фінансових послуг із використанням криптовалюти.

4.Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій: полягає у можливості використання прогнозованих трендів розвитку імпорту послуг України для розширення сервізації національної економіки та стимулювання її виходу на зовнішній глобальний ринок послуг.

5. Наявність недоліків: проведений аналіз розвитку світового ринку послуг в умовах сервізації глобальної економіки носить дещо односторонній підхід і зосереджено на аналізі фінансових послуг. Відповідно поза межами дослідження залишились інші сучасні види послуг світового ринку в умовах сервізації.

6.Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: тема дослідження розкрита на достатньому рівні, робота виконана згідно вимог, допускається до захисту перед ЕК з оцінкою **44** бали.

Науковий керівник:

доцент кафедри міжнародної економіки,

кандидат економічних наук

Москалюк Н.П.

“ 22” травня 2024р.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ	10
1.1. Сутність, особливості та принципи міжнародної торгівлі послугами	10
1.2. Класифікація світового ринку послуг	17
1.3. Генеза сервізації глобальної економіки	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ СЕРВІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	32
2.1. Сучасні тренди та перспективи сервізації глобального ринку послуг	32
2.2. Оцінка впливу фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг	43
2.3. Аналіз розвитку зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг	48
2.4. Прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки	54
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ	65

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Інтенсивний розвиток технологій у комунікаційній, транспортній, комп'ютерній сферах, поширення світової мережі Інтернет і загалом побудова цифрової економіки ставить на порядок денний вихід країн на світовий ринок послуг. Економіка тієї країни, в якій найбільш розвинений третинний сектор, є більш передовою і конкурентоспроможною, що володіє величезною перспективою до зростання. З цього можна зробити висновок, що ринок послуг, як форма ділових операцій, є ключовим критерієм, який відображає здатність держав забезпечувати стабільні темпи економічного зростання і підтримувати високий рівень добробуту своїх громадян.

У даний час в умовах ринкової системи економіки різні країни в тій чи іншій мірі вступають у зовнішньоекономічні зв'язки, надаючи різноманітні форми послуг. На сьогоднішній день в умовах дедалі більших процесів сервізації глобальної економіки попит на послуги неухильно зростає, тим самим зміцнюється міжнародне економічне співробітництво держав. Все це робить світовий ринок послуг однією з найважливіших частин загальносвітового господарства.

Отже, постійно відбувається формування нових умов для функціонування світового ринку послуг, що призводить до зростання значення торгівлі послугами у світовій та національних економіках як каталізатора економічного зростання. Тому аналіз стану та характеристика тенденцій формування світового ринку послуг має велике значення для розуміння напрямків розвитку міжнародної торгівлі послугами та місця кожної країни в цьому сегменті світової торгівлі.

Як вітчизняні, так і зарубіжні вчені приділяють значну увагу вивченню проблем функціонування світового ринку послуг. Так, у своєму дослідженні О. Мельничук визначила особливості та ключові тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами. Робота О. Кульганік присвячена аналізу обсягів експорту українських товарів і послуг. У роботі К. Брензович проведено дослідження структури сучасного світового ринку та описано тенденції міжнародної торгівлі - послугами. Актуальні тенденції та проблеми функціонування світового ринку комерційних послуг досліджувались А. Рибчуком та Р. Заблоцькою. У своїх

дослідженнях Т. Камінська зосереджує увагу на вивченні місця України у міжнародній торгівлі послугами, її ролі у протидії глобальним ризикам економічного зростання та зовнішньоекономічній рівновазі.

Зарубіжні вчені Arjan M. Lejour та Peter M. Smith у своїх наукових працях висвітлили теоретичні та прикладні аспекти дослідження міжнародної торгівлі послугами. У роботі Lucia Tajoli, Federico Airolidi та Carlo Piccardi проведено аналіз мережі міжнародної торгівлі послугами та визначено місце кожної країни на світовому ринку послуг. Дослідження авторів Roelfsema H., Findlay C. та Ye X. зосереджене на декомпозиції міжнародної торгівлі послугами.

Основні тенденції глобального ринку послуг та ретельну статистичну інформацію розглядають такі міжнародні організації, як Світова організація торгівлі, Світовий економічний форум, Конференція ООН з торгівлі та розвитку, а також статистична організація Європейської комісії. Проте, незважаючи на значну кількість наукових досліджень та висновків щодо функціонування світового ринку послуг, цей аспект, у зв'язку з постійним динамічним розвитком сервізації глобальної економіки, потребує більш докладного вивчення.

Мета дослідження – на основі узагальнення теоретичних основ розвитку світового ринку послуг, комплексного аналізу його функціонування обґрунтувати перспективні напрями розвитку світового ринку послуг та прогнозувати розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

Відповідно до мети в роботі були поставлені такі *завдання*:

- виявити сутність, особливості та принципи міжнародної торгівлі послугами;
- систематизувати класифікацію світового ринку послуг;
- охарактеризувати генезу сервізації глобальної економіки;
- виявити сучасні тренди сервізації глобального ринку послуг;
- оцінити вплив фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг;
- проаналізувати розвиток зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг;
- спрогнозувати розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

Об'єктом дослідження є світовий ринок послуг.

Предметом дослідження є закономірності, особливості і фактори розвитку світового ринку послуг в умовах сервізації глобальної економіки.

Методи дослідження. У процесі написання роботи були використані такі загальнонаукові, теоретичні та емпіричні методи: аналіз та синтез, індукція та дедукція – для уточнення сутності досліджуваних понять; метод єдності історичного та логічного аналізу – для вивчення генези сервізації глобальної економіки; метод порівняння – для визначення сучасних трендів сервізації глобального ринку послуг; статистичний та графічний методи – для аналізу розвитку зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг; економіко-математичне моделювання – для оцінки впливу фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг; перехід від абстрактного до конкретного – для прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки.

Теоретична та практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що основні теоретичні й практичні висновки можуть слугувати основою для подальших наукових розробок стратегій розвитку ринку послуг та прикладних рекомендацій щодо реалізації розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки. Результати дослідження також можуть використовуватися при розробці та викладанні студентам лекцій з дисциплін «Міжнародна економіка», «Основи економічної науки» тощо.

Інформаційна база дослідження включає в себе законодавство, нормативно-правові акти щодо діяльності на ринку послуг, наукові праці українських та зарубіжних дослідників з питань сервізації глобальної економіки. Також використовувалися офіційні дані Міністерства економіки України, Міністерства фінансів України, Державної митної служби та Державної служби статистики України, а також аналізи міжнародних фінансових організацій, аналітичні звіти та дослідження академій наук різних країн і періодичні видання в мережі Інтернет.

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

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ

1.1. Сутність, особливості та принципи міжнародної торгівлі послугами

Одним з ключових понять у світовій економіці є рахунок поточних операцій платіжного балансу, в якому знаходять відображення результати зовнішньоторговельної діяльності країни. Однією із статей цього розділу у платіжному балансі є торгівля послугами. І сьогодні, якщо сектор послуг займає лідируючі позиції у порівнянні з матеріальним виробництвом, то країну вважають економічно розвиненою. Все це говорить про значущість торгівлі послугами і необхідність знати суть і зміст даного економічного явища.

Послуга – це господарська діяльність, яка спрямована на задоволення особистих потреб людей, домашніх господарств, фірм, асоціацій, організацій, і в цілому потреб суспільства у нематеріально-речовій формі, що втілюється в корисному ефекті, який отримує споживач. У табл. 1.1 наведено наукові погляди на визначення сутності послуги.

Таблиця 1.1 – Визначення дефініції «послуга»

Джерело	Визначення
П. Найар	Послуги є продуктами, що не мають матеріальної форми, і призначені для комерційної реалізації. Нематеріальні активи, або безматеріальні цінності, представляють собою цінність, яка не існує у фізичній формі, але має оцінену вартість у грошовому виразі
К. Гронроос	Послуга – це послідовність дій, що можуть виникати за потреби між споживачем і персоналом обслуговування, фізичними ресурсами, системою підприємства – постачальником послуг
Т. Хілл	Послуга – це перетворення стану товару, що належать певній економічній одиниці, за умови, що це перетворення виникає в результаті взаємодії з іншою економічною одиницею при попередній згоді першої. Іншими словами, це сукупність дій, спрямованих на задоволення потреб клієнта, що має певну вартість
К. Лавлок	Послуга – це форма економічної діяльності, що приносить цінність та забезпечує споживачеві певні переваги у певний час шляхом виконання невідчутних дій, спрямованих на отримання певного товару
Р. Норманн	Послуга – це благо, яке надається клієнту організацією, що діє у сфері послуг

Ф. Котлер	Під послугою слід розуміти будь-який захід або користь, яку одна сторона може надати іншій, і яка переважно є невідчутною і не призводить до володіння матеріальними речами
-----------	---

Джерело: складено автором за [8; 32;34; 37; 38; 39]

На підставі проведеного аналізу пропонується власне визначення послуги як результату діяльності (конкретної праці або сукупності робіт), спрямованої на задоволення потреб (користі, вигоди) споживача через унікальну споживчу цінність послуги к певному місці та часі.

Міжнародна торгівля послугами (МТП) – це специфічна система обміну між країнами різними видами послуг, тобто, це та діяльність, результати якої виражаються у корисному ефекті для економічного суб'єкта іншої країни [11]. Даний вид діяльності порівняно з міжнародною торгівлею товарами має свою специфіку, яка виражається в наступних особливостях:

- МТП регулюється безпосередньо всередині країни відповідними положеннями законодавства;
 - послуги за своїми властивостями не можуть бути складовані і зберігатися, етапи їх виробництва та споживання відбуваються одночасно;
 - як правило, послуги мають на увазі прямий контакт між їх виробниками та споживачами;
 - на відміну від матеріального виробництва процеси виробництва та реалізації послуг передбачають значний державний захист (транспортні, страхові, фінансові, банківські послуги, наука, освіта, охорона здоров'я, послуги зв'язку в більшості країн світу повністю або частково належать державі чи перебувають під її контролем);
 - міжнародна торгівля послугами тісно взаємопов'язана з торгівлею товарами і надає на неї сильний вплив (наприклад, величезний вплив має сектор послуг на продаж наукомістких товарів, які вимагають великих обсягів технічного обслуговування, інформаційних і різних консультаційних послуг);
 - не всі види послуг, на відміну від товарів, можуть бути предметом торгівлі.
- Все вищесказане дає право говорити, що сутність МТП полягає в тому, що

вона є особливою формою світогосподарських зв'язків з обміну між країнами таким специфічним товаром, як послуга. І даний вид діяльності є невід'ємною частиною міжнародної торгівлі в цілому.

Методи міжнародної торгівлі послугами – це різноманітні види взаємовідносин між суб'єктами двох і більше країн з питань надання послуг [21]. Сьогодні, крім найпоширеніших методів міжнародної торгівлі, операцій з експорту та імпорту, можна виділити і безліч інших, які мають певні особливості й свої позитивні та негативні сторони.

Якщо відштовхуватися від документації Світової організації торгівлі (СОТ), то торгівля послугами на міжнародному ринку може бути здійснена наступними методами (рис. 1.1):

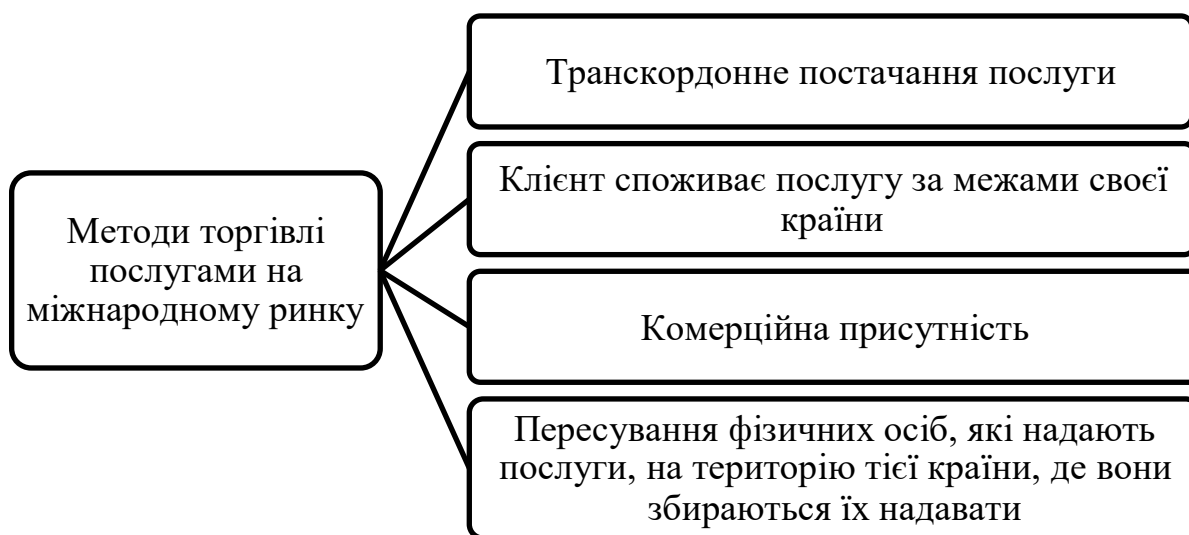


Рисунок 1.1 – Методи торгівлі послугами на міжнародному ринку

Джерело: складено автором на основі [18]

1. Транскордонне постачання послуги, тобто з країни-члена СОТ на територію іншої країни-члена СОТ. Тут мається на увазі те, що кордон перетинає тільки сама послуга і жодна зі сторін угоди цього не робить. На даний момент даний метод може бути представлений у вигляді передачі поштової чи електронної інформації, що дуже актуально у сфері туризму, медицини та інших видів послуг. З розвитком інформаційних технологій транскордонне постачання вимагає все

більш ретельного опрацювання правової та нормативної бази з обміну даними. Тому даний метод, хоч і є досить зручним способом обміну інформацією, але має під собою ризик бути перехопленою або спотвореною [18].

2. Клієнт споживає послугу за межами своєї країни, тобто кордон перетинає тільки сам споживач, а не послуга або продавець. Даний метод, іншими словами, передбачає, що споживач виїжджає на територію іншої країни для отримання послуги. Прикладами може бути туристична поїздка, стажування в іноземному закладі вищої освіти (ЗВО), звернення за медичною допомогою у закордонних клініках та інше.

3. Комерційна присутність є одним з найпопулярніших методів, який передбачає, що одна з країн надає послугу за допомогою комерційної присутності на території іншої країни. Продавець послуг перетинає кордон країни, в якій хоче просувати свої послуги на даному ринку. Шляхом організації дочірньої компанії ця фірма надає послуги громадянам іноземної держави, перебуваючи на її території. Даний метод за своєю вартістю є самим випереджаючим серед других.

4. Пересування фізичних осіб, які надають послуги, на територію тієї країни, де вони збираються надавати продукти своєї праці. Фізичні особи надають свої послуги самостійно або в рамках роботи іноземної фірми. Пересування фізичних осіб на території зарубіжних держав є вільним, оскільки відбувається формування відкритого і вільного від різноманітних перешкод світового ринку робочої сили. Але до сьогодення часу в жодній країні немає такого положення з цього питання [18].

Всі принципи ведення міжнародної торгівлі послугами побудовані на основі генеральної угоди з торгівлі послугами (ГУТП), що поширюється на всі країни-учасниці СОТ. Базові положення ГУТП передбачають регулювання торговими режимами між країнами, а також гласність та лібералізацію торгівлі послугами. Будь-який національний режим повинен ґрунтуватися на тому, що всі умови функціонування іноземних і національних постачальників послуг будуть рівними. Все це означає скасування різного роду обмежень і дискримінації між учасниками цієї угоди.

У даній угоді прописані такі принципи та зобов'язання держав-членів СОТ з питань міжнародної торгівлі послугами [18]:

- режим найбільшого сприяння (РНС). Цей пункт угоди говорить про те, що будь-яка країна-учасниця СОТ зобов'язана негайно і без будь-яких умов забезпечувати іншій країні-учасниці СОТ режим, що є не менш сприятливим, ніж той, який вона забезпечує іншій країні, незалежно від того, є ця країна членом СОТ чи ні;

- транспарентність регулювання торгівлі послугами. Даний принцип реалізується на практиці і проявляється в таких елементах, як вимоги, які полягають у наданні доступу зацікавлених осіб до законодавства країни; вимоги, що стосуються повідомлень країнами-членами СОТ один одного про питання особливостей торговельної політики; функціонування так званих точок, які надають всю необхідну інформацію зацікавленим особам про торгову політику;

- дотримання принципу діяльності монопольного постачальника послуг, а також тих постачальників, які мають виняткові права, отримані від органів влади. Країна-член СОТ зобов'язана стежити за тим, щоб постачальник монопольної послуги дотримувався всіх вимог щодо забезпечення РНС та інших специфічних зобов'язань.

Для того, щоб фірма-експортер послуг успішно функціонувала і розвивалася на зарубіжному ринку, вона повинна вибрати для себе найбільш оптимальні методи і способи ведення торгівлі, відштовхуючись від тих цілей, які вона ставить. А також здійснювати свою діяльність відповідно до принципів ведення міжнародної торгівлі послугами.

Швидкі темпи розвитку третинного сектора залежать від різноманітних факторів, які виступають рушійними силами процесу реалізації та просування послуг на світовому ринку. Основні класи факторів, що відображають розвиток ринку послуг, представлені на рис. 1.2:

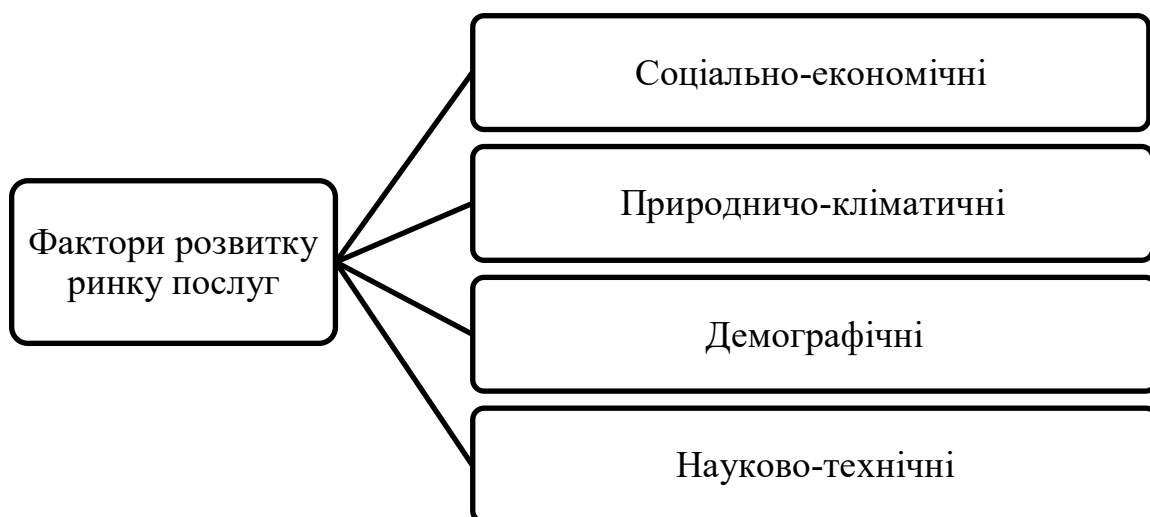


Рисунок 1.2 – Фактори розвитку ринку послуг

Джерело: складено автором на основі [36]

- соціально-економічні фактори включають: рівень економічного розвитку, зайнятість населення, добробут суспільства, систему державного регулювання;
- природничо-кліматичні чинники наступні: географічне розташування регіону; клімат;
- демографічні: кількість населення, статеві-віковий склад, мобільність населення;
- науково-технічними факторами є: зростання НТП; розвиток технологій виробництва.

Отже, уся динаміка розвитку міжнародної торгівлі послугами визначається наступними основними факторами:

Урбанізація істотно впливає на демографічну та соціально-економічну структуру населення, його менталітет, стиль життя, культурні особливості, що, у свою чергу, вимагає наявності та розвитку все більш нових секторів послуг, оскільки у людей розширюється коло потреб. За останні 50 років темпи приросту міського населення збільшились у 10 разів, і у 2022 році частка міських жителів від усього населення планети склала 55% (4,2 мільярда осіб). Все це вплинуло на розвиток і структуру послуг, що продаються, і величину сукупного попиту на них.

Значну роль у розвитку міжнародного ринку послуг також відіграє зростання

добробуту громадян, що виражається у збільшенні доходу населення. Це призводить до зростання частки приватної власності та підвищення якості життя людей, що, у свою чергу, призводить до більш щільної конкурентної боротьби на ринку та стимуляції розвитку третього сектора.

Одним з ключових факторів виступає розвиток науково-технічного прогресу. Створення нових форм інтернет-технологій і цифрових платформ, автоматизація виробничих процесів результується на виникненні нових видів послуг. Це пов'язано зі зростанням можливостей, які дає споживачеві Інтернет: підвищення доступності пошуку, процес замовлення та доставки різноманітних видів послуг тощо [42].

Істотним чинником забезпечення ефективного зростання ринку послуг є система державного регулювання. Органи державної влади безпосередньо впливають на структуру і якість надання послуг. Держава затверджує нормативно-правові акти, які регламентують діяльність підприємств, котрі надають послуги, що безпосередньо впливає на розвиток даної сфери та умови її функціонування. Також держава як фактор проявляється в тому, що вона виступає одним з найбільших споживачів послуг. Проводячи різні тендери щодо укладання контрактів з надання послуг, які вимагають вищої планки їхньої якості, держава дає стимул підприємствам, зайнятим у цій сфері, розвиватися прискореними темпами [42].

З вищесказаного можна дійти висновку, що на динаміку розвитку сфери торгівлі послугами впливає сукупність різнорідних факторів. На даний момент незаперечним є той факт, що і в сучасних реаліях, і в найближчому майбутньому зростання попиту на послуги неухильно зростатиме у зв'язку з посиленням такого фактора, як прискорення науково-технічного прогресу та зростання ефективності виробництва. Зростання сфери послуг багато в чому визначається інвестуванням у науково-дослідні розробки та ліберальною політикою щодо компаній, зайнятих у сфері сервісу.

Для того, щоб побудувати ефективне ринкове господарство та бути конкурентоспроможними на світовій арені, країнам необхідно створювати інноваційні системи, які допоможуть створити великомасштабний ринок послуг з

розвиненим транспортом, фінансовою, страховою і багатьма іншими галузями постіндустріальної економіки, що відповідають сучасним стандартам і нормам. У той же час, лібералізуючи цю сферу, необхідно підтримувати баланс між інтересами щодо захисту свого внутрішнього ринку та потребою в інноваціях для створення сучасної інфраструктури. Адже без великомасштабної сфери послуг з розвиненим транспортом, зв'язком, торгівлею, фінансово-кредитним і страховим секторами, комплексом ділових послуг, сферами освіти та охорони здоров'я, що відповідають сучасним вимогам, країни не зможуть створити ефективне ринкове господарство і гідно увійти до світової економіки. Тому головним завданням для більшості країн на сучасному етапі переходу на ринкові основи та інтеграції у світове господарство має стати прискорення розвитку сфери послуг.

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що послуга – це результат діяльності (конкретної праці або сукупності робіт), спрямованої на задоволення потреб (користі, вигоди) споживача через унікальну споживчу цінність послуги к певному місці та часі. Міжнародна торгівля послугами є найбільш значною частиною світогосподарських зв'язків, якій необхідно приділяти найпильнішу увагу всім країнам світу, незалежно від наявних засобів для розвитку цієї сфери. Таким чином, світовий ринок послуг – важливе явище сучасних міжнародних економічних відносин, незважаючи на те, що він перебуває ще в стадії активного формування, яке відбувається стрімкими темпами.

1.2. Класифікація світового ринку послуг

У світі існує багато видів діяльності, пов'язаних тими чи іншими способами з наданням послуг споживачам. Причиною цього є швидке зростання індустріалізації у минулому столітті та швидке зростання інформаційних технологій в сучасному столітті.

На даний момент існує декілька видів класифікації послуг. Одним з таких видів є класифікація послуг світовим банком, який поділяє послуги на наступні

групи (рис. 1.3):



Рисунок 1.3 – Класифікація послуг світовим банком

Джерело: складено автором на основі [43]

1) факторні послуги – платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом капіталів, робочої сили та технологій;

2) не факторні послуги – інші види послуг (транспорт, туризм та інші послуги).

Залежно від цілей аналізу в основу класифікації послуг можуть бути покладені різні принципи. Так, за способами доставки споживачеві послуги класифікуються на такі (рис. 1.4):



Рисунок 1.4 – Класифікація послуг за способами доставки

Джерело: складено автором на основі [40]

- послуги, пов'язані з інвестиціями:

1) фінансові послуги;

2) туристичні послуги;

- послуги, пов'язані з торгівлею:

1) транспортні та супутні послуги (фрахт; зберігання та складування; вантажно-розвантажувальні роботи; супровід вантажу в дорозі; виконання митних формальностей та ін.);

- послуги, пов'язані з інвестиціями та торгівлею:

1) бізнес-послуги (маркетингові дослідження; аудит; консалтинг; страхування, рекламні послуги; орендні операції тощо);

2) зв'язок;

3) будівництво та інженерно-консультаційні послуги;

4) комп'ютерні та інформаційні послуги;

5) культурні послуги (проведення виставок, ярмарків).

Також існує більш точна класифікація ООН, що містить точні цифри видів послуг. У ній сказано, що всього існує 160 видів послуг, які, у свою чергу, поділені на 12 груп [9]:

1. Ділові послуги – які є найбільшою групою, чисельність яких становить 46 галузевих видів послуг.

2. Послуги зв'язку – відносно недавня послуга, якої існує 25 видів.

3. Будівельні та інжинірингові послуги – 5 видів.

4. Дистриб'юторські послуги – 5 видів.

5. Загальноосвітні послуги – 5 видів.

6. Послуги із захисту довкілля – 4 види.

7. Фінансові послуги, включаючи страхування – 17 видів.

8. Послуги з охорони здоров'я та соціальні послуги – 4 види.

9. Туризм та подорожі – 4 види.

10. Послуги у сфері організації дозвілля, культури та спорту – 5 видів.

11. Транспортні послуги – 33 види.

12. Інші послуги [9].

В Україні існує не менше видів послуг, аніж в інших країнах. Прийнято розділяти послуги на такі (рис. 1.5):



Рисунок 1.5 – Класифікація послуг в Україні

Джерело: складено автором на основі [6]

Варто почати з розгляду неринкових послуг, оскільки вони займають важливу частину життя суспільства (рис. 1.6).

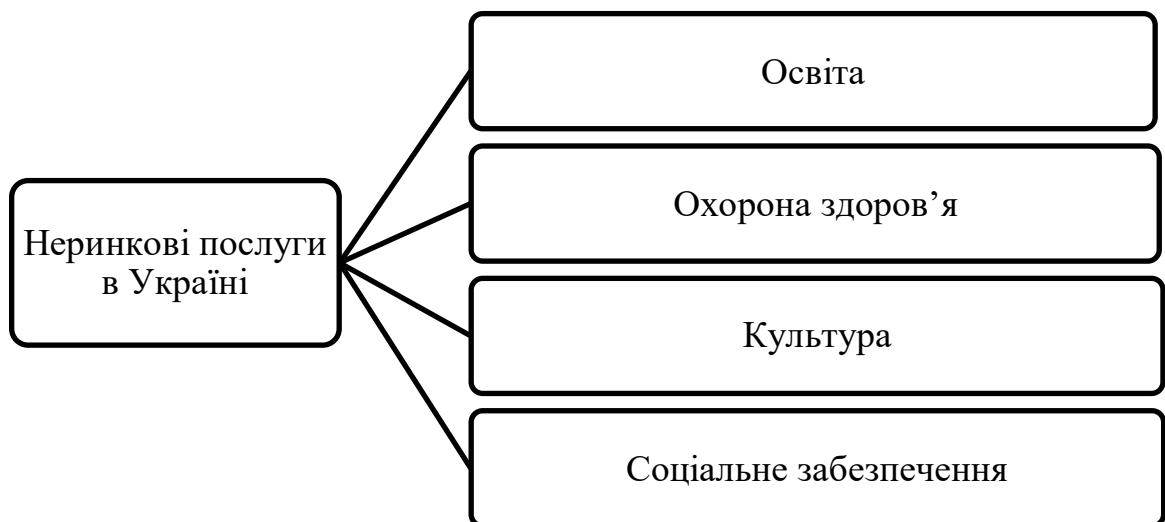


Рисунок 1.6 – Неринкові послуги в Україні

Джерело: складено автором на основі [4]

1. Освіта. У наш час – це найважливіша галузь у сфері послуг, яка у країні надається і в безкоштовному вигляді. Вона дає висококваліфікованих фахівців у

всіх сферах життя країни.

2. Охорона здоров'я. Розвиток медицини в Україні оцінюється як через забезпеченість медичними послугами та їх фінансування, так і використовуються соціально-демографічні індикатори, які показують стан здоров'я населення як кінцевий результат діяльності цієї галузі.

3. Культура. Даний вид послуги часто надають як масові установи, що найчастіше фінансуються з бюджету, так і більш статусні – понад 500 театрів, музеїв, філармоній та концертних залів.

4. Соціальне забезпечення. Соціальні виплати населенню є другим за значимістю джерелом доходів населення, зараз їхня частка складає 12–15%.

Також не варто забувати і про ринкові споживчі послуги, які багатьом приносять як дохід, так і зарплату (рис. 1.7):

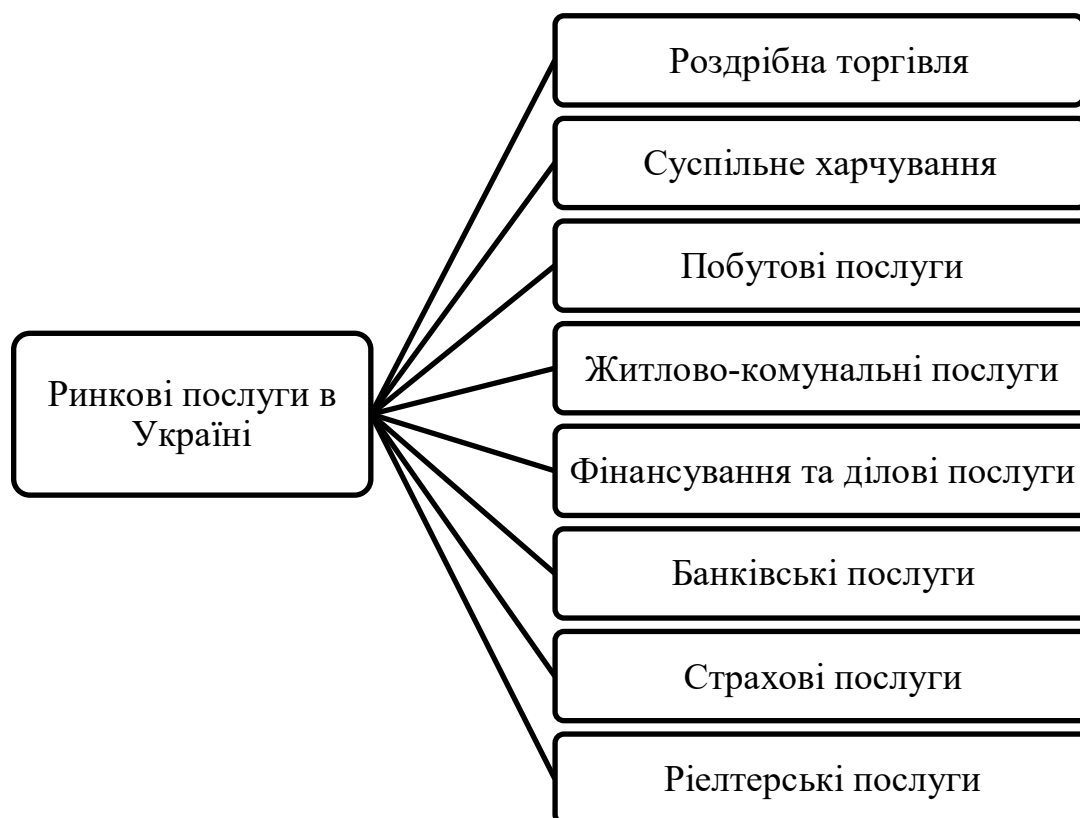


Рисунок 1.7 – Ринкові послуги в Україні

Джерело: складено автором на основі [7]

1. Роздрібна торгівля. За перехідний період торгівля перетворилася на одну з найбільших за вкладом у ВВП та за зайнятістю (понад 17% зайнятих в економіці)

галузь послуг.

2. Суспільне харчування. Цей вид послуг активніше розвивається у великих містах, їх сумарна частка становить 27% обороту суспільного харчування.

3. Побутові послуги. За останні тридцять років обсяг побутових послуг зріс майже у 5 разів.

4. Житлово-комунальні послуги. Класифікатор КВЕД включає операції з нерухомим майном, оренду та надання послуг, на які сумарно припадають більше 5% ВВП та 8% зайнятих.

5. Фінансування та ділові послуги. Також важливою новою галуззю для нашої країни у сфері послуг стало фінансування, яке, у свою чергу, відіграло чимале значення у модернізації третинного сектора.

6. Банківські послуги. Вітчизняна банківська система є дворівневою і представлена Національним банком України та комерційними банками.

7. Страхові послуги. Розвиток страхового ринку в Україні поклав кінець втручанню держави у страхові справи і дав можливість для формування повноцінної страхової системи.

8. Ріелтерські послуги. Рівень розвитку ріелтерських послуг є найвищим у столиці, де більше 70% угод здійснюється за участю ріелторів.

Отже, залежно від цілей аналізу в основу класифікації послуг можуть бути покладені різні критерії: способи доставки, види послуг, ринкові та неринкові послуги та ін. Згідно з проведеним дослідженням, можна зробити висновок, що одним з основних видів класифікації послуг є класифікація СОТ (ділові, послуги зв'язку, будівництво, послуги дистриб'юторів, освітні, соціальні, фінансові, культурні, транспортні, послуги з охорони навколишнього середовища тощо). Однак, послуг на сьогоднішній день існує велика кількість, вони є практично у всіх сферах життя людства, тому послуги класифікуються за різними ознаками та критеріями.

1.3. Генеза сервізації глобальної економіки

В економіці та соціології виділення сфери послуг в окремий вид діяльності відбулося на початку 20 століття, коли вперше А. Фішер, а згодом і Д. Белл віднесли нематеріальне виробництво до третинного сектору економіки [27]. Але протягом всієї історії розвитку людства послуги були невід'ємною частиною повсякденного життя суспільства, задовольняючи актуальні суспільні та індивідуальні потреби соціальних суб'єктів.

Історично розвиток сфери сервісу безпосередньо пов'язаний з історичним розвитком суспільства. На різних етапах свого розвитку соціум пред'являв все більш високі вимоги до видів, якості та техніки обслуговування.

Зародження та розвиток послуг починається в суспільствах стародавнього світу (Давня Греція, Стародавній Рим, Єгипетське Царство, Стародавній Китай та ін.). До цього періоду відноситься проміжок між 4000 - 3000 рр. до н. У дану історичну епоху людина починає освоювати принципово нові види діяльності: переходить до осілого способу життя, починає займатися землеробством, освоює перші ремесла, розробляє писемність.

Завдяки поступовості розвитку нових видів діяльності для багатьох поколінь людей стародавнього світу зміни життєвого устрою протікають непомітно, а сам спосіб життя продовжує зумовлюватись традиціями та релігійними ритуалами. Такий тип суспільства називають традиційним. Традиціоналізм проявляється не тільки в устрої ієрархії суспільства, а також й у формуванні принципів обслуговування. Станова організація суспільства забезпечує стабільність його організації, і, як наслідок, протягом усього історичного періоду види і якість послуг також не зазнали особливих змін. До основних видів послуг, що були закладені в суспільствах давнього світу та отримали подальший історичний розвиток, можна віднести такі (рис. 1.8):

- 1) економічні послуги (грошовий обіг, торгівля, ринковий обмін та ін.);
- 2) державно-правові послуги (державне регулювання суспільної практики, формування правових засад організації та регулювання життя суспільства,

забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки суспільства силами армії та ін.);

3) духовні та художньо-естетичні послуги (театри, цирки, художні ремесла, перші навчальні заклади, приватна викладацька практика та ін.);

4) побутові та індивідуальні послуги (домашня прислуга, наймані слуги тощо) [33].

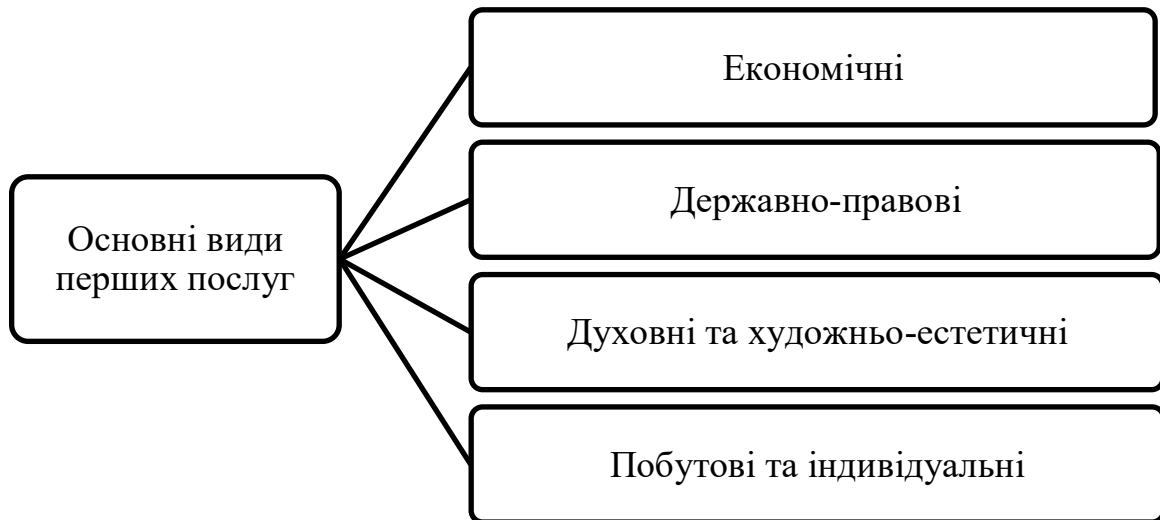


Рисунок 1.8 – Основні види перших послуг

Джерело: складено автором на основі [33]

Переважними споживачами всього спектра послуг були представники вищих правлячих класів. Водночас вони самі відносилися до виробників таких видів послуг як державно-правові, оскільки вищі класи формувалися у складі представників правлячої еліти та армії. Так, наприклад, у Стародавньому Римі дореспубліканської епохи патриції, які були вищим правлячим класом (за правом народження, або шляхом натуралізації – дарування) утримували рабів і домашню прислугу для побутових потреб, відвідували видовищні заходи, такі як театральні вистави та бої гладіаторів. Патриції обиралися в сенат, ставали консулами, відповідно, основними обов’язками обраних патриціїв ставали законотворчість та управління, які також відносяться до послуг.

Сервіс стародавнього світу мав прикладний характер, включав послуги, без яких неможливо було б гармонійно існувати та розвиватися суспільству традиційного типу. Сфера послуг була інституційно оформлена, а самі послуги

регулювалися традиціями і ритуалами повсякденні суспільства. Однак варто зазначити, що саме в суспільствах древнього світу зародилися науково-філософська думка та мистецтво, які динамізували подальший суспільний розвиток, а також розвиток сфери послуг.

Наступний історичний етап формування сервісу пов'язаний із середньовічними суспільствами Західної Європи та Близького Сходу. До середніх віків відноситься період з V до XV ст. У зазначений історичний період виробляються виробничо-фінансові та суспільні механізми, які поглибили диференціацію господарства та ринкові відносини. До таких механізмів можна віднести (рис. 1.9):

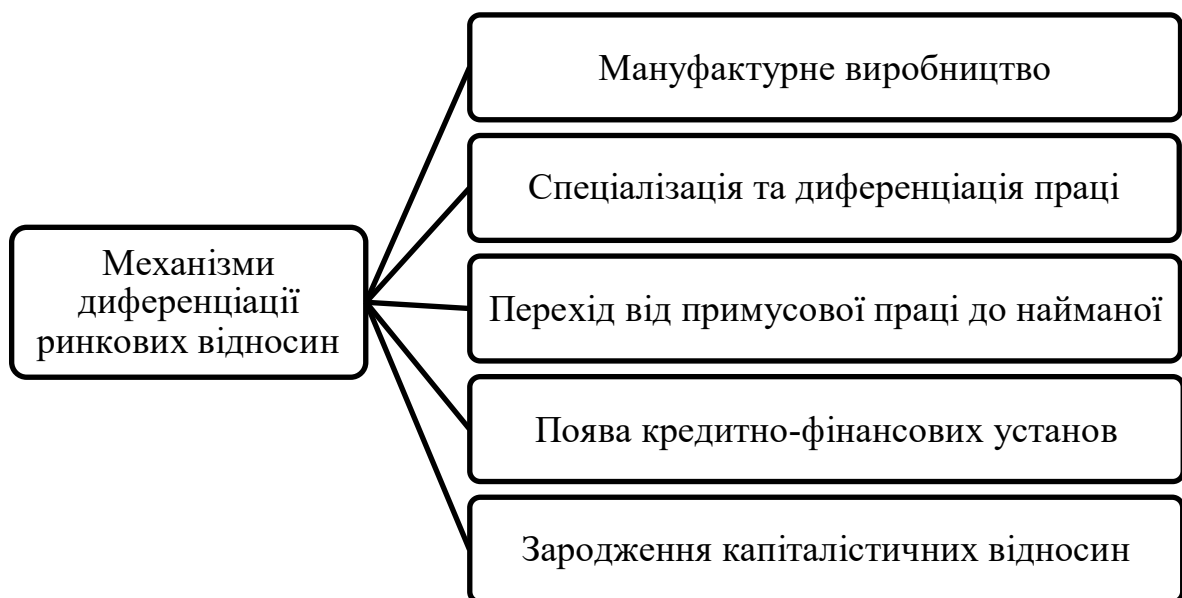


Рисунок 1.9 – Механізми диференціації ринкових відносин

Джерело: складено автором на основі [28]

У середні віки життя суспільства, як і раніше, було підпорядковане традиціям і релігії, але також у цей період істотно переглядається соціальна роль релігії. У 15 столітті в Західній Європі відбувається розкол християнської церкви, названий Реформацією, і виділяються два напрями: протестантизм та католицизм. Ідеї Реформації, а саме особиста відповідальність людини перед Богом, важливість мирської аскези та трудової активності, суттєво вплинули на соціальне, господарське, культурне та духовне життя суспільства, що сприяло формуванню

капіталістичних принципів виробництва. Домінуюче становище у соціальній ієрархії набуває клас буржуазії, тому до нового привілейованого класу стали відносити великих мануфактурників, власників виробництв.

Істотним моментом для розвитку сфери послуг у період Середньовіччя є зміцнення орієнтації виробника на задоволення запитів споживача, а також зведення у рамки основного принципу виробництва – збільшення власного прибутку, що мало зустрічалося у суспільствах давнього світу.

Спеціалізація діяльності сформувала як економіку, так і послуги нового типу. Саме тоді трансформується поняття сфери послуг. Послуги стають професійною діяльністю. В ієрархічному суспільстві Середньовіччя обслуговування (від англ. «serve» – служити, служіння) асоціюється з нижчими соціальними верствами (дворові слуги, челядь, кріпаки), а надання послуг вважається негідним заняттям для вільних людей. Але також справедливо відзначити, що виділення обслуги в окрему професійну соціальну групу можна вважати початком формування поняття «сервіс» [28].

Однак поряд з побутовими та індивідуальними послугами, що надаються прислугою, інші види сервісу, сформовані в суспільствах давнього світу, продовжують удосконалюватись та розвиватися, а також з'являється ряд нових напрямків діяльності невиробничого характеру. Так, до нових сервісних напрямів можна віднести (рис. 1.10):

- медичне обслуговування (його розвиток загалом зумовлений складною епідеміологічною ситуацією в середні віки);
- професійна кредитно-фінансова діяльність;
- освітня діяльність (становлення найбільших університетських шкіл Сходу та Європи: Кембридж, Оксфорд, Сорбонна, Стамбульський університет);
- транспортні послуги (перші пасажирські перевезення в Англії, Франції);
- театральні вистави на професійній постійній основі (з'являється професія «актор») [28].

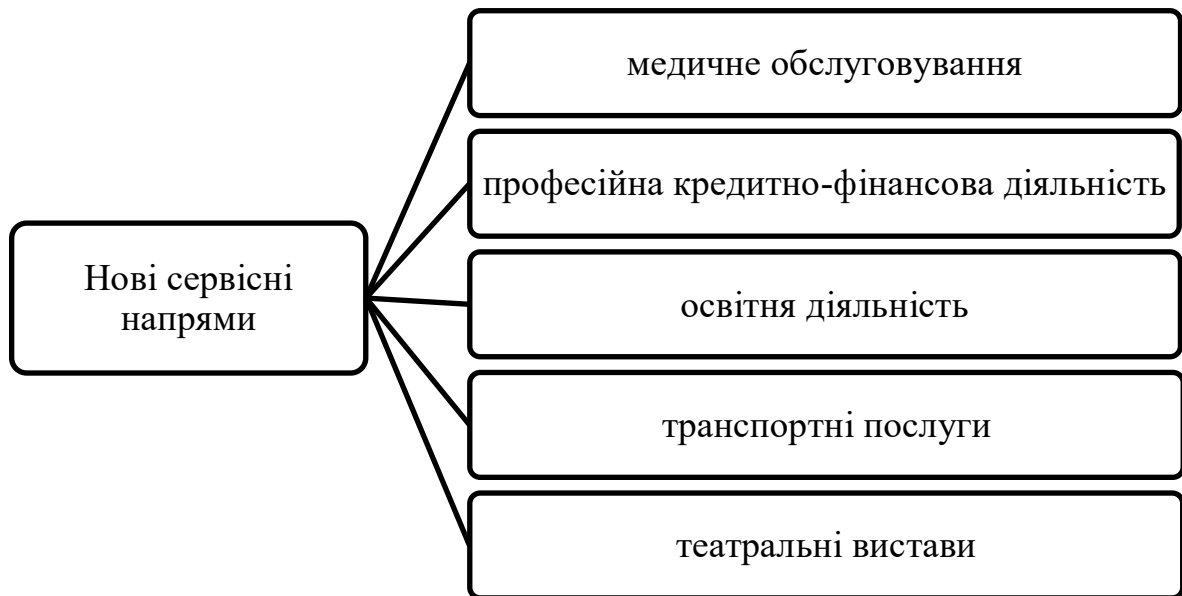


Рисунок 1.10 – Нові сервісні напрями

Джерело: складено автором на основі [28]

Формування економіки капіталістичного типу і поширення ринкових послуг стали фундаментом для промислових революцій, які відбулися у країнах західної Європи в період XVII - XVIII ст.

У Новий час (XV – поч. XX ст.) активно розвиваються інноваційні напрямки суспільної діяльності: техніка, промислове виробництво, наука. Суспільство Нового часу формується за новим типом – індустріальним. Характерними рисами індустріального суспільства є: розподіл праці, масове товарне виробництво, механізація праці, розвиток засобів комунікації, формування професійної сфери послуг, зміцнення ролі держави у регулюванні соціально-економічної сфери, урбанізація.

У зв'язку зі зростанням міського населення виникає потреба формування міської інфраструктури, і, як наслідок, з'являються нові види послуг: побутове обслуговування переходить на професійний громадський рівень; формується сфера ЗМІ та реклами (для забезпечення соціальної комунікації та просування товарів і послуг), активне формування даної сфери пов'язане з винаходом друкарства; розвивається транспортне сполучення як усередині міст, так і міжміське та міжнародне тощо.

Механізація виробництва дозволила суттєво змінити порядок дня працівника – з'являється фіксований вільний час. Це створює передумови у розвиток нового напрямку сервісу – рекреації, ігрової діяльності, розваг.

У результаті індустріалізації сервісна діяльність отримала імпульс розвитку, з'являються нові форми організації сервісної діяльності та нові різноманітні види послуг. Також сервіс набуває можливості формувати нові соціокультурні потреби, що дозволяє розширити обсяг споживчого ринку. У багатьох галузях обслуговування відбувається становлення «індустрії сервісу». Піонером у цьому напрямі стали США, які наприкінці XIX ст. почали освоювати будівельну індустрію (індивідуальне та багатоквартирне житло), автомобільне виробництво із супутнім спектром технічних та індивідуальних послуг та ін.

Зростання обсягу продукції сфери послуг та збільшення кількості працівників, залучених до сервісу, на початку XX століття дозволяють виділити обслуговування в окремий сектор, названий А. Фішером, «третинним сектором». Таким чином, саме в період індустріального суспільства відбувається виділення сервісу в самостійний вид економічної діяльності, а сервісні працівники набувають нового «позитивного», на відміну від попередніх історичних етапів, соціального статусу.

Суспільство Нового часу (початок XX століття – наші дні) характеризується як суспільство постіндустріального типу. Однією з його рис є превалювання невиробничої сфери економіки (сервіс, інформаційна діяльність) над виробництвом. В сучасному суспільстві послуги стали невід'ємною частиною повсякденного життя суспільства. Крім розвитку усталених форм сервісу, зазначених вище, формуються нові, здатні задовольнити будь-які запити споживача. До нових форм можна віднести консалтинговий та інформаційний сервіс, рекреаційний та туристичний сервіс, соціально-культурний сервіс та багато іншого. Сервіс набуває інституційного характеру, регламентується законодавчо та технологічно. Формується суспільство сервісного типу, в якому споживання та виробництво послуг визначає не лише економічний, а й соціальний статус соціальних суб'єктів.

Загальна характеристика історичних етапів розвитку сервісу наведена у таблиці 1.2 та рис. 1.11.

Таблиця 1.2 – Етапи розвитку сервісу

Історичний період	Тип суспільства	Тип економіки	Види послуг
Стародавній світ (4000 – 3000 рр. до н.е.)	традиційне суспільство	традиційна економіка	- економічні послуги (грошовий обіг, торгівля, ринковий обмін та ін.); - державно-правові послуги (державне регулювання суспільної практики, формування правових засад організації та регулювання життя суспільства, забезпечення внутрішньої та зовнішньої безпеки суспільства силами армії та ін.); - духовні та художньо-естетичні послуги (театри, цирки, художні ремесла, перші навчальні заклади та викладацька практика та ін.); - побутові та індивідуальні послуги (домашня прислуга, наймані слуги)
Середні віки (V-XV ст.)	традиційне суспільство	традиційна економіка (зароджуються капіталістичні принципи)	- розвиток послуг попереднього історичного періоду; - медичне обслуговування; - професійна кредитно-фінансова діяльність; - освітня діяльність; - транспортні послуги; - театральні вистави на професійній постійній основі
Новий час – XV – поч. XX ст.	індустріальне суспільство	ринкова економіка вільної конкуренції	- побутове обслуговування переходить на професійний суспільний рівень; - формується сфера ЗМІ та реклами; - розвивається транспортне сполучення як усередині міст, так і міжміське та міжнародне; - рекреація, ігрова діяльність, розваги
Найновіший час (початок XX століття – наші дні)	постіндустріальне суспільство (сучасний етап – суспільство сервісного типу)	сучасна ринкова економіка з глобалізаційними умовами розвитку сервізації	- розвиток усталених форм сервісу; - консалтинговий та інформаційний сервіс; - послуги з девелопменту; - рекреаційний та туристичний сервіс;

		міжнародної сфери послуг	- соціально-культурний сервіс; - професіоналізація освітніх та медичних послуг; - соціальне обслуговування та ін.
--	--	--------------------------	---

Джерело: складено автором за [16; 27]

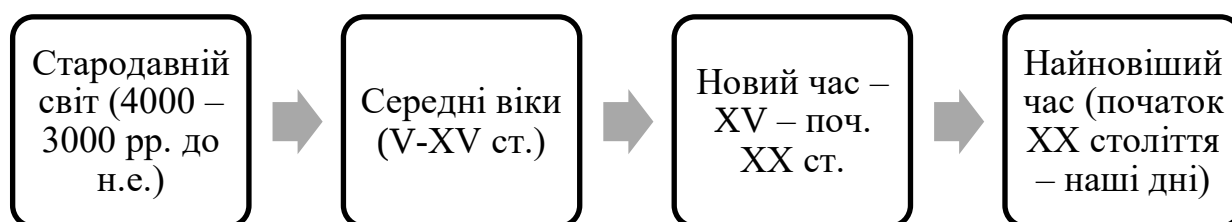


Рисунок 1.11 – Етапи розвитку сервізації економіки за часом

Джерело: складено автором на основі [22; 33]

Внаслідок трансформаційних процесів, що охопили всі сфери суспільства, індустріальна економічна система перетворилася на постіндустріальну сервісну економіку. Основними характерними рисами сервізації економіки в цілому стає ступінь диверсифікації сфери послуг. Потреба у підвищенні конкурентоспроможності сервісних підприємств спонукає їх впроваджувати концепцію ціннісно-орієнтованої якості послуг, яка базується на цінностях споживача і корпоративних цінностях виробника, з метою максимального задоволення споживчих потреб та вимог. Адаптація до мінливого бізнес-середовища та врахування вимог споживачів призводить до впровадження бізнес-структурами сервісної індустрії інноваційних корпоративних стратегій, які передбачають нові інноваційні моделі розподілу продукції, взаємодії з клієнтами, контролю якості та інше. Узагальнюючі ознаки сучасної глобальної сервізації наведені на рис. 1.12.

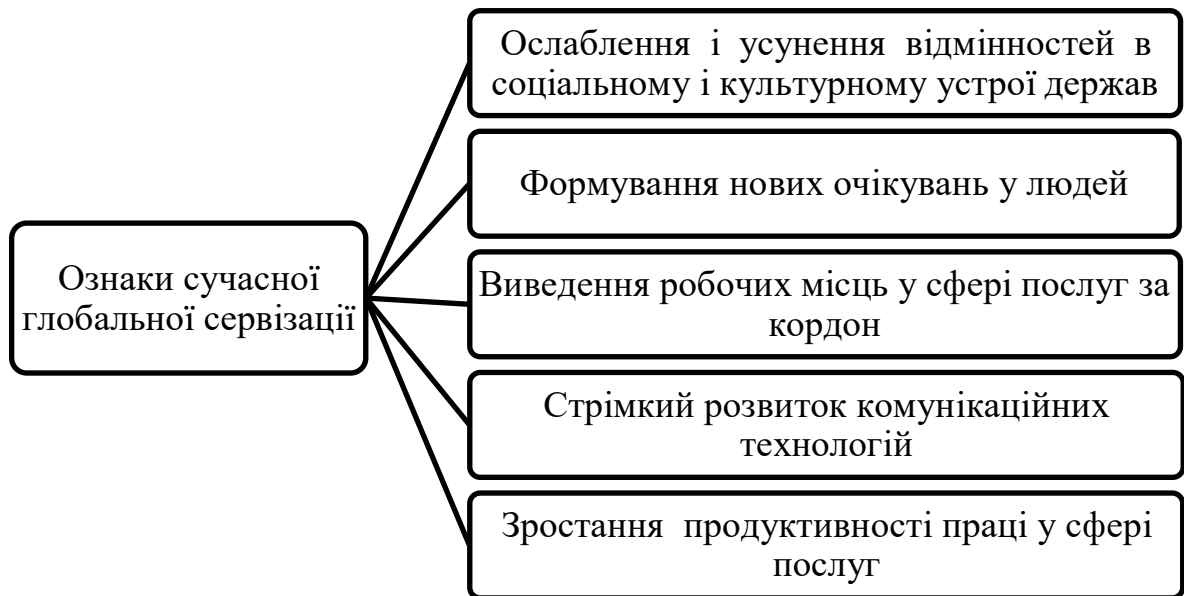


Рисунок 1.12 – Ознаки сучасної глобальної сервізації

Джерело: складено автором на основі [33]

Отже, розвиток сервізації економіки носить багатофакторний характер: формування сервісу як економічного виду діяльності починається в суспільствах Нового часу, соціалізація сервісу та його трансформація в соціальний інститут відбувається в суспільствах Найновішого часу, що визначається залученням до процесу надання послуг як традиційних економічних категорій та інструментів (прибуток, вигода, витрати), так і соціальних категорій (соціальна взаємодія, особливий тип регламентації та ін.). Дослідження дозволило запропонувати авторське визначення сервізації економіки – це розвиток сфери послуг, збільшення її частки в розвитку національної економіки та елемент софтизації глобальної економіки.

РОЗДІЛ 2.

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ В УМОВАХ СЕРВІЗАЦІЇ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Сучасні тренди та перспективи сервізації глобального ринку послуг

Взагалі, збільшення обсягів світової торгівлі послугами протягом останніх десятиліть обумовлене декількома чинниками [20; 26]:

- впливом науково-технічного прогресу на розміри та різноманіття послуг;
- зміною структури споживання населення, зокрема, зростанням попиту на послуги у розвинених та нових індустріальних країнах;
- переходом розвинених країн до етапу формування «нового інформаційного суспільства», яке базується на зростанні споживання різних послуг, зокрема інформаційних;
- зростаючою взаємозалежністю світової торгівлі різними видами послуг, багато з яких продаються в комплексі;
- розвитком Інтернету як ключового фактора вдосконалення електронної торгівлі і надання фінансових послуг за допомогою телекомунікацій.

Тому одним з головних світових трендів сервізації глобального ринку послуг є використання криптовалюти. Наразі дослідження щодо розвитку криптовалюти у світі все ще знаходяться на етапі активного розвитку і мають загально схематичний характер. Згідно з опитуванням Fidelity Investments, яке було проведене у 2022 році серед 744 великих клієнтів у США та Європі, виявлено, що 36% з них включили цифрові активи до своїх інвестиційних портфелів. Інституційні інвестори, такі як Square (SQ), MicroStrategy (MSTR), Meitu, страховий гігант MassMutual та інші, почали активно набувати криптовалюту. Результати опитування також свідчать про збільшення частки респондентів, які використовують або володіють криптовалютою (рис. 2.1).

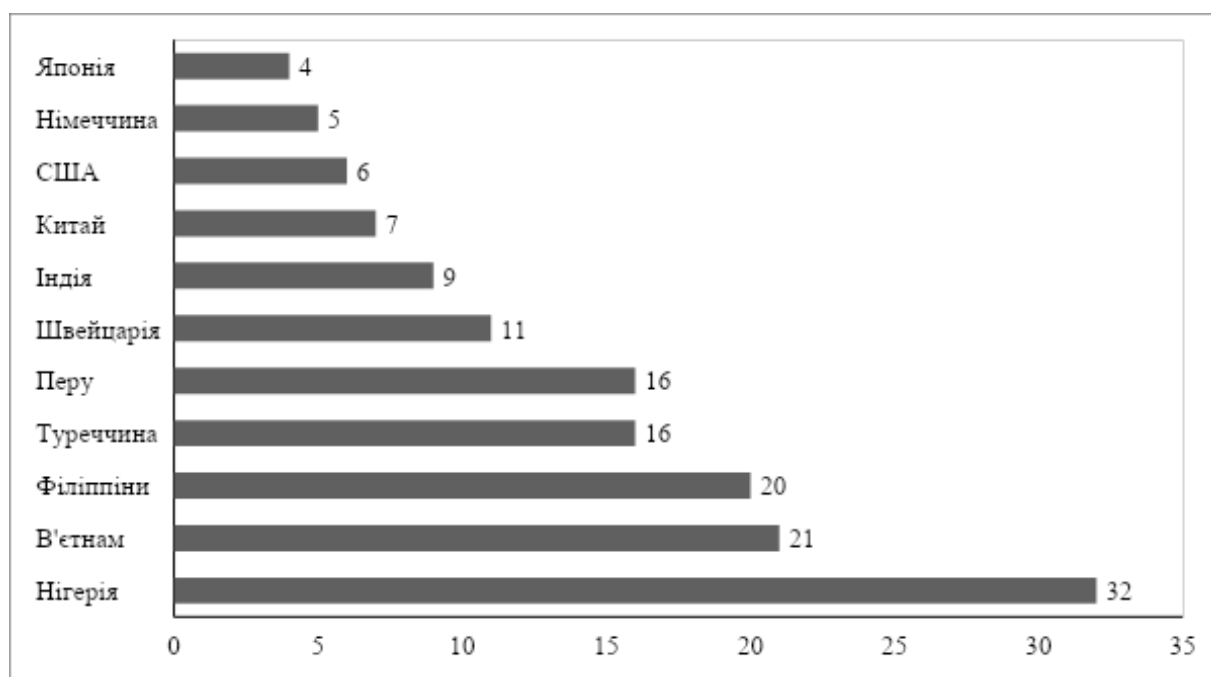


Рисунок 2.1 – Частка респондентів, які використовують або є власниками криптовалют у 2022 р., %

Джерело: складено автором на основі [31]

Прийняття криптовалюти найширше поширене у країнах з рівнем доходу, який перевищує або знаходиться нижче середнього. У ТОП-20 країн лише дві з них мають високий рівень доходу (США та Велика Британія). В'єтнам залишається на першому місці у 2022 році, як і у 2021 році (Додаток А). Таким чином, інші країни, які найбільш активно використовують криптовалюту у 2022 році, включають: (рис. 2.2) [23]:

1. В'єтнам. Однією з основних причин зростання популярності криптовалюти є грошові перекази, що становлять 5% ВВП країни. Прийом платежів у криптовалюті дозволяє мешканцям уникнути високих банківських комісій. На другому місці знаходяться ігри типу Р2Е («грай і заробляй») на основі криптовалюти, у які грає 23% в'єтнамців.

2. Філіппіни. Подібно до В'єтнаму, у Філіппінах криптовалюта використовується для міжнародних переказів (що становлять 9,6% ВВП) та в іграх Р2Е (25% населення).

3. Україна. Зростання популярності криптовалют українців пов'язане з

подіями лютого 2022 року. В основному, криптовалюта використовується для прийому платежів з-за кордону: пожертвування у криптовалюті склали понад \$65 млн.

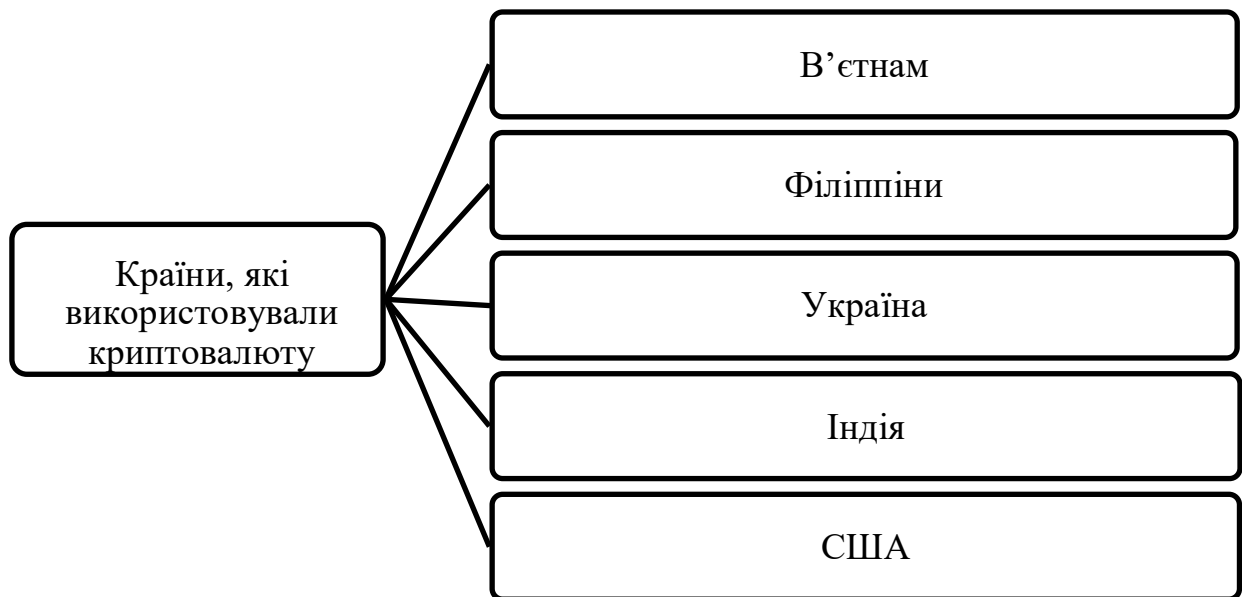


Рисунок 2.2 – Країни, які найактивніше використовували криптовалюту в 2022 році

Джерело: складено автором на основі [23]

4. Індія. У 2021 році дана країна посідала друге місце у рейтингу, але у 2022 році опинилася на четвертому. Це стало наслідком введення податку у розмірі 30% на криптовалютні доходи, а також додаткового збору у 1% за кожну транзакцію. Проте індійці продовжують здійснювати платежі у криптовалюті за кордоном. У країні також розвивається ряд криптовалютних проєктів, спрямованих на покращення добробуту сільських мешканців.

5. США. Головна причина популярності криптовалюти у США – проєкти, базовані на DeFi.

Останнім часом деякі компанії вирішили приймати криптовалюту як засіб оплати за свої товари та послуги. Наприклад, Microsoft дозволяє користувачам поповнювати свої особисті рахунки за допомогою біткоїнів, Wikipedia приймає внески у біткоїнах, американське туристичне агентство «Chearpair» дозволяє клієнтам оплачувати бронювання онлайн за допомогою біткоїнів. Крім того, KFC

Canada запропонувала «Біткоїн бакет» як спосіб оплати за допомогою біткоїнів протягом певного періоду. На кінець 2022 року вже понад 18 тис. компаній використовували криптовалюту для проведення транзакцій.

Проте одним з головних чинників, який уповільнює поширення криптовалюти, є складність цієї технології. Згідно з опитуванням споживачів, проведеним криптовалютною біржею Binance у 2022 році, було виявлено, що більшість з них не розуміють процесу роботи цих технологій (рис. 2.3).

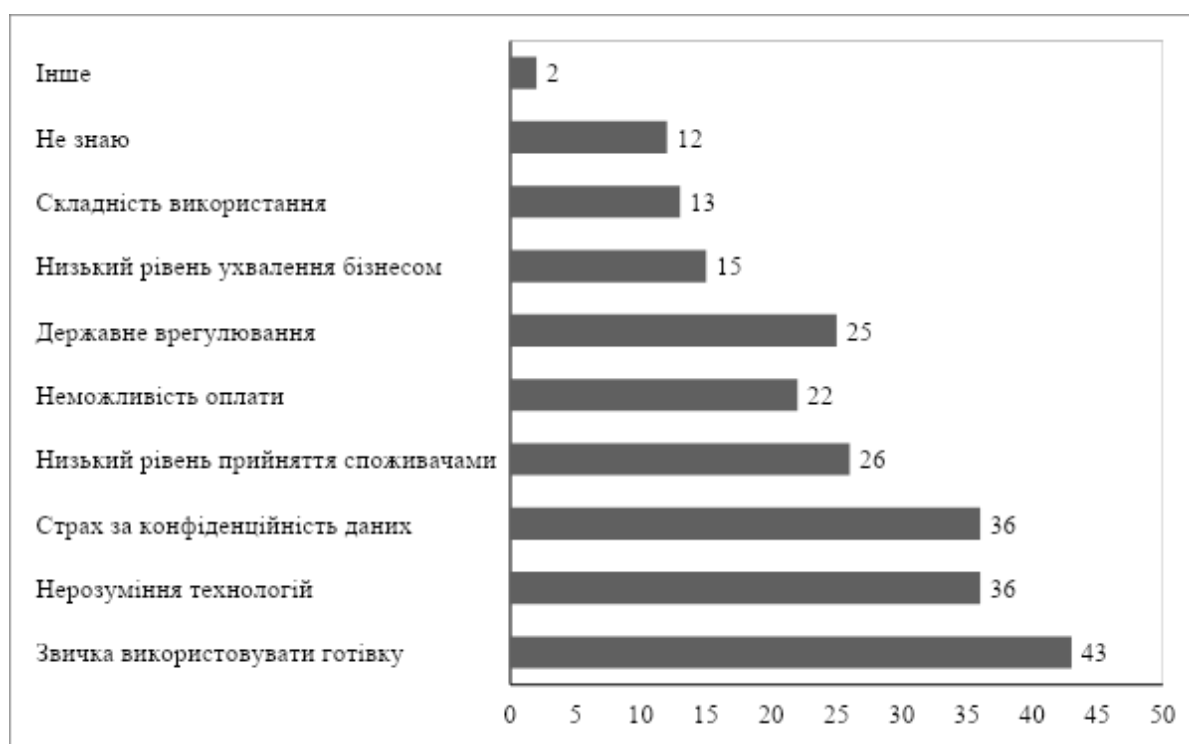


Рисунок 2.3 – Сприйняття споживачами бар'єрів у країнах, що розвиваються, для того, щоб їх країна стала «cashless» у 2022 р., %
Джерело: складено автором на основі [23]

Одним з ключових спірних питань у сфері контролю та регулювання криптовалюти у світі є її децентралізація. Децентралізація має свої плюси, оскільки сприяє встановленню стандартів для емісії та розповсюдження цього виду валюти на місцевому рівні. Проте, децентралізація відкриває широкий доступ до особистих даних користувачів криптовалют, їх фінансових потоків, що може становити загрозу технологічній безпеці та стабільності світової економіки.

У розвинених країнах спостерігається тенденція до регулювання електронних платежів шляхом включення їх у сферу державного контролю. Це включає в себе введення податків та зменшення ризиків, пов'язаних з використанням таких платежів. У вразливих економіках немає готовності до впровадження подібних платіжних систем. Тому більшість урядів обирає стратегію нейтралітету, уникнувши прийняття будь-яких рішень щодо віртуальної валюти (Додаток Б) [23].

Отже, важливо розробити чіткий механізм регулювання, але ця задача ускладнюється багатьма факторами, такими як відсутність узгодженої термінології, визначень та класифікацій. Уникнення суворих правил, а також надмірне регулювання, що може призвести до обмеження інновацій у галузі криптовалют, також має важливе значення. Баланс між захистом інвесторів та сприянням інноваціям є ключовим завданням у регулюванні цього сектору.

Сьогодні найбільш відомою та популярною криптовалютою є біткоїн. Вона має найвищу ринкову капіталізацію та найвищий курс, і часто використовується як приклад у обговореннях з цієї теми. Починаючи з запуску Bitcoin у 2010 році, впровадження криптовалют в сучасну глобальну економіку стало очевидним для громадськості. Цей новий вид валюти набув популярності та став стійким ресурсом у всьому світі завдяки своїй автономії та зручному способу використання (табл. 2.1).

Таблиця 2.1 – Динаміка розвитку використання блокчейн-технологій станом на 01.01.2010-2023 рр.

На початок року	Кількість блоків у блокчейні	Щорічний приріст, %
2010	16285	
2012	100590	208,89
2014	214724	34,04
2016	337025	21,14
2018	446188	14,02
2020	556607	10,85
2022	664061	8,71
2023	716770	7,94

Джерело: складено автором за [24]

У 2023 році загальна ринкова капіталізація криптовалют оцінювалася приблизно в 2 трлн. доларів США, що вдвічі перевищує рівень на початку 2022 року, але значно менше, ніж було у листопаді 2022 року (приблизно 3 трлн. доларів США). Ця оцінка робить загальну вартість всіх криптовалют порівняною з найбільшими у світі публічними корпораціями, такими як Microsoft, Apple, Amazon та інші. У той же час, висока оцінка викликає певні питання стосовно того, як визначається ця величина, особливо в контексті її найбільших складових (рис. 2.4) [24].

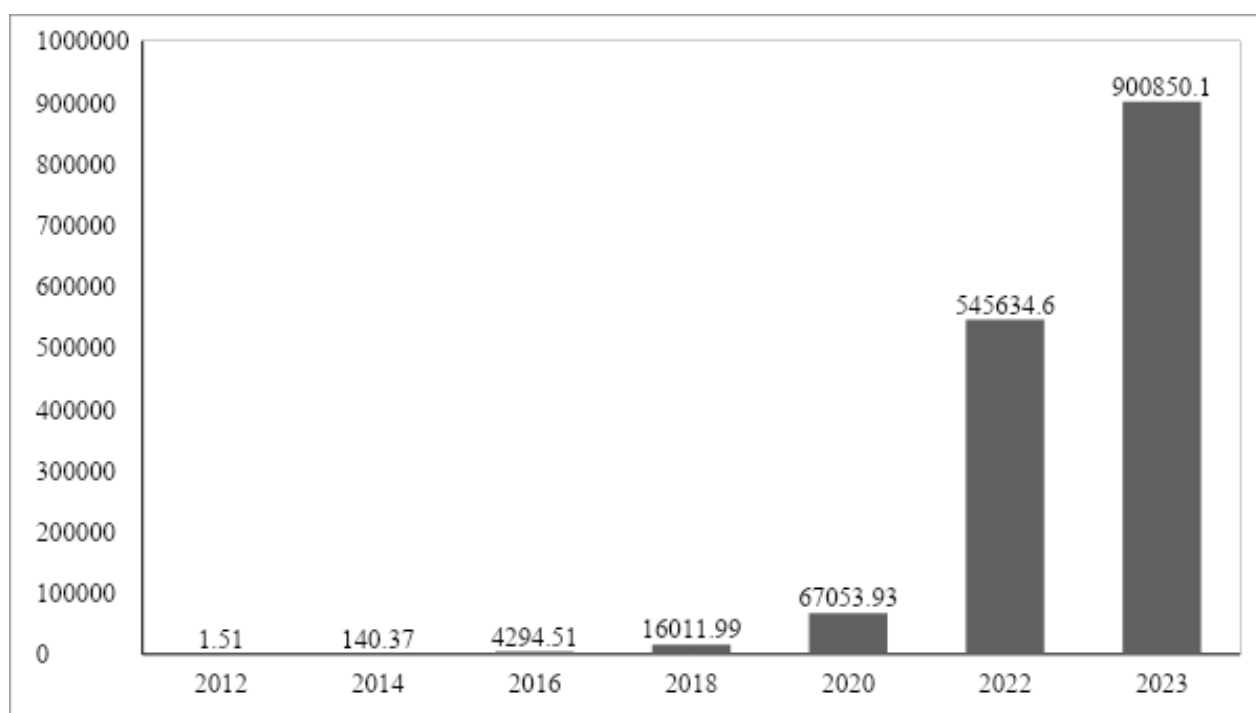


Рисунок 2.4 – Ринкова капіталізація криптовалют станом на 01.01, млн дол. США

Джерело: складено автором на основі [23]

На сучасному ринку спостерігається постійне зростання кількості різних криптовалют, і цей тенденція підтверджується з роками (рис. 2.5). Якщо на початку 2013 року існувало лише 7 криптовалют, то до початку 2023 року їх кількість зросла до 8856. Це обумовлено інтересом як з боку широкої громадськості, так і з боку великих інвесторів, які бажають вкладати кошти в цей швидко розвиваючийся сегмент ринку.

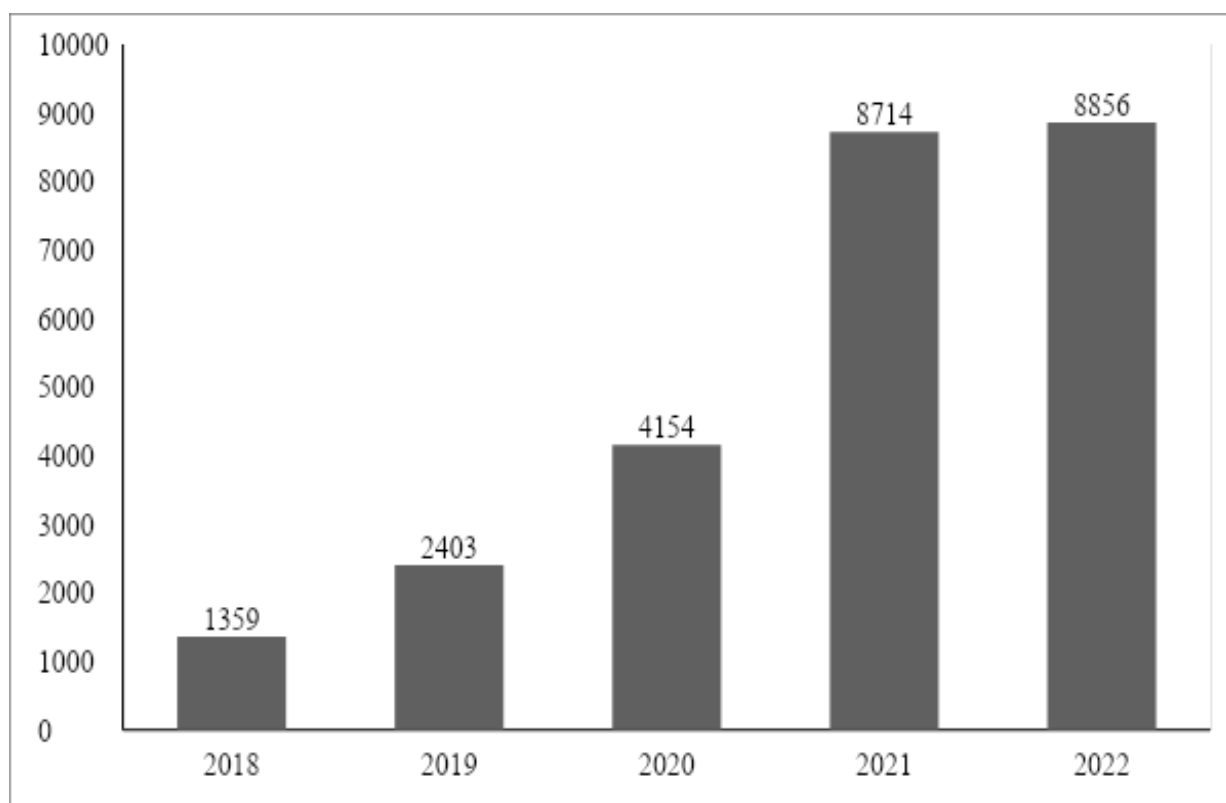


Рисунок 2.5 – Кількість криптовалют на початок року, шт.

Джерело: складено автором на основі [25]

Зрозуміло, що успіх біткоіну відіграв ключову роль у формуванні такої ситуації, оскільки він на даний момент є найбільш відомою, популярною та високо затребуваною криптовалютою. Однак, інші види віртуальних грошей також вважаються досить перспективними [10]. Тому в різних рейтингах цифрових валют можна знайти десятки, а навіть сотні інших криптовалют.

Розвиток фінтех-ринку приніс революцію у способах доступу користувачів до своїх фінансів. Фінтех-компанії використовують новітні операційні моделі, які не обмежені застарілими банківськими системами. Завдяки більш спрощеній організаційній структурі у фінтеху легше впроваджувати зміни, використовувати технології та перебудовувати системи.

Мобільний банкінг швидко розвивається. Статистика показує, що в 2022 році вартість завантажень додатків для мобільного банкінгу склала майже 693 мільярди доларів. Мобільні пристрої також стають все популярнішими для онлайн-покупок:

під час «чорної п'ятниці» майже 40% усіх покупок було здійснено за допомогою смартфонів [29].

Крім мобільного банкінгу, набувають популярності ефективні фінансові інструменти, такі як NFC (Near Field Communication) – безконтактна технологія зв'язку, яка дозволяє здійснювати безпечні транзакції та обмінюватися цифровим контентом одним дотиком. Щоб розширити сферу застосування технології NFC, були розроблені mPOS-термінали (Mobile Point of Sale – мобільна точка продажу), які підключаються до гаджета (смартфон, ноутбук, комп'ютер, планшет) для здійснення транзакцій через банківську картку. mPOS отримали особливу популярність у сфері МСБ, наприклад, у службі доставки продуктів, де кур'єри можуть приймати оплату на місці з банківської картки клієнта. Цей напрям розвивається активно, і багато аналітиків прогнозують, що кількість mPOS-терміналів у 2023 році перевищить кількість POS-терміналів [29].

Алготрейдинг – це форма торгівлі, яка включає розподіл великої заявки чи замовлення на кілька підзаявок з використанням спеціальних алгоритмічних інструкцій, кожна з яких має свої характеристики ціни та обсягу і відправляється на ринок для виконання у визначений час. Інвестиційні банки широко використовують алгоритмічну торгівлю.

Прогнозується, що світовий ринок алготрейдингу продемонструє стійкий ріст з 11,1 мільярда доларів у 2018 році до 18,8 мільярда доларів у 2023 році (див. рис. 2.6). Одними з найважливіших факторів, що стимулюватимуть зростання ринку, будуть зниження транзакційних витрат та посилення державного регулювання.

З поширенням інноваційних інформаційних технологій та фінансових інновацій з'являються нові типи банків, які називають необанками або віртуальними банками. Необанк – це сучасний банк, який діє та надає послуги без прив'язки до конкретного місця, працюючи на цифрових платформах. Він надає свої послуги клієнтам у режимі онлайн з будь-яких смартфонів, планшетів або персональних комп'ютерів.

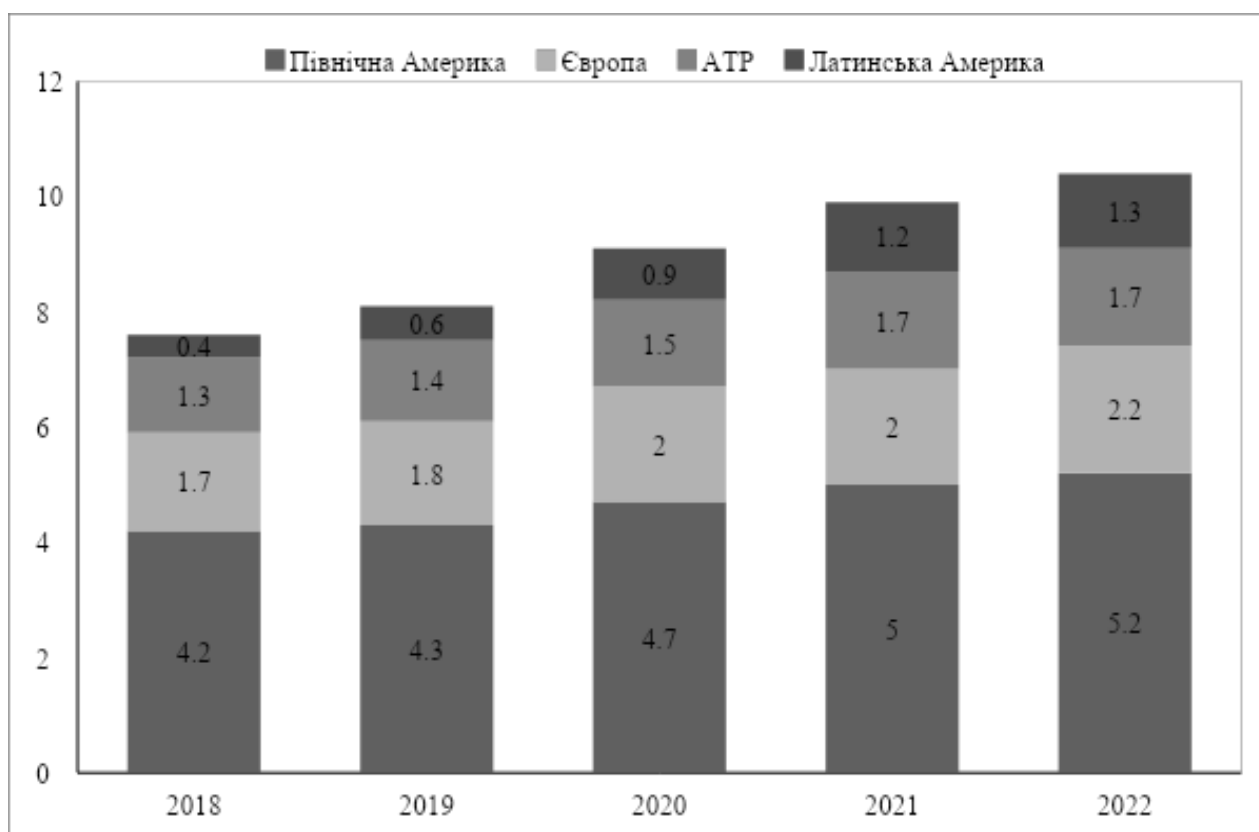


Рисунок 2.6 – Обсяг ринку алготрейдингу в розрізі регіонів, млрд дол. США
Джерело: складено автором на основі [29]

На початок 2022 року, за даними центру досліджень Burnmark, у світі існувало близько 80 необанків, з них 40 в Великій Британії, 8 в Індії, 6 в США, 5 в Франції і 3 в Німеччині. У Європі необанки активно розвивалися протягом останніх п'яти років, що було частково обумовлено сприятливим законодавством щодо фінансових інновацій. Останнім часом спостерігається особливо значне збільшення ринку необанкінгу, що склав 36% річного приросту з 2021 по 2022 рік. Це свідчить про зростаючий попит користувачів на цифрові банківські рішення (рис. 2.7). Оскільки очікується, що загальний темп росту залишиться високим протягом наступних 8 років, ця тенденція буде продовжуватися.

Щодо України, то на сьогоднішній день в країні працюють лише 7 необанків, більшість з яких з'явилися за останні два роки. Першим небанком був monobank, а в 2023 році з'явився сьомий банк, який базується на програмі лояльності «Сільпо» від Fozzy Group.

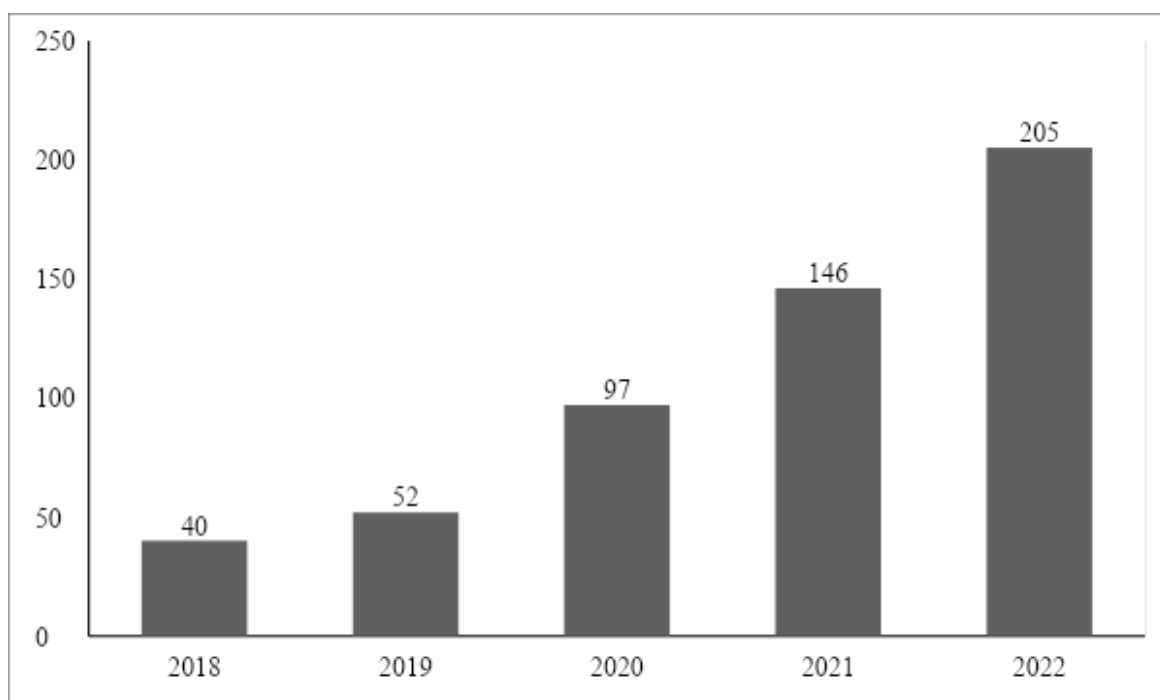


Рисунок 2.7 – Розмір світового ринку необанків за користувачами, млн. осіб
Джерело: складено автором на основі [44]

Далі ми дослідимо динаміку розвитку світового ринку фінансових послуг та частку фінансового ринку у загальній структурі глобального ринку послуг (рис. 2.8).

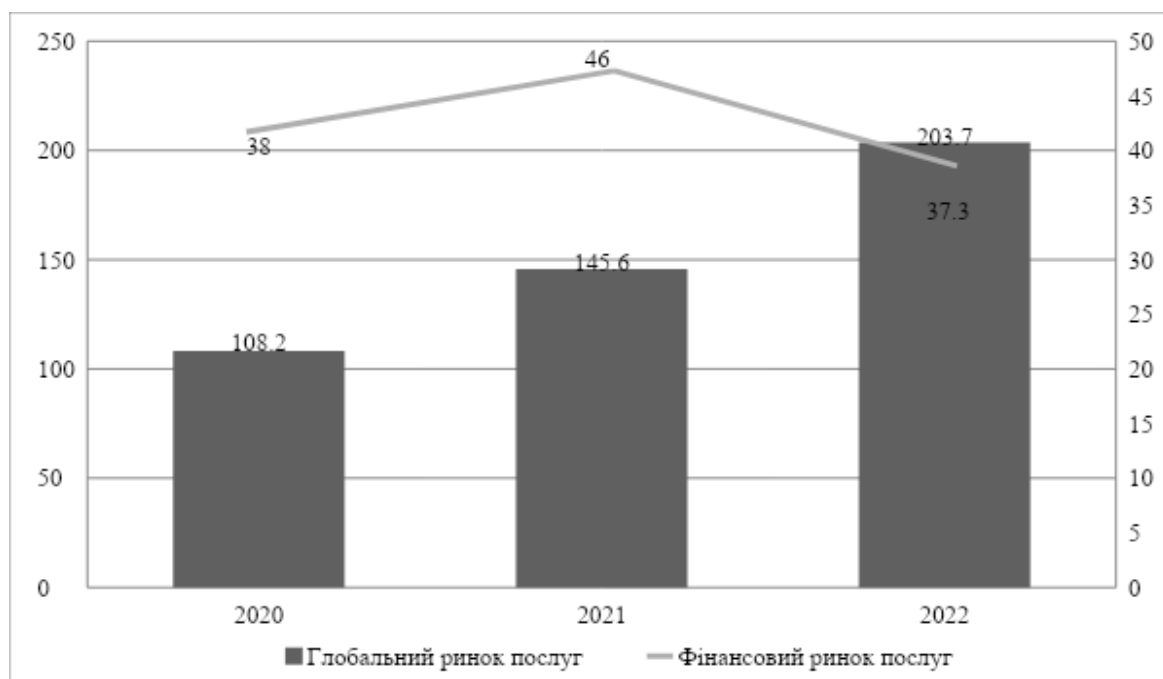


Рисунок 2.8 – Частка фінансового ринку послуг у структурі глобального

ринку послуг за 2020-2022 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором на основі [45]

Як видно з даних, за досліджуваний період глобальний ринок послуг збільшився на 95,5 мільярда доларів США або на 88,3%. Проте, частка фінансових послуг у загальній структурі глобального ринку послуг протягом трьох років зменшилася з 35,1% у 2020 році до 18,3% у 2022 році.

Згідно з рисунком 2.9, у 2022 році найбільшу частку у світовому експорті послуг складають ділові послуги, які експортувалися на суму 1737 мільярдів доларів США. На другому місці знаходяться послуги транспорту та подорожей, вартість яких становить 1481 мільярд доларів США, та на третьому місці – послуги телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні послуги, які стабільно мають велику частку в експорті послуг на міжнародному ринку.

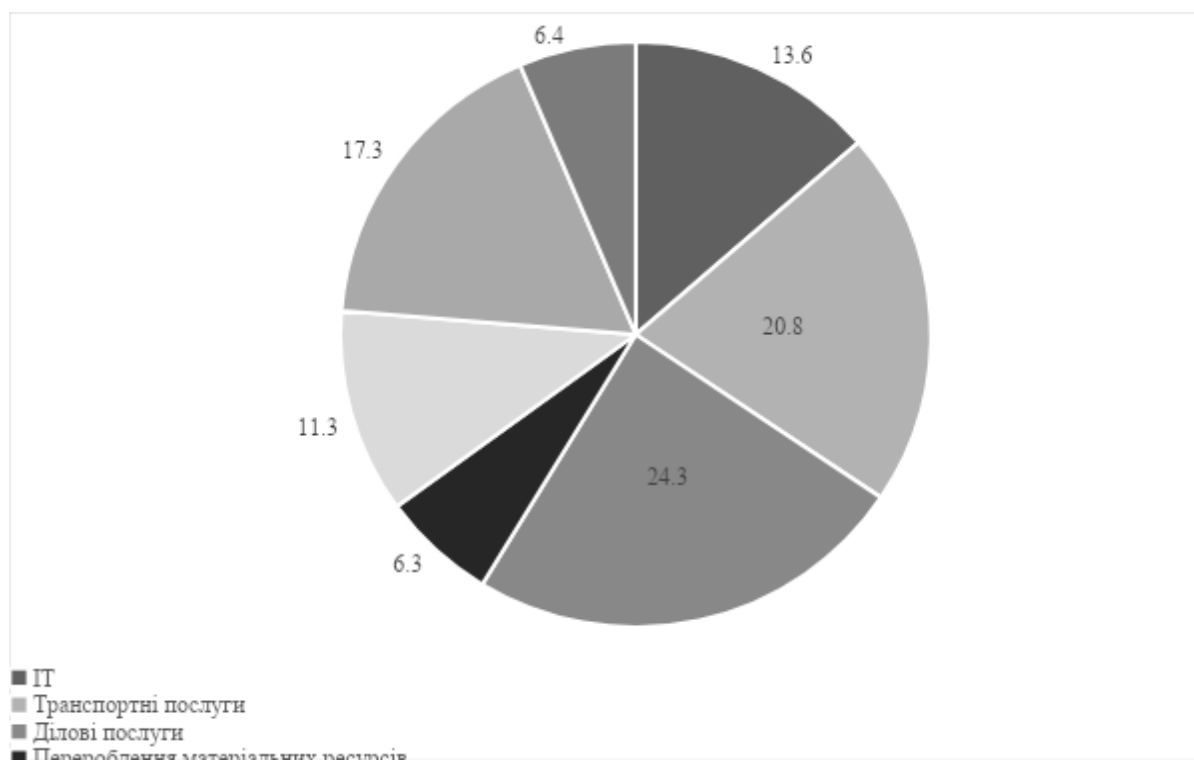


Рисунок 2.9 – Структура світового експорту послуг у 2022 р., %

Джерело: складено автором на основі [45]

Таким чином, фінансові технології надають можливість нарощувати обсяги та швидкість транзакцій, дозволяють змінити принципи надання фінансових

послуг, коли передові компанії розробляють нові інструменти, здатні повністю інтегруватися у життя клієнтів: цифрові платежі та перекази; цифрові гаманці; блокчейн як зберігач та захисник інформації та як новий напрямок розвитку сфери альтернативного кредитування; криптовалюти; алготрейдинг в інвестиційному банкінгу; технології NFC, mPOS та ін. Однак, впровадження цих технологій та їх подальше вдосконалення супроводжується також негативним впливом кіберризиків, які не характерні для традиційного ринку послуг.

2.2. Оцінка впливу фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг

Глобальний ринок фінансових технологій є одним з найшвидше розвиваючихся та привабливих. Кількість користувачів таких послуг щорічно зростає у середньому на 12-18%, а загальний обсяг інвестицій також демонструє динамічне зростання – від 6,0 мільярда доларів у 2012 році до 210,1 мільярда доларів у 2022 році. Прогнозувалося, що до 2022 року інвестиції в галузь фінтех зростуть до 310,0 мільярда доларів. Однак COVID-19 та військові конфлікти суттєво підірвали функціонування фінтех-ринку. Пандемія світового масштабу миттєво призвела до зниження потоку капіталовкладень у фінтех. У 2019 році було зафіксовано пік інвестицій – 213,8 мільярда доларів, але у 2020 році загальний обсяг інвестицій впав на понад 49%, зокрема азіатський ринок втратив 69% в порівнянні з попереднім роком [41]. Хоча у 2021 р. ринок значною мірою відновився, проте у 2022 р. відбувся спад (рис. 2.10).

У 2021-2022 рр. 206 нових фінтех-компаній набули статусу «однорогів», які оцінюються в 311 млрд дол. Серед найпопулярніших варто відзначити у сферах:

- платежі та перекази: Melio, Papaya Global, Rapyd, SpotOn, ZEPZ;
- необанкінг: Revolut, Chime, Varo Bank, Ramp;
- онлайн-кредитування: Built, Scalapay, Clearco, Konfio, Upgrade, LoanPro

[29].

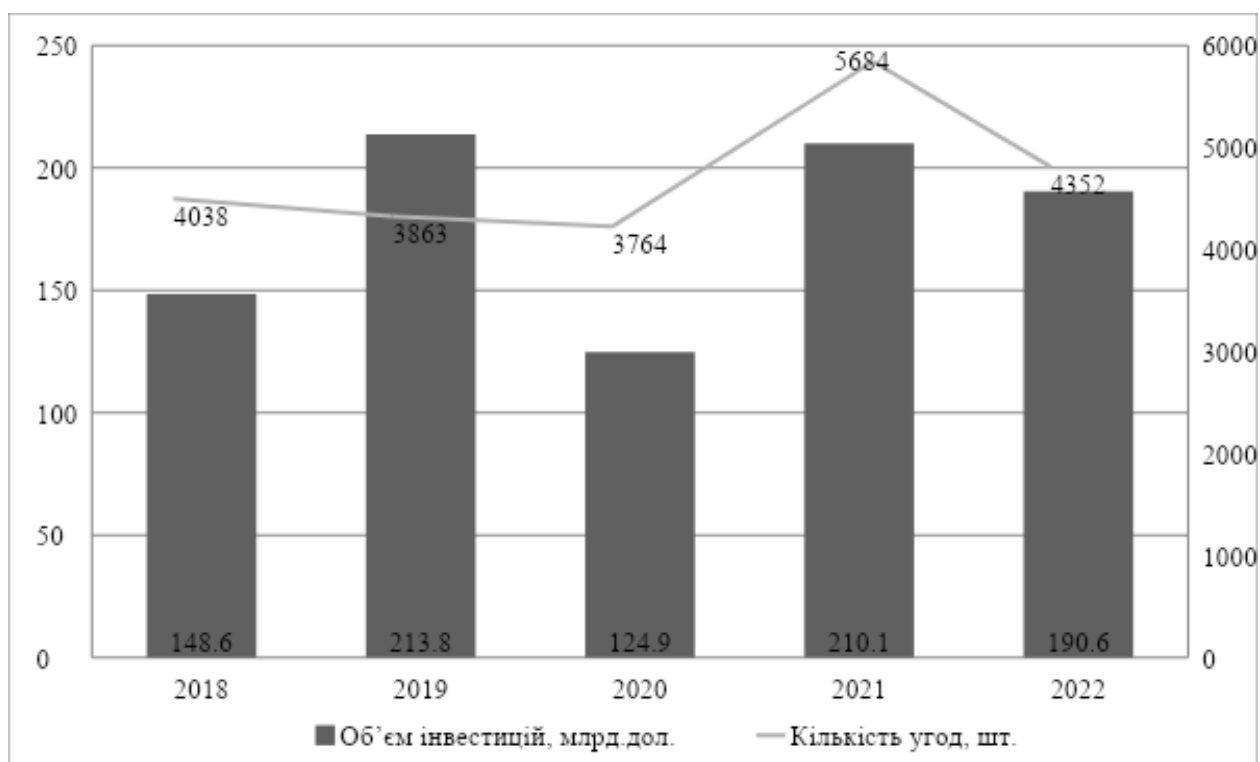


Рисунок 2.10 – Інвестиції у фінтех-компанії

Джерело: складено автором на основі [41]

Також варто згадати компанії, такі як Carta – платформа для управління інвестиціями; Judo – необанк, що спеціалізується на обслуговуванні малих та середніх підприємств; Bill.com – платформа для обліку та фінансового управління для малих та середніх підприємств; Liquid – криптобіржа; Marqeta – компанія, яка здійснює процесинг транзакцій та емітує платіжні інструменти [14]. Крім цього, на тлі розширення послуг існуючих цифрових банків та з'явлення нових учасників у галузі, розвитку технологій BaaS та активного залучення МСБ (малих та середніх бізнесів) спостерігається виходження на нові ринки компаній-челенджерів. Наприклад, Revolut планує розширити свій спектр послуг і запустити брокерські послуги та миттєве відкриття онлайн-депозитів, а Wealthfront розглядає можливість розвитку онлайн-кредитування у сфері нерухомості.

Конкуренція в сегменті послуг для МСБ надзвичайно зростає. Якщо спочатку компанії обмежувалися наданням кредитів та фінансуванням, то зараз розглядається можливість введення нових послуг, таких як управління грошовими потоками, короткострокові позики та консультаційні послуги у ролі «фінансового

помічника». Традиційні учасники ринку починають усвідомлювати, що стикаються з втратою значних прибутків.

Говорячи про регіональні особливості фінтех-індустрії, слід зазначити тенденцію прискореного проникнення фінтеху в азіатських країнах у 2022 р. (рис. 2.11).

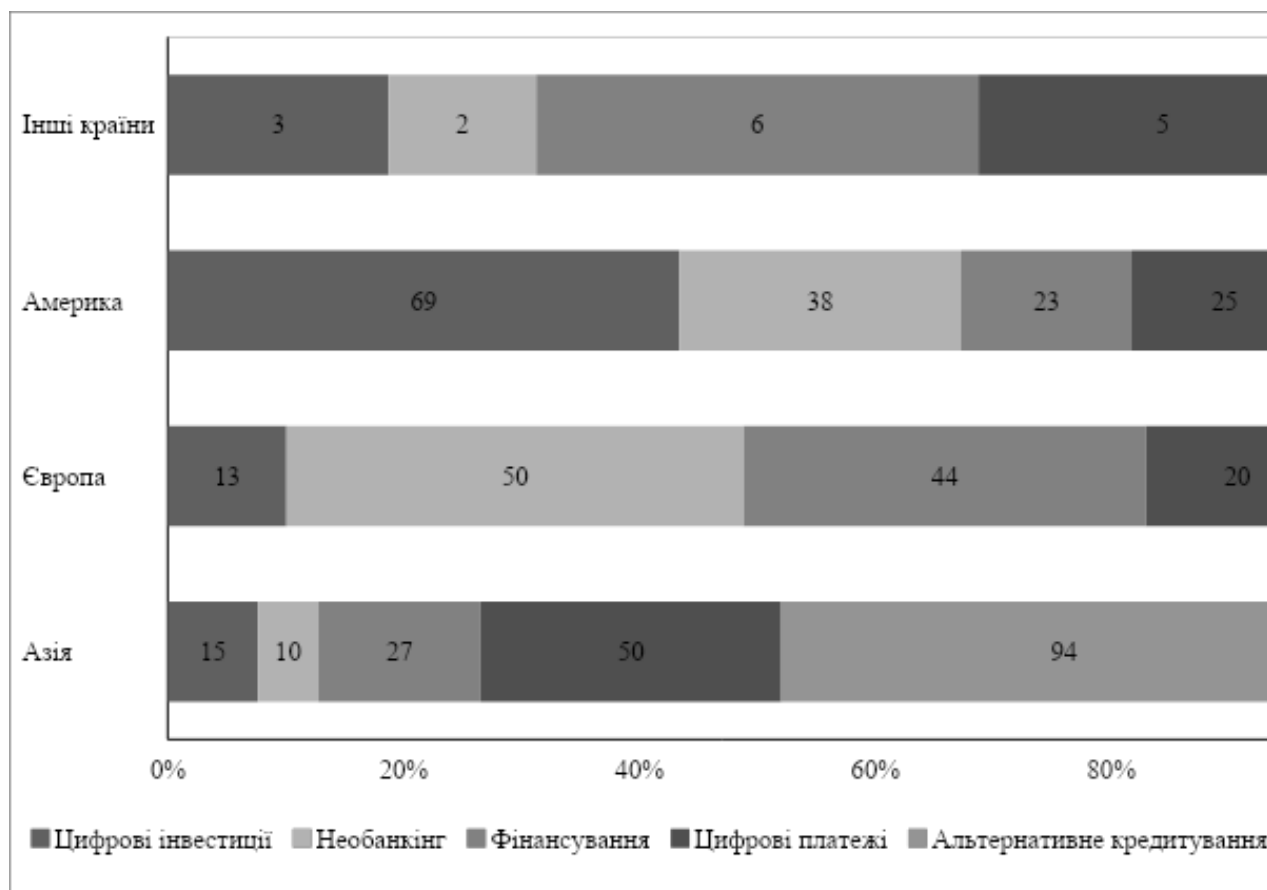


Рисунок 2.11 – Популярні напрямки розвитку фінтеху у 2022 р. у регіональному розрізі, %

Джерело: складено автором на основі [41]

Огляд фінтех-ринку у 2022 році підтверджує, що сектор альтернативного кредитування, включаючи P2P-кредитування, яке стає все більш популярним, має найбільший обсяг у Азії (94%), тоді як цифрові інвестиції та необанкінг, як і раніше, залишаються провідними у США (69%) та Європі (50%).

Зростає необхідність участі учасників фінансового ринку у використанні передових методів та інструментів, що виникають внаслідок технологічного прогресу та зростаючої конкуренції з боку інноваційних фінтех-компаній. У 2021

році кількість фінтех-компаній у всьому світі перевищила 26000, що вдвічі більше, ніж у 2020 році. Загалом, кількість фінтех-стартапів у 2022 році становила приблизно 30000, а цей ринок продовжує зростати й у 2023 році (рис. 2.12).

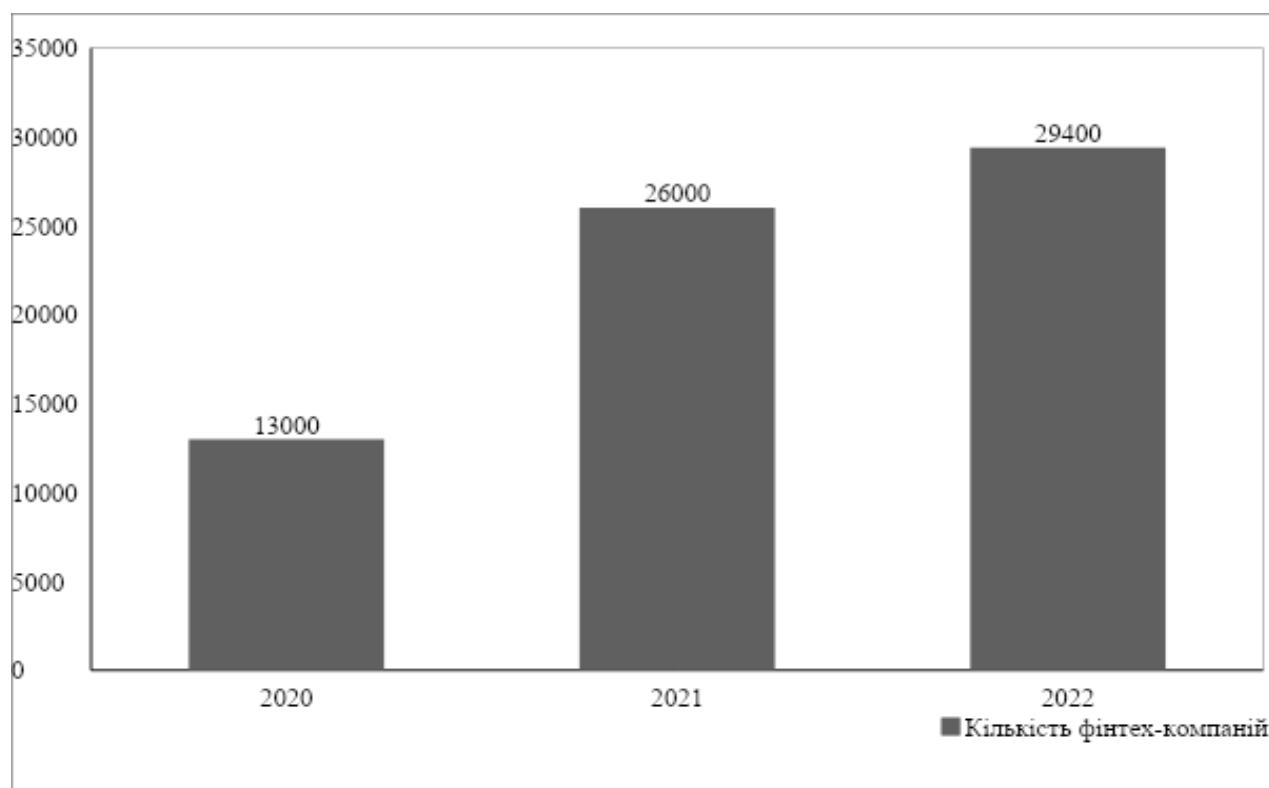


Рисунок 2.12 – Кількість фінтех-компаній у всьому світі за 2020-2022 рр.

Джерело: складено автором на основі [41]

Останні роки принесли значні зміни у фінтех-індустрії, що відобразилося в глобальних тенденціях інвестування. Згідно з даними Pulse of Fintech від KPMG за 2023 рік, минулий рік став випробуванням для ринку фінтех, але в той же час він відзначився значними досягненнями у таких секторах, як proptech та ESG фінтех [35].

Незважаючи на загальний спад, обсяг інвестицій у proptech (технології для нерухомості) зріс до рекордних 13,4 млрд доларів у 2023 році, що свідчить про збільшений інтерес до інновацій у цьому секторі. Також слід очікувати розквіту на ринку інвестицій в ESG фінтех. У 2023 році відзначений значний обсяг інвестицій у сектор ESG фінтех, що став другим за обсягом за всю історію спостережень: 2,3 млрд доларів у 2023 році, трохи відстаючи від пікових показників 2021 року – 3,7 млрд доларів США. Оскільки як уряди, так і бізнес-сектор беруть на себе амбітні

зобов'язання щодо досягнення нульового рівня викидів та впроваджують різні регуляторні зміни, це створює сприятливі умови для подальшого збереження позитивної динаміки інвестицій у рішення ESG фінтех [35].

Серед важливих тенденцій слід зазначити штучний інтелект, який став головним пріоритетом для інвесторів на ринку фінтех. У 2023 році фінтех-компанії, що використовують штучний інтелект, привернули інвестиції на суму 12,1 млрд доларів США. Хоча ця сума помітно менша, ніж 28,1 млрд доларів США, залучених у 2022 році, інтерес до сфери штучного інтелекту залишається високим. Протягом 2023 року багато фінансових установ та фінтех-компаній вирішили впроваджувати штучний інтелект через альянси та витрати на послуги, замість прямих інвестицій.

Якщо враховувати регіональні тенденції, то у 2023 році було зафіксовано, що переважна частина фінтех-інвестицій в країнах Америки, а саме 73,5 млрд доларів США із загальної суми 78,3 млрд доларів США, припала на Сполучені Штати, що підтверджує їхню домінуючу позицію в цьому регіоні. Інвестиції у фінтех сферу Європи, Близького Сходу та Азії досягли семирічного мінімуму в 2023 році, склавши 24,5 млрд доларів за 1514 угодами. Незважаючи на загальне зниження, друге півріччя року показало позитивний тренд у зростанні інвестицій, і більше половини фінансування припало на британську компанію Finastra. У минулому році в регіоні Азійсько-Тихоокеанського басейну спостерігалось різке зменшення інвестицій у фінтех більш ніж на 75%, до 10,8 млрд доларів за 882 угодами, порівняно з попереднім роком. Особливо помітне зниження було в Індії (3 млрд доларів) та Сінгапурі (2,2 млрд доларів), проте в Китаї спостерігалось зростання – до 1,9 млрд доларів.

Також виділялося фінансування секторів insurtech (технології страхування) (\$8,1 млрд), regtech (\$2,6 млрд), а також кібербезпеки (\$1,3 млрд). Отже, згідно з доповіддю МВФ про вплив фінтеху на фінансову стабільність, можна зробити висновок про те, що фінансові технології й надалі впливатимуть на розвиток світового ринку послуг.

2.3. Аналіз розвитку зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг

У 2022 році в Україні відбулося експортування послуг на обсягу 9,2 млрд доларів США, що виявилось на 28,3% менше, ніж у 2021 році (рис. 2.13).

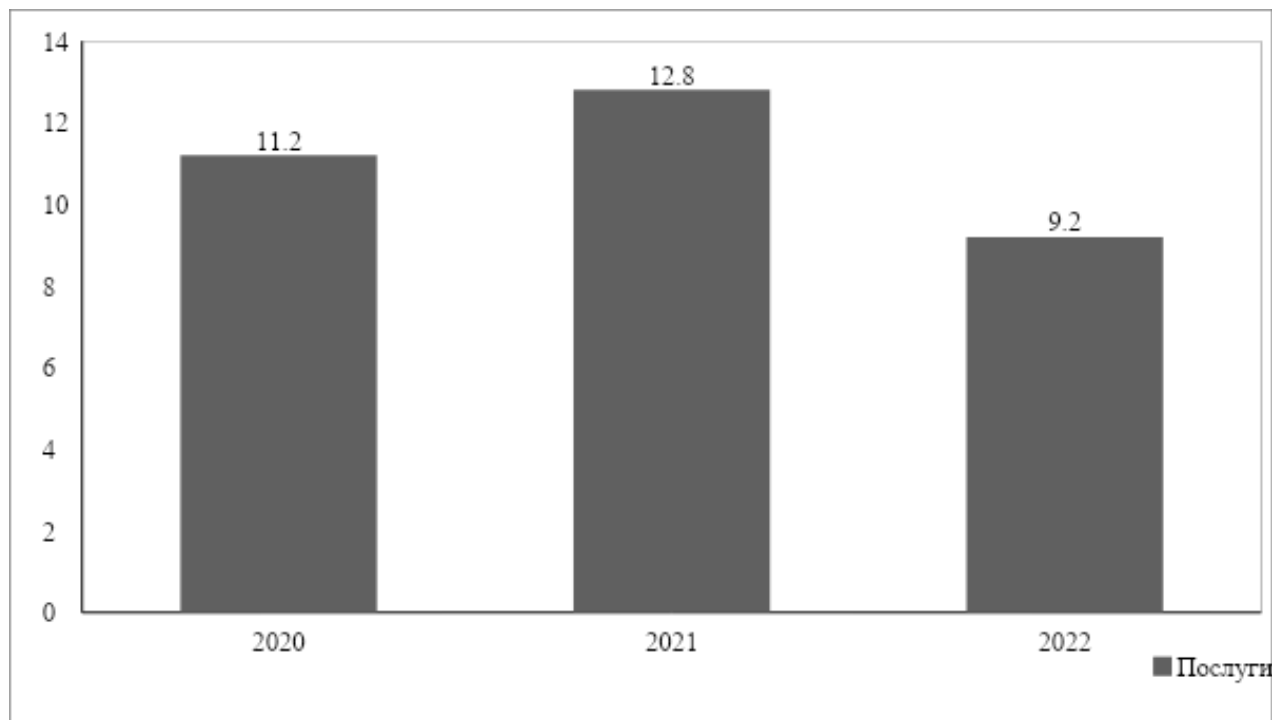


Рисунок 2.13 – Експорт послуг за 2020-2022 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором на основі [3]

Найбільш популярними серед видів експортованих послуг у 2022 році були послуги в секторі телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні (40,5% від усього обсягу експортованих послуг), транспортні послуги (32,3%, або 3 млрд доларів США) та послуги у сфері бізнесу (11,2%, або 1 млрд доларів США) (рис. 2.14).

Єдиним сектором, що показав зростання у 2022 році, стали послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (+76,7%). У той час як найбільше втрати зазнали державні та урядові послуги (-86,7%), послуги зі страхування (-81,7%), послуги з ремонту та технічного обслуговування (-57,1%), послуги, що надаються приватним особам, а також культурні та рекреаційні послуги (-56,4%) (рис. 2.15).

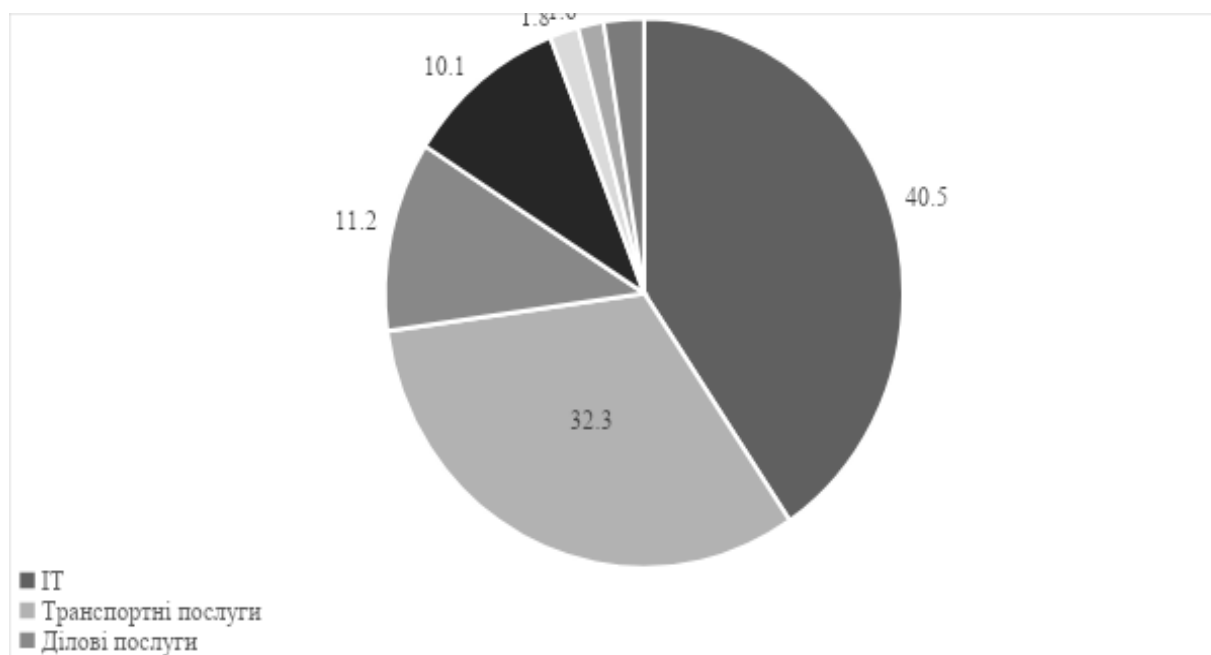


Рисунок 2.14 – Структура експорту послуг у 2022 р., %

Джерело: складено автором на основі [3]

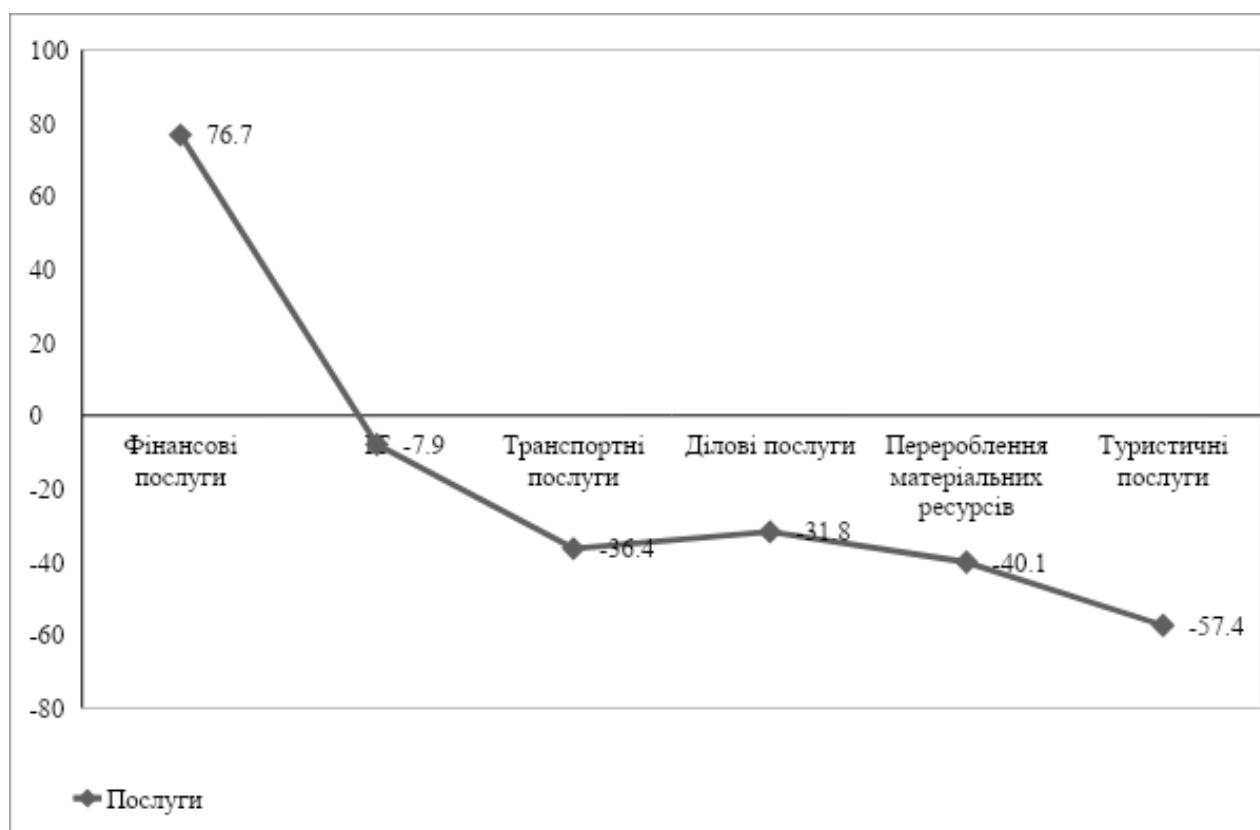


Рисунок 2.15 – Зростання експорту послуг у 2022 рр., %

Джерело: складено автором на основі [3]

Після завершення важкого 2022 року Україна відправила свої послуги до 233 країн та територій світу. Основними партнерами України є Польща, Румунія, Туреччина, Китай, Угорщина та Німеччина (рис. 2.16).

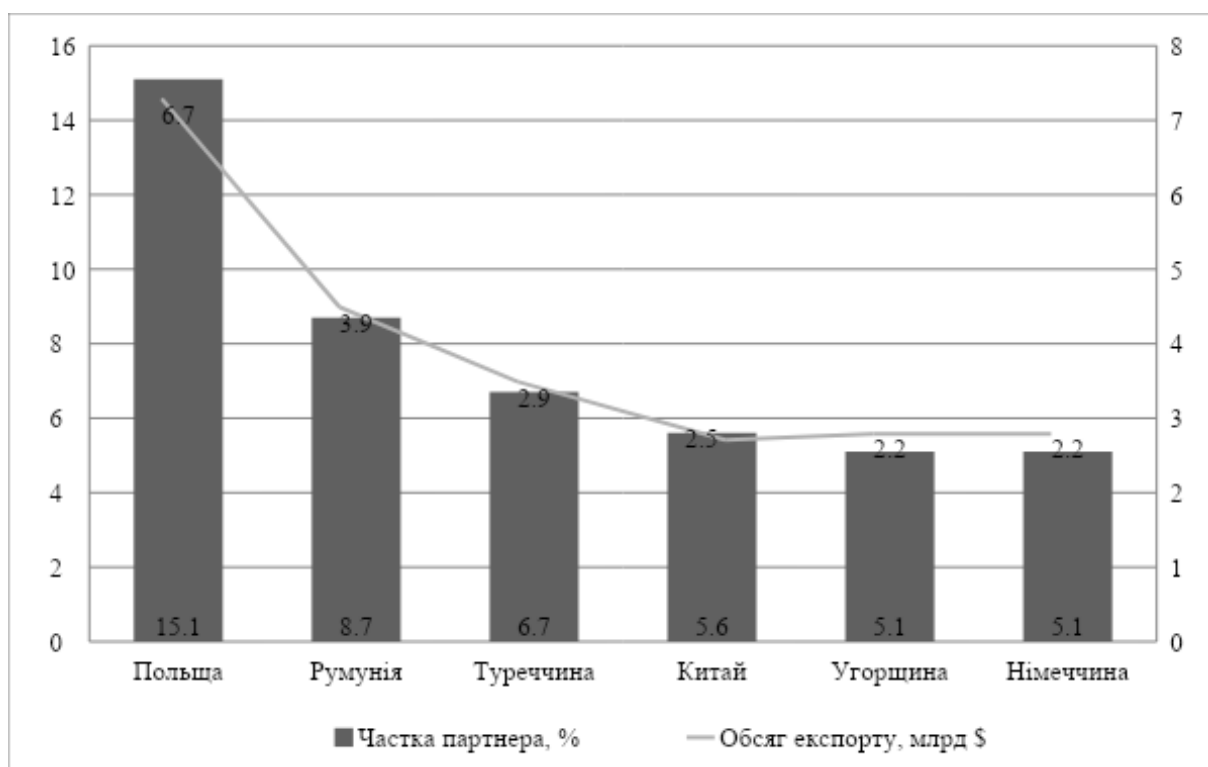


Рисунок 2.16 – Географічна структура експорту послуг у 2022 р.

Джерело: складено автором на основі [3]

У 2022 році головними регіонами-експортерами стали Київ (який забезпечив 27,1% від загального експорту України), Дніпропетровська (12%), Львівська (7,2%), Одеська (5,6%) та Запорізька (5,5%) області (рис. 2.17).

Серед регіонів України негативного внеску в динаміку експорту послуг у 2022 році додали 19 регіонів. Найбільший негативний внесок спостерігався у:

- місті Києві – 9,8 відсоткових пунктів відсоткових пунктів,
- Миколаївській області – 3,0 відсоткових пунктів;
- Одеській області – 3,0 відсоткових пунктів.
- Харківській області – 1,9 відсоткових пунктів;
- Київській області – 1,4 відсоткових пунктів;
- Дніпропетровській області – 0,7 відсоткових пунктів;
- Донецькій області – 0,6 відсоткових пунктів;

- Львівській області – 0,5 відсоткових пунктів;
- Запорізькій області – 0,5 відсоткових пунктів (Додаток В).

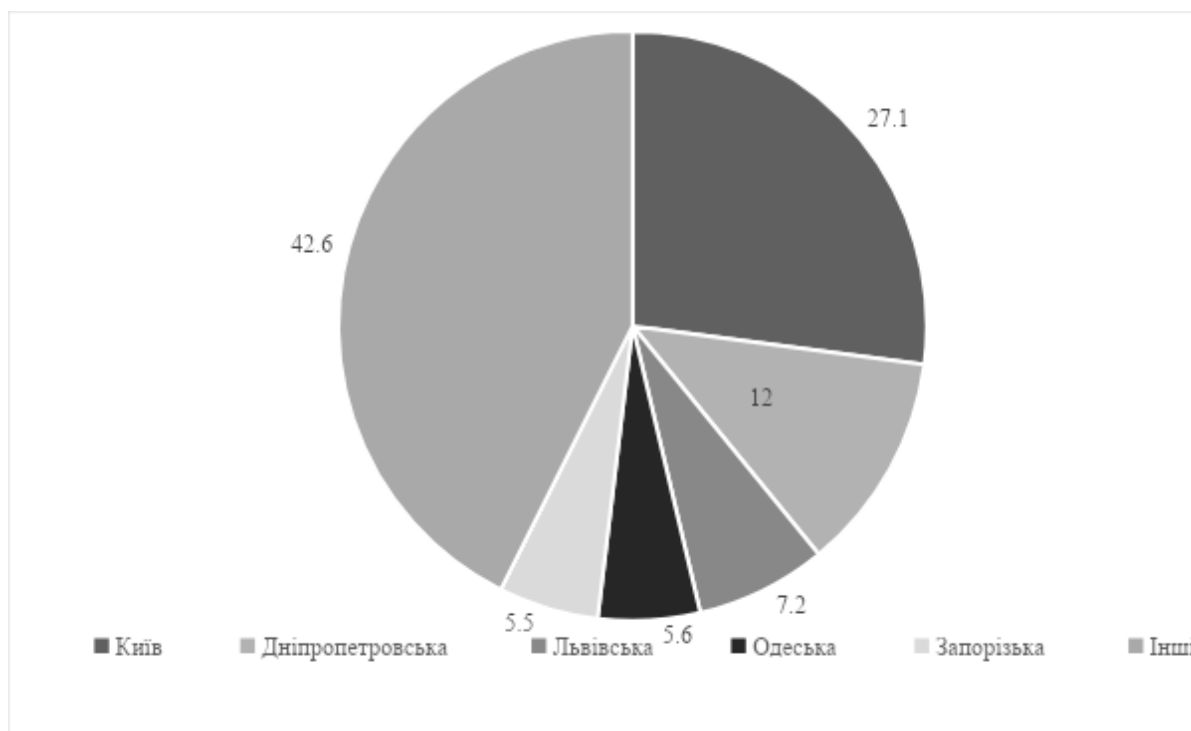


Рисунок 2.17 – Основні регіони-експортери послуг у 2022 р., %

Джерело: складено автором на основі [3]

Загальний негативний внесок дев'яти регіонів, які були вказані вище, склав 21,4% в контексті експорту послуг України в 2022 році. У той же час, у 2022 році, експорт послуг у шести регіонах України приніс позитивний внесок у загальний розвиток, при цьому найбільший позитивний вплив був зазначений у Чернівецькій області, яка становила 75,8% від загального обсягу зменшення експорту послуг.

У 2022 році імпорт послуг зріс у 1,8 рази. Зростання імпорту послуг було спричинене збільшенням витрат осіб, які покинули країну через військові дії, а також короткотерміновими мігрантами, витрати яких збільшилися в 3,2 рази і склали 20,2 млрд доларів. Проте, імпорт інших послуг зменшився на 37,0% (рис. 2.18).

На рис. 2.19 представлена структура імпорту послуг за країнами з найбільшою часткою імпорту послуг до України. Згідно з даними структури імпорту можна зробити висновок, що у 2022 р. Велика Британія лідирувала серед імпортерів послуг до України.

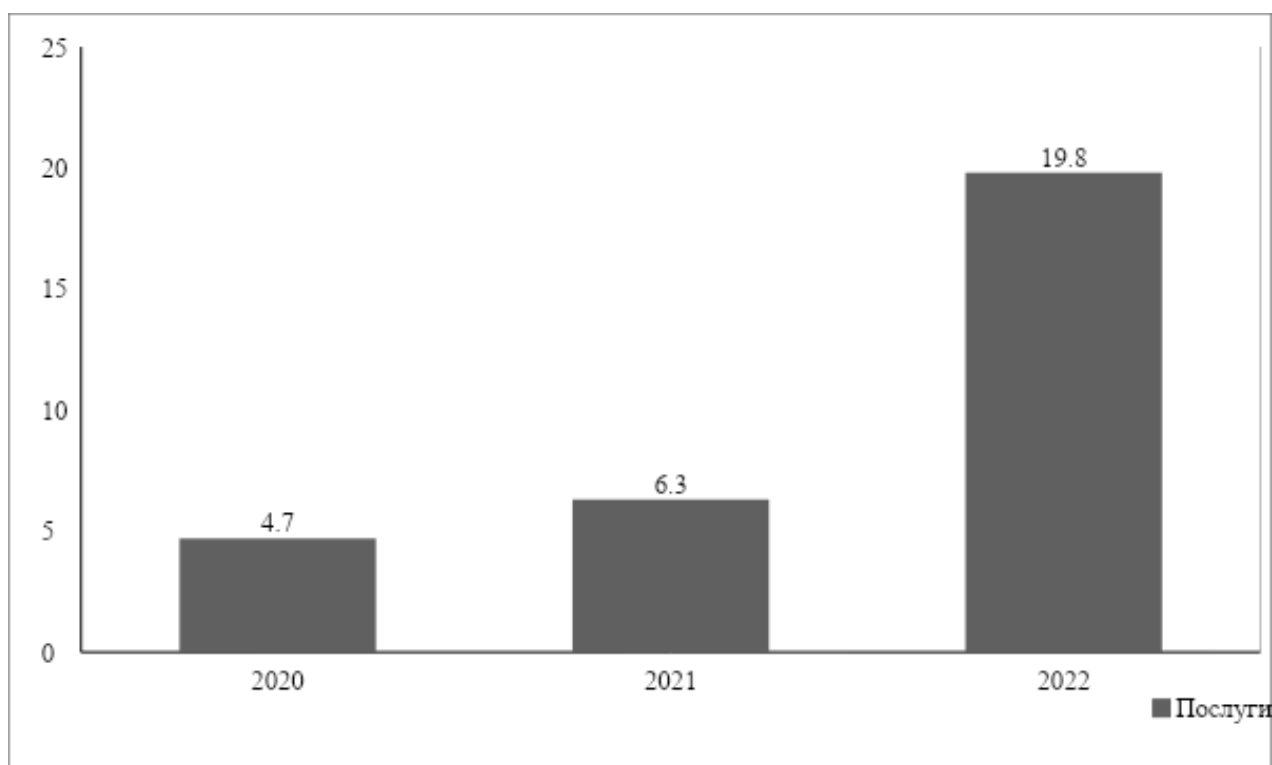


Рисунок 2.18 – Імпорт послуг за 2020-2022 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором на основі [3]

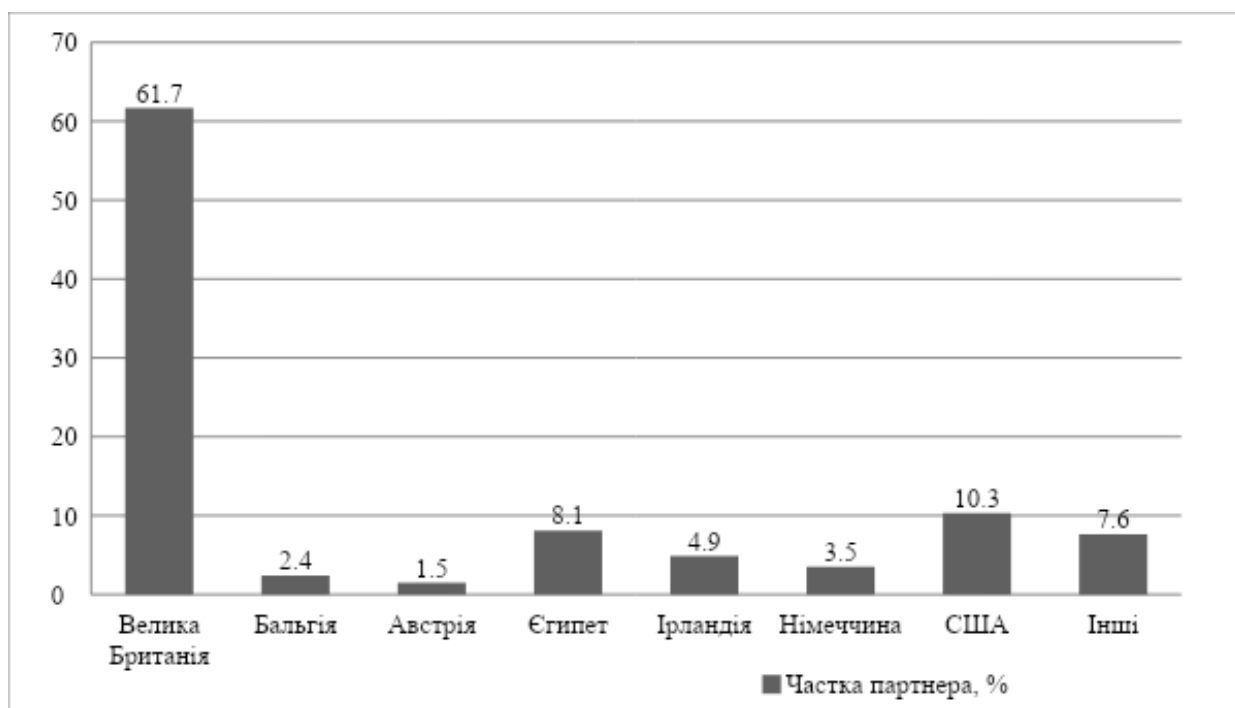


Рисунок 2.19 – Географічна структура імпорту послуг у 2022 р.

Джерело: складено автором на основі [3]

Наступним кроком у вивченні місця України на світовому ринку послуг є

аналіз частки українського експорту та імпорту у світовому контексті (рис. 2.20 та рис. 2.21).

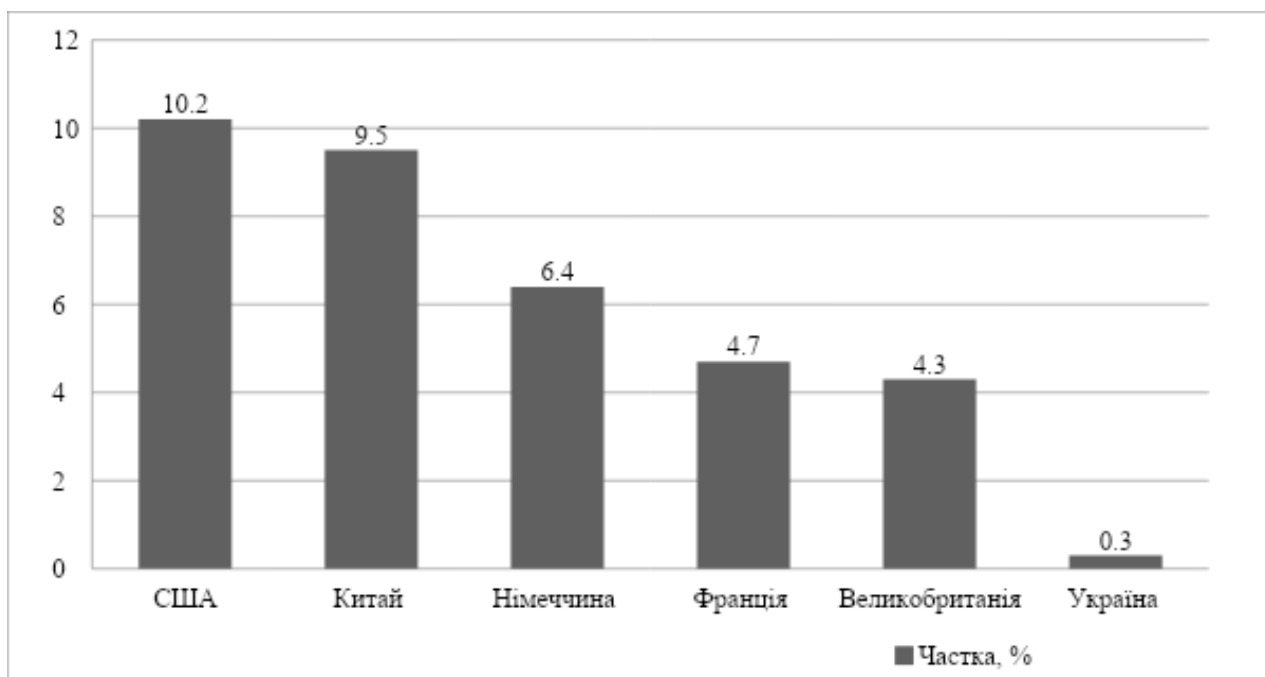


Рисунок 2.20 – Імпорттери-лідери на світовому ринку послуг 2022 р., %
Джерело: складено автором на основі [44]

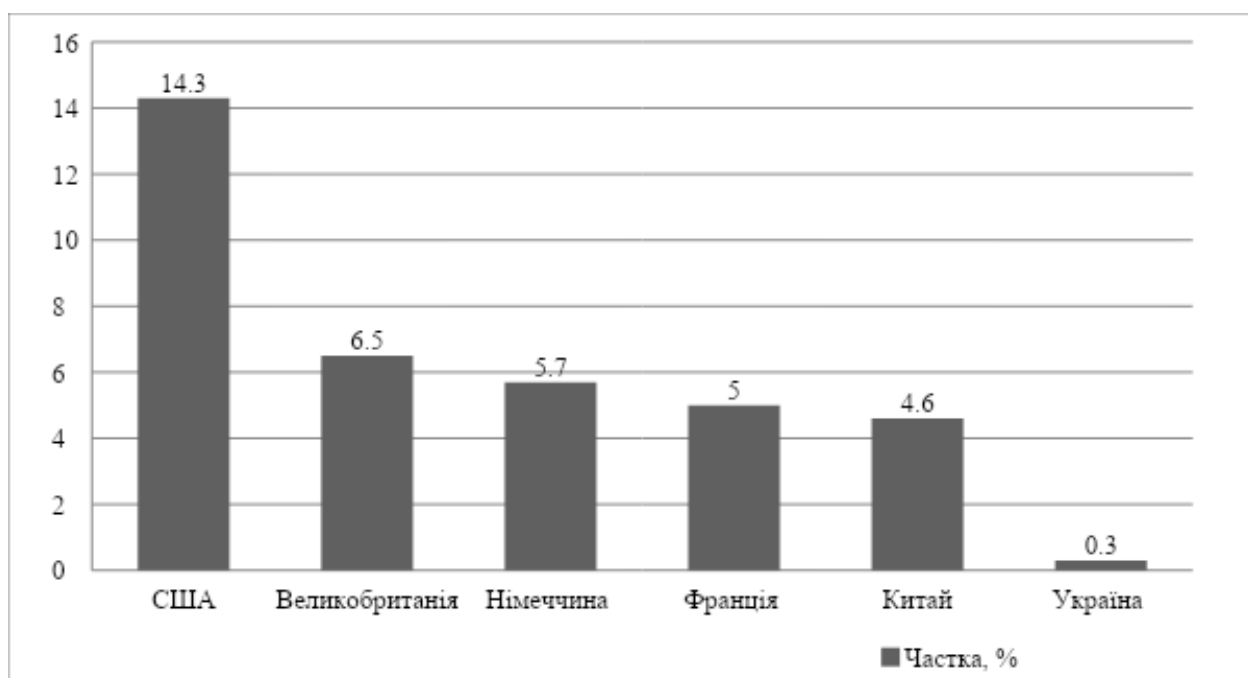


Рисунок 2.21 – Експорттери-лідери на світовому ринку послуг 2022 р., %
Джерело: складено автором на основі [44]

На діаграмах наведено п'ять країн-лідерів серед світових експортерів та імпортерів послуг та Україна. Результати аналізу дають змогу зробити висновок, що Україна займає малу частку імпорту у світовому обсязі.

Отже, проведене дослідження дозволило зробити висновок, що Україна є конкурентоспроможною у таких секторах глобальних послуг, як: комп'ютерні, інформаційні послуги та транспортні послуги.

2.4. Прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки

Для прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки розробимо економіко-математичну модель, використовуючи метод факторного аналізу. Ефективним методом для цього є аналіз головних компонент, який дозволяє зменшити обсяг інформації й визначити лінійні комбінації ознак для виділення максимальної дисперсії. Для проведення факторного аналізу буде використано програмний пакет STATISTICS.

Оберемо п'ять послуг, що мають вплив на розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки:

- комп'ютерні та інформаційні послуги, млрд. грн (x_1);
- транспортні послуги, млрд. грн (x_2);
- фінансові послуги, млрд. грн (x_3);
- ділові послуги, млрд. грн (x_4);
- туристичні послуги, млрд. грн (x_5);

Був застосований стандартний метод головних компонент для визначення факторів. Враховуючи класичні вимоги «правила великого пальцю» (мінімальне значення 0,7 і вище) було виявлено значний вплив таких послуг: комп'ютерні та інформаційні послуги (x_1) та транспортні послуги (x_2).

Тому далі для аналізу перспектив України на світовому ринку послуг складемо короткостроковий прогноз. Основними показниками зовнішньої торгівлі,

які було обрано для прогнозу, є експорт, імпорт і структура двох основних видів послуг (ІТ-послуг і транспортних).

Для прогнозування розвитку міжнародної торгівлі послугами можна використовувати широкий спектр відомих економіко-математичних та статистичних методів і моделей. Вибір конкретного методу має ґрунтуватися на ретельному аналізі поточної макроекономічної ситуації. Ми вважаємо за доцільне застосування трендового аналізу. Цей метод базується на порівнянні фінансових показників протягом декількох звітних періодів для визначення загальних тенденцій та прогнозування майбутніх значень.

Таким чином, за допомогою трендового аналізу було розраховано можливі значення показників експорту послуг України на 2024-2025 рр. (рис. 2.22 – 2.24).

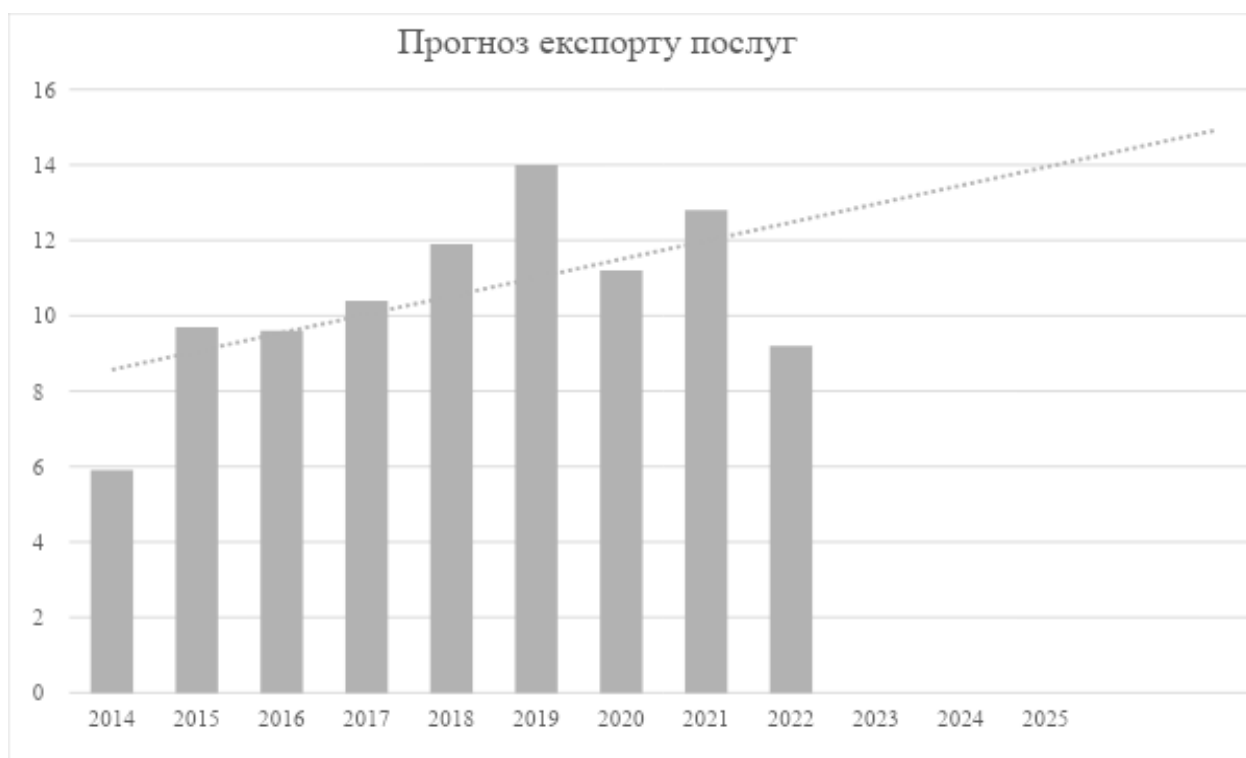


Рисунок 2.22 – Прогноз експорту послуг для України на 2024–2025 рр.

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків

Розрахунки свідчать, що при рівних умовах експорт України у 2024-2025 роках впаде. Особливу увагу слід звернути на прогноз щодо телекомунікаційних та транспортних послуг, де передбачається зріст. Це свідчить про те, що тенденції в експорті послуг з України співпадають із загальними світовими тенденціями у зміні

структури світового експорту.

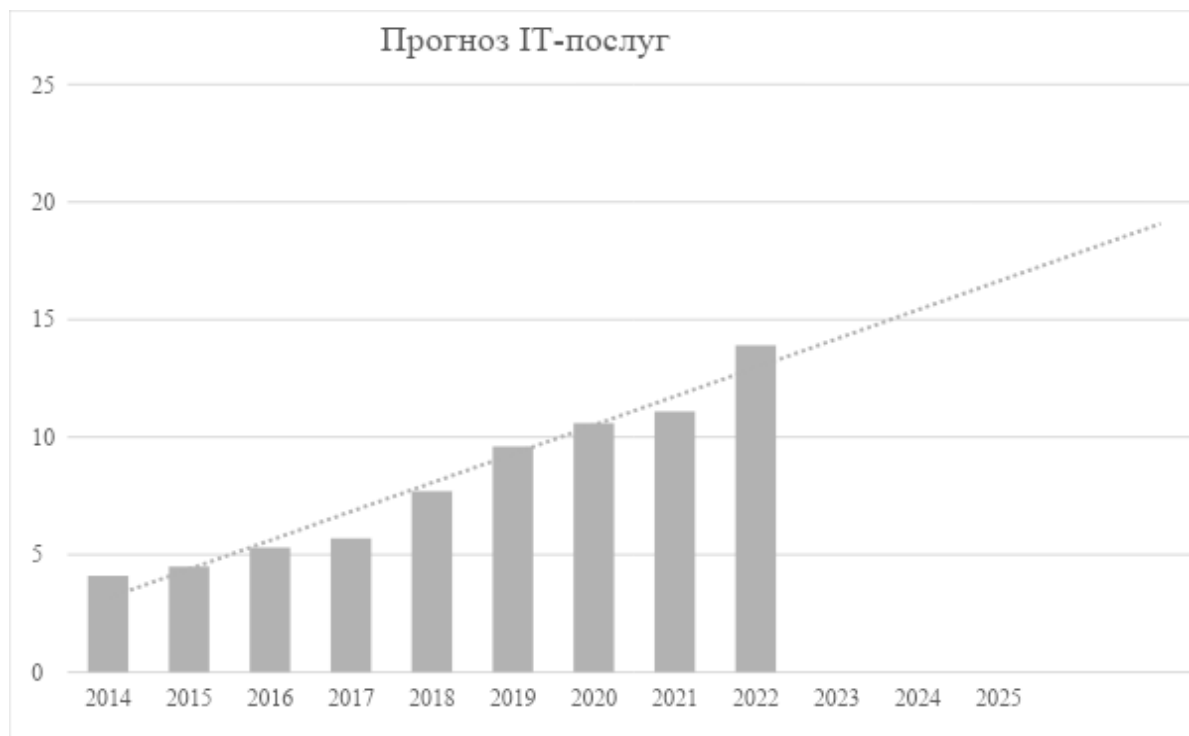


Рисунок 2.23 – Прогноз комп’ютерних та інформаційних послуг України на 2024–2025 рр.

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків



Рисунок 2.24 – Прогноз транспортних послуг України на 2024–2025 рр.

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків

Результати прогнозу обсягу імпорту послуг відображені на рис. 2.25.

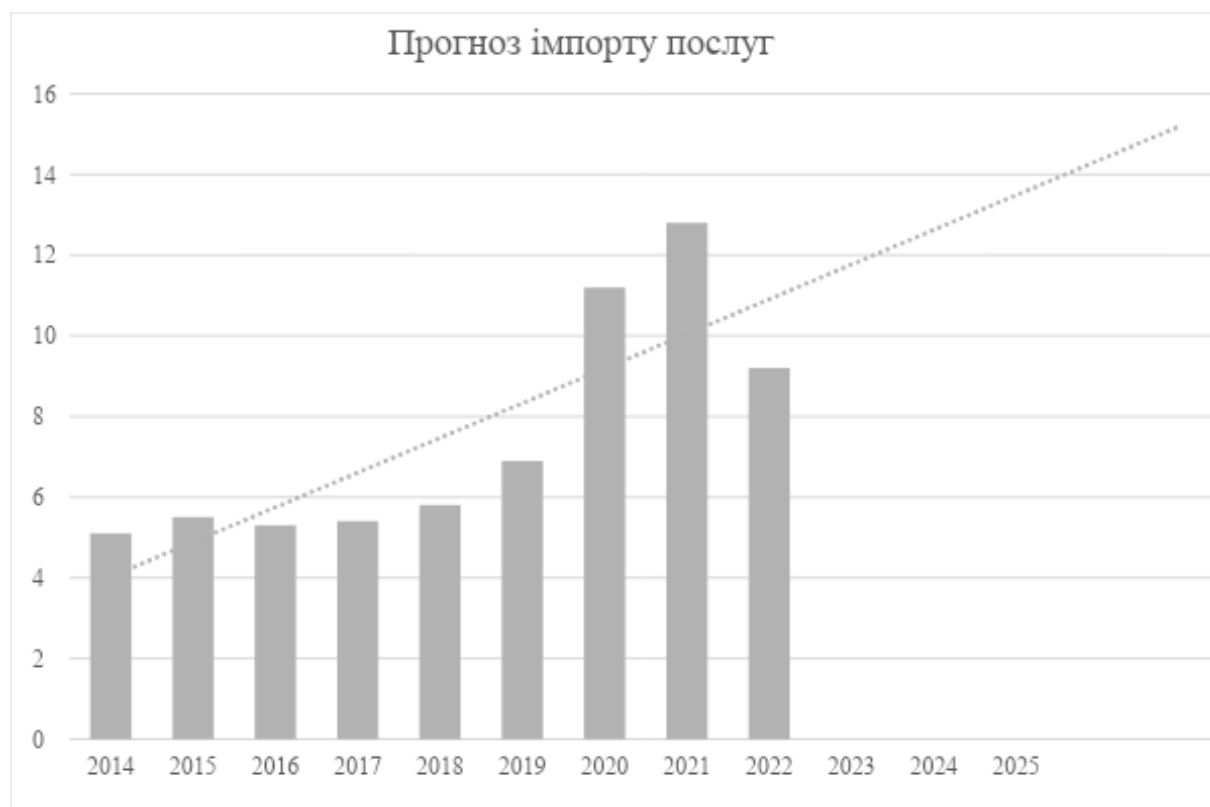


Рисунок 2.25 – Прогноз імпорту послуг для України на 2024–2025 рр.

Джерело: складено автором на основі власних розрахунків

Прогноз показує, що за рівних умов імпорт зростатиме, при чому швидше, ніж експорт. Згідно з прогнозом на 2024-2025 роки торговельний баланс послуг України стане від'ємним.

Отже, було розроблено прогноз ключових показників ринку послуг України на 2024-2025 рр. за допомогою трендового методу. Прогноз передбачає зростання частки телекомунікаційних послуг у структурі, водночас спостерігається зменшення частки транспортних послуг, що відповідає глобальним тенденціям у розвитку торгівлі послугами.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити такі висновки.

1. На основі вивчення наукової літератури було виявлено сутність, особливості та принципи міжнародної торгівлі послугами. На підставі проведеного аналізу пропонується власне визначення послуги як результату діяльності (конкретної праці або сукупності робіт), спрямованої на задоволення потреб (користі, вигоди) споживача через унікальну споживчу цінність послуги к певному місці та часі. Міжнародна торгівля послугами (МТП) – це специфічна система обміну між країнами різними видами послуг, тобто, це та діяльність, результати якої виражаються у корисному ефекті для економічного суб'єкта іншої країни. Всі принципи ведення міжнародної торгівлі послугами побудовані на основі генеральної угоди з торгівлі послугами (ГУТП), що поширюється на всі країни-учасниці СОТ.

2. Аналіз спеціальної літератури дозволив систематизувати класифікацію світового ринку послуг. На даний момент існує декілька видів класифікації послуг. Одним з таких видів є класифікація послуг світовим банком. Також існує більш точна класифікація ООН, що містить точні цифри видів послуг. У ній сказано, що всього існує 160 видів послуг, які, у свою чергу, поділені на 12 груп. В Україні існує не менше видів послуг, ніж в інших країнах. Послуг на сьогоднішній день існує велика кількість, вони є практично у всіх сферах життя людства, тому єдиної класифікації не існує.

3. У роботі було охарактеризовано генезу сервізації глобальної економіки. Розвиток сервізації економіки носить багатофакторний характер: формування сервісу як економічного виду діяльності починається в суспільствах Нового часу, соціалізація сервісу та його трансформація в соціальний інститут відбувається в суспільствах Найновішого часу, що визначається залученням до процесу надання послуг як традиційних економічних категорій та інструментів (прибуток, вигода, витрати), так і соціальних категорій (соціальна взаємодія, особливий тип регламентації та ін.). Дослідження дозволило запропонувати авторське визначення

сервізації економіки – це розвиток сфери послуг, збільшення її частки в розвитку національної економіки та елемент софтизації глобальної економіки.

4. Аналіз сучасних трендів сервізації глобального ринку послуг показав, що одним з головних світових трендів сервізації глобального ринку послуг є використання криптовалюти. Згідно з опитуванням Fidelity Investments, проведеним у 2022 році серед 744 великих клієнтів у США та Європі, 36% включили цифрові активи до своїх інвестиційних портфелів. В останні часи деякі компанії почали приймати криптовалюту як засіб платежу за свої товари та послуги. На сьогоднішній день найбільш відомою та популярною криптовалютою є біткоїн. Вона має найвищу ринкову капіталізацію та найвищий курс, і часто використовується як приклад в обговореннях з цієї теми.

5. Оцінка впливу фінансових технологій на розвиток світового ринку послуг дала змогу зробити висновок, що світовий ринок фінансових технологій – один з найбільш швидко зростаючих та привабливих, оскільки кількість користувачів такого роду послуг у середньому щорічно збільшується на 12-18%, а загальний обсяг інвестицій також показує динамічне зростання – з 6,0 млрд дол. у 2012 р. до 210,1 млрд дол. у 2022 р. У 2021-2022 рр. 206 нових фінтех-компаній набули статусу «однорогів», які оцінюються в 311 млрд дол. Протягом останніх років фінтех-індустрія пройшла значні зміни, що відбилося у глобальних інвестиційних тенденціях. Згідно з даними KPMG Pulse of Fintech за 2023 року, попередній рік був важким для ринку фінтех, але водночас він був визначним для таких секторів, як proptech та ESG фінтех.

6. Аналіз розвитку зовнішньої торгівлі послугами України на світовому ринку послуг показав, що у 2022 році в Україні відбулося експортування послуг на обсягу 9,2 млрд доларів США, що виявилось на 28,3% менше, ніж у 2021 році. Найбільш популярними серед видів експортованих послуг у 2022 році були послуги в секторі телекомунікацій, комп'ютерні та інформаційні (40,5% від усього обсягу експортованих послуг, або 3,7 млрд доларів США), транспортні послуги (32,3%, або 3 млрд доларів США) та послуги у сфері бізнесу (11,2%, або 1 млрд доларів США). Основними партнерами України є Польща, Румунія, Туреччина,

Китай, Угорщина та Німеччина. У 2022 році імпорт послуг зріс у 1,8 рази. Результати аналізу дають змогу зробити висновок, що Україна займає малу частку імпорту у світовому обсязі.

7. На основі проведеного дослідження було зпрогнозовано розвиток міжнародної торгівлі послугами України в умовах сервізації глобальної економіки. Ми вважаємо за доцільне застосування трендового аналізу. Розрахунки свідчать, що при рівних умовах експорт України у 2024-2025 роках впаде. Особливу увагу слід звернути на прогноз щодо телекомунікаційних та транспортних послуг, де передбачається зріст. Це свідчить про те, що тенденції в експорті послуг з України співпадають із загальними світовими тенденціями. Це означає, що спеціалізація України на послугах, які знаходяться на останніх етапах життєвого циклу, зменшується. Прогноз показує, що за рівних умов імпорт зростатиме, при чому швидше, ніж експорт. Згідно з прогнозом на 2024-2025 роки торговельний баланс послуг України стане від'ємним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк К.В. визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Випуск 6. С.46-51.
2. Брензович К. С. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародної торгівлі бізнес-послугами. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Вип. 23(1). С. 30-34.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
4. Дернова І. Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. №50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45>.
5. Іванова Л.О. Світовий ринок товарів і послуг: Завдання та методичні вказівки до контрольної роботи для студентів факультету заочної освіти. Львів Видавництво Львівської комерційної академії, 2012. 16 с.
6. Камінська Т. М. Місце України у міжнародній торгівлі послугами. *Економічна теорія та право*. 2019. № 1. С. 27 – 41.
7. Класифікатор КВЕД. URL: https://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html.
8. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван Ї. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / пер. з англ. Київ : КМ-Букс, 2018. 208 с.
9. Кульганік О. М. Сучасні процеси міжнародної торгівлі України в умовах глобалізації. *Ефективна економіка*. 2019. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7347> DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.10.71>.
10. Мазаракі А., Волосович С. Fintech у системі суспільних трансформацій. *Вісник КНТЕУ*. 2018. №118 (2). С. 5-18.
11. Мельничук О. П. Міжнародна торгівля послугами. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2020. № 4. С. 115–128.

12. Міжнародна торгівля послугами: навчально–методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / за заг. ред. І.Т. Кіщак, А.В. Огієнко. Миколаїв: Іліон, 2017. 340 с.
13. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/>.
14. Міністерство цифрової трансформації України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/>.
15. Мінфін. URL: <https://minfin.com.ua/>.
16. Рибак Г. І., Островський І. А. Міжнародний ринок послуг: сучасний стан та структура. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=79>.
17. Світова економіка : підручник / за ред. А. П. Голікова, О. А. Довгаль. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. 268 с.
18. Світова організація торгівлі (СОТ). URL: <https://www.wto.org/>.
19. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України : колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НААН України Т.О.Осташко ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2019. 350 с.
20. Abaidi I., Vernet E. Does digitalization create or reduce perceived global value? *Journal of Consumer Marketing*. 2018. № 35 (7). P. 676–687.
21. Arjan M. Lejour, Peter M. Smith. International Trade in Services—Editorial Introduction. *Journal of Industry Competition and Trade*. 2008. №8(3). P. 169-180.
22. Berry L. Services Marketing is Different. *Business*. 1980. №30. P. 24- 29.
23. Binance. URL: <https://academy.binance.com/ru>.
24. Bitcoin. URL: <https://bitcoin.org/ru/>.
25. Bloomchain. URL: <https://bloomchain.ru/detailed/vilka-dlya-bitkoina-chto-takoe-fork-i-schem-egoedyat-chast-1/>.
26. Bucquet P. Investing in Cryptocurrency. *The Labyrinth of Tax Reporting Fintech Booklet*. 2019. №2. С. 1—8.

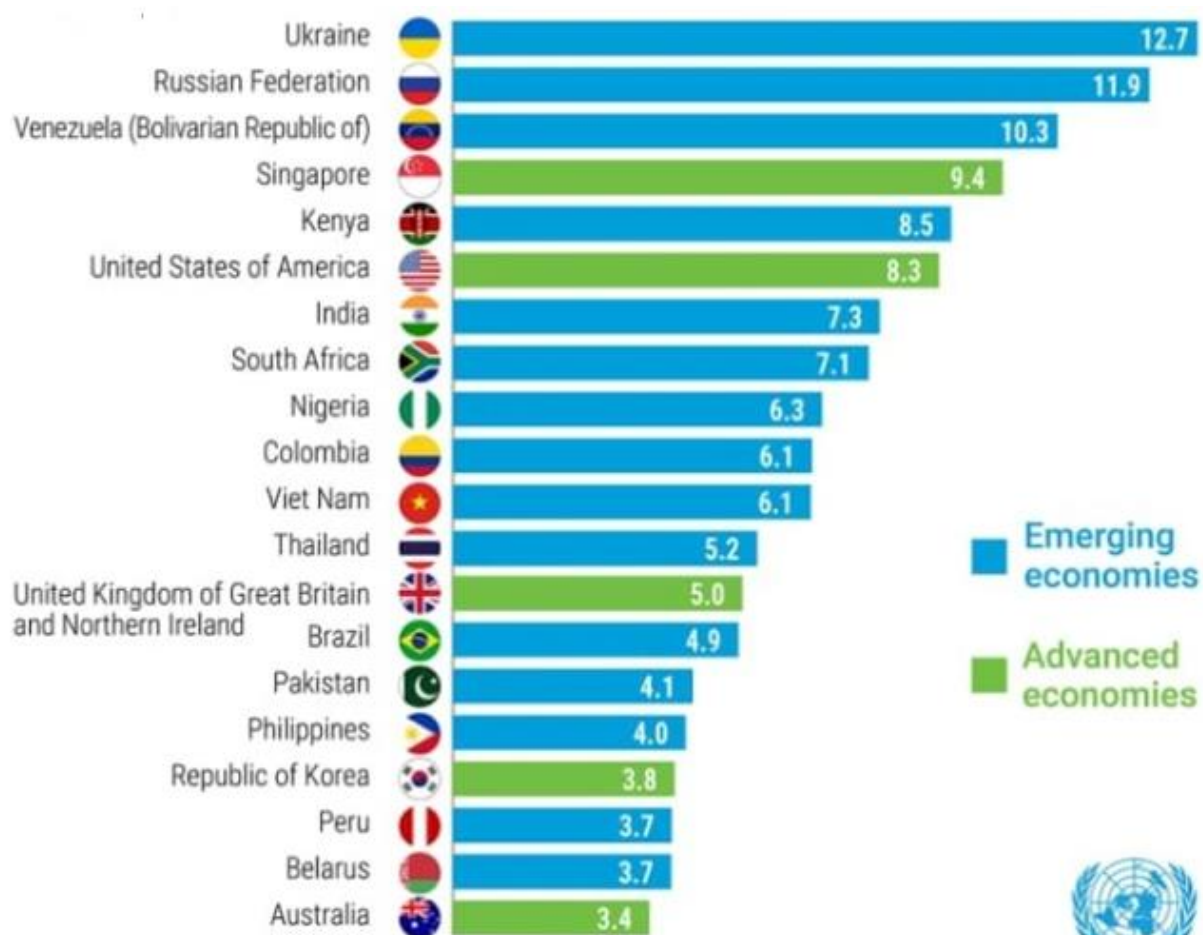
27. Chambers R. Donald, Black H. Keith, Lacey J. Nelson. *Alternative Investments: A Primer for Investment Professionals* Charlottesville. The CFA Institute Research Foundation, 2018. 183 p.
28. Cowel D. *The marketing of Services*. London: Heinemann, 1984. 350 p.
29. DIGITAL 2022. URL: <https://datareportal.com/>.
30. Exploding Topics. URL: <https://explodingtopics.com/>.
31. Fidelity Investments. URL: <https://www.fidelity.com/>.
32. Gronroos C. *Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach*. West Sussex, UK: John Wiley and Sons, 2000. 404 p.
33. Gumesson E. Lip Service: A Neglected Area in Service Marketing. *Journal of Consumer Services*. 1987. №1. P. 273.
34. Hill T. P. On Goods and Services. *Review of income and Wealth*. 1987. Vol. 23. P. 320.
35. KPMG Pulse of Fintech. URL: <https://kpmg.com/xx/en/home/industries/financial-services/pulse-of-fintech.html>.
36. Lambin J.-J., de Moerloose C. *Marketing stratégique et opérationnel. La démarche marketing dans l'économie numérique*. Paris : Dunod, 2016. 608 c.
37. Lovelock C., Gumesson E. Whither Services Marketing?. *Journal of Service Research*. 2004. V. 7, No. 1. P. 20-41.
38. Nayar P. The political economy of international trade in services. *Cambridge Of economics*. 1988. Vol. 12. P. 280.
39. Normann R. *Service Management : Strategy and Leadership in Service Business*. Wiley: Business & Economics, 2001. 256 p.
40. Roelfsema H., Findlay C., Ye X. Decomposing International Trade in Commercial Services. *Foreign Trade Review*. 2021. № 56(3). P. 238–256.
41. Statista. URL: <https://www.statista.com/>.
42. Tajoli L., Airoidi F., Piccardi C. The network of international trade in services. *Appl Netw Sci*. 2021. №6. P. 68.
43. The World Bank. URL: <https://data.worldbank.org>.
44. Total trade in services. URL: <https://hbs.unctad.org/total-trade-in-services/>.

45. World Trade Statistical. URL: <https://www.wto.org/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

ТОП-20 країн прийняття криптовалюти у 2022 р.

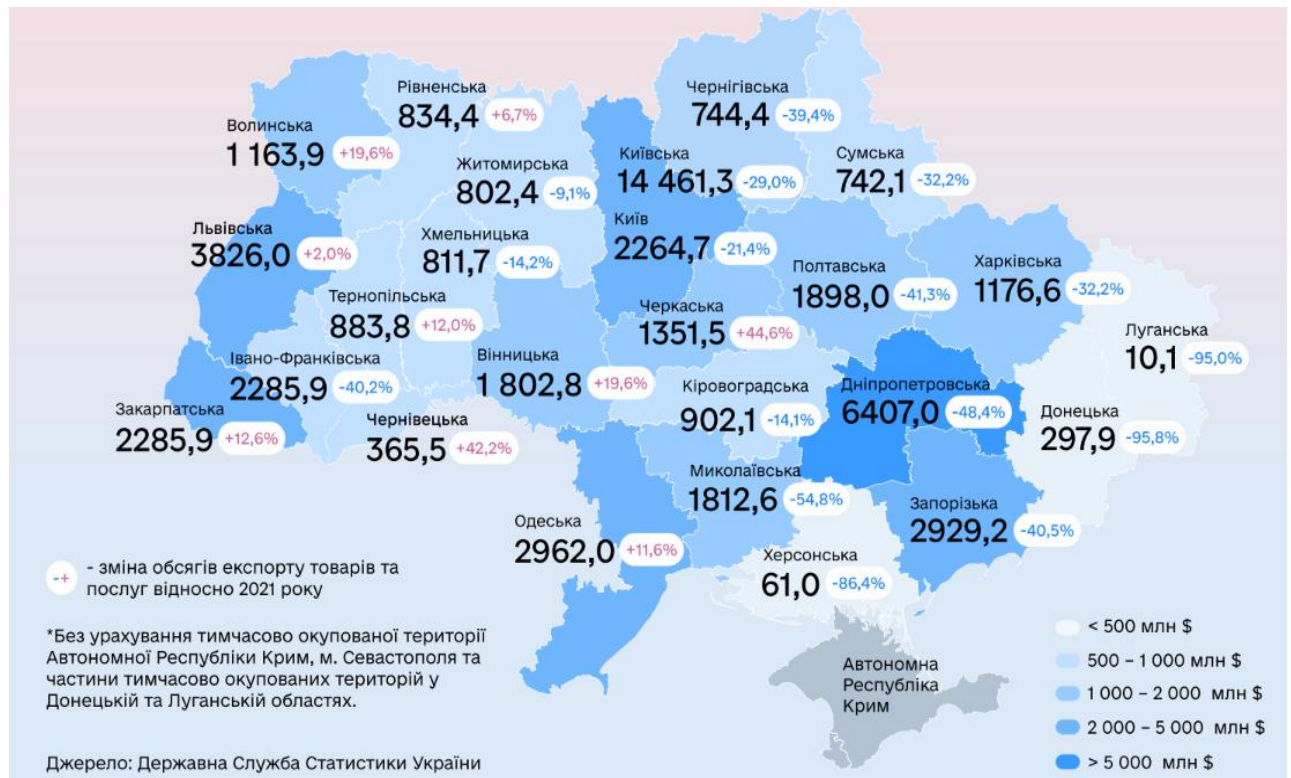


Використання криптовалют країнами світу станом на 2022 р.

Методи використання	Країни
Вільне використання	В Японії та Швейцарії криптовалюти офіційно прирівнюються до іноземних валют з точки зору деяких регуляторних аспектів, що може дозволити їхнє використання у різних сферах економіки. Проте, водночас вони не є законними платіжними засобами в сенсі того, що їх використання не регулюється як національна валюта
Обмежене використання	Танзанія, Ангола, Південна Африка, Намібія, Зімбабве, Канада, Аргентина, Бразилія, Чилі, Венесуела, Киргизстан, Узбекистан, ОАЕ, Ізраїль, Саудівська Аравія, Південна Корея, Сінгапур, Філіппіни, Швеція, Швеція
Заборонено	Алжир, Єгипет, Марокко, Нігерія, Мексика, Болівія, Колумбія, Еквадор, РФ, Великобританія, Індія, Нігерія, Китай

Додаток В

Обсяги експорту товарів та послуг за регіонами у 2022, млн дол. США





Ім'я користувача:
Міжнародної економіки Москалюк Наталія

ID перевірки:
1016241329

Дата перевірки:
10.05.2024 09:08:41 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
10.05.2024 09:10:49 EEST

ID користувача:
100005722

Назва документа: КБР_Маршев Д.М_Світовий ринок послуг в умовах сервізації глобальної економіки
Кількість сторінок: 57 Кількість слів: 10044 Кількість символів: 75799 Розмір файлу: 474.11 KB ID файлу: 1016024465

17%
Схожість

Найбільша схожість: 6.9% з Інтернет-джерелом (<https://isg-konf.com/wp-content/uploads/2023/10/PROBLEMS-OF-CREA...>)

13.5% Джерела з Інтернету	342		Сторінка 59
7.98% Джерела з Бібліотеки	513		Сторінка 62

0% Цитат

- Вилучення цитат вимкнене
- Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел