

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І БІЗНЕСУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____Л. М. Побоченко
«_____»_____2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 292 «МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ
«МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ»

Тема: «Україна на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз»

Виконавець: Шваб Валерія Романівна, група МЕВ-401

(підпис виконавця)

Керівник: к.е.н., доцент кафедри
міжнародних економічних відносин
і бізнесу ФМВ НАУ
Прокоп'єва Аліна Анатоліївна

(підпис керівника)

Нормоконтролер: Соколова Зоя Сергіївна

(підпис нормоконтролера)

Київ – 2023

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу

спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Побоченко Л.М.

«___» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Шваб Валерії Романівни

1. Тема роботи «Україна на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз» затверджена наказом ректора від «29» березня 2023 р. №423/ст.
2. Термін виконання роботи: з 22 травня 2023 року по 25 червня 2023 року.
3. Вихідні дані до роботи: офіційні статистичні дані, публікації в економічних виданнях, аналітичні матеріали, законодавчі та нормативно-правові акти України, розробки наукових установ та організацій, монографічні дослідження, статті вітчизняних і зарубіжних авторів, а також нормативно-правові та статистичні матеріали Кабінету Міністрів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України, Державної митної служби України, Національного банку України, СОТ, ЮНКТАД, ООН, СБ, МВФ.
4. Зміст пояснювальної записки: теоретико-методологічні та практичні засади міжнародної торгівлі послугами в Україні у контексті глобальних криз.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: у роботі розміщено 6 таблиць, 16 рисунків та 3 додатки.
6. Презентація основних результатів кваліфікаційної роботи в електронному вигляді. Розроблена презентація в Microsoft Office Power Point, складає 25 слайдів.

7. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вивчити літературні джерела з предмету дослідження та написати заяву про затвердження теми кваліфікаційної роботи	08.03.2023	Виконано
2.	Затвердити план дослідження та отримати завдання до виконання кваліфікаційної роботи	27.03.2023	Виконано
3.	Розкрити теоретико-методологічні основи дослідження міжнародної торгівлі послуги	01.05.2023 – 10.05.2023	Виконано
4.	Дослідити сучасний стан міжнародної торгівлі у сфері послуг	11.05.2023 – 21.05.2023	Виконано
5.	Визначити проблеми та перспективи розвитку міжнародної торгівлі послугами в Україні	22.05.2023 – 28.05.2023	Виконано
6.	Написати реферат, вступ, висновки та оформити список використаних джерел і додатки	29.05.2023 – 04.06.2023	Виконано
7.	Оформити кваліфікаційну роботу та пройти перевірку на плагіат	05.06.2023	Виконано
8.	Передати кваліфікаційну роботу рецензенту для рецензування (за 10 днів до захисту)	09.06.2023	Виконано
9.	Попередній захист кваліфікаційної роботи	12.06.2023	Виконано
10.	Передати кваліфікаційну роботу науковому керівникові для написання відгуку (за 7 днів до захисту)	12.06.2023	Виконано

8. Дата видачі завдання: «27» березня 2023 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис керівника)

Прокоп'єва А.А.

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис випускника)

Шваб В.Р.

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Україна на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз»: 102 с., 16 рис., 6 табл., 100 літературних джерела, 3 додатки.

Перелік ключових слів (словосполучень): СВІТОВИЙ РИНОК, ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ, МІЖНАРОДНІ ПОСЛУГИ, ТОРГІВЛЯ, ЕКСПОРТ, ІМПОРТ, ГЛОБАЛЬНІ КРИЗИ, МІЖНАРОДНА ІНТЕГРАЦІЯ.

Об'єкт дослідження: місце України на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз (ковід, війна).

Предмет дослідження: теоретико-методичні та практичні засади міжнародної торгівлі послугами України на світовому ринку в умовах глобальних криз.

Мета кваліфікаційної роботи: дослідження участі України на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз.

Методи дослідження: методи аналізу та синтезу; метод системного узагальнення; інституціональний метод, загальнонаукові та специфічні методи, системний підхід, діалектичний метод наукового пізнання, у тому числі наукової абстракції, метод поєднання історичного і логічного, структурно-функціональний метод, метод кількісного та якісного аналізу, метод порівняльного аналізу.

Отримані результати та їх новизна: у роботі здійснено прогнозування розвитку зовнішньої торгівлі послугами України в умовах трансформації експортно-імпортного режиму.

Значущість виконаної роботи та висновки: Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці та економічному обґрунтуванні заходів щодо збільшення присутності України на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз.

Рекомендації щодо використання результатів: матеріали роботи доцільно використовувати при написанні аналітичних звітів, доповідей, наукових робіт різних рівнів, присвячених світовому ринку послуг в умовах глобальних криз.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ.....	10
1.1. Теоретичні засади системи міжнародної торгівлі послугами	10
1.2. Динамічні зміни та інструменти регулювання та розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах глобальних змін	18
РОЗДІЛ 2	
ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ У СФЕРІ ПОСЛУГ	26
2.1. Оцінка стану міжнародної торгівлі послугами у світі в умовах невизначеності	26
2.2. Місце України на міжнародному ринку послуг	36
2.3. Аналіз торгівлі послугами між Україною та країнами ЄС	46
РОЗДІЛ 3	
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ	56
3.1. Вплив COVID-19 на міжнародну торгівлю послугами України	56
3.2. Проблеми розвитку зовнішньої торгівлі послугами України в умовах війни та подолання наслідків військової агресії	63
ВИСНОВКИ.....	81
СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	85
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Актуальність теми. Практично у всіх країнах світу, що відносяться до різних типів економік, протягом останніх десятиліть спостерігається одна і та ж закономірність: зі зростанням рівня доходу на душу населення зростає частка сектору послуг в структурі ВВП, але зменшуються частки інших секторів - промисловості і сільського господарства. Розвиток сектору послуг і національної економіки - взаємозалежні явища: розвиток економіки країни стимулює розвиток сектору послуг, який в свою чергу покращує продуктивність праці, що підвищує ефективність виробництва, відповідно і активізує економічне зростання. У багатьох країнах світу зовнішня торгівля послугами виступає основною статтею загального експорту. Частка поставок послуг знаходиться в діапазоні від 49 відсотків в країнах Південної Азії, до 77 відсотків - в США. У сфері послуг найбільше значення набуває функціонування транснаціональних корпорацій (ТНК), оскільки саме в цьому секторі формуються такі ключові фактори економічного зростання, як наукове знання, нематеріальні форми накопичення, інформаційні технології. За оцінками в кінці минулого століття з числа 100 найбільших ТНК світу - половина діяла в сфері послуг.

Світовий досвід показав, що глобальні кризи найменш впливають на торгівлю послугами, що сьогодні важливо враховувати Україні, яка намагається втримати економіку від катастрофічного падіння під час війни.

Україна також є учасником світового ринку послуг, хоча за масштабами міжнародної торгівлі послугами значно поступається як розвиненим країнам, так і країнам, що розвиваються. З огляду на вищезазначене, саме послуги можуть сьогодні стати стратегічним вектором розвитку воєнної та післявоєнної економіки.

Між тим Україна має усі необхідні передумови (наукові розробки, технології, кваліфіковані кадри) для продукування усього спектру послуг, які активно розвиваються на етапі становлення інформаційної економіки. Покращення позицій України на світових ринках торгівлі послугами пов'язано,

перш за все, з диверсифікацією експорту послуг. Слід також використати вигідне гео економічне положення країни для розвитку транспортної інфраструктури та туризму. Але це все можливе лише після закінчення військових дій та розмінувань.

Із цих причин дослідження тенденцій розвитку світового ринку послуг та його постійної диверсифікації, а також механізмів регулювання та функціонування в умовах глобалізації має не лише теоретичне, але й практичне значення.

Теоретичні аспекти розвитку ринку послуг у світовій економіці досліджують такі зарубіжні економісти як: Дж.Белл, Дж.Гелбрейт, Д.Джоббер, П.Друккер, М.Кастельс, С.Коен, Ф.Котлер, Дж.Куїнна, Дж.Ланкастер та ін.

Серед українських науковців доцільно виокремити О.Білоруса, А.Гальчинського, О.Зернецьку, Д.Лук'яненка, А.Мазаракі, Ю.Макогона, І.Набок, А.Олефіра, С.Осику, Ю.Пахомова, З. Пічкурову, О.Плотнікова, Л. Побоченко, О.Рогача, А.Румянцева, В.Сіденка, С.Сіденко, К. Сидоренко, А.Старостіну, А.Філіпенка, Т.Циганкову, О.Шниркова тощо.

Актуальність дослідження проблем розвитку світового ринку послуг в умовах глобалізації криз та недостатність теоретичних і практичних розробок даної проблеми в Україні обумовили вибір теми й цільову спрямованість дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження тенденцій розвитку міжнародної торгівлі послугами України в умовах глобальних криз.

Досягнення мети дослідження передбачає постановку та розв'язання таких **завдань:**

- визначити поняття та сутність міжнародної торгівлі послугами;
- розглянути класифікація та роль міжнародних послуг в сучасній світовій економіці;
- охарактеризувати особливості регулювання міжнародної торгівлі послугами;
- проаналізувати трансформацію світового ринку послуг в умовах глобалізації;
- дослідити тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в Україні;

- оцінити збалансованість зовнішньої торгівлі послугами на окремих сегментах українського ринку;
- розглянути регуляторні аспекти інтеграції України до міжнародного ринку послуг;
- запропонувати шляхи удосконалення міжнародної торгівлі послугами в Україні.

Об'єктом дослідження є сучасні тенденції розвитку зовнішньої торгівлі послугами України в умовах глобальних трансформацій.

Предметом дослідження є закономірності й особливості розвитку зовнішньої торгівлі послугами України в контексті глобальних трансформаційних перетворень.

Методи дослідження. Теоретичну та методологічну основу дослідження сформуваали фундаментальні праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених з проблем розвитку міжнародної торгівлі послугами. У процесі вирішення поставлених завдань застосовувались методи аналізу та синтезу; метод системного узагальнення; інституціональний метод, загальнонаукові та специфічні методи, системний підхід, діалектичний метод наукового пізнання, у тому числі наукової абстракції, метод поєднання історичного і логічного, структурно-функціональний метод, метод кількісного та якісного аналізу, метод порівняльного аналізу.

Інформаційною базою дослідження слугували офіційні статистичні дані, публікації в економічних виданнях, аналітичні матеріали, законодавчі та нормативно-правові акти України, розробки наукових установ та організацій, монографічні дослідження, статті вітчизняних і зарубіжних авторів, а також нормативно-правові та статистичні матеріали Кабінету Міністрів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Державної служби статистики України, Державної митної служби України, Національного банку України, СОТ, ЮНКТАД, ООН, СБ, МВФ.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та висновки кваліфікаційного дослідження висвітлено у наукових публікаціях:

Шваб В. Оцінка стану міжнародної торгівлі послугами у світі в умовах невизначеності /В. Шваб// Національні економічні стратегії розвитку в глобальному

середовищі: міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 26 травня 2022 р.: тези доп. – К., 2022. – С.255-257.

Шваб В. Динамічні зміни та інструменти регулювання та розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах глобальних змін /В. Р. Шваб // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: міжнародна науково-практична конференція, м. Київ, 11 травня 2023 р.: тези доп. – К., 2023. – С.211-214.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку бібліографічних посилань використаних джерел та додатків. В роботі розміщено 6 таблиць, 16 рисунків та 3 додатки. Список бібліографічних посилань використаних джерел включає 100 найменувань на семи сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

1.1. Теоретичні засади системи міжнародної торгівлі послугами

Сучасний процес світової торгівлі послугами демонструє суттєву взаємозалежність між торгівлею послугами та загальною картиною зростання продуктивності та промислового розвитку. Розвиток основних галузей послуг є ключовим фактором для економічного зростання та зменшення бідності. Фінансові, телекомунікаційні, транспортні послуги та інші основні види послуг мають великий вплив на виробничий потенціал інших галузей економіки. Освітні та медичні послуги безпосередньо впливають на благополуччя людей. Міжнародна торгівля послугами є динамічним фактором глобалізації, відкриваючи нові можливості для країн.

Торгівля послугами є невід'ємною складовою світової торгівлі. Сучасні досягнення в галузі інформаційних і телекомунікаційних технологій, разом з швидким розвитком технологій та глобалізацією Інтернету, змінили торговельні характеристики послуг. Послуги виконують важливу роль у виробництві товарів, але також можуть бути самостійним продуктом споживання [12, с.219]. Міжнародна торгівля є традиційною та ключовою формою міжнародних економічних відносин. Світова торгівля є мірою міжнародного поділу праці, сприяючи зростанню продуктивності виробництва, зниженню витрат та досягненню оптимального задоволення економічних інтересів. Торгівля послугами є однією зі галузей світової економіки, що стрімко зростає і має найбільші перспективи. Сьогодні послуги займають значну частку економічної діяльності як на рівні окремих країн, так і на міжнародному рівні.

Що стосується класифікації послуг, то навіть у найпоширеніших міжнародних класифікаторах кількість і зміст статей різні. Наприклад, класифікація послуг у

системі ГАТС/COT припускає поділ їх на 600 різновидів, що включають 12 розділів, 55 позицій і 116 субпозицій. Згідно з власними класифікаційними критеріями, МВФ виділяє такі види послуг: морські перевезення; інші види транспортних послуг; подорожі; інші приватні послуги та інші офіційні послуги.

Згідно з підходом, який прийнято ЮНКТАД (організація з торгівлі та розвитку), виділяють вісім послуг: фінансові; зв'язку; будівельні та проектно-конструкторські; транспортні; професійні та ділові (юридичні, медичні тощо) комерційні; туристичні; аудіовізуальні.

ISI (міжнародна стандартна промислова класифікація), МБ і ОЕСР виділяють чотири різні групи послуг: споживчі (туризм, готельні послуги); соціальні (освіта, медицина); виробничі (інжиніринг, консалтинг, фінансові й кредитні послуги); розподільні (торгові, транспортні, фрахтові) [2, с.117]. Згідно з класифікацією послуг за формами реалізації, вони можуть бути поділені на чотири основні групи в залежності від перебування виробника й споживача в момент споживання [3, с.46]:

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

У цілому ж до міжнародних послуг можна віднести: транспортні, послуги зв'язку, туризму, консалтингові, інжинірингові, інженерно-будівельні, інформаційні, юридичні, страхові, посередницькі, фінансові, освітні та медичні послуги.

Успішний розвиток сектору послуг вимагає адекватного регулювання на національному і міжнародному рівнях. Урядам необхідно співпрацювати та приймати узгоджені заходи для поліпшення регуляторного процесу торгівлі і забезпечення виконання зобов'язань, а також для подальшої лібералізації цієї галузі за допомогою міжнародних організацій. Оптимізація міжнародної торговельної політики в сфері послуг має спрямовуватися на зниження бар'єрів і створення ефективних механізмів регулювання [4, с.51].

На сучасному етапі розвитку українського ринку послуг спостерігається його активний ріст. Відмінності між ринками товарів і послуг були предметом досліджень вже з 1950-х років. Проте в сучасних умовах, за наявності широкого спектру маркетингових інструментів, виникають нові виклики для ринку послуг. Тому компанії, що прагнуть ефективно працювати і виходити на світові ринки, повинні приділяти особливу увагу розвитку цього ринку [32, с.5].

Сфера послуг розвивається з великою різноманітністю, що стимулюється виробництвом, швидким впровадженням інновацій і сприяє появі нових страхових, фінансових, інформаційних та транспортних послуг. Крім того, це також сприяло активному розвитку послуг, які надаються компаніями під час та після реалізації товарів або послуг. За визначенням Ф. Котлера, послугою може бути будь-яка діяльність, яку один суб'єкт пропонує іншому, яка має неосяжну природу і не призводить до володіння чимось.

У світі спостерігається зростання світової торгівлі з початку XXI століття, яке перевищує темпи зростання світового ВВП. Наприклад, у 2019 році обіг міжнародної торгівлі склав близько 14 трильйонів доларів, а за прогнозами цей показник до 2040 року збільшиться до 20 трильйонів доларів США. Ці дані стосуються торгівлі товарами, тоді як торгівля послугами і сервісами є "невидимою" і менш відчутною.

Згідно зі Світовою організацією торгівлі (СОТ), з 2007 по 2022 рік щорічний приріст продажу товарів становив більше 5%, тоді як приріст торгівлі різними видами послуг та сервісами становив більше 6%. США, Китай і Німеччина є найбільшими експортерами послуг у світі, їх частка в загальному обсязі продажу послуг склала близько 30% у 2022 році.

Генеральна угода з торгівлі послугами, яка включена як додаток до СОТ, є основним документом, що регулює міжнародну торгівлю послугами. Цей документ визначає торгівлю послугами як передачу послуг з однієї країни на територію іншої країни. Сектор послуг охоплює широкий спектр галузей економіки, таких як охорона здоров'я, туризм, освіта, будівництво, телекомунікації, транспорт, фінанси та інші.

У таблиці 1.1 перераховані можливі типи послуг в залежності від факторів, що впливають на них:

Таблиця 1.1

Типи послуг на міжнародному ринку

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

Джерело: Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навч. посіб. Харківський національний університет імені ВН Каразіна. Харків. 2016. – С.53.

Торгівля послугами, за своїми базовими економічними принципами, переважно не відрізняється від звичайної товарної торгівлі, і базові схеми Сміта, Рікардо, Хекшера-Оліна-Самуельсона та інших авторів-теоретиків міжнародної спеціалізації та організації торгівлі, кооперації між різними країнами можуть бути застосовані й щодо неї. Так само, як і у виробництві товарів, певні країни можуть мати відносні переваги у виробництві певних послуг та закуповувати інші послуги на міжнародному ринку.

Міжнародна торгівля послугами - це раціональна діяльність, яку здійснюють постачальники послуг однієї країни, результати якої несуть корисний ефект нематеріального характеру, що здатен задовольнити потреби користувача послуги, який може бути як фізичною, так і юридичною особою, і така діяльність може бути об'єктом купівлі і продажу [46, с.8].

Міжнародна послуга фактично є послугою, якій надано міжнародного характеру, тобто така, яка реалізується у межах міжнародного ринку послуг, таким чином, для неї є характерними усі загальні характеристики послуг, які можна узагальнити як невідчутність, невіддільність, непостійність та нездатність до збереження (рис.1.1.):



Рис.1.1. Характеристики міжнародних послуг як товару.

Джерело: Руденко О.В. Теоретичні аспекти формування глобального ринку послуг / О.В. Руденко // Економіка та підприємництво: зб. наук. праць молодих учених та аспірантів МОН України ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». – 2021. – Вип. 27. – С.47.

Новий підхід до розгляду і трактування послуги – це розгляд її через призму частини життєвого досвіду людини-споживача. На думку дослідника Г. Беквіта, послугам притаманний особистісний, персоналізований відтінок, тому, що споживач їх «переживає».

Послуги мають унікальну властивість «приспосовуватись» до споживача. Цей процес називається кастомізація послуг. Якщо трактувати послугу як життєвий досвід клієнта, то звідси виходить, що послугам властивий «ефект метелика». Відповідно до цієї якості, успіх компанії багато в чому залежить від сприйняття її

клієнтом, і якщо клієнт мав негативний досвід при отриманні послуги, то це зашкодить іміджу компанії, тому що в суб'єктивному сприйнятті клієнта негативний досвід буде значно перебільшуватись.

Спираючись на існуючі трактування терміну «послуга», виокремлюють такі основні та похідні властивості послуг, що відрізняють цю економічну категорію від товарів [30, с.66], (табл. 1.2):

Таблиця 1.2

Фундаментальні властивості послуг

№ п/п	Властивості послуги	Наслідки для виробництва і торгівлі послугами
1.	Неосяжність, нематеріальний характер послуги	У зв'язку з цим послуги, на відміну від товарів, не піддаються складуванню. З точки зору споживача це створює труднощі для оцінки чи порівняння послуг до моменту їх отримання, тому велику роль у продажі послуг відіграє маркетинг, який вимагає їх творчої візуалізації, щоб викликати конкретні уявлення у споживачів.
2.	Тимчасовий характер, нездатність до зберігання	Час, витрачений на нереалізовану послугу, не може бути компенсований і становить втрачену вигоду (наприклад, непродані квитки на літак чи на концерт).
3.	Нездатність до транспортування	Зумовлює те, що послуга повинна споживатись у часі і місці виробництва
4.	Залучення споживача	Означає, що більшість видів послуг вимагають активної взаємодії між клієнтом та провайдером.
5.	Гнучкість у виробництві послуг	Впливає із неможливості їх складування. Це зумовлює більшу гнучкість сервісних компаній (зокрема, ТНК) порівняно із промисловими.
6.	Відсутність права власності на послугу	Для покупця послуги можливим є лише володіння матеріалізованими результатами її надання.
7.	Гетерогенність послуги	Послуги надаються кожному конкретному клієнту чи виробляються для кожної нової ситуації (кастомізація послуг).

Джерело: Лукьяненко Д., Колесов В., Колот А., Столярчук Я. и др. Глобальное экономическое развитие: тенденции, асимметрии, регулирование: [монография] / [Д. Лукьяненко, В. Колесов, А. Колот, Я. Столярчук и др.]. – К.: КНЭУ, 2019. – С.66.

Необхідно розрізняти поняття «світового ринку послуг» і «міжнародного ринку послуг», тому що це поняття загального і часткового. Міжнародний ринок послуг є частиною світового ринку послуг. Світовий ринок охоплює, крім сфери міжнародного обміну, ще й внутрішні, національні ринки послуг.

Світовий ринок послуг – це система міжнародних відносин обміну, де основним товарним об'єктом виступають різноманітні види послуг і яка існує на основі міжнародного поділу праці.

Міжнародний ринок послуг - диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той або інший спосіб беруть усі країни. Ця система динамічно розвивається відповідно до тенденцій НТП і сама є прискорювачем темпів розвитку й причиною диверсифікації форм міжнародних економічних відносин.

Міжнародна торгівля послугами - це специфічна форма світогосподарських зв'язків з обміну послугами між продавцями і покупцями різних країн [28, с.49].

Таким чином, під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві, відбувається активний розвиток сфери послуг, яка є однією із найважливіших і дедалі значніших складових світової економіки. Досліджуючи визначення економічної категорії «послуга» різними авторами можна запропонувати таке визначення, яке зводиться до розуміння послуги як процесу, що поєднує в собі одночасне надання та отримання іншими суб'єктами благ для задоволення їхніх потреб, переважно у нематеріальній формі та на комерційній основі.

Виділяють три особливості послуги: послуга є саме результатом, а не процесом діяльності по задоволенню потреби; важливою характеристикою послуги є її комерційний характер; результат послуги нематеріальний.

Однак, незважаючи на підвищену увагу економічної науки до сфери послуг, нині відсутня єдина їх класифікація.

На основі здійснених досліджень передумов та закономірностей розвитку світового ринку послуг можливо ідентифікувати комплекс факторів, що спричиняють визначальний вплив на розвиток світової сфери послуг (див. Рис.1.2.):

На сучасному етапі у сфері послуг вагомим значенням набуває розвиток транснаціональних корпорацій (ТНК), адже саме в даному секторі генеруються такі ключові чинники економічного зростання, як наукові знання, нематеріальні форми накопичення, інформаційні технології [13].

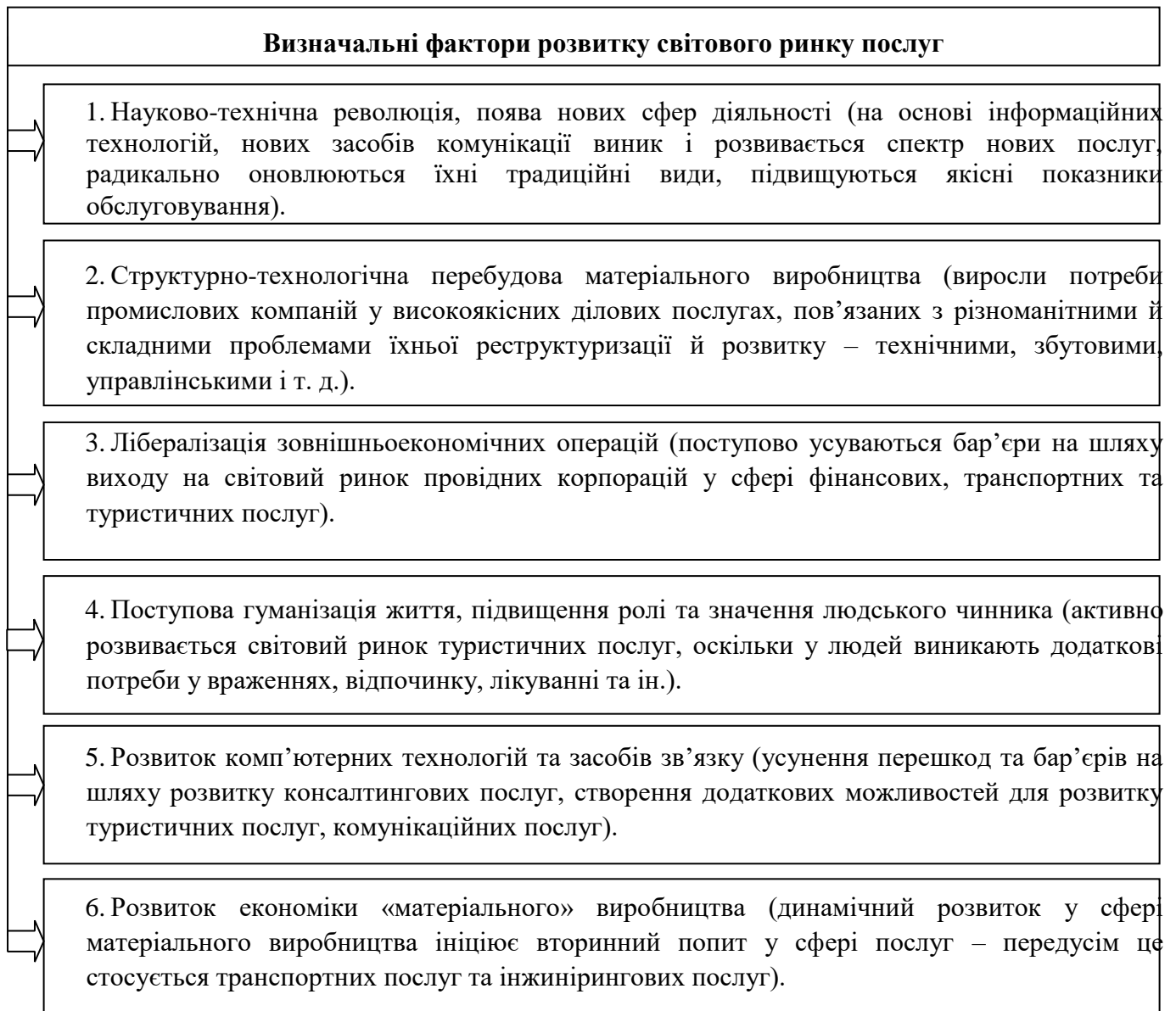


Рис.1.2. Визначальні фактори розвитку світового ринку послуг.

Джерело: Міжнародна торгівля: конспект лекцій: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент». КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К. О. Кузнецова, В. В. Чорній, О. С.Ченуша. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. С.47.

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

- вплив НТП на обсяги та різноманіття послуг;
- покращення показника відкритості національних економік, так, і національних ринків;

- зусилля країн, які були спрямовані на лібералізацію світової торгівлі послугами, а також на побудову нормального конкурентного середовища в більшості секторів послуг;
- зміна структури споживання населення (тобто збільшення попиту на послуги). В більшості це характерно для розвинених і нових індустріальних країнах, адже, насамперед, пов'язано зі зростанням рівня життя населення;
- перехід розвинених країн до етапу формування «нового інформаційного суспільства». В його фундаменті знаходиться збільшення споживання різних послуг, перш за все, інформаційних послуг;
- невід'ємність більшості товарів і послуг одне від одного, саме тому збільшення обсягів світової торгівлі товарами сприяє паралельному зростанню послуг;
- зростаюча взаємопов'язаність світової торгівлі різними видами послуг, серед яких більшість реалізуються в комплексі;
- розвиток Інтернет мережі як головного чинника розвитку електронної торгівлі, а також надання фінансових послуг за через телекомунікації [17, с.204].

Таким чином, проведене дослідження міжнародної торгівлі послугами показало, що їй притаманна певна специфіка. Перш за все це пов'язано з тим, що послугам характерні різноманітні форми і сутність. Вони поєднуються в глобальний ринок, якому характерні не загальні риси, але загальні тенденції, які дають реальну можливість впливати на його функціонування на глобальному рівні навіть з урахуванням нових моментів в його розвитку.

На сучасному етапі світовий ринок послуг регулюється на чотирьох рівнях: міжнародному, галузевому, регіональному та національному. Все це сприяє пришвидшенню темпів зростання сфери послуг як на внутрішньому ринку країн, так і на світовому ринку.

1.2. Динамічні зміни та інструменти регулювання та розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах глобальних змін

Умови глобальних змін мають значний вплив на динаміку та інструменти регулювання та розвитку міжнародної торгівлі послугами. Ось деякі ключові аспекти, які варто враховувати:

1. Технологічний прогрес. Швидкий розвиток інформаційних технологій, цифрових комунікацій і передових технологій має суттєвий вплив на торгівлю послугами. Віртуальні послуги, електронна комерція, хмарні обчислення та інші цифрові інструменти надають нові можливості для здійснення транскордонних послуг.

2. Лібералізація торгівлі послугами. Розширення доступу до зарубіжних ринків послуг є важливим завданням. Відкритість та зниження торговельних бар'єрів сприяють розвитку конкурентоспроможного середовища для постачальників послуг та споживачів.

3. Зміни міжнародних угод. Укладання та вдосконалення міжнародних угод, таких як Угода з торгівлі послугами Всесвітньої організації торгівлі (СОТ) і багатосторонні угоди про вільну торгівлю, сприяють збільшенню та захисту обсягів торгівлі послугами.

4. Регулювання та нормативні обмеження. В умовах глобальних змін важливо забезпечити ефективне регулювання та нормативні обмеження для розвитку та забезпечення якості послуг. Регуляторні органи мають встановлювати стандарти безпеки, захисту споживачів та конкуренції, а також розвивати механізми розгляду суперечок.

5. Розвиток людського капіталу. Кадри з високими кваліфікаціями та навичками є ключовим фактором у розвитку торгівлі послугами. Постачальники послуг повинні інвестувати в навчання та підвищення кваліфікації свого персоналу, щоб відповідати вимогам глобального ринку.

6. Інновації та дослідження. Здійснення досліджень та інновацій є необхідним для підтримки конкурентоспроможності та розвитку нових послуг.

Постачальники послуг повинні стимулювати інновації, впроваджувати нові технології та вдосконалювати свої продукти та процеси.

7. Захист прав інтелектуальної власності. Забезпечення ефективного захисту прав інтелектуальної власності є важливим аспектом розвитку торгівлі послугами. Інтелектуальна власність, така як авторські права, патенти та товарні знаки, є цінним активом для багатьох секторів послуг і вимагає адекватного правового захисту.

8. Урядова підтримка та сприяння. Уряди повинні створювати сприятливі умови для розвитку торгівлі послугами, включаючи заохочення інвестицій, зниження адміністративних бар'єрів, спрощення процедур експорту-імпорту та надання фінансової підтримки для розвитку нових послугових галузей.

Загалом, динамічні зміни в глобальному середовищі вимагають адаптації та реагування в сфері міжнародної торгівлі послугами. Ефективне регулювання, інновації, навчання та розвиток людського капіталу, захист прав інтелектуальної власності та урядова підтримка є ключовими інструментами для стимулювання розвитку та підтримки конкурентоспроможності міжнародної торгівлі послугами. Усвідомлення цих факторів та впровадження відповідних стратегій та політик сприятимуть ефективному функціонуванню та розвитку сектору послуг у глобальному масштабі.

Проаналізуємо глобальні динамічні зміни, що відбуваються на тлі війни з РФ та перспективи на найближчий період:

1. Згідно з недавнім звітом "Global Economic Prospects" Світового банку, світове зростання значно сповільниться у 2023 році через високу інфляцію, вищі процентні ставки, скорочення інвестицій та втрати, спричинені вторгненням Росії в Україну. Однак у 2024 році цей показник почне наближатися до свого потенційного рівня на довгостроковій основі.

2. Для країн, які формують ринок і розвиваються, Світовий банк рекомендує зосередитися на структурних реформах, які сприятимуть залученню інвестицій та зростанню продуктивності й торгівлі. Також важливо підтримувати продовольчу безпеку та гендерну рівність для зменшення негативного впливу

останніх трьох років і підтримки вразливих груп населення.

3. Незважаючи на передбачуване сповільнення ВВП у країнах Євросони, ЄС залишатиметься провідним торговельним партнером України. Тому важливо настійно висувати питання перед ЄС щодо продовження торговельної лібералізації та призупинення заходів захисту торгівлі під час майбутніх переговорів і зосередитися на розвитку економічних відносин з Великою Британією.

4. Крім традиційних партнерів, варто активізувати представлення інтересів України на Африканському континенті у пріоритетних країнах з урахуванням їхнього економічного потенціалу та прогнозованого зростання.

5. Прогнози Світового банку щодо зростання ВВП Росії вказують на необхі добу подальшого посилення міжнародної ізоляції Росії. Це означає, що необхідно продовжувати координацію заходів, спрямованих на послаблення економічних основ російського втручання в Україну. Посилення санкцій та ізоляції РФ сприятиме зниженню її можливостей вести війну та підтримувати агресивну зовнішню політику.

Крім того, українським органам влади варто активізувати зусилля щодо залучення іноземних інвестицій, розвитку торговельних партнерств і диверсифікації економіки. Це допоможе зменшити залежність від російського ринку і створить нові можливості для розвитку.

Загалом, умови глобальних змін вимагають активних заходів та гнучкості в регулюванні та розвитку міжнародної торгівлі послугами. Ключовими завданнями є стимулювання інвестицій, підтримка продовольчої безпеки, зміцнення торговельних партнерств та залучення нових ринків. Україна повинна активно працювати на рівні міжнародних організацій, таких як ЄС та Світовий банк, для захисту своїх інтересів та реалізації свого потенціалу в міжнародній торгівлі послугами [93, 95, 101].

Швидкий розвиток світового ринку послуг, збільшення їх значимості в глобалізованій економіці поставили на порядок денний питання про вироблення загальних правил регулювання цієї сфери. Багатосторонні переговори з питань міжнародної торгівлі послугами почали проводитися з середини 1980-х рр. і

завершилися підписанням Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), яка разом з Генеральною угодою з тарифів і торгівлі (ГАТТ) та Угодою про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС) стало основою Світової організації торгівлі (СОТ) і набула чинності з 1 січня 1995 року [69].

Регулювання міжнародної торгівлі послугами відіграє визначальну роль у розвитку міжнародних послуг, оскільки від нього залежить інтенсивність та загальна динаміка торгівлі. Регулювання складає цілісну систему, яку доцільно розглядати на кількох рівнях:

- а) національному;
- б) регіональному;
- в) міжнародному.

Між трьома рівнями системи регулювання існує цілісний та неподільний взаємозв'язок. Національний рівень представлений національними нормативно-правовими актами та підпорядковується міжнародним документам, які ратифіковані законодавчою владою країни та фактично імплементовані у національне законодавство. Однак, національний рівень передбачає наявність національних інтересів та державної політики, яка їх включає та відстоює на міжнародній арені, що фактично відображається та втілюється у прийнятті міжнародних документів на рівні міжнародних організацій, зобов'язання щодо виконання яких держава у подальшому приймає на себе. Регіональний рівень є проміжною ланкою між національним та міжнародним рівнем та представляє систему регулювання міжнародної торгівлі, яка застосовується у межах окремого інтеграційного угруповання.

Таким чином, національний (державний) рівень є визначальним, оскільки, як і в регулюванні будь-якого іншого міжнародного бізнесу, міждержавні угоди – багатосторонні, двосторонні та інші – спрямовані лише на уніфікацію або гармонізацію, тобто зближення норм і правил національного регулювання, лібералізацію діяльності суб'єктів та регламентацію вимог до них у різних країнах [21, с.68].

Система регулювання міжнародної торгівлі послуг складається із системи нормативно-правових актів та механізмів регулювання світового ринку послуг. Механізми регулювання відображені на рисунку 1.3.:

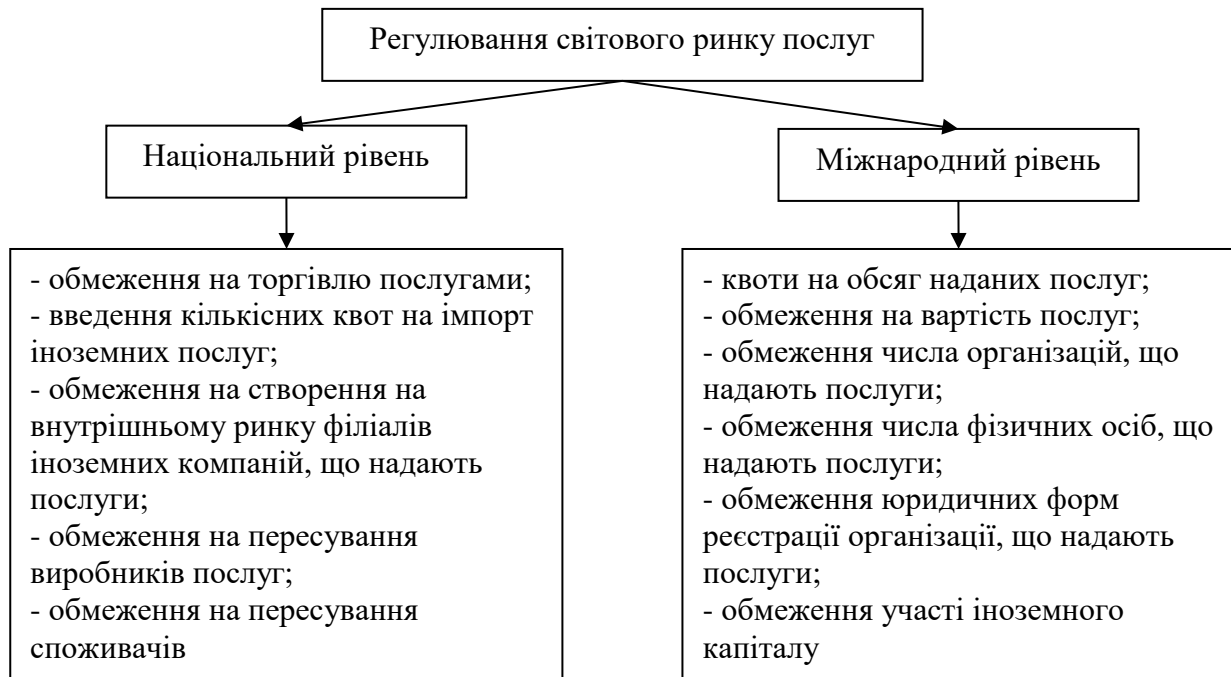


Рис.1.3. Механізми регулювання світового ринку послуг.

Джерело: Козак Ю.Г., Sporek T., Molendovski E., Gribincea A., Лебедева С.Н., Логвінова Н.С. та ін. Міжнародна торгівля. Підручник. / За ред. Козака Ю.Г., Sporek T., Molendovski E. та ін. - 6-те вид. перероб. та доп. - К.: Центр учбової літератури, 2019. – С.101.

На міжнародному рівні світова торгівля товарами була предметом регулювання з боку світового співтовариства з перших повоєнних років, коли 1948 року набрала сили Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ). Саме з цього моменту відбулося започаткування формування механізму регулювання світового ринку послуг, в якому можна виділити три основні етапи [36, с.136], (див. Табл. 1.3):

Міжнародне регулювання сфери торгівлі послугами здійснюється на основі Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС). Вона спрямована на сприяння економічному зростанню всіх торговельних партнерів та розвитку країн, що розвиваються, через поширення торгівлі послугами, і намагається досягти цього шляхом застосування до торгівлі послугами правил ГАТТ.

Основні етапи розвитку системи міжнародного
регулювання ринку послуг

Дата	Етап
1948 -1994 рр.	Регулювання світового ринку послуг на основі положень Генеральної угоди з тарифів торгівлі (ГАТТ), укладеної у Женеві 30 жовтня 1947 року.
1995 – 2005 рр.	Регулювання світового ринку послуг на основі положень системи міжнародних договорів у галузі торгівлі всіма видами послуг (ГАТС) підписаної в рамках Маракешської угоди 15 квітня 1994 року в м. Маракеш.
З 2005 р.	Регулювання світового ринку послуг на основі нових положень системи міжнародних договорів у галузі торгівлі всіма видами послуг (ГАТС), що набули чинності з 1 січня 2005 року; введення режиму найбільшого сприяння.

Примітка. Складено автором за даними Осика С.Г., Пятницький В.Т. Регулювання ринків товарів і послуг на засадах норм і принципів системи ГАТТ/СОТ / С.Г. Осика, В.Т. Пятницький // Українська академія зовнішньої торгівлі. - К.: УАЗТ, 2018. – С.136.

ГАТС охоплює міжнародну торгівлю послугами, за винятком послуг, що надаються органами державної влади, та багатьох авіатранспортних послуг.

ГАТС, по-перше, є комплексною угодою, оскільки містить головні правила, що стосуються всіх видів послуг, додатки щодо специфічних послуг та секторів, схеми специфічних зобов'язань для кожного члена, а, по-друге, рамковою угодою, що забезпечує стартові умови та правила, які сторони надалі будуть уточнювати та корегувати [21, с.99].

Висновки до розділу 1

За результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки: досліджено теоретико-методологічні основи міжнародної торгівлі послугами. Проведене дослідження показало, що їй притаманна певна специфіка. Перш за все це пов'язано з тим, що послугам характерні різноманітні форми і сутність. Вони поєднуються в глобальний ринок, якому характерні не загальні риси, але загальні тенденції, які дають реальну можливість впливати на його функціонування на глобальному рівні навіть з урахуванням нових моментів в його розвитку. На сучасному етапі світовий ринок послуг регулюється на чотирьох рівнях:

міжнародному, галузевому, регіональному та національному. Все це сприяє пришвидшенню темпів зростання сфери послуг як на внутрішньому ринку країн, так і на світовому ринку.

В ході дослідження обґрунтовано динамічні зміни міжнародної торгівлі послугами в умовах глобальних криз. Загалом, умови глобальних змін вимагають активних заходів та гнучкості в регулюванні та розвитку міжнародної торгівлі послугами. Ключовими завданнями є стимулювання інвестицій, підтримка продовольчої безпеки, зміцнення торговельних партнерств та залучення нових ринків. Україна повинна активно працювати на рівні міжнародних організацій, таких як ЄС та Світовий банк, для захисту своїх інтересів та реалізації свого потенціалу в міжнародній торгівлі послугами. Зазначається, що регулювання міжнародної торгівлі послугами відіграє визначальну роль у розвитку міжнародних послуг, оскільки від нього залежить інтенсивність та загальна динаміка торгівлі. Міжнародне регулювання сфери торгівлі послугами здійснюється на основі Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС), що охоплює міжнародну торгівлю послугами, за винятком послуг, що надаються органами державної влади, та багатьох авіатранспортних послуг.

РОЗДІЛ 2

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ У СФЕРІ ПОСЛУГ

2.1. Оцінка стану міжнародної торгівлі послугами у світі в умовах невизначеності

Стан міжнародної торгівлі послугами у світі зазнає впливу невизначеності, що виникає з різних факторів. Невизначеність може бути результатом геополітичних конфліктів, торгових спорів, змін у політичних та регуляторних рамках, економічної нестабільності, природних катаклізмів та інших зовнішніх чинників.

Один з головних факторів невизначеності в міжнародній торгівлі послугами є вплив пандемії COVID-19. Обмеження на міжнародні поїздки та пересування людей, закриття кордонів, економічні зміни та зміна споживацьких звичок створили непевність для багатьох галузей, пов'язаних з туризмом, перевезенням, гостинності та іншими послугами.

Додатково, геополітичні та торговельні напруження між країнами можуть призвести до змін у політичних відносинах, введення торговельних бар'єрів, обмежень та санкцій, що впливає на розмаїття послуг, які можуть бути надані міжнародною спільнотою.

Умови невизначеності можуть також стати причиною зміни попиту та пропозиції на різні види послуг. Компанії можуть змінювати свої стратегії та пріоритети, шукати нові ринки та партнерів, або приймати рішення про зменшення масштабів своєї діяльності.

Однак, в умовах невизначеності також можуть виникати нові можливості. Наприклад, зростання використання цифрових технологій та електронної комерції може сприяти розвитку міжнародних послуг зв'язку, фінансових технологій та інформаційних послуг. Також може збільшуватись попит на послуги консалтингу, дистанційного навчання, програмного забезпечення та інші цифрові рішення, які

допомагають компаніям адаптуватися до нових умов та забезпечувати своїм клієнтам якісні послуги.

Для зменшення негативного впливу невизначеності на міжнародну торгівлю послугами, важливо зосередитися на побудові стабільного та відкритого міжнародного торговельного середовища. Це може включати сприяння вирішенню геополітичних конфліктів шляхом дипломатичних переговорів та міжнародного співробітництва, розробку прозорих і прогнозованих торговельних політик, спрощення та гармонізацію регуляторних рамок, та підтримку цифрової трансформації та інновацій у сфері послуг.

Також важливо розглядати можливості для розширення торговельних партнерств та диверсифікації ринків. Розвиток нових ринків, залучення нових партнерів та розширення географії міжнародної торгівлі послугами можуть зменшити ризики, пов'язані з конкретними геополітичними або економічними турбулентностями.

В цілому, невизначеність може створювати складнощі для міжнародної торгівлі послугами, але водночас вона відкриває нові можливості та вимагає гнучкості та інноваційності від компаній та держав. Шлях до успішного розвитку торгівлі послугами в умовах невизначеності полягає в адаптації стратегій, пошуку нових ринків та партнерів, забезпеченні якості та конкурентоспроможності послуг, а також використанні цифрових технологій та інновацій.

Компанії можуть звернути увагу на розвиток цифрової присутності та електронної комерції, щоб забезпечити доступ до своїх послуг в онлайн-середовищі та привернути нових клієнтів. Важливо інвестувати в цифрові інфраструктури, безпеку даних та цифрову трансформацію для поліпшення ефективності та конкурентоспроможності послуг.

Також, розширення географії міжнародної торгівлі послугами може бути корисним стратегічним кроком. Диверсифікація ринків та партнерів може допомогти зменшити ризики, пов'язані з конкретними геополітичними або економічними факторами. Пошук нових можливостей у розвиваючихся ринках, де попит на послуги зростає, може стати перспективним шляхом для

розширення бізнесу.

Важливо також звернути увагу на якість та інновації. Конкуренентоспроможність послуг залежить від їхньої якості, відповідності міжнародним стандартам, а також від здатності інновувати і пропонувати нові рішення та підходи. Компанії повинні вдосконалювати свої послуги, враховуючи зміни в потребах та очікуваннях клієнтів, і бути готовими до швидкого адаптування до змін у міжнародній економічній ситуації.

Оцінка стану міжнародної торгівлі послугами у світі в умовах невизначеності зазвичай використовує різні індикатори для оцінки різних аспектів торгівлі послугами. Найвагомішими серед них є:

1. **Обсяг торгівлі послугами.** Цей індикатор вимірює загальний обсяг послуг, що експортуються та імпортуються між країнами. Він може бути виражений в грошовому виразі (наприклад, доларах США) або у фізичних одиницях (наприклад, кількості туристичних прибутків або міжнародних пасажирокілометрів).

2. **Розподіл торгівлі послугами за секторами.** Цей індикатор дозволяє оцінити вклад різних секторів, таких як туризм, транспорт, фінансові послуги та інші, у загальний обсяг торгівлі послугами. Він допомагає встановити, які сектори мають найбільшу вагу і впливають на динаміку міжнародної торгівлі послугами.

3. **Тенденції розвитку.** Цей індикатор дозволяє відстежувати зміни в торгівлі послугами протягом певного періоду часу. Він може включати показники річного зростання, зміни розподілу торгівлі за регіонами або країнами, зміни в структурі торгівлі послугами тощо.

4. **Вплив факторів невизначеності.** Цей індикатор враховує вплив факторів невизначеності, таких як політичні конфлікти, економічні кризи, пандемії, тарифні бар'єри тощо, на міжнародну торгівлю послугами. Він допомагає зрозуміти, як ці фактори можуть впливати на обсяг та динаміку торгівлі послугами і яким чином вони можуть створювати невизначеність.

5. **Індекси довіри та настроїв.** Деякі організації та дослідницькі центри проводять опитування та складають індекси довіри та настроїв бізнесу та

споживачів щодо міжнародної торгівлі послугами. Ці індекси дозволяють виміряти рівень довіри до економічного середовища, очікування щодо зростання та інвестицій в секторі послуг.

6. Фінансові показники. Деякі фінансові показники, такі як прибуток компаній, капіталовкладення, рівень інвестицій, також можуть служити індикаторами стану міжнародної торгівлі послугами. Вони відображають фінансову стійкість та рівень зацікавленості учасників ринку у розвитку торгівлі послугами [94].

Ці індикатори використовуються як окремо, так і в поєднанні, для отримання комплексної оцінки стану міжнародної торгівлі послугами у світі в умовах невизначеності. Важливо враховувати, що ці індикатори можуть різнитися залежно від джерела інформації та методології оцінки, тому важливо ретельно аналізувати дані та порівнювати їх з іншими джерелами для отримання об'єктивної картини стану міжнародної торгівлі послугами.

Додаткові індикатори та фактори, які використовуються для оцінки стану міжнародної торгівлі послугами в умовах невизначеності, включають:

1. Геополітичні фактори. Політична стабільність, міжнародні конфлікти, торговельні спори та інші геополітичні чинники можуть мати значний вплив на міжнародну торгівлю послугами. Зміни в політичній сфері можуть створювати невизначеність та ризики для бізнесу та інвестицій у секторі послуг.

2. Регуляторна політика. Зміни в законодавстві, торговельних угодах, митних правилах та інших регуляторних політиках можуть впливати на умови міжнародної торгівлі послугами. Невизначеність в регуляторній політиці може створювати перешкоди для бізнесу та впливати на рішення щодо інвестицій та розвитку послугових підприємств.

3. Технологічний прогрес. Швидкий технологічний прогрес та цифрова трансформація можуть створювати нові можливості для міжнародної торгівлі послугами, але вони також можуть викликати невизначеність та конкуренцію. Зміни в технологічному ландшафті можуть вимагати адаптації та інновацій.

4. Демографічні та соціокультурні чинники. Зміни в демографічних

тенденціях, споживацьких звичках, культурних перевагах та інших соціокультурних чинниках можуть впливати на попит на різні види міжнародних послуг.

5. Макроекономічні показники: Економічний ріст, зміни валютних курсів, інфляція, безробіття та інші макроекономічні показники можуть впливати на міжнародну торгівлю послугами. Невизначеність у макроекономічному середовищі може мати вплив на споживчі витрати, інвестиції та попит на послуги.

6. Кліматичні зміни. Зміни в кліматичних умовах та ризики, пов'язані з ними, можуть впливати на певні сектори послуг, такі як туризм, страхування та транспорт. Невизначеність стосовно кліматичних змін та регулювання може створювати виклики та можливості для міжнародної торгівлі послугами.

7. Пандемії та глобальні кризи. Виникнення пандемій, епідемій та інших глобальних криз може мати серйозний вплив на міжнародну торгівлю послугами. Невизначеність, пов'язана зі здоров'ям та безпекою, обмеженнями щодо переміщення та іншими факторами, може обмежити міжнародну торгівлю послугами і створити потребу в нових рішеннях та стратегіях [94].

Ці індикатори та фактори допомагають оцінити стан міжнародної торгівлі послугами в умовах невизначеності, враховуючи широкий спектр економічних, політичних, соціальних, технологічних та інших чинників, які можуть впливати на цей сектор. Врахування цих індикаторів допомагає розуміти тенденції, ідентифікувати ризики та можливості, а також приймати обґрунтовані рішення щодо розвитку торгівлі послугами.

Обсяги міжнародної торгівлі послугами нерозривно залежать від загальних обсягів зовнішньої торгівлі, так, наприклад, у таблиці 2.1 наведені динамічні зміни обсягів світової торгівлі за 2019-2024 рр. (де 2023 і 2024 рр. – прогнозні данні), які порівнюємо з аналогічними обсягами світової торгівлі послугами для аналізу такої взаємозалежності, особливо в умовах невизначеності, в якій зараз перебуває світ через фінансову нестабільність, постковідний період та війну з РФ (табл. 2.1):

Загальні обсяги світової зовнішньої торгівлі за 2019-2024 рр.

Роки	2019	2020	2021	2022	2023 (прогноз)	2024 (прогноз)
Зміни обсягів, середні значення	0.4	-5.1	9.4	2.7	1.7	3.2
ЕКСПОРТ						
Північна Америка	0.4	-8.9	6.5	4.2	3.3	3.1
Південна Америка	-1.3	-4.9	5.8	1.9	0.3	0.6
Європа	0.4	-7.7	8.1	2.7	1.8	2.0
СНД	-0.1	-0.9	-3.0	-4.9	2.8	2.2
Африка	-0.3	-7.2	3.5	0.7	-1.4	1.4
Близький Схід	-1.0	-6.6	-2.4	9.9	0.9	4.7
Азія	0.8	0.6	13.1	0.6	2.5	4.7
ІМПОРТ						
Північна Америка	-0.6	-5.9	12.5	6.0	-0.1	1.4
Південна Америка	-1.8	-10.8	25.6	4.2	-1.6	2.3
Європа	0.3	-7.2	8.5	5.2	-0.6	1.8
СНД	8.3	-5.5	9.1	-13.5	14.9	0.8
Африка	3.3	-14.8	6.4	5.6	5.6	5.5
Близький Схід	11.2	-10.1	8.3	9.4	5.5	4.3
Азія	-0.5	-0.8	10.5	-0.4	2.6	5.2
СВІТОВИЙ ВВП ЗА ВАЛЮТНИМ КУРСОМ	2.6	-3.3	5.9	3.0	2.4	2.6
Північна Америка	2.1	-3.8	5.5	2.2	1.5	1.0
Південна Америка	0.5	-6.5	7.4	4.0	1.4	2.0
Європа	1.7	-5.6	5.9	3.4	0.9	1.8
СНД	2.6	-2.5	4.9	-0.9	-0.9	0.7
Африка	2.6	-2.4	4.7	3.4	3.5	3.9
Близький Схід	1.0	-4.1	4.2	5.8	2.9	3.1
Азія	4.0	-0.9	6.2	3.3	4.2	4.3

Примітка. Складено автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

Таблиця ілюструє значне зниження світової торгівлі у 2022 році в порівнянні з 2021 роком (-6,7) та зниження ще у 2023 і незначене зростання 2024 році, згідно з прогнозами Всесвітньої торгової організації.

Торгівля послугами. Значення торгівлі комерційними послугами, яке вимірюється середнім значенням експорту та імпорту, зросло на 15% у 2022 році і становило 6,8 трильйона доларів США. Усі широкі сектори зафіксували зростання.

Транспортний сектор знову встановив рекордний рік, з торгівлею, зростанням на 25% у 2022 році та на 40% вище рівнів 2019 року (рис.2.1.):

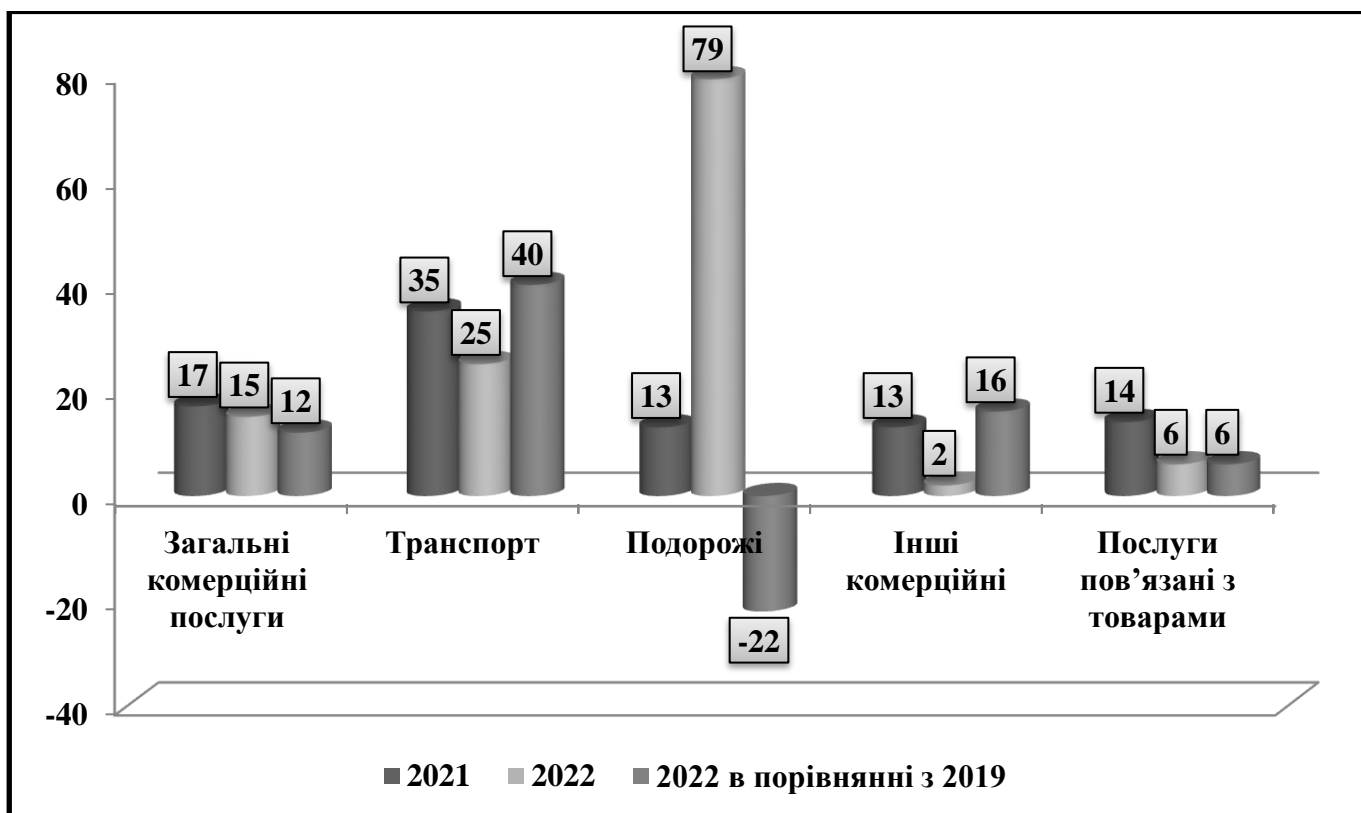


Рис. 2.1. Зростання світової торгівлі комерційними послугами у 2021-2022 рр.

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

Однак зростання сповільнилося, оскільки від початку весни стабільно знижувалися тарифи на перевезення. Це, зокрема, відображає повернення споживачів до витрат на послуги з покращенням ситуації зі здоров'ям у більшості країн. З іншого боку, складна економічна та геополітична ситуація, висока інфляція та стрімке зростання цін на енергію та сировинні матеріали зменшили попит. Змальоване сповільнення в торгівлі послугами, пов'язаними з товариством, у 2022 році вказує на зменшення діяльності з контрактного виробництва (тобто обробка товарів на контрактній основі, така як збірка, упаковка, маркування і т.д.) в інших країнах. Вартості вантажних перевезень тепер в основному повернулися до рівнів до пандемії.

Станом на 31 березня 2023 року, глобальна ринкова ставка для 40-футових

контейнерних одиниць склала 1 481 долар, що становить лише 14% вище цін за той самий період у 2019 році [100].

Туризм, який становив майже одну чверть обсягу торгівлі послугами до пандемії, а також пасажирські перевезення серйозно постраждали через закриття кордонів та вимоги щодо карантину. Незважаючи на значне зростання в 79% у 2022 році, витрати глобальних мандрівників за кордоном все ще залишалися на рівні, що на 22% нижче за попередню пандемійну позначку через закриття Азії. У 2022 році зростання туризму в основному обумовлене країнами Європи та США через міцний долар США. Коливання курсу долара США проти основних валют є частковою причиною сповільненого зростання торгівлі іншими комерційними послугами у 2022 році. Ця загальна категорія, яка охоплює різні види послуг, від бізнес-послуг до фінансових послуг, зросла на 2%, що менше ніж 13% у 2021 році. Європейський Союз та Велика Британія забезпечили половину торгівлі цими послугами, які у 2021 році складали основну частину торгівлі послугами (64%). Курс євро та британського фунта знизився на 11% та 10% відповідно у 2022 році (рис.2.2.):

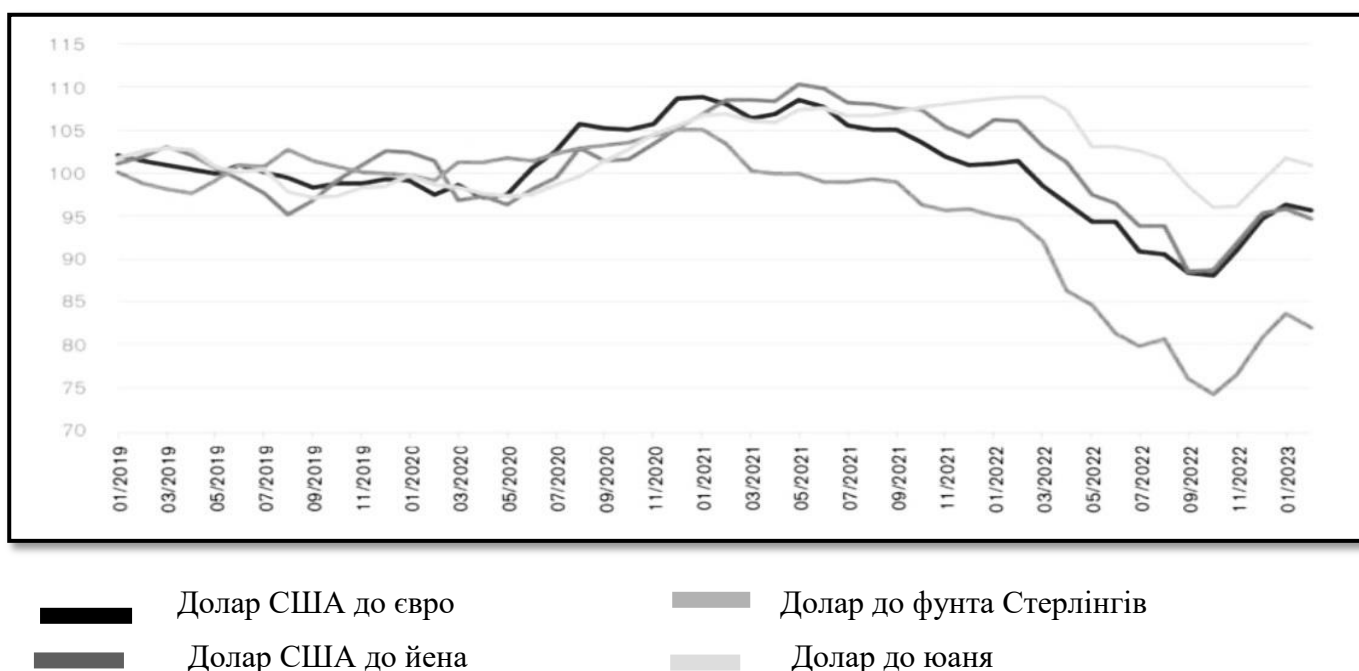


Рис.2.2 Зміна курсу долара по відношенню до провідних валют (євро, йена, фунт стерлінгів, юань).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

Це вплинуло, наприклад, на глобальні фінансові послуги, які знизилися на 3% в доларовому еквіваленті, хоча обидва основних експортери спостерігали збільшення експорту. Однак вищі процентні ставки для боротьби з інфляцією, сповільнення економічної активності та невизначеність, пов'язана з війною в Україні, також сказалися на цьому секторі. Комп'ютерні послуги були найдинамічнішим сектором послуг протягом останнього десятиліття (рис.2.3.):

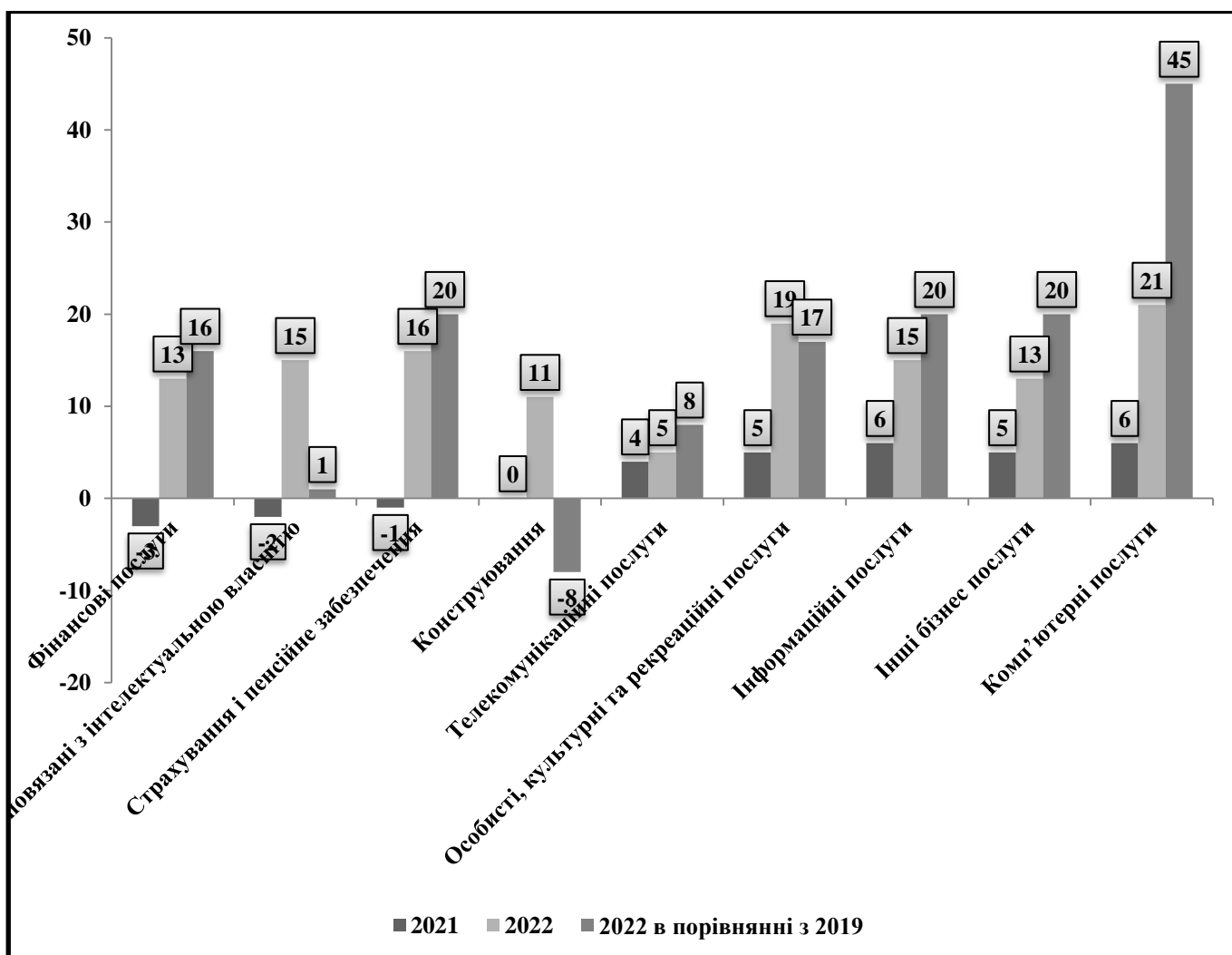


Рис.2.3. Зростання експорту комерційних послуг за основними видами послуг.

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

У 2022 році світовий експорт був на 45% вищий за попередню пандемійну позначку. Зростання було подальше посилене пандемією через віддалену роботу, а

також онлайн-навчання та розваги.

Попит на програмне забезпечення, хмарні сервіси, машинне навчання та покращення кібербезпеки постійно зростає. Ірландія є провідним глобальним експортером комп'ютерних послуг з часткою у світі в 27% у 2021 році. У 2022 році експорт комп'ютерних послуг з Ірландії в євро виразі збільшився більш ніж на 13%, тоді як у доларовому виразі зріст становив лише 1%.

За оцінками ВТО, глобальні експорти щодо цифрово доставлених послуг виріс майже в чотири рази з 2005 року і щорічно зросли в середньому на 8,1% у період з 2005 по 2022 рік, що перевищує експорт товарів (5,6%) та інших послуг (4,2%).

У той час, коли туризм та інші послуги, які потребують перетину кордону людей, зменшилися протягом цього періоду, експорт цифрово доставлених послуг продовжував зростати, досягнувши 3,82 трильйонів доларів США у 2022 році, що становить 54% від загального обсягу глобального експорту послуг. Цифрова доставка включає послуги, які торгуються міжнародно через комп'ютерні мережі, такі як Інтернет, програми, електронна пошта, голосові та відеовиклики, а також все більше через цифрові посередницькі платформи, такі як онлайн-ігри, музичний та відео стрімінг та дистанційне навчання [99].

Європа становить більше половини глобального експорту цифрово доставлених послуг. Зниження економічного зростання регіону у 2022 році в значній мірі пов'язано з депреціацією євро та британського фунта по відношенню до долара США.

Експорт цифрово доставлених послуг з Азії зростає швидше, ніж у решті світу. У 2022 році майже чверть цифрово доставлених послуг походило з азіатських економік, а 19% - з Північної Америки. Центральна та Південна Америка, Кариби, а також Близький Схід помітили прискорення зростання у 2022 році.

Однак, зростання в Африці та в країнах з найменш розвиненими економіками продовжувало відставати, причому Африка займає менше 1% від загального обсягу експорту цифрово доставлених послуг у 2022 році.

2.2 Місце України на міжнародному ринку послуг: структура вітчизняного експорту та імпорту за видами послуг

2022 рік міг би стати рекордним для України за обсягом експорту за всю історію незалежності, якби не повномасштабне вторгнення Росії. Ще на початку року, у січні - лютому 2022 року, український експорт демонстрував позитивну динаміку зростання, порівняно з аналогічним періодом минулого року, — приріст експорту становив 34%.

Проте вже у березні відбувся різкий обвал поставок за кордон — скорочення становило 50%. За результатами складного 2022 року експорт товарів України склав 100 млн тонн на загальну суму 44,2 млрд доларів США, що на 35% менше, ніж у 2021 році.

Найбільш експортованими товарами серед секторів залишається агро- та харчова продукція, що становить 53% від загального експорту товарів у 2022 році. Також значні обсяги експорту становлять метали — 13,6%. Третім був сектор мінеральних продуктів — 9,8%. Найбільш постраждалими секторами є металургія (-62,5%), хімія (-54,3%), мінерали (-48,6%) та папір (-48%).

У 2022 році Україна експортувала послуги на суму 9,2 млрд доларів США, що на 28,3% менше, ніж у 2021 році. Найбільш експортованими видами послуг у 2022 році були послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні (40,5% від усіх експортованих послуг, або 3,7 млрд дол. США), транспортні послуги (32,3%, або 3 млрд дол. США) та ділові послуги (11,2%, або 1 млрд дол. США), (див. Рис.2.4.).

Єдиною категорією, яка продемонструвала зростання у 2022 році, є послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю (+76,7%). Тоді як найбільш постраждали державні та урядові послуги (-86,7%), послуги зі страхування (-81,7%), послуги з ремонту та технічного обслуговування (-57,1%), послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги (-56,4%).

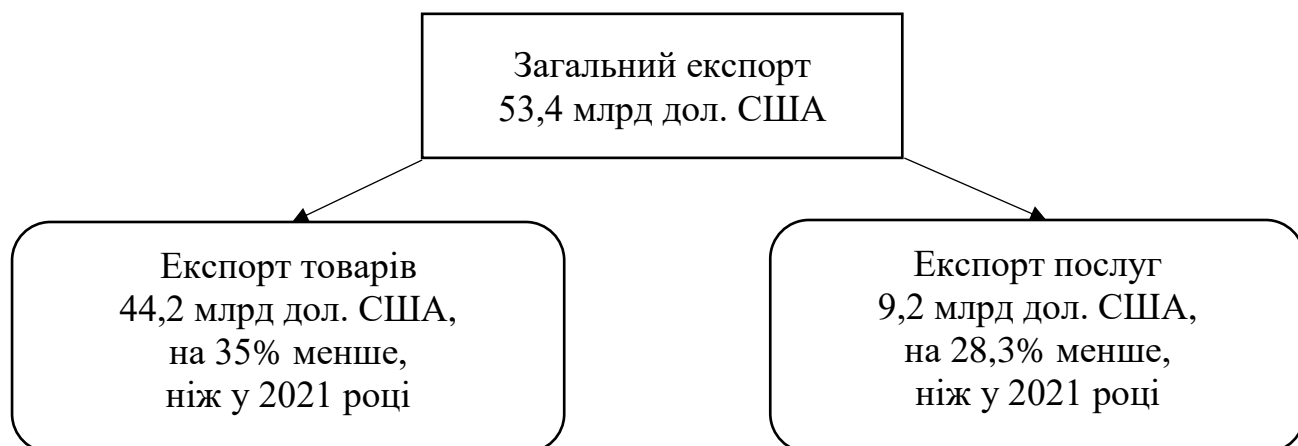


Рис.2.4. Загальний експорт товарів та послуг України у 2022 році.

Примітка. Побудова автором за даними ДУ «Офіс з розвитку підприємництва і бізнесу. Дія. Бізнес».

Загалом основним-країнами партнерами України в 2022 році були 233 країни та території за експортом товарів та послуг, що наглядно ілюструє рисунок 2.5.:

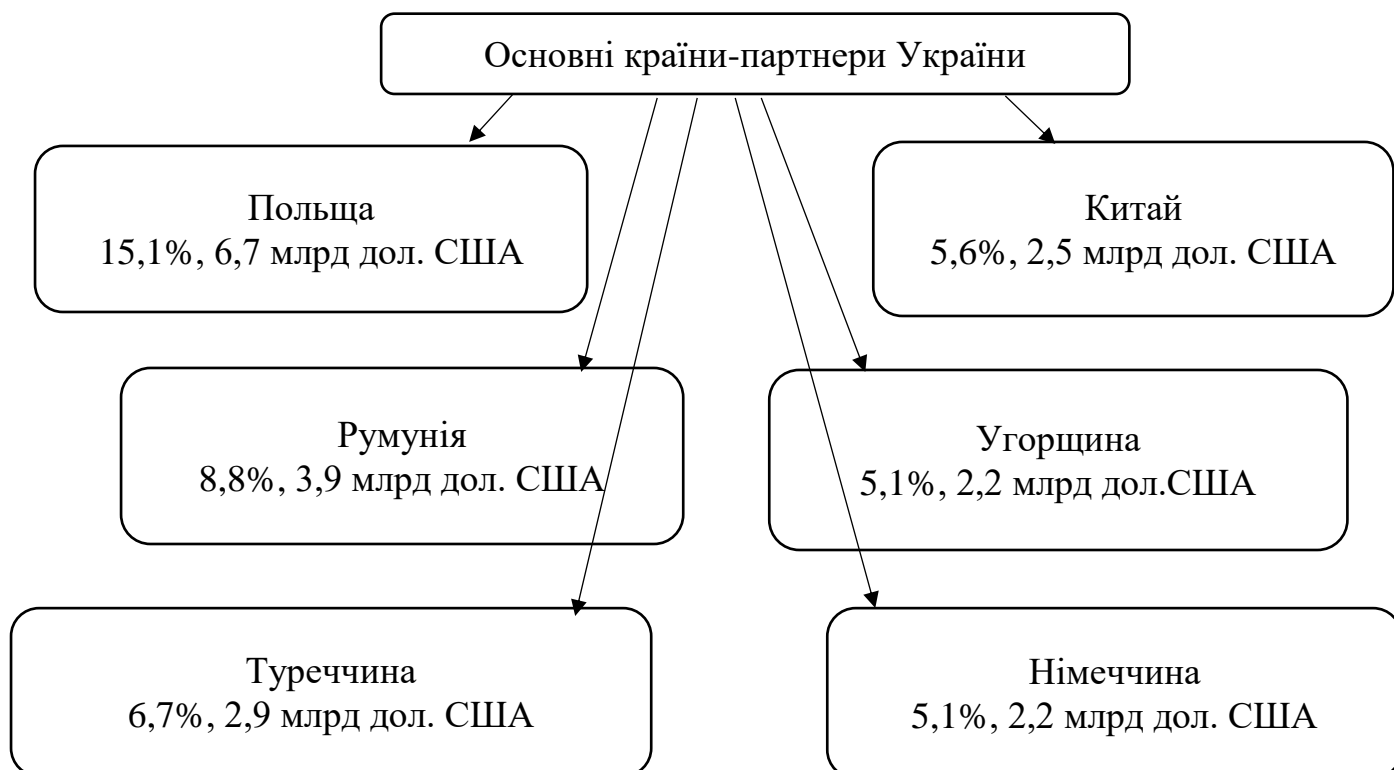


Рис.2.5. Основні країни-партнери України за експортом товарів та послуг у 2022 році.

Примітка. Побудова автором за даними ДУ «Офіс з розвитку підприємництва і бізнесу. Дія. Бізнес».

За результатами складного 2022 року Україна експортувала свої товари та послуги до 233 країн та територій світу. Основними країнами-партнерами України є Польща, Румунія, Туреччина, Китай, Угорщина та Німеччина.

Основними регіонами-експортерами у 2022 році стали Київ (27,1% від експорту України дав саме цей регіон), Дніпропетровська (12%), Львівська (7,2%), Одеська (5,6%) та Запорізька (5,5%) області.

Міжнародна торгівля сьогодні, як і раніше, залишається важливим стимулом зростання міжнародної економіки. Міжнародні торговельні потоки помітно випереджають зростання світового обсягу виробництва.

Це відбувається внаслідок поглиблення міжнародного поділу праці, становлення та розвитку нових видів поділу праці, які лежать в основі міжнародної економічної інтеграції та внутрішньофірмового обміну. У зв'язку з цим досить відзначити, що в ЄС – найбільш інтегрованому міжнародному економічному угрупованні – торгівля випереджає виробництво у 3 рази [48].

Провідні експортери та імпортери у світовій торгівлі представлені в таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Основні країни-експортери та країни-імпортери
у світовій торгівлі товарами в 2022 р.

Країни-експортери	Обсяг, млрд дол	Частка, %	Країни-імпортери	Обсяг, млрд дол	Частка, %
Німеччина	1461,9	9,1	США	2169,5	13,2
Китай	1428,3	8,9	Німеччина	1203,8	7,3
США	1287,4	8,0	Китай	1132,5	6,9
Японія	782,0	4,9	Японія	762,6	4,6
Нідерланди	633,0	3,9	Франція	705,6	4,3
Франція	605,4	3,8	Велика Британія	632,0	3,8
Італія	538,0	3,3	Нідерланди	573,2	3,5
Бельгія	475,6	3,0	Італія	554,9	3,4
Російська Федерація	471,6	2,9	Бельгія	469,5	2,9
Велика Британія	458,6	2,9	Корея	435,3	2,7
Канада	456,5	2,8	Канада	418,3	2,5
Корея	422,0	2,6	Іспанія	401,4	2,4
Гонконг	370,2	2,3	Гонконг	393,0	2,4
Сінгапур	338,2	2,1	Мексика	323,2	2,0
Саудівська Аравія	313,4	2,0	Сінгапур	319,8	2,0

Країни-експортери	Обсяг, млрд дол	Частка, %	Країни-імпортери	Обсяг, млрд дол	Частка, %
Мексика	291,7	1,8	Індія	293,4	1,8
Іспанія	268,3	1,7	Російська Федерація	291,9	1,8
Тайвань	255,6	1,6	Тайвань	240,4	1,5
Об'єднані Арабські Емірати	231,6	1,4	Польща	204,3	1,2
Швейцарія	200,3	1,2	Туреччина	202,0	1,2
Малайзія	199,5	1,2	Австралія	200,3	1,2
Бразилія	197,9	1,2	Австрія	183,4	1,1
Австралія	187,3	1,2	Швейцарія	183,2	1,1
Швеція	183,4	1,1	Бразилія	182,4	1,1
Австрія	181,0	1,1	Таїланд	178,7	1,1
Таїланд	177,8	1,1	Швеція	167,2	1,0
Індія	177,5	1,1	Об'єднані Арабські Емірати	165,6	1,0
Норвегія	172,5	1,1	Малайзія	156,9	1,0
Польща	168,0	1,0	Республіка Чехія	141,5	0,9
Республіка Чехія	146,3	0,9	Індонезія	126,2	0,8
Світ	16070,0	100,0	Світ	16422,0	100,00

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

З таблиці видно, що з перших 20 провідних країн-експортерів та імпортерів вісім знаходяться в Західній Європі, що свідчить про ключову роль саме цього регіону в світовій економіці.

Розвиток торгівлі послугами є невід'ємною складовою економічного зростання країни. Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами у 2022 році представлена у додатку А, а загальна структура зовнішньої торгівлі послугами у 2022 році представлена у додатку Б.

Українська економіка незважаючи на наявність істотного наукового потенціалу та досвіду створення технологічно складної продукції, з року в рік втрачала свої позиції на ринках високотехнологічних товарів і послуг, які в сучасному світі розвиваються найбільш динамічно. Частка України у світовому експорті послуг упродовж 2012–2016 рр. зменшилась з 0,45% до 0,25%, що негативно вплинуло на економіку країни та добробут населення та спричинило подальше падіння позицій на світовому ринку. Позиції України в 2019 році дещо покращилися, хоча і не вийшли на попередній рівень. За даними Державної служби статистики України найбільше послуг Україна експортувала до Росії — на 6,18

мільярда доларів (40,6% експорту всіх послуг за рік), а найбільше імпортувала з Британії (на 586,5 мільйона доларів). До ЄС Україна продала послуг на 4,28 мільярда доларів, а імпортувала звітти на 3,56 мільярда доларів.

За даними Всесвітньої організації торгівлі найбільше послуг Україна експортувала до Росії — на 6,18 мільярда доларів (40,6% експорту всіх послуг за рік), а найбільше імпортувала з Британії (на 586,5 мільйона доларів). До ЄС Україна продала послуг на 4,28 мільярда доларів, а імпортувала звітти на 3,56 мільярда доларів.

Найбільші обсяги експорту послуг Всесвітня організація торгівлі зафіксувала у сфері надання транспортних послуг — 9,03 мільярда доларів за рік або 59,3% загального обсягу експорту послуг з України. На імпорт транспортних послуг Україна витратила 1,5 мільярда доларів.

На відміну від торговельного сальдо товарами, сальдо торгівлі послугами в Україні у 2019 році було позитивним і перевищив загалом на 8,7 мільярда доларів. Загалом за останній рік експорт послуг збагатив економіку України на 15,23 мільярда доларів. Відповідно економічні цілі та стратегія розвитку країни мають розвиватися з урахуванням зміни структури не лише внутрішнього, а й світового сукупного попиту та сукупної пропозиції на користь інноваційних та якісніших товарів і особливо послуг, які спроможні задовольняти споживчі потреби національних, а згодом й іноземних покупців.

Тому до критеріїв розвитку зовнішнього ринку країни можна віднести як високі темпи його зростання, так і швидкість реагування виробників на зміни в структурі попиту іноземних і внутрішніх покупців та світових трендів [49].

Аналіз сучасного ринку експорту та імпорту послуг України дає можливість зрозуміти, що найбільшого розвитку досягнули лише декілька видів послуг. Зокрема, транспортні послуги, послуги з будівництва, послуги пов'язані з подорожами та послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги. Ці дані підтверджуються у структурі експорту послуг України (див. Рис.2.6.).

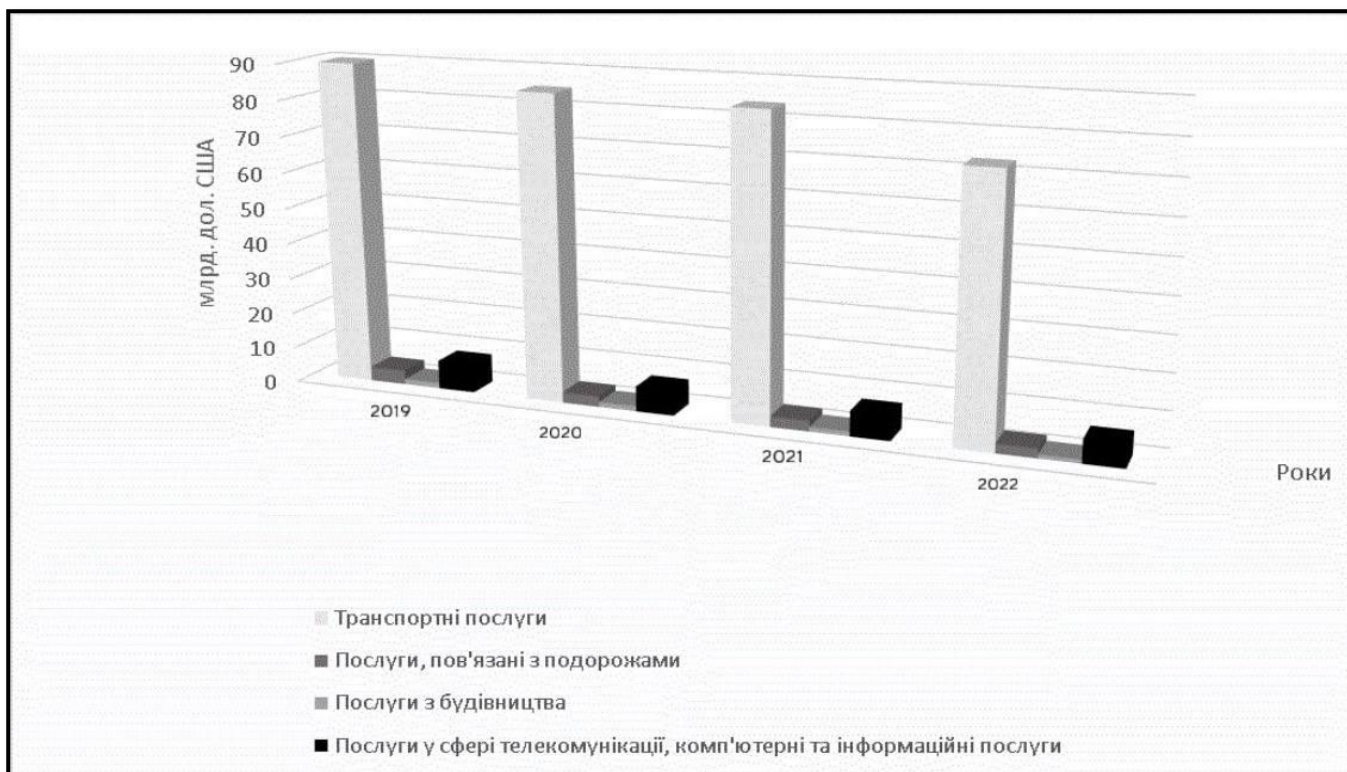


Рис.2.6. Структура експорту послуг України у 2019-2022 рр., (млрд дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

Найбільш розвиненим сегментом у експорті послуг на національному ринку у 2019-2022 рр. є транспортні види послуг, проте у 2022 року ця тенденція зменшується через війну. Позитивною тенденцією є те, що частка послуг у сфері телекомунікації та інформаційних послуг зростає у порівнянні із послугами пов'язаними із подорожами. Слід зазначити, що зміни, які відбуваються у структурі експорту послуг є позитивними, враховуючи те, що зростає частка інформаційних послуг, які в свою чергу є найбільш конкурентоспроможними та затребуваними на світовому ринку послуг (див. Рис.2.7.).

Згідно до цих даних та аналізу сучасного національного ринку послуг Україні необхідно розвивати наступні види послуг:

- Туризм;
- Інженерні та будівельні послуги;
- Транспортні послуги (річковий, морський, авіаційний, автомобільний, космічний, залізничний тощо);

- Послуги пов'язані із зв'язком (аудіовізуальні, телекомунікаційні);
 - Банківські та страхові послуги, у загальному розумінні фінансові;
- Комп'ютерні послуги;
- Науково-дослідницькі послуги;
 - Послуги пов'язанні безпосередньо із охороною здоров'я.

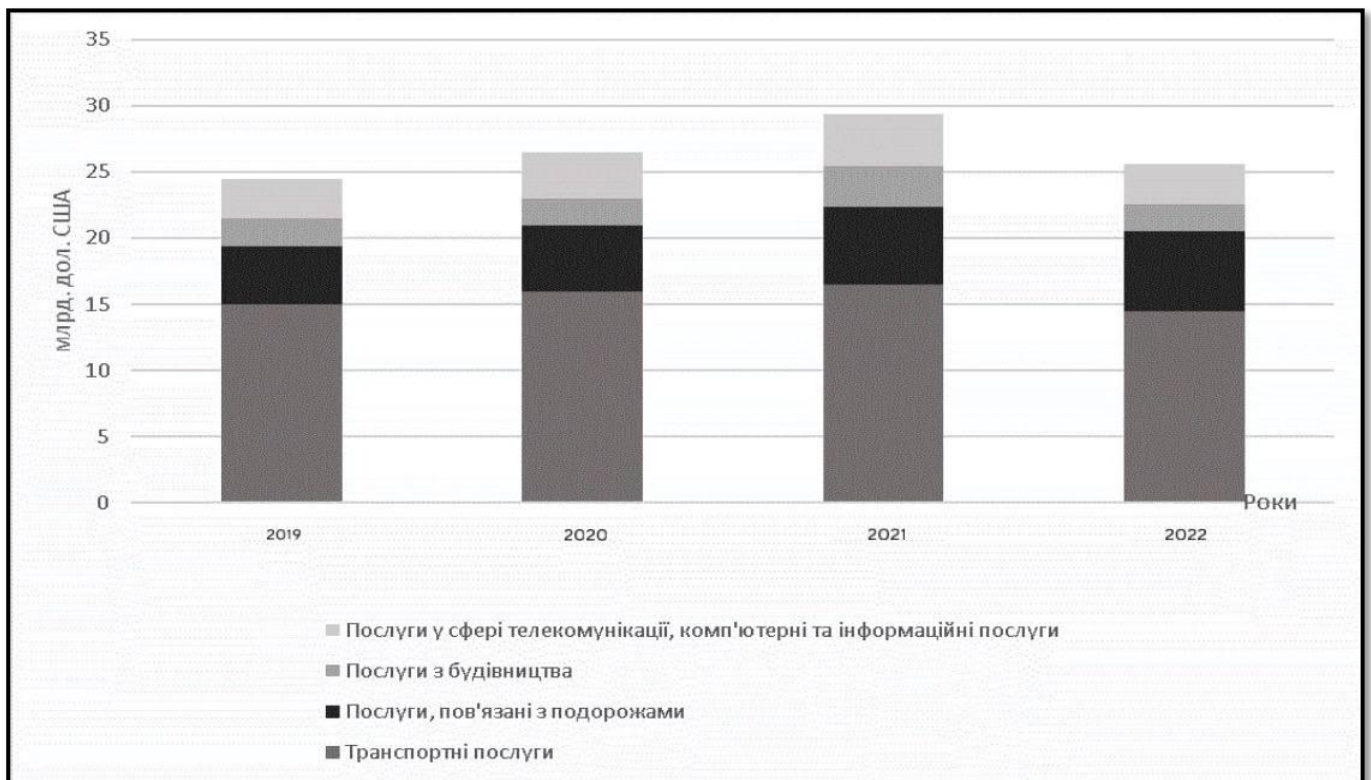


Рис.2.7. Структура імпорту послуг України у 2019-2022 рр., (млрд дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Всесвітньої організації торгівлі (СОТ).

В таких секторах як фінансові та телекомунікаційні послуги велике значення мають кошти та наявність капіталу. У секторі фінансових послуг України діє досить значна кількість невеликих банків. Слабкість інститутів інфраструктури та фінансового посередництва в сфері телекомунікації не сприяє економічному зростанню і провадженню новітніх технологій. Для того щоб принести економічні та більш перспективні нові технології потрібні вклади та іноземні інвестиції Україні необхідно приділяти увагу розвитку не лише трубопровідного транспорту, а й сприяти розвитку інших видів транспортних послуг, зважаючи на те, що вона є

транзитною державою. Потенціал та технологічні можливості в галузях судно- і літакобудування є хороші перспективи для розвитку саме транспортних послуг, зокрема ремонт та обслуговування.

Напрацювання в різних наукомістких галузях та науково-технічний потенціал сприятиме розвитку національної інформаційної структури, технологічному прориву в різних галузях економіки, стимулюванню інформаційних технологій.

З огляду на економічні зміни першого кварталу 2023 року, після трьох десятиліть розвитку глобалізації за лінійним сценарієм його можуть змінити нові тенденції. Світова організація торгівлі, надала прогноз стану міжнародної торгівлі в 2023-2022 роках, відповідно до оптимістичного і песимістичного сценаріїв, де межі падіння обсягу світової торгівлі в цьому році від 13% до 32% - вражають. Іншими словами, навіть при найкращому розкладі зниження перевершить показник 2009 року. Але як показала історія, світова фінансова криза 2008 року не зробила значного впливу на сферу послуг, в той час як оборот товарної торгівлі знизився на 30 відсотків де лише 9% займали послуги. Не зважаючи на негативні тенденції, що повторювалися й у 2016 році, коли вартість світового товарного експорту зменшилася до 15,46 трлн доларів, світовий експорт комерційних послуг навпаки збільшився на 0,1% у 2016 році. Пояснюється це особливістю даного сегмента: послуги неможливо зберігати на складах, потреба в них неперервна. Досвід свідчить, що навіть в розпал кризи компанії купували сервісні послуги, необхідні для їх функціонування.

Відповідно, навіть на тлі подій, що відбуваються залишається помітна стійкість сервісної торгівлі. У 2022 р. негативне сальдо склало 4727,5 млн дол. (у 2022 р. також негативне – 5144,3 млн дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,94 (у 2022 р. – 0,91). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 235 країн світу. У 2021 р. експорт послуг становив 11167,1 млн дол. США, або 71,5% порівняно із 2020 р., імпорт – 5209,2 млн дол., або 75,0%. Темпи зростання (зниження) експорту послуг в Україні представлено на рисунку 2.8. У 2022 р. експорт послуг в Україні становив 13156,5 млн дол. США, або 114,2% порівняно із 2021 р., імпорт – 7593,4 млн дол., або 132,9% [96].

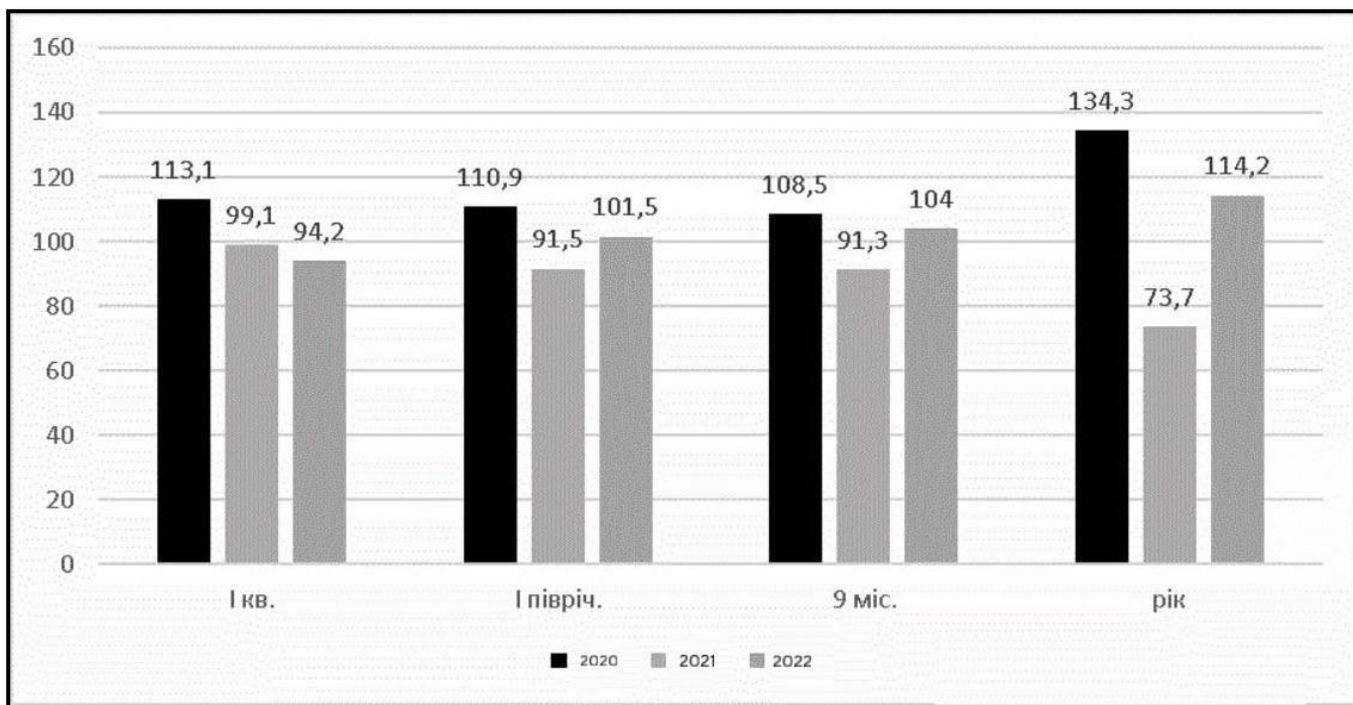


Рис.2.8. Темпи зростання (зниження) експорту послуг в Україні,
(у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком).

Примітка. Побудовано автором на основі Офіційного сайту OECD Science, Technology and Industry Outlook.

У 2022 р. позитивне сальдо становило 5957,9 млн дол. США (у 2021 р. – 8686,7 млн дол. США). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,14 (у 2021 р. – 2,25). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 233 країн світу. Темпи зростання (зниження) імпорту послуг в Україні представлено на рисунку 2.9.

Лідуючими за обсягом продажів сервісами є дистрибуція і фінанси, в сукупності вони складають 40 відсотків від всього ринку послуг. У 2022 р. позитивне сальдо становило 5563,1 млн дол. США (у 2021 р. також позитивне – 5808,7 млн дол. США). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 1,73 (у 2021 р. – 2,02). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 233 країн світу.

Незважаючи на стійкий від’ємний рівень сальдо торговельного балансу, спостерігається тенденція до його зростання (рух до нульового, або й до позитивного рівня) сальдо торговельного балансу. Для більш повного дослідження експортної позиції видається доречним з’ясувати, у які держави Україна найбільше експортує вже сьогодні (див. Додаток Б).

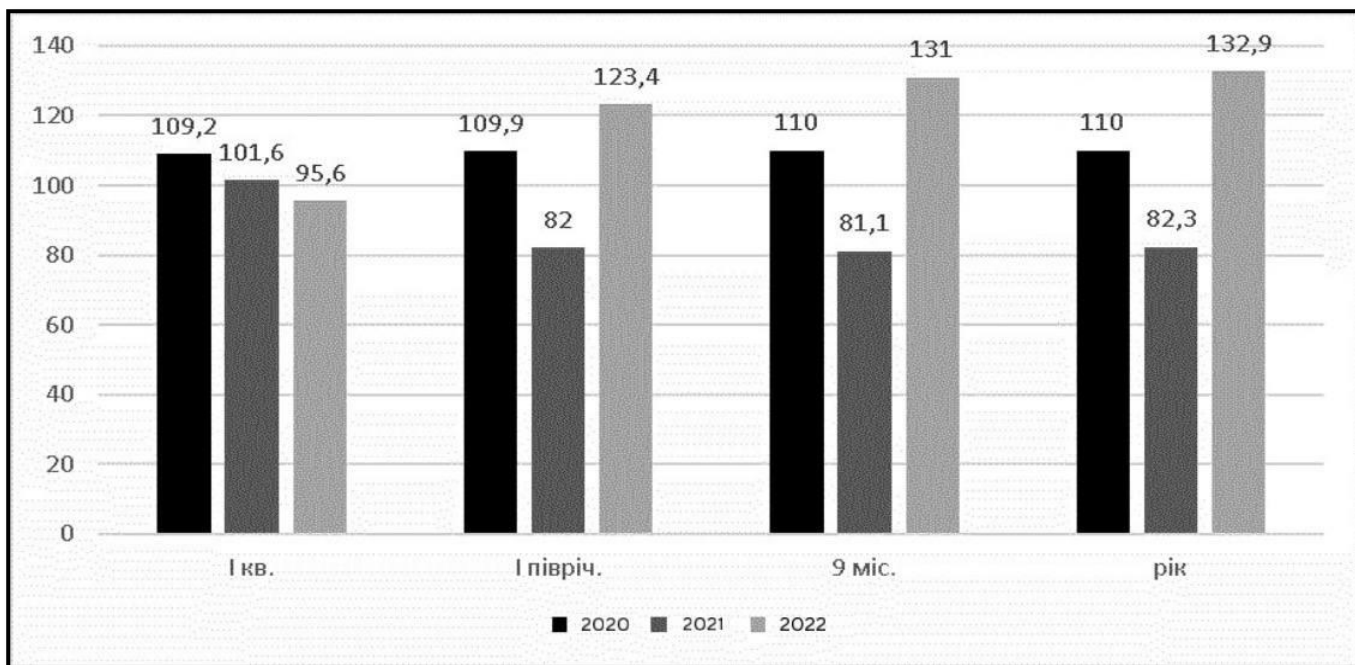


Рис.2.9. Темпи зростання (зниження) імпорту послуг в Україні, (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком).

Примітка. Побудовано автором на основі Офіційного сайту OECD Science, Technology and Industry Outlook.

У світовій торгівлі фінансовими сервісами було задіяно 2,5 трильйона доларів США станом на 2019 рік. На третьому місці - телекомунікації, продажі яких зросли більш ніж удвічі за період з 2005-го року. Щорічно збільшуються продажі послуг в сфері охорони здоров'я, не відстають і наукові дослідження - приблизно на 10 відсотків на рік і особливо в теперішній час їх частка ще збільшиться. Навіть в умовах кризи, міжнародний ринок послуг буде зростати, але вже з нової «точки росту» з більшою потужністю. Лідерами світового експорту послуг до теперішнього часу були США близько 15%, та Європа 14%. Характерним буде значний перерозподіл серед лідерів, який зачепить великі ТНК. Що буде супроводжуватися збільшенням розриву між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються, яке обумовлене новими фінансовими можливостями держав - емітентів резервних валют; черговий виток геополітичного суперництва і протекціонізму; перетворення біотехнологій в головний драйвер економічного зростання.

Перспективами для підтримки та розвитку економіки експерти вважають

сферу послуг, доля якої як зазначалося раніше постійно зростає. Тому її регулювання є необхідною умовою для стабільного розвитку. Регулювання міжнародної торгівлі послугами має певну специфіку. Це пов'язано з тим, що послуги мають різноманітні форми і зміст, утворюючи єдиний ринок, якому притаманні не загальні риси, але загальні тенденції, що дають можливість регулювати його на глобальному рівні навіть з урахуванням нових моментів в його розвитку, які вносять ТНК, домінуючі на ньому і монополізуючі його і водночас процеси глокалізації, що роз'єднують його. В даний час світовий ринок послуг регулюється на чотирьох рівнях: міжнародному, галузевому, регіональному та національному. Пришвидшення динаміки сфери послуг як на внутрішньому так і на світовому ринку в транспортній галузі ІТ- технологій, освітній сфері для української економіки є драйверами [50].

2.3. Аналіз торгівлі послугами між Україною та країнами ЄС

Торгівля послугами між Україною та країнами Європейського Союзу (ЄС) відіграє важливу роль у економічних відносинах між сторонами. Україна прагне зміцнити співпрацю з ЄС у сфері послуг і наблизити свою законодавчу базу до європейських стандартів. Ключові аспекти торгівлі послугами між Україною та країнами ЄС. Європейський Союз є головним торговельним партнером України.

Загальний огляд стану торгівельних відносин між Україною та ЄС у 2022 році наданий у Додатку В (за даними Міністерства економіки України від 23.02.2023 року). За результатами 2022 року питома вага торгівлі товарами та послугами з ЄС склала 53,6% від загального обсягу торгівлі України (у 2021 році – 39,1%) (див. Рис.2.10.).

6 червня 2023 року набула чинності Регламент Європейського Парламенту та Ради № 2023/1077 від 31 травня 2023 року про продовження ЄС ще на рік заходів з тимчасової лібералізації торгівлі з Україною, які охоплюють скасування усіх мит, квот і торговельних захисних обмежень щодо українського експорту, відповідно до

Регламенту Європейського Парламенту та Ради № 2022/870 від 30.05.2022.

Ухвалений Регламент діятиме до 6 червня 2024 року і стосуватиметься:

1. Скасування всіх митних зборів відповідно до Розділу IV Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, про створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, зокрема щодо:

- фруктів та овочів, які підпадають під дію системи вхідних цін;
- сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, які підпадають під дію тарифних квот;
- промислових товарів, мита на які припинили діяти ще з 1 січня 2023 року.

2. Зупинення справляння антидемпінгового мита на імпорту, що походить з України на дату набрання чинності цим Регламентом.

3. Застосування єдиних правил імпорту (захисних заходів) щодо імпорту походженням з України.

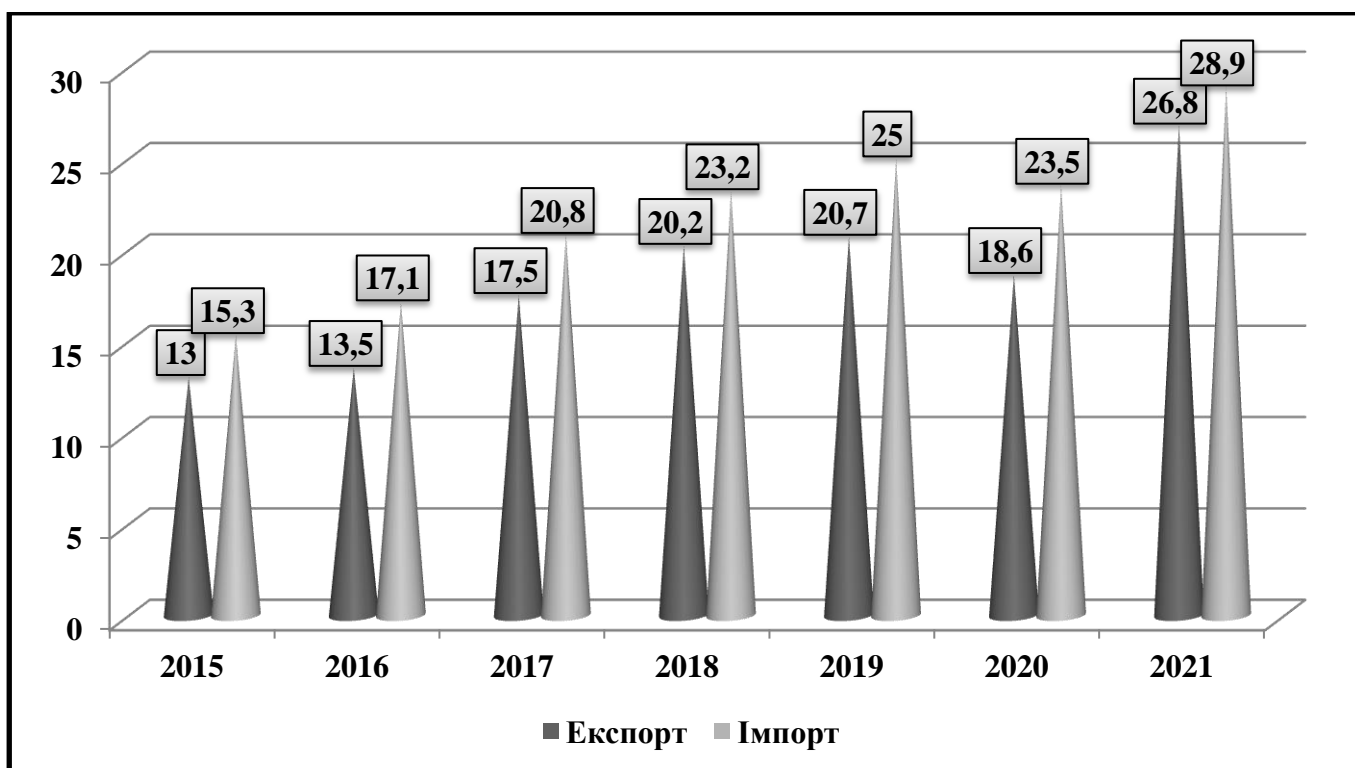


Рис.2.10 Як змінилася торгівля товарами і послугами між Україною і ЄС.

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

Зазначені заходи з лібералізації торгівлі, у свою чергу, зобов'язують Україну дотримуватись низки наступних умов:

- дотримання правил походження товарів та відповідних процедур в рамках Угоди про асоціацію;
- утримання від будь-яких нових обмежень на імпорт з ЄС, включаючи як застосування нових мит чи інших заходів, так і посилення існуючих обмежень (окрім зумовлених необхідністю в умовах війни);
- виявлення Україною поваги до демократичних принципів, прав людини та основних свобод, верховенства права, а також здійснення належних заходів щодо боротьби з корупцією та протиправною діяльністю, передбачених статтями 2, 3 та 22 Угоди про асоціацію.

У випадку порушення Україною цих правил, ЄС залишає за собою право провести розслідування та за результатами повністю або частково зупинити дію преференцій.

Окрім цього, з огляду на збільшення імпорту деяких сільськогосподарських товарів з України до ЄС, а також пов'язане з цим занепокоєння окремих держав-членів ЄС, оновлений Регламент містить положення щодо можливості застосування спеціального захисного механізму для підтримки ринку ЄС у разі наявності такої необхідності. Відповідно до Регламенту, прискорені спеціальні захисні процедури застосовуватимуться на основі регулярного моніторингу з можливістю потенційного повторного запровадження митних зборів щодо визначених категорій товарів [51].

24 квітня 2023 року Міжнародна робоча група з питань російських санкцій підписала Документ робочої групи № 11 План дій 2.0 Посилення санкцій проти рф, що стосується безпосередньо і міжнародної торгівлі послугами. Так, наприклад, в документі зазначається, що «Необхідно не лише суворо запобігати надходженню технологій подвійного призначення (або будь-яких їхніх потенційно подвійних компонентів) до рф та її відомих партнерів, які сприяють таким потокам, але й заблокувати та вимкнути будь-які наявні ІТ-ресурси західних компаній, розгорнуті на території росії (наприклад, центри обробки даних, серверні кластери, склади для

ІТ-ланцюгів постачання, ліцензійне програмне забезпечення (проміжне програмне забезпечення, мікропрограми та пов'язані з ними контролери пристроїв, вебпрограми тощо), щоб унеможливити їхнє повторне використання російським урядом і його партнерами на шкоду інтересам України та її союзників. Росія не лише використовує західне програмне забезпечення та ІТ-інфраструктуру у військових і суміжних з ними цілях (див. Документ Робочої групи № 7 для більш детального розгляду), але й доступ до такої інфраструктури та мереж продовжує надавати можливість Росії вести гібридну війну проти європейських і американських інформаційних систем. Державні кібератаки, що фінансуються державою. Ще до повномасштабного вторгнення в Україну у 2022 році Російська Федерація активізувала використання вразливостей суверенної інформаційної інфраструктури України та її союзників, публічних урядових вебсайтів, телерадіокомпаній, а також широкого спектру інформаційних систем, пов'язаних з державними установами та організаціями громадянського суспільства. Протягом минулого року інтенсивність атак значно зросла і продовжує ставити під загрозу критично важливу енергетичну, інформаційну та фінансову інфраструктуру, потенційно впливаючи на функціонування урядових програм і пригнічуючи економічну активність» [57].

До основних напрямів українського експорту послуг серед країн ЄС належать Німеччина, Велика Британія, Польща, Кіпр та Нідерланди. Разом ці 5 країн становлять більше, ніж 50% від загального обсягу експорту послуг України на європейський ринок (протягом 2018-2022 років Велика Британія складала в середньому 13,8% українського експорту послуг до ЄС).

Обсяги експорту до усіх цих країн після початку дії ПВЗВТ, крім Великої Британії, мали швидкі темпи зростання. Найшвидше протягом 2016-2022 років зростав експорт до Польщі - у середньому на 32,8% на рік, Нідерландів – 28,4% на рік, а також Кіпру та Німеччини – 10,5% та 8,5% відповідно. Темпи зростання експорту до Великої Британії становили у середньому 2,3% на рік.

Згідно з Угодою про асоціацію між Україною та ЄС, угода містить положення про підвищення рівня відкритості та сприяння торгівлі послугами між сторонами.

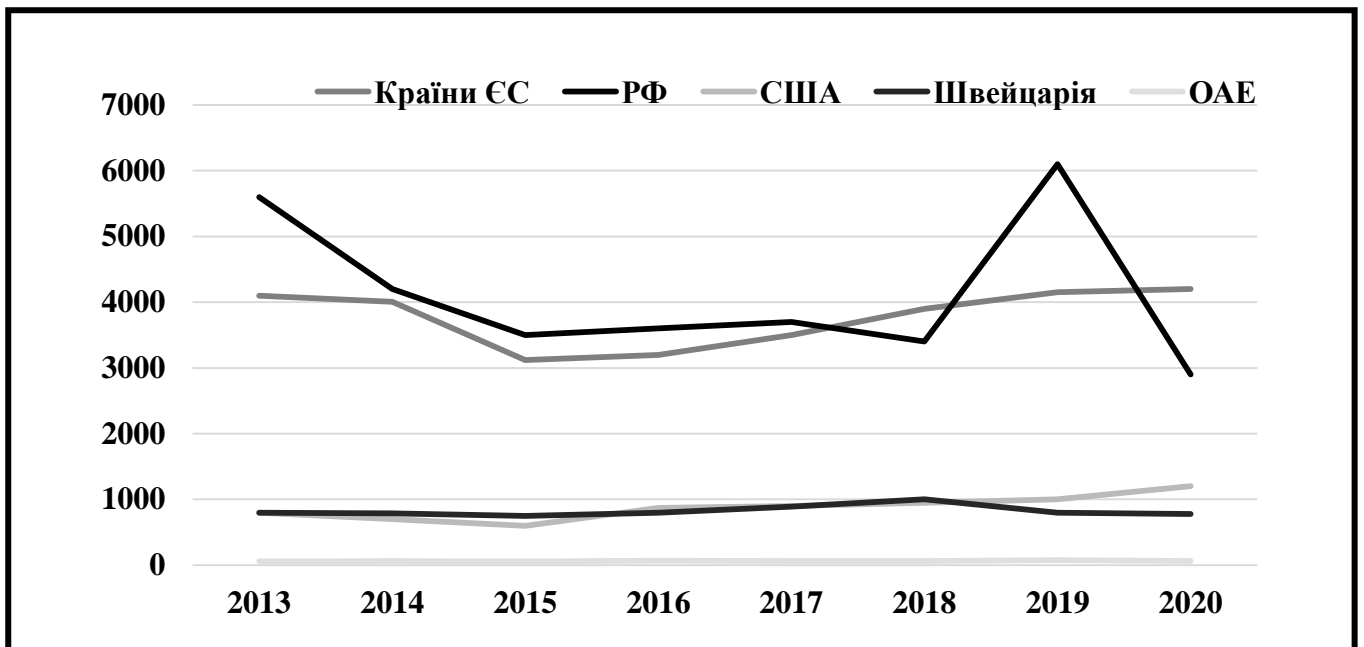


Рис. 2.11. Зростання експорту послуг до країн ЄС, (млн. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

За даними Євростату, у 2019 році ЄС імпортував послуги на 545 млрд євро, а експортував послуги на 489 млрд євро, з найбільшим обсягом торгівлі в сферах комерції та фінансів.

Україна поки не є членом Європейської економічної зони, що призводить до значних ставок мит на експорт та імпорт послуг. Однак, Україна та ЄС активно працюють над зменшенням тарифних бар'єрів та збільшенням торгівлі послугами між сторонами. Згідно зі звітом Європейської Комісії, у 2019 році Україна експортувала послуги до країн ЄС на суму 5,7 мільярдів євро, а імпортувала послуги з ЄС на суму 6,5 мільярдів євро. Основними місцями походження експортованих послуг з України до ЄС є Польща, Німеччина і Франція, а основними місцями призначення є Франція, Польща та Німеччина.

В рамках Угоди про асоціацію між Україною та ЄС українські компанії отримують переваги в доступі до європейського ринку послуг. Наприклад, Угода про асоціацію передбачає можливість укладення угод про переміщення співробітників між Україною та країнами ЄС, що дає можливість українським фахівцям працювати у європейських компаніях.

ЄС був основним партнером України в імпорті послуг протягом усього

періоду з 2013 по 2020 рік, становивши в середньому 52,1% усього імпорту українських послуг у 2013-2015 рр. та 52,8% протягом 2018-2020 рр. З відновленням української економіки у 2016-2019 роках відбулися значні зміни в основних напрямках імпорту послуг. Найшвидші темпи зростання імпорту за цей період мали Туреччина, Китай та Єгипет – в середньому на 47,7%, 19,1% та 154% на рік відповідно. Імпорт з РФ продемонстрував найбільше скорочення за 2016-2019 рр. – в середньому на 13,4% в рік та продовжив падіння у 2020 році. Загалом імпорт послуг з Росії до України з 2013 до 2020 року впав на 1,1 млрд доларів США [95], (рис.2.12.):

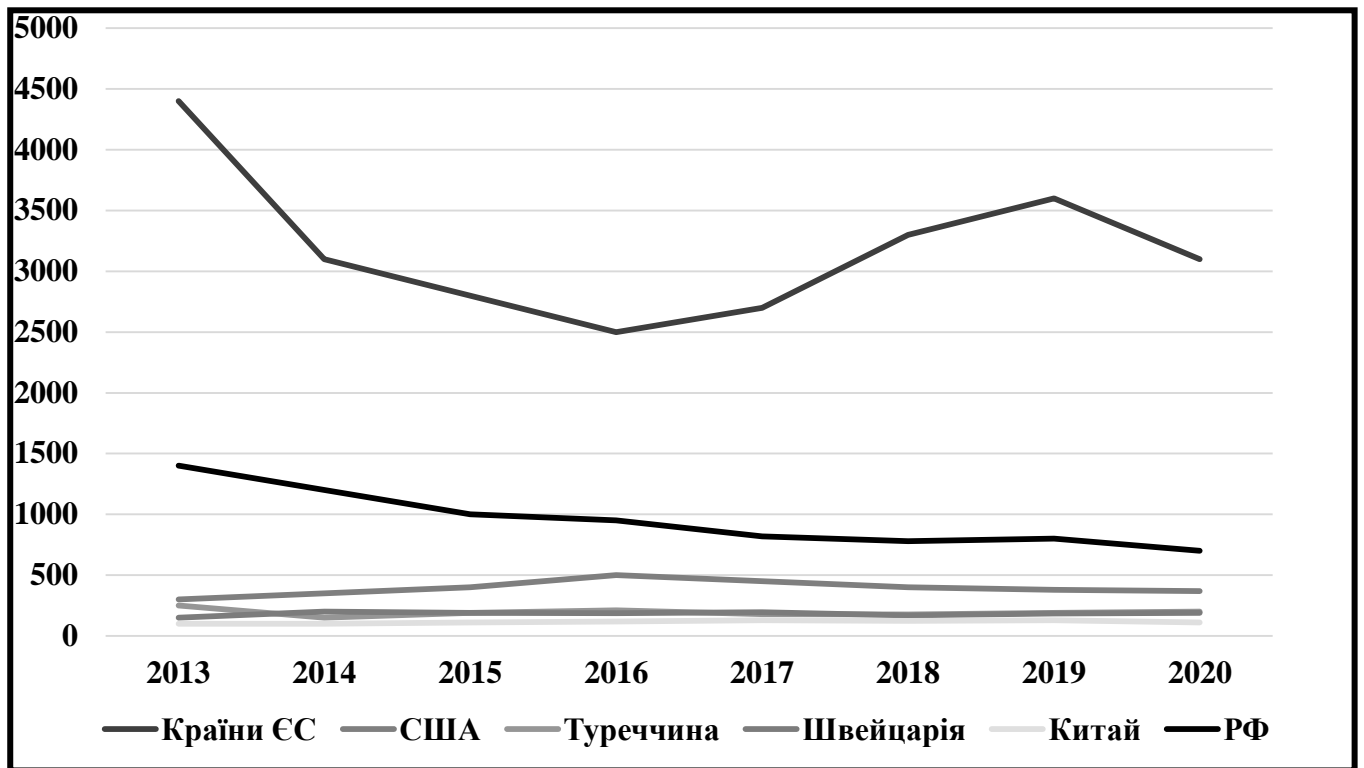


Рис.2.12. Основні партнери України щодо експорту послуг, (млн. дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

За даними Євростату, послуги стали найбільшою часткою торгівлі між Україною та ЄС. У 2020 році зовнішньоторговельний баланс України з країнами ЄС залишався додатнім, а найбільшу частку в експорті України до країн ЄС складають машини, устаткування та транспортні засоби, що є важливою складовою сфери торгівлі послугами.

Політика розвитку торгівлі послугами з країнами ЄС в Україні є пріоритетом держави в контексті її європейської інтеграції. Державна стратегія розвитку торгівлі послугами на період до 2023 року передбачає підвищення якості послуг, укладання нових угод та партнерств з країнами ЄС, а також підтримку експорту послуг українських компаній до країн ЄС.

Важливою складовою співпраці між Україною та ЄС є підтримка відповідних реформ в Україні, які підвищують конкурентоспроможність українських компаній у сфері торгівлі послугами. Європейська бізнес-асоціація активно підтримує реформи та сприяє підвищенню рівня бізнес-клімату в Україні.

Основні види послуг: Найбільш популярними видами послуг, які торгуються між Україною та країнами ЄС, є інформаційні технології, консалтингові послуги, фінансові послуги, туризм, транспортні та логістичні послуги, освітні та медичні послуги.

Роль українських робітників: Українські фахівці в сфері послуг займають важливе місце на європейському ринку праці. Багато українців працюють в ЄС у секторах, пов'язаних з інформаційними технологіями, програмним забезпеченням, інженерією, медициною та іншими послуговими галузями.

Угоди про вільну торгівлю: Україна має Угоду про асоціацію з ЄС, яка включає главу про послуги. Ця угода сприяє поліпшенню доступу українських послугових компаній до європейського ринку та стимулює інвестиції в сектор послуг [91].

Реформи та гармонізація стандартів: Україна активно проводить реформи у сфері послуг з метою гармонізації своїх законодавчих та регуляторних стандартів з європейськими. Це дозволяє українським компаніям більш ефективно працювати на європейському ринку та покращує умови для торгівлі послугами між сторонами.

Виклики та перспективи: Незважаючи на позитивні тенденції, торгівля послугами між Україною та ЄС стикається з викликами, такими як адміністративні бар'єри, різниця в регуляторних стандартах, відсутність повної лібералізації деяких секторів та інше. Проте, розширення співпраці та поглиблення економічних відносин між Україною та ЄС створюють перспективи для подальшого зростання

торгівлі послугами.

Торгівля послугами між Україною та країнами Європейського Союзу (ЄС) є важливим аспектом економічного співробітництва між сторонами. Україна, як асоційований член ЄС, прагне поглибити свої зв'язки з Європейським Союзом і наблизити свої стандарти та законодавство до європейських норм і правил у сфері послуг [93].

Обсяг торгівлі послугами між Україною та ЄС постійно зростає. За останні роки спостерігалось стабільне підвищення торговельного обсягу. Згідно з даними Євростату, в 2020 році обсяг послугової торгівлі між Україною та ЄС становив близько 8,6 мільярдів євро. Це свідчить про значний потенціал та підвищений інтерес між сторонами до співробітництва в галузі послуг.

Інформаційні технології є однією з найбільш популярних галузей торгівлі послугами між Україною та ЄС. Українські ІТ-компанії мають високий рівень експертизи та конкурентоспроможність у світовому масштабі, і їх послуги знаходять великий попит на європейському ринку. Консалтингові послуги також мають великий потенціал для співробітництва, оскільки вони допомагають українським компаніям залучати іноземні інвестиції та впроваджувати міжнародні стандарти у свою діяльність.

Відповідно до точки зору внутрішнього виробничого потенціалу перспективними у цих секторах є такі послуги: Комп'ютерне програмування, Телекомунікації, Інформаційні послуги, Вантажний автомобільний транспорт та Вантажний залізничний транспорт.

Фінансові послуги також є важливим аспектом торгівлі між Україною та ЄС. Українські банки та фінансові установи активно співпрацюють з європейськими партнерами, надаючи послуги з банкінгу, страхуванню, інвестиціям та іншим сферам фінансової діяльності. Залучення європейського досвіду та капіталу допомагає розвивати фінансовий сектор України та підвищувати його стійкість та конкурентоспроможність.

Одним з важливих аспектів торгівлі послугами є міжнародна мобільність робочої сили. Багато українців працюють за кордоном в сфері послуг, зокрема в

готельно-ресторанному бізнесі, будівництві, медицині та інших галузях. Це створює можливості для обміну знаннями та досвідом між робітниками та підвищує міжнародну конкурентоспроможність українських фахівців.

Однак, важливо враховувати, що торгівля послугами між Україною та ЄС також стикається з деякими викликами. Це включає адміністративні бар'єри, різницю в регуляторних стандартах, недостатню лібералізацію деяких секторів та інші перешкоди. Проте, обидві сторони прагнуть зменшити ці бар'єри шляхом гармонізації стандартів, спрощення процедур та встановлення сприятливих умов для торгівлі послугами.

Загалом, торгівля послугами між Україною та країнами ЄС має великий потенціал для подальшого розвитку. Обидві сторони продовжують зосереджувати свої зусилля на поглибленні співробітництва та збільшенні обсягів торгівлі в цій галузі. Це сприятиме зміцненню економічних зв'язків, розвитку бізнесу та підвищенню рівня життя населення обох сторін [92].

Висновки до розділу 2

В результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Торгівля послугами у більшості європейських країн сповільнилася. Наприклад, експорт та імпорт послуг у Німеччині та Італії зросли на невеликі показники, тоді як у Сполученому Королівстві експорт послуг скоротився, а імпорт різко знизився. У той же час, Франція та Туреччина відзначили позитивні тенденції зростання експорту та імпорту послуг.

2. Україна має своє місце на міжнародному ринку послуг. Характеризуючи структуру вітчизняного експорту та імпорту за видами послуг, можна стверджувати, що розвиток послугового сектору є важливим для економіки країни.

3. Розвиток інформаційно-технологічного сектору є характерним як для розвинених країн, так і для країн з розвиваючоюся економікою. Головні гравці у цій сфері - США, країни Європи та ряд азійських країн. Інвестиції в науково-технічну сферу, технології та інновації є важливими факторами для розвитку ІТ-сектору.

4. Україна має позитивну торговельну співпрацю з Європейським Союзом. Завдяки Угоді про вільну торгівлю між Україною та ЄС та зусиллям українського уряду, збільшилися постачання української продукції до ЄС. Важливі кроки в усуненні бар'єрів та поліпшенні системи контролю сприяють розвитку зовнішньої торгівлі.

5. У розвитку зовнішньої економічної діяльності України ключову роль відіграють загальний рівень розвитку економіки, успішні реформи, відновлення суспільного виробництва та розвиток експортного потенціалу. Ці чинники впливатимуть на зміцнення позицій України на міжнародному ринку послуг.

Загалом, дослідження показало, що послуги є важливим джерелом економічного зростання багатьох країн світу. Україна має потенціал для розвитку вітчизняного послугового сектору та посилення своєї присутності на міжнародному ринку. При умові виконання необхідних реформ, інвестицій в науково-технічну сферу та підтримки уряду, Україна може залучити більше іноземних інвесторів та розширити свої можливості в міжнародній торгівлі послугами.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ

3.1. Вплив COVID-19 на міжнародну торгівлю послугами України

Пандемія COVID-19 стала серйозним потрясінням, яке сильно вплинуло на людей, підприємства, органи державної влади, муніципалітети та регіони. Війна в Україні посилює вразливість багатьох місць і груп суспільства, які вже ослаблені пандемією [51].

Ці два зовнішні потрясіння прискорили фрагментацію між суспільними групами та між місцями. Багато впливів підкреслюють ризики зростання нерівності.

Найгірших і найпряміших наслідків вдалося уникнути завдяки швидким політичним діям, у яких політика згуртованості відіграла свою роль.

Cohesion Policy оперативно відреагувала на надзвичайну ситуацію пандемії. Вкрай важливими були нові заходи протидії соціально-економічним наслідкам пандемії. Три взаємопов'язані цілі нової Інвестиційної ініціативи у відповідь на коронавірус (CRII)/Інвестиційної ініціативи у відповідь на коронавірус (CRII+) і Допомоги у відновленні згуртованості та територій Європи (REACT-EU) полягали в забезпеченні ліквідності, спрощенні та гнучкості, сприянні діям орієнтація на потреби, що виникли під час пандемії. Вони були особливо ефективними для підтримки МСП за допомогою традиційних інструментів (тобто грантів та фінансових інструментів) [36].

У період 2014-2020 рр. програми Європейського фонду регіонального розвитку (ЄФРР), Європейського соціального фонду (ЄСФ) і Фонду згуртованості (ФЗ) відреагували на надзвичайну ситуацію шляхом переміщення ресурсів з підтримки головним чином довгострокових стратегічних інвестицій, таких як інфраструктура, дослідження та розробки, енергетика ефективності та роботи з відновлюваними джерелами енергії, щоб отримати додаткову підтримку малим і

середнім підприємствам, громадянам і сектору охорони здоров'я. Відповідь на пандемію включала Фонд відновлення та стійкості (RRF) із його Національними планами відновлення та стійкості (NRRP). Оскільки інвестиції, заплановані в NRRP, здебільшого збігаються зі стратегічними цілями та фінансовими ресурсами політики згуртування, існує ризик конкуренції у фінансуванні. Високий рівень взаємодоповнюваності недостатньо враховується в координації та співпраці між NRRP та Політикою згуртування.

На період 2021-2027 рр. керівники програм, які розробляють нові стратегії, застосовують підхід «повернення до нормального життя». Необхідність створення нових «моделей розвитку після пандемії» була проігнорована. Нинішні стратегії базуються на тій самій, допандемічній логіці. Однак, виходячи за рамки програм і дивлячись на CPR, «територіальна стійкість» вбудована в конкретні цілі ЄФРР та ЄСФ+. Територіальну стійкість також можна підвищити за допомогою територіально інтегрованих стратегій через спрощену та орієнтовану на результат структуру завдяки спрощеному варіанту витрат (SCO) і фінансуванню, не пов'язаному з витратами (FNLC) [92].

Пандемія, війна Росії проти України та ряд мегатрендів впливають на шлях Європи до єдності. Вони ризикують ще більше зменшити згуртованість у Європі та збільшити нерівність між місцями та людьми, оскільки менш розвинені регіони часто страждають більше, ніж більш розвинені та заможні регіони.

Під впливом пандемії коронавірусу у 2020 р. відбувся різкий спад міжнародної торгівлі – мінус вісім відсотків. Головним чинником економічного шоку стала саме пандемія COVID-19. Найсуттєвіше падіння відбулося у другому кварталі 2020 р.

Вплив COVID-19 на міжнародну торгівлю посилює нестабільну структуру, що спостерігалася протягом останнього десятиліття. Останні 10 років відбувається зменшення залежності світової економіки від торгівлі, що вимірюється величиною світової торгівлі товарами та послугами порівняно зі світовим виробництвом (загальноживаний показник для визначення тенденцій глобалізації).

На кінець 2021 р. і не тільки, можливо, що зростання міжнародної торгівлі випереджатиме зростання світового виробництва, отже, піднімаючи цей коефіцієнт угору. Однак величина відскоку є невизначеною, зважаючи на поєднання порушень глобальних ланцюгів створення вартості, спричинених COVID-19, та невирішені питання торгівлі серед деяких найбільших економік.

У сфері фінансових послуг, зважаючи на безпрецедентні кризові явища в багатьох економіках світу, центральні банки та фінансові регулятори застосовують різноманітні заходи регулювання для стабілізації економічної ситуації. Наприклад, розширення кредитування для бізнесу і фізичних осіб, підтримання ліквідності банків тощо. Також поштовпилися електронні платежі.

COVID-19 призвів до суттєвого зростання послуг у сфері телемедицини. У Китаї, наприклад, відбулося зростання на сотні відсотків. Аналогічна ситуація і в інших азійських країнах.

Попри розширення можливостей використання теле-медицини (деякі країни навіть запровадили тимчасові регуляторні послаблення) все-таки залишаються певні обмеження, які не сприяють її розвитку. Такі обмеження зумовлені тим, що медична сфера є надзвичайно регульованою майже в усіх країнах. З огляду на це, останні дослідження показують, що медичні консультації надаються онлайн, лише якщо лікар і пацієнт знаходяться в одній юрисдикції. Окрім того, як правило, йдеться про повторні консультації, а також про ситуації, коли пацієнти вже співпрацювали з лікарями і підписували всі відповідні медичні документи

Ще однією важливою новацією стало спрощення умов доступу медичних працівників в інші країни, що зумовлено недостатністю власного персоналу для боротьби з пандемією.

Зважаючи на масовий перехід працюючих на систему віддаленої роботи, дистанційне навчання та заборону всіх прямих соціальних контактів, у досліджуваний період обсяги телекомунікаційних послуг та відповідної інфраструктури надзвичайно зросли.

У березні 2020 р. Facebook повідомив про зростання онлайн-комунікації на 50% (листування у месенджерах) та голосових і відеоповідомлень на 100%.

Іспанська Telefonica продемонструвала зростання трафіку на 40% і використання мобільного зв'язку на 50%. Таїланд повідомив про зростання користувачів Zoom на 828%, а користувачів Skype – на 215%. Подібна ситуація і в інших країнах.

Однак нині деякі країни стикнулися з неможливістю подальшого суттєвого зростання використання телекомунікаційних послуг через обмеженість інфраструктури, яку проблематично ефективно розбудовувати в умовах пандемії. Тому якщо не буде змінюватися ситуація з інфраструктурою, подальший розвиток телекомунікаційних послуг буде обмеженим.

Зростання онлайн-торгівлі під час карантинних обмежень стосувалося не всіх видів продукції, а лише товарів першої необхідності. Очевидно, що це було пов'язано з невизначеністю, яка нині панує в суспільстві. Варто також зазначити, що онлайн-торгівля стикнулася з низкою проблем, пов'язаних з організацією системи доставки, із поповненням запасів тощо.

Торгівлю послугами можна вважати складовою частиною світової торгівлі, на яку найбільше впливає коронавірус через установаження транспортних та туристичних обмежень, закриття багатьох закладів роздрібною торгівлі та готелів. Послуги не включаються до прогнозу торгівлі товарами СОТ, але значна частка торгівлі товарами була б неможливою без них (наприклад, послуг із транспортування товарів). Однак деякі послуги можуть виграти від кризи. Це стосується послуг у сфері інформаційних технологій, попит на які зростає, оскільки компанії намагаються дати можливість працівникам працювати вдома і людям віддалено спілкуватися. Загалом слід зазначити, що вплив спалаху коронавірусу на міжнародну торгівлю ще не помітний у більшості статистичних даних стосовно міжнародної торгівлі, але деякі оперативні показники вже можуть свідчити про масштаби уповільнення та про те, як воно порівнюється з попередніми кризами [9].

Карантин через коронавірус став стресом для економіки, причому чи не найбільший удар отримали сфера послуг та торгівля, не пов'язана з продовольством.

В Україні непродумані кроки влади через коронавірус можуть спричинити соціальний вибух серед працівників сфери послуг та інших галузей, який матиме значно більш руйнівні наслідки для України, ніж пандемія [58].

Окремі підприємці в торгівлі та сфері послуг адаптуються до умов карантину. Перукарні та салони краси перейшли в режим «виїзду до клієнта», ресторани опановують онлайн-торгівлю, книгарні пропонують доставку своїх книг із рекордними знижками. Цим самим підприємці зменшують свої «карантинні» збитки. Але є й ті, хто у стресових для економіки умовах лише набирає обертів. Це можна сказати про служби доставки, поштові сервіси та онлайн-магазини.

Так, у 2021 р. обсяг торгівлі послугами між Україною та ЄС становив 0,7 млрд доларів США, що на 0,1 млрд більше, ніж у 2020 р.

Обсяг торгівлі послугами між Україною та ЄС у 2021 р. становив 7,9 млрд дол. США, що на 0,6 млрд дол. США (7%) більше, ніж у 2020 р. Експорт послуг з України до країн ЄС у 2021 році зріс на 7,7% (0,3 млрд дол. США) та становив 4,3 млрд дол. США. Імпорт послуг з ЄС до України зріс на 6,2% (0,2 млрд дол. США) та становив 3,6 млрд дол. США.

Унаслідок коронавірусної кризи COVID-19 за перші три місяці 2020 р. експорт товарів і послуг з України скоротився на 0,3% – до 14,68 млрд дол. США, тоді як імпорт – на 3,1%, до 14,69 млрд дол. США. Негативне ж сальдо зовнішньоторговельного балансу України в першому кварталі 2020 р. скоротилося до 9,4 млн із 437,9 млн дол. США за аналогічний квартал 2019 р. Водночас із країнами ЄС дефіцит зовнішньої торгівлі в першому кварталі зріс на 67,1%, до 944,2 млн дол. США, через падіння експорту відразу на 6,4%, до 5,57 млрд дол. США, за збереження імпорту на рівні 6,52 млрд дол. США. Здебільшого такий дефіцит у торгівлі з ЄС спричинений товарами, експорт яких у січні-березні 2021 р. впав на 8,6%, до 4,79 млрд дол. США, тоді як імпорт навіть дещо зріс – на 0,3%, до 5,82 млрд дол. США. Трохи поліпшив ситуацію збільшений на 37,5%, до 334 млн дол. США, профіцит у торгівлі послугами: експорт їх підскочив на 7,8%, до 1,04 млрд, тоді як імпорт скоротився на 2,4%, до 0,7 млрд дол. США. Загалом у торгівлі товарами в першому кварталі 2020 р. дефіцит знизився на 29,6%, до 1,06 млрд дол. США, за рахунок того, що імпорт упав на 3,4%, до 13,31 млрд, тоді як експорт – лише на 0,2%, до 12,25 млрд дол. США [60].

Суспільство жило в очікуванні наступних хвиль пандемії COVID-19 у 2021–2022 рр. Але настала ще більш непередбачувана криза – війна! Хоча їхній вплив на суспільство та економіку матиме менші масштаби, ніж від першої хвилі, зважаючи на процеси адаптації економіки та суспільства до сучасної реальності. Фактор закінчення пандемії або суто технічний фактор відсутності впливових карантинних обмежень є важливим, але вже не є визначальним в сенсі самої суті процесів відновлення. Початок вакцинації в Україні дещо сприятиме подоланню розповсюдження хвороби, але не матиме вирішального значення. Серед стратегічних пріоритетів має бути розвиток конкурентного середовища на українському ринку з метою підвищення якості послуг та конкурентоспроможності вітчизняних провайдерів на міжнародному ринку послуг.

Таблиця 3.1

Показники платіжного балансу України за перший квартал 2021-2023 рр.

Статті платіжного балансу	I квартал 2021	I квартал 2022	I квартал 2023
Сальдо поточного балансу	-491	2008	-798
Торговельний баланс	-799	-1538	-9325
Баланс товарів	-1769	-1145	-6063
експорт товарів	12482	12774	9765
імпорт товарів	14251	13919	15828
Баланс послуг	970	-393	-3262
експорт послуг	3868	4511	3938
імпорт послуг	2898	4904	7200
Оплата праці	3336	3340	3071
Виплати процентів, дивідендів	-4223	-2190	-999
Поточні трансферти	1589	2788	6574
Сальдо фінансового рахунку	-476	-5406	4638
Прямі інвестиції (сальдо)	1517	-577	543
Портфельні інвестиції (сальдо)	340	-1004	-589
Зовнішні активи банків	-564	1030	-1364
Торговельні кредити нерезидентів резидентам (пасиви)	302	162	1528

Готівкова валюта поза банками	-1383	-2495	-3206
Іноземні кредити (без торговельних), пасиви	-598	1734	6997
сектор державного управління і НБУ	-454	1759	7052
банки та інші сектори	-144	-25	-55
Загальне сальдо платіжного балансу	-961	-3340	3890

Примітка. Складено автором на основі даних Бурменко Т.Д. Світовий ринок послуг: фактори і особливості розвитку // Проблеми світової економіки. – 2023. – N 6. – С.15-22.

Зміна обсягів експорту ІТ-послуг України від початку війни до сьогоднішнього дня предствлені на рисунку 3.1.

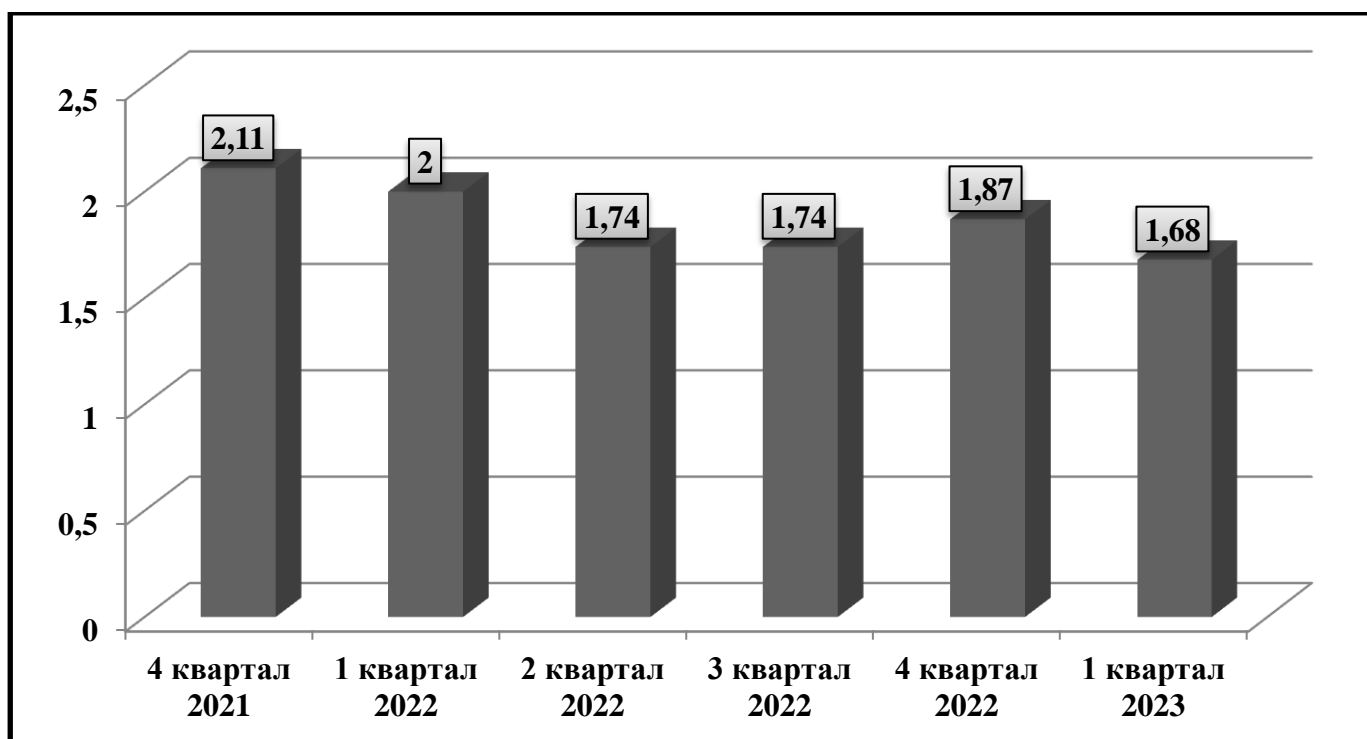


Рис.3.1. Динаміка змін обсягу експорту ІТ-послуг України від початку війни до сьогоднішнього дня (млрд дол. США).

Примітка. Побудовано автором за даними Державної служби статистики України.

Виявлено сучасні тенденції торговельно-економічних відносин країн в умовах

пандемії COVID-19 у розвитку взаємовідносин в окремих галузях економіки. У дослідженні на основі кореляційно-регресійного аналізу встановлено прямий зв'язок між збільшенням обсягів експорту до Китаю та зростанням ВВП України. Визначено слабкі та сильні сторони, а також можливості та загрози взаємовідносин в умовах пандемії. За допомогою інструментів емпіричної гравітаційної моделі міжнародної торгівлі досліджено вплив світової кризи, створення зони вільної торгівлі та інших чинників на зовнішньоторговельний обіг між Україною та Китаєм. На основі змодельованих даних спрогнозовано зовнішньоторговельний обіг до 2022 року зі створенням та без створення зони вільної торгівлі. Визначено перспективні напрями торговельно-економічних відносин; стратегія розширення торговельно-економічної інтеграції України та Китаю в умовах пандемії COVID-19 та в постпандемічний період у рамках лібералізації митних тарифів, посилення симетричної взаємозалежності та взаємодоповнюваності між країнами, у рамках створення зони вільної торгівлі, диверсифікації товарообігу, обґрунтовано подолання пандемії, зменшення наслідків кризи та посилення співпраці в нових галузях постпандемічного часу.

3.2. Проблеми розвитку зовнішньої торгівлі послугами України в умовах війни та подолання наслідків військової агресії

Війна в Україні мала значний вплив на міжнародні платіжні системи і призвела до важливих наслідків для транскордонних грошових переказів з Росії до країн Центральної Азії, які залежать від таких переказів. Виключення Росії з міжнародної платіжної системи SWIFT стало фактором, який впливає на національну безпеку та може привести до багатополярності в міжнародних платіжних системах у майбутньому. Збереження різних платіжних систем або навіть диверсифікація і фрагментація може уповільнити прогрес у досягненні сумісності платіжних систем та зниженні комісій за грошові перекази.

Навіть незначне зниження комісій за грошові перекази, наприклад на 2

відсоткових пункти, може привести до щорічної економії в розмірі 12 мільярдів доларів США для міжнародних мігрантів з країн колишнього радянського табору. Використання оцінки ризиків, пропорційних та спрощених процедур протидії відмиванню грошей та фінансуванню тероризму для невеликих грошових переказів, а також вдосконалення процесів перевірки клієнтів може сприяти зниженню витрат на переказ коштів і залученню інвестицій з діаспори. Глобальне сприйняття та підтримка біженців і мігрантів з України створює можливості для розробки та впровадження програм, які полегшують їх доступ до роботи та соціальних послуг у країнах-приймачах. Пандемія COVID-19 та криза в Україні підкреслили потребу в наданні чіткої та своєчасної інформації. У квітні 2022 року Світовий банк, через ініціативу KNOMAD (Глобальна мережа спостереження за мігрантськими та розвитковими впливами), спільно з країнами, які отримують значні грошові перекази, утворив Міжнародну робочу групу з покращення даних про потоки грошових переказів. Ця ініціатива сприяє досягненню першої мети Глобального договору про міграцію - покращенню збору та аналізу даних для ефективного управління міграційними процесами та розробки політик на основі доказів.

На сьогоднішній день, світову торгівлю обтяжують не лише війна в Україні, але й інші фактори. Наприклад, блокування морської торгівлі в Китаї з причини заходів проти поширення COVID-19 створює перешкоди у ланцюжку поставок, що може призвести до відновлення дефіциту виробничих ресурсів і підвищення інфляції.

Війна в Україні, крім людських страждань, також завдала серйозних пошкоджень світовій економіці в критичний момент. Її вплив відчувається по всьому світу, особливо в країнах з низьким рівнем доходу, де витрати на їжу становлять значну частину домогосподарських витрат. Зменшення поставок і зростання цін на продовольство означають, що найбільш вразливі верстви населення можуть зазнати нестачі. Це не можна допустити. В даному часі важливо не замикатися на себе. У кризовий період потрібно більше торгівлі, щоб забезпечити стабільний та справедливий доступ до необхідних ресурсів. Обмеження торгівлі загрожує благополуччю сімей і підприємств і ускладнює завдання побудови

стійкого економічного відновлення після COVID-19.

З огляду на обмеженість достовірних даних щодо економічного впливу конфлікту, економістам Всесвітньої організації торгівлі довелося користуватися моделями для зроблення обґрунтованих припущень щодо зростання ВВП у 2023 та 2024 роках. Поточні оцінки, засновані на моделі глобальної торгівлі WOT, охоплюють наступні фактори:

1. Прямий вплив війни в Україні, який включає руйнування інфраструктури та збільшення торговельних витрат.
2. Вплив санкцій проти Росії, включаючи блокування російських банківських установ в системі розрахунків SWIFT.
3. Зменшення загального попиту у решті світу через падіння довіри бізнесу та споживачів, а також зростання невизначеності.

Ці фактори важко оцінити через обмежену кількість доступних даних, тому економісти WOT використовують моделі для приблизного прогнозування впливу на зростання світового ВВП. Однак, важливо зазначити, що такі оцінки є припущеннями, і реальні наслідки впливу війни в Україні на світову економіку можуть бути складнішими і різноманітнішими.

Згідно з цими прогнозами, передбачається, що світовий ВВП за ринковими обмінними курсами зросте на 2,8% у 2023 році, що на 1,3 відсоткових пункти нижче попереднього прогнозу в 4,1%. У 2024 році очікується подальше зростання до 3,2%, що наближається до середнього показника в 3,0% між 2010 і 2020 роками. Внаслідок вторгнення РФ в Україну, виробництво в регіоні Співдружності Незалежних Держав (СНД), за винятком України, очікується різко знизитися на 7,9%, що призведе до скорочення імпорту регіону на 12,0%.

Вторгнення РФ в Україну стало найсерйознішою безпековою кризою в Європі за останні десятиліття, що спонукало Європейський Союз прийняти непрості рішення щодо безпеки, оборони та розширення. Крім того, цей конфлікт також впливає на зовнішню діяльність ЄС та відкриває нові питання для Брюсселя та держав-членів.

У відповідь на війну, Європейський Союз продемонстрував єдність і

рішучість. Він підтримав Україну разом з іншими західними союзниками, допомігши їй протистояти вторгненню та збільшивши витрати на це для Росії. При цьому ЄС залишив двері для діалогу відкритими і намагався зменшити ризики прямої конфронтації з Москвою. Продовження зусиль з метою припинення кровопролиття в Україні і управління загрозою, яку війна становить для безпеки Європи в цілому, залишається головним пріоритетом ЄС, як зазначено Кризовою групою. Війна також пришвидшує зміни в зовнішній політиці ЄС, оскільки Брюссель пристосовується до нових геополітичних реалій.

Європейський Союз продовжує проявляти рішучість і співпрацю у зусиллях по врегулюванню конфлікту. Основною метою ЄС є забезпечення безпеки та миру в регіоні шляхом підтримки України, дипломатичних переговорів та посилення економічних санкцій проти Росії. При цьому ЄС також прагне зберегти відкритий діалог з Москвою та зменшити напруження, що може привести до прямої конфронтації.

Війна в Україні також має важливий вплив на світову економіку. Зниження виробництва в регіоні СНД, за винятком України, впливає на імпорт цих країн та має вплив на глобальну торгівлю. Такі економічні зміни можуть мати наслідки для інших країн і підприємств, а також впливати на рівень споживчої активності та стабільність світових фінансових ринків.

У світлі цих подій ЄС посилює свої зусилля в розширенні та зміцненні своїх безпекових та оборонних можливостей. Також розглядаються нові питання щодо зовнішньої політики ЄС та його ролі на світовій арені. Прийняття безпрецедентних рішень та зміна стратегічних пріоритетів стають необхідними для забезпечення безпеки та захисту інтересів ЄС. Європейський Союз активно співпрацює з партнерами на міжнародній арені, зокрема зі Сполученими Штатами, НАТО та іншими регіональними партнерами, для координації заходів щодо зупинення агресії та відновлення мирного процесу в Україні.

Зростаюча загроза безпеки від вторгнення Росії в Україну також прискорює процеси змін в зовнішній політиці ЄС. Брюссель намагається адаптуватися до нових геополітичних реалій та розширює свою зовнішню діяльність. Це означає активнішу

роль ЄС у вирішенні конфліктів, підтримку демократичних цінностей, захист прав людини та сприяння стабільності в регіонах, що межують з ЄС.

Особлива увага приділяється розширенню ЄС та його сусідства. В результаті конфлікту в Україні ЄС став більш зацікавленим у підтримці реформ та демократизації в сусідніх країнах, зокрема на Східному партнерстві. Такі дії спрямовані на зміцнення стабільності та запобігання подібним конфліктам у майбутньому.

Наприкінці, варто відзначити, що ситуація в Україні впливає на різні аспекти політики та економіки ЄС. Європейський Союз зобов'язаний продовжувати підтримку України, брати участь у миротворчих зусиллях та знаходити способи зменшення напруженості в регіоні. Одночасно ЄС має зосередитися на зміцненні своєї власної безпеки і обороноздатності. Це може включати посилення співпраці з НАТО, розширення власних оборонних здібностей та зміцнення регіональної співпраці з іншими державами.

Крім того, ЄС розглядає нові питання щодо своєї зовнішньої політики та ролі на світовій арені. Він намагається стати більш активним гравцем у вирішенні конфліктів та попередженні кризових ситуацій. Це може включати залучення до міжнародних миротворчих операцій, сприяння демократії та правам людини, а також зміцнення економічного співробітництва з іншими регіонами світу.

Окрім безпекових аспектів, війна в Україні також має значний вплив на економіку ЄС. Зниження виробництва в країнах Співдружності Незалежних Держав (крім України) може призвести до скорочення імпорту з цих країн, що впливає на глобальну торгівлю. Це може мати наслідки для підприємств, які торгують з цими країнами, а також на споживчу активність та стабільність світових фінансових ринків.

Загалом, вторгнення Росії в Україну стало серйозною безпековою кризою для Європи. ЄС зосереджує свої зусилля на захисті та підтримці України, зміцненні власної безпеки і зовнішньої політики, а також вирішенні економічних наслідків конфлікту.

Російсько-український конфлікт має серйозний вплив на глобальний ринок

логістики на всіх рівнях. Пандемія вже почала зменшувати свій вплив на потужності складів та наявність контейнерів, але війна моментально вплинула на цю галузь. Вона призвела до перешкод у потоці товарів, збільшення витрат та дефіциту продуктів, а також до катастрофічної нестачі харчових продуктів у всьому світі.

Росія спрямовує свої дії на руйнування сільськогосподарської інфраструктури в Україні, порушуючи всі ланки поставок. Блокування Чорного та Азовського морів росією і викрадення українських поставок зерна в перших місяцях конфлікту стали на шляху поставок. Однак, в липні було досягнуто угоди між росією та Україною за посередництвом ООН про розблокування експорту українського зерна з трьох чорноморських портів, щоб пом'якшити дефіцит. Незважаючи на цю угоду, Росія вдарила ракетами по Одеському морському порту всього кілька годин після підписання.

Невизначеність, пов'язана з конфліктом, має вплив на ланцюги поставок у всьому світі. Скорочення цін на нафту та газ, разом з геополітичними ризиками, пов'язаними з конфліктом, неодмінно пошкодять глобальні ланцюги поставок, особливо в енергоємних секторах логістики.

Після виникнення конфлікту, Чорноморський порт разом з декількома іншими маршрутами припинив свою роботу, що призвело до перерв у постачанні різних товарів і продуктів, таких як транспортне обладнання, машини, електроніка, метали, хімікати, добрива та продукти харчування.

Європейський Союз також стикається з проблемою доступності цих енергетичних ресурсів та різким підвищенням цін. ЄС залежить від імпорту значної кількості енергоносіїв з росії. росія є постачальником 35% імпорту природного газу, близько 20% імпорту сировинної нафти та 40% імпорту вугілля.

Зростання цін на нафту і газ має глобальні наслідки. Організації, що беруть участь у ланцюгах поставок, повинні прийняти активні заходи для зниження ризиків і пом'якшення впливу підвищення цін і дефіциту енергії. Закриття кількох портів через конфлікт спричинило збільшення витрат на морське судноплавство. Судна змушені були змінювати свої маршрути, що призвело до заторів і затримок у вантажних потоках, погіршуючи стан глобальних ланцюгів поставок. Крім

того, санкції та обмеження призвели до зростання використання морського транспорту замість залізничного, що створило більший тиск і призвело до дефіциту контейнерів.

Це призвело до різкого зростання цін на багато товарів першої необхідності, як-от зерно, які зросли приблизно на 60% з лютого по травень 2022 року.

Середні ціни на контейнери продовжують зростати.

Конфлікт призвів до значного підвищення тарифів на отримання в один бік в Індії на тлі дефіциту контейнерів, що спричинило великий хаос у пік сезону судноплавства.

Потік скасованих замовлень і затримки поставок призвели до перевантаженості портів у США. Вантажі переміщуються подалі від західного узбережжя США, а кількість контейнеровозів, які стоять на якорях у Савані та Х'юстоні, збільшується.

Через перевантаженість портів США океанські перевізники скасовують відправлення та плавання, що призводить до значних проблем з продуктивністю в портах.

На східному узбережжі та узбережжі Мексиканської затоки обсяг контейнерних перевезень високий і підвищує ціни. Збільшення кількості контейнерів на східному узбережжі приносить користь сектору складів, що призводить до швидкого зростання витрат на складування. У серпні 2022 року з січня ціни зросли приблизно на 8%.

Однак обсяг контейнерів у Китаї скорочується. Виробничі замовлення відкликаються, що призводить до зменшення кількості замовлень контейнерів і впливає на умови перевантаження в порту.

Крім того, запускається кілька нових проєктів, щоб допомогти забезпечити певне полегшення в секторі логістики. У липні 2022 року Фучжоу, столиця східнокитайської провінції Фуцзянь, запустила 9900-кілометровий вантажний поїзд Китай-Європа під назвою «Мінду». Очікується, що цей потяг займатиме на 20 днів менше часу, ніж морський шлях.

Середня вартість контейнерів продовжує зростати, а конфлікт призвів до

суттєвого підвищення тарифів на вантажні перевезення з Індії через дефіцит контейнерів, що спричинило хаос у період пік сезону судноплавства.

Скасування замовлень і затримки поставок призвели до перенавантаження портів у США. Внаслідок цього, велика кількість контейнеровозів стоїть на якорях у портах Саванна і Х'юстон. Перевантаженість портів змушує океанських перевізників скасовувати відправлення та плавання, що серйозно погіршує продуктивність портів.

На східному узбережжі США та узбережжі Мексиканської затоки попит на контейнерні перевезення залишається високим, що призводить до підвищення цін. Зростання кількості контейнерів на східному узбережжі сприяє розвитку сектору складських послуг, а це призводить до швидкого зростання витрат на складське утримання. За період з січня по серпень 2022 року ціни на складування зросли приблизно на 8%.

У Китаї спостерігається зменшення обсягу контейнерних перевезень через відкликання виробничих замовлень, що призводить до скорочення кількості контейнерних замовлень та впливає на умови перевантаження в портах.

Незважаючи на ці труднощі, запускаються кілька нових проектів з метою полегшення ситуації у логістичному секторі. Наприклад, у липні 2022 року у місті Фучжоу, що знаходиться на східному узбережжі Китаю, був запущений вантажний поїзд Китай-Європа під назвою «Мінду». Цей поїзд пропонує швидший транспортний шлях, який займає на 20 днів менше, ніж морський шлях.

Окрім того, країни та компанії вживають заходів для полегшення ситуації у логістичному секторі. Наприклад, вони шукають альтернативні шляхи доставки, використовуючи повітряні перевезення або залізничний транспорт, щоб уникнути проблем з перевантаженістю портів. Крім того, компанії намагаються покращити управління ланцюгами поставок, використовуючи технології, такі як штучний інтелект, аналітика даних та автоматизація, щоб забезпечити більш ефективне розподілення ресурсів та вантажів.

Загалом, російсько-український конфлікт має серйозний вплив на світовий ринок логістики, призводячи до підвищення вартості контейнерів,

перенавантаженості портів та затримок у поставках. Однак, країни та компанії активно шукають рішення та впроваджують нові проекти для полегшення ситуації та забезпечення більш ефективних логістичних процесів.

Ще один новий вантажний потяг Китай-Європа відправився в липні 2022 року з Чунціна до Мельцо в Італії. Орієнтовно пройти маршрут приблизно за 22 дні.

Сектор логістики потребуватиме більше таких ініціатив, якщо йому доведеться залишатися оптимістичним у цих бурхливих водах.

Комісія внесла пропозицію щодо поновлення тимчасової лібералізації торгівлі, що доповнює торгові пільги, що застосовуються до української продукції згідно з Угодою про асоціацію між Європейським Союзом і Європейським співтовариством з атомної енергії та їх державами-членами, з одного боку, та Україною, з іншого боку, 23 лютого 2023 р.

28 квітня Комітет постійних представників підтвердив, що якщо Європейський парламент схвалить пропозицію Комісії без поправок, Рада схвалить позицію Європейського парламенту. 9 травня Європейський парламент затвердив свою позицію в першому читанні, прийнявши пропозицію Комісії без будь-яких поправок.

Тепер, коли Регламент ухвалено, він буде підписаний представниками Ради та Європейського парламенту та опублікований в Офіційному журналі до набуття чинності 6 червня.

У 2021 році лідером серед країн-торговельних партнерів України був Китай, при цьому 85% нашого експорту до Піднебесної складала залізна руда, кукурудза, металургійна продукція, ячмінь та соняшникова олія.

Станом на вересень 2022 року Китай займає 4-ту позицію у рейтингу імпортерів української продукції. Це відбулося в основному через проблеми з логістикою агрокультур і значні втрати металургійного сектору України. Зараз через політичні розбіжності з Китаєм економічна співпраця призупинилася.

Натомість в лідери вийшли країни ЄС — Польща та Румунія, на які сумарно припадає близько 23% українського експорту в 2022 році.

Цікаво, що ще в 2021 році Росія входила у п'ятірку лідерів за обсягами

українського експорту.

Станом на вересень 2022 року Росія скотилася до 18 місця і до кінця року ще більше втратила позиції, адже наприкінці вересня Уряд України повністю заборонив експорт українських товарів до рф.

У регіональному розрізі у 2022 ми спостерігаємо скорочення часток всіх інших регіонів світу на користь країн ЄС. У 2021 році ЄС також був найбільшим партнером України, проте його частка становила 41%.

За 2022 рік частка ЄС вже сягла 62%. Поза межами ЄС найбільше експорту спрямовано до Туреччини, Китаю, та Індії. Загалом частка Азії зменшилась з 32% до 22%, СНД — з 13% до 6%, Африки — з 9% до 5%, Америки — з 4% до 3%.

У 2021 році чорні метали займали перше місце серед експортних категорій товарів, у 2022 році вони поступилися першістю зерновим культурам. Загалом війна суттєво вплинула на українську металургію.

Скорочення експорту продукції металургії за 8 місяців 2022 року склало 54% (в грошовому вимірі).

Інші сектори, які зазнали значних скорочень експорту за 8 місяців 2022 року: хімічна продукція — 51%, машинобудування — 18%, меблі — на 18%, аграрна та харчова продукція — 11%, одяг та взуття — 10%.

Завдяки деблокаді українських чорноморських портів з серпня 2022 року стало значно простіше експортувати аграрну продукцію.

Частка аграрної та харчової продукції в загальному експорті України збільшилась з майже 36% в 2021 році до 46% (в грошовому вимірі).

При цьому майже 79% експорту агро та харчової продукції припадає саме на зернові та олійні культури. Частка металургійної продукції зменшилась з 24% до 16%, а машинобудування — практично не змінилась.

Варто відзначити і позитивні тенденції: наприклад, зростає експорт молочної продукції, продуктів переробки овочів, кондитерських виробів, готових м'ясних виробів, борошна.

Однією із стратегій подолання кризи є збільшення експорту.

За результатами нещодавнього опитування Ініціативи для відновлення

економіки, розвитку підприємництва та експорту, головною проблемою на шляху до відновлення та розвитку бізнес назвав недостатню кількість платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку. Одним зі шляхів подолання цієї проблеми є розвиток експорту.

Це ж опитування свідчить, що 40% компаній розглядає для себе розвиток експорту як важливий напрямок.

При цьому завдяки санкціям проти Росії та Білорусі, українські виробники можуть отримати нові ніші для експорту власних товарів.

Наприклад, великі машинобудівні компанії в Німеччині та інших країнах ЄС можуть переорієнтуватися на постачальників з України.

Раніше Офіс з розвитку підприємництва та експорту вже робив огляд експорту Росії та Білорусі за 2021-2022 роки, звідки можна дізнатися, у які країни та які товари експортували країни-агресори.

Попри санкційні заходи та майже рік гарячої фази агресивної війни Росії (спільно з Білорусією) проти України імпорту з цих країн не припинявся.

Так за даними Держмитслужби, загальний обсяг імпорту товарів за 2022 рік становив 59,5 млрд дол. США.

Зокрема, імпорту з Білорусі становив 1,421 млрд дол. (2,4% від загального обсягу імпорту), що на 70% менше відповідного показника 2021 року.

Попри РФ, його обсяг за підсумками 2022 року становив 5,555 млрд дол. (9,3% від загального обсягу імпорту), що лише на 16,5% менше показника 2021 року.

Така аномалія зумовлена митним оформленням в грудні минулого року газу, ввезеного у 2014-2016 рр. (на 3,979 млрд дол.). Тут фігурує питання міжнародних транспортних послуг і оплата за них.

Наразі компанії, які тільки починають виходити на зовнішні ринки, мають цілий арсенал інструментів підтримки — від аналітики зовнішніх ринків, освітніх заходів та консалтингу, інструментів іноземних пошуку партнерів до грантів від держави та донорських організацій.

Всі ці можливості акумульовані на експортному напрямі «Дія. Бізнес» — єдиному інформаційному порталі як для експортерів-початківців, так і для тих, хто

вже активно експортує.

1. Попри побоювання, що Україна може майже повністю втратити свою присутність на зовнішніх ринках, реальні вартісні обсяги скорочення товарообігу за підсумками першого півріччя 2022 р. становили 21,3% порівняно з аналогічним періодом 2021 р.

2. Вищі темпи скорочення фізичних обсягів торгівлі (на 36%) свідчать про зростання світових цін на провідні товари зовнішньої торгівлі України.

3. Темпи скорочення експорту товарів (на 24%) перевищують темпи скорочення їх імпорту (на 18,6%), наслідком чого стало збільшення негативного показника сальдо більш ніж удвічі (з 1,2 до 2,6 млрд дол. США).

4. Виникли логістичні труднощі з експортуванням українських товарів через блокування вітчизняних морських портів та обмежену пропускну здатність сухопутних шляхів.

5. Одним із наслідків воєнних дій в Україні стало зростання загрози глобальної продовольчої кризи та збільшення світових цін (на 23,3%) на зернові порівняно з першим півріччям 2021 р.

6. Більше половини (52,2%) товарообігу України припадає на країни ЄС, що суттєво посилює їх значення для зовнішньої торгівлі України.

7. Частка країн ЄАЕС у географічній структурі зовнішньої торгівлі товарами України скоротилася до 8,3%, а товарообіг – на 44,2%. Значною мірою така динаміка зумовлена скороченням товарообігу з РФ та РБ (на 48,6 та 40,8% відповідно). Фактичні дані підтверджують принципово нижчу важливість ринків ЄАЕС для зовнішньої торгівлі України порівняно з європейським ринком.

8. Товарна структура імпорту з країн ЄАЕС свідчить про те, що вони перетворилися переважно на постачальників сировини для економіки України.

Україна має потенціал для розвитку зовнішньої торгівлі послугами, але цей потенціал ще не повністю використовується через військовий конфлікт та наслідки військової агресії. Є кілька основних проблем, які ускладнюють розвиток зовнішньої торгівлі послугами в Україні [36]:

1. Порушення транспортних зв'язків. Контроль над деякими територіями

України проросійськими бойовиками призводить до порушення логістики та транспортних зв'язків з окремими регіонами країни та іншими країнами, з якими Україна співпрацює. Це впливає на можливість доставки послуг до пунктів призначення.

2. Загострення конкуренції. Зменшення попиту на послуги України через військові дії у країні призводить до появи значної конкуренції з боку інших країн, які можуть надавати подібні послуги за меншу ціну. Це ускладнює просування українських послуг на зовнішньому ринку.

3. Негативний імідж. Війна та військова агресія мають негативний вплив на імідж України, що ускладнює проведення маркетингових заходів та рекламних кампаній на зовнішніх ринках. Подолання негативного стереотипу стає важливим завданням для відновлення довіри партнерів.

4. Недостатня підготовка фахівців. Багато фахівців у сфері зовнішньої торгівлі послугами в Україні мають обмежений досвід роботи на міжнародних ринках та необхідний рівень знань. Це ставить під загрозу успішне виведення українських послуг на зовнішній ринок.

Для подолання цих проблем Україна повинна пропонуватися здійснити ряд необхідних заходів:

1. Активно розвивати міжнародну співпрацю та налагоджувати нові транспортні зв'язки. Це включає модернізацію транспортної інфраструктури, надання фінансової та технічної підтримки підприємствам і компаніям, що займаються транспортними та логістичними послугами.

2. Важливо проводити маркетингові та рекламні заходи на зовнішніх ринках для відновлення позитивного іміджу України. Це може включати просування українських послуг, побудову співпраці з міжнародними партнерами та активне участь у міжнародних виставках та конференціях.

3. Звернути увагу на підготовку фахівців у сфері зовнішньої торгівлі послугами. Україна повинна інвестувати в освіту та підвищення кваліфікації фахівців, надавати їм можливості для отримання міжнародного досвіду та вдосконалення професійних навичок.

4. Залучати інвестиції у розвиток відповідної інфраструктури для полегшення зовнішньої торгівлі послугами. Це може включати будівництво та модернізацію морських портів, аеропортів, доріг та залізниць.

Загалом, розвиток зовнішньої торгівлі послугами в Україні потребує комплексного підходу, який включає політичну підтримку, економічні заходи, міжнародну співпрацю і внутрішні структурні реформи. Важливо здійснювати координацію зусиль між урядом, бізнес-спільнотою та академічними установами для досягнення спільних цілей.

Уряд України може сприяти розвитку зовнішньої торгівлі послугами шляхом створення сприятливого бізнес-середовища, спрощення адміністративних процедур, зменшення бюрократичних перешкод і стимулювання інвестицій. Застосування податкових пільг та створення спеціальних економічних зон також може сприяти привабливості України для іноземних інвесторів у сфері послуг [37].

Для покращення маркетингу та просування українських послуг на зовнішніх ринках, можна залучати міжнародні консалтингові компанії, розвивати партнерські відносини з міжнародними організаціями та проводити рекламні кампанії. Особлива увага повинна бути приділена побудові позитивного іміджу України через активну комунікацію з іноземними партнерами та участь у виставках, конференціях та форумах.

Освіта та підготовка фахівців є ключовими для розвитку зовнішньої торгівлі послугами. Україна може розробляти спеціалізовані навчальні програми, співпрацювати з іноземними університетами та проводити тренінги та семінари для підвищення кваліфікації фахівців у галузі послуг.

Нарешті, співпраця з міжнародними партнерами та участь у міжнародних торгових угодах і організаціях також може сприяти розвитку зовнішньої торгівлі послугами. Україна може активно взаємодіяти з міжнародними організаціями, такими як Всесвітня торговельна організація (ВТО), Європейський Союз (ЄС) та Європейська асоціація вільної торгівлі (ЄФТА), для розширення доступу до зовнішніх ринків і зниження торговельних бар'єрів.

Для ефективного розвитку зовнішньої торгівлі послугами України, також важливо звернути увагу на деякі специфічні галузі. Наприклад, розвиток туризму може стати одним з ключових напрямків, особливо враховуючи багатий культурний та історичний спадок України. Удосконалення медичних послуг, особливо медичного туризму, також може привернути іноземних клієнтів. Крім того, Україна має потенціал у сфері ІТ-послуг, програмного забезпечення, консалтингу та інших сучасних технологічних рішень [40].

Важливим аспектом розвитку зовнішньої торгівлі послугами є інтеграція України в глобальну економіку. Членство в різних міжнародних організаціях та партнерство з іншими країнами може сприяти залученню іноземних інвестицій, збільшенню експорту послуг та розширенню ринків збуту. Важливо розширювати мережу торгових угод і укласти взаємовигідні угоди про вільну торгівлю з іншими країнами для стимулювання зовнішньої торгівлі послугами. Вільна торгівля послугами сприяє збільшенню обсягів експорту та імпорту послуг, залученню іноземних інвестицій і розвитку конкурентоспроможності на міжнародному ринку.

Додатковою мірою для розвитку зовнішньої торгівлі послугами є підтримка інновацій та стимулювання підприємництва. Україна може сприяти розвитку інноваційних галузей, зокрема в галузі інформаційних технологій, штучного інтелекту, кібербезпеки та інших сучасних технологій. Також важливо створити сприятливі умови для підприємництва, спрощення процедур реєстрації та ліцензування, забезпечення доступу до фінансування та підтримки стартапів.

Україна повинна також звернути увагу на підвищення якості своїх послуг та визнання міжнародних стандартів якості. Це може включати сертифікацію фахівців, вдосконалення навчальних програм і підвищення рівня кваліфікації працівників у сфері послуг. Постійне вдосконалення і розвиток зовнішньої торгівлі послугами потребує активного співробітництва між державними органами, бізнес-спільнотою та освітніми установами.

Застосування цих стратегічних кроків дозволить Україні реалізувати свій потенціал у сфері зовнішньої торгівлі послугами та стати конкурентоспроможною країною на міжнародному ринку. Ефективний розвиток цієї сфери може принести

значні економічні користі для України. Основні переваги розвитку зовнішньої торгівлі послугами включають:

1. Збільшення експортного потенціалу: Розвиток зовнішньої торгівлі послугами дозволить Україні збільшити обсяги експорту послуг. Це створить нові можливості для українських компаній та фахівців, сприятиме залученню іноземних інвестицій і створенню нових робочих місць.

2. Розширення ринків збуту: Зовнішня торгівля послугами дозволить українським компаніям отримати доступ до нових ринків збуту. Це створить можливість розширення клієнтської бази та збільшення обсягів продажу послуг за кордоном.

3. Залучення іноземних інвестицій: Розвиток зовнішньої торгівлі послугами приверне увагу іноземних інвесторів, які зацікавлені в співпраці з українськими компаніями. Це сприятиме залученню нових інвестицій у сектор послуг та сприяє розвитку української економіки.

4. Розвиток людського потенціалу: Зовнішня торгівля послугами стимулюватиме розвиток людського потенціалу в Україні. Вона спонукає до вдосконалення навичок та підвищення рівня кваліфікації фахівців, що сприятиме створенню конкурентоспроможного працівничого потенціалу.

5. Сприяння економічному зростанню: Розвиток зовнішньої торгівлі послугами сприяє економічному зростанню країни.

Продовження розвитку зовнішньої торгівлі послугами може мати наступні позитивні наслідки для України:

1. Підвищення конкурентоспроможності: Зовнішня торгівля послугами стимулює конкуренцію та підвищує конкурентоспроможність українських компаній. Це вимагає покращання якості та інноваційності наданих послуг, що сприяє підвищенню рівня ефективності українського бізнесу.

2. Залучення технологій та знань: Розвиток зовнішньої торгівлі послугами сприяє обміну технологіями та знаннями між українськими та іноземними компаніями. Це дозволяє впроваджувати передові рішення та підвищувати рівень інноваційності у вітчизняній сфері послуг.

3. Розвиток туризму: Зовнішня торгівля послугами, зокрема у сфері туризму, сприяє розвитку міжнародного туризму в Україні. Це залучає іноземних туристів, створює нові робочі місця у готельній, ресторанній та транспортній галузях, сприяє розвитку інфраструктури туристичних об'єктів.

4. Розширення міжнародних партнерств: Зовнішня торгівля послугами дозволяє українським компаніям встановлювати міжнародні партнерства та співпрацювати з іноземними підприємствами. Це відкриває нові можливості для обміну досвідом, технологіями та ресурсами, що сприяє створенню взаємовигідних умов для обох сторін.

Висновки до розділу 3

Отже, за результатами проведеного дослідження варто зробити відповідні висновки:

Вплив COVID-19 на міжнародну торгівлю послугами має багато загроз і можливостей для України. Варто відзначити, що зовнішня торгівля України є незбалансованою, що негативно впливає на вітчизняну економіку. Наприклад, більший обсяг імпорту, ніж експорту, збільшує вразливість економіки країни, свідчить про те, що внутрішнє виробництво не може задовольнити потреби населення, а також збільшує бюджетні витрати на закупівлю цих товарів. Аналіз тенденцій у зовнішній торгівлі вказує на зменшення зовнішньоторговельного балансу, погіршення структури експорту та зростання імпортової залежності.

Основні фактори та причини цих проблем повинні бути розглянуті для вирішення викликів у зовнішньоторговельній організації на всіх рівнях, від виробників до країни в цілому.

Під впливом війни та наслідків військової агресії виявлені проблеми розвитку зовнішньої торгівлі послугами в Україні.

Умови глобальної кризи, такої як війна, впливатимуть на розвиток зовнішньої торгівлі послугами України. Прогнозується певне заспокоєння економічного середовища восени 2022 року, зниження інфляції та девальвації. Зменшення ВВП у

доларовому еквіваленті може сягнути близько 35% і складати менше 130 млрд доларів США. Продовження зниження рівня реального добробуту домогосподарств можна очікувати до кінця 2023 року через втрату робочих місць, зниження доходів і високу інфляцію. Це призведе до негативних очікувань щодо сукупного попиту. Навіть ті громадяни, які переїхали до регіонів, які не безпосередньо постраждали від військових дій, зазнають значних втрат доходів і добробуту.

Таким чином, COVID-19 і війна мають серйозний вплив на міжнародну торгівлю послугами, а зовнішньоторговельна ситуація України погіршується. Однак, ці загрози можуть створити можливості для реформ і змін в економіці, що дозволить країні розвивати нові галузі та залучати іноземні інвестиції. Необхідно проводити аналіз причин проблем та розробляти стратегії для покращення зовнішньоторговельного балансу та розвитку послугового сектору в Україні.

ВИСНОВКИ

Україна, як і багато інших країн, зазнала серйозних викликів на світовому ринку послуг в умовах глобальних криз, таких як COVID-19 і війна. Загрози і виклики, пов'язані з цими кризами, створили значні перешкоди для розвитку послугового сектору країни. Однак, в той же час, ці кризи можуть стати каталізатором для проведення реформ і змін, які можуть покращити конкурентоспроможність України на світовому ринку послуг.

З огляду на вплив COVID-19, було виявлено, що пандемія суттєво обмежила міжнародні переміщення людей, що впливає на сектор туризму, гостювинності та інших пов'язаних послуг. Обмеження подорожей і введення карантинних обмежень призвели до скорочення попиту на такі послуги та зменшення доходів підприємств у цих галузях. Україна, як країна, яка має потенціал для розвитку туризму, зазнала великого впливу на свою туристичну індустрію.

Події, які відбуваються сьогодні в Україні у зв'язку із вторгненням Росії на територію України призвели до масштабних економічних потрясінь, які потребують негайного вирішення одразу після завершення війни, оскільки саме оперативність може відіграти ключову роль у відновленні української економіки. До початку війни економіка України відзначалась вагомою роллю великих підприємств у ключових секторах виробництва, у зв'язку з чим можна припустити значне скорочення активів у кожному секторі.

Близько двох третин національного виробництва в Україні генерується послугами, які залежать від інших галузей. Зокрема, торгівля та транспорт є значною мірою залежними від експорту первинних секторів виробництва, а видобувна промисловість і сільське господарство – від вторинних секторів. Пошкодження або руйнування основних засобів підприємств зазначених секторів одночасно погіршує економічні перспективи третинних галузей промисловості, навіть якщо їхні активи неушкоджені [95].

Однак, в умовах кризи є й можливості для України. Зміна світових

економічних умов та попиту на певні послуги може стимулювати розвиток нових галузей та напрямків в послуговому секторі. Наприклад, зростання попиту на цифрові технології та інформаційні послуги можуть стати потужними драйверами розвитку для України. Країна має значний потенціал у сфері ІТ-сектору, програмного забезпечення, аутсорсингу та інших інноваційних галузях, які можуть залучати іноземні інвестиції та створювати нові робочі місця.

Зокрема, розвиток електронної комерції та онлайн-платформ може забезпечити нові можливості для експорту послуг з України. Це може сприяти збільшенню обсягів міжнародної торгівлі послугами, залученню нових партнерів і розширенню географії ринків.

Крім того, Україна може скористатися потенціалом розвитку освіти, медичних та консультативних послуг. Забезпечення якісної освіти та високопрофесійної медичної допомоги може привернути іноземних клієнтів, залучити інвестиції та покращити репутацію України в глобальному масштабі.

Зростання туризму в Україні також може бути важливим стимулом для розвитку послугового сектору. Залучення іноземних туристів, пропозиція різноманітних туристичних послуг та розвиток інфраструктури можуть підвищити конкурентоспроможність країни і збільшити доходи від туристичної галузі.

В цілому, Україна має потенціал для розвитку і покращення своєї присутності на світовому ринку послуг. Проте, для цього необхідно здійснити реформи, стимулювати інновації, підтримувати підприємництво та залучати і розвивати іноземні інвестиції. Основні висновки щодо впливу COVID-19 на міжнародну торгівлю послугами та можливості для України можна сформулювати наступним чином:

1. Обмеження подорожей і карантинні заходи, пов'язані з пандемією COVID-19, призвели до значного зменшення попиту на послуги, пов'язані з туризмом, гостьовинністю та іншими секторами, які вимагають фізичної присутності. Це створило складнощі для підприємств, що займаються наданням цих послуг.

2. Розвиток цифрових технологій та інтернет-послуг стали надзвичайно важливими в умовах пандемії. Онлайн-платформи, електронна комерція,

дистанційна освіта та інші цифрові послуги зазнали зростання попиту. Україна може використати свій потенціал у галузі ІТ-сектору та програмного забезпечення для розвитку цих послуг та привернення іноземних клієнтів.

3. Війна в Україні створила додаткові виклики для зовнішньоторговельних операцій та розвитку послугового сектору. Нестабільна політична та економічна ситуація в європейському регіоні обмежує можливості розвитку інвестицій та залучення нових партнерів.

4. Незбалансованість зовнішньої торгівлі України створює проблеми для економіки країни. Зростання імпорту порівняно з експортом призводить до збільшення відкритості економіки і залежності від імпорту. Для забезпечення стійкого розвитку послугового сектору в Україні необхідно зміцнювати внутрішнє виробництво.

5. Для підтримки розвитку послугового сектору в умовах глобальних криз, Україна повинна спрямувати зусилля на реформи і політичну стабільність. Стабільне і передбачуване законодавство, захист прав власності та розумна регуляторна політика сприятимуть привабливості країни для іноземних інвестицій та розвитку бізнесу.

6. Розвиток інфраструктури є ключовим фактором для покращення конкурентоспроможності України на світовому ринку послуг. Вдосконалення транспортної, комунікаційної та енергетичної інфраструктури дозволить забезпечити ефективну та швидку доставку послуг, зменшити витрати та підвищити якість обслуговування.

7. Розвиток людського капіталу є критично важливим для покращення якості та конкурентоспроможності послугового сектору. Інвестиції в освіту, навички та підвищення кваліфікації сприятимуть розвитку високоякісних послуг та приверненню іноземних клієнтів.

8. Продовження торговельних угод та розширення міжнародного співробітництва в сфері послуг є важливими для забезпечення доступу до зовнішніх ринків. Україна повинна активно вести перемовини і підписувати вигідні угоди, що дозволять підприємствам отримати переваги на світових ринках.

9. Розробка маркетингових стратегій та просування бренду України як провідного постачальника певних послуг можуть допомогти привернути увагу іноземних клієнтів та збільшити експорт послуг.

10. Належна увага до створення сприятливого підприємницького середовища є важливим чинником для розвитку послугового сектору. Зменшення бюрократичних перешкод, спрощення процедур реєстрації бізнесу, забезпечення прозорості та предсказуваності правової системи сприятимуть стимулюванню підприємництва та залученню інвестицій.

11. Важливо також забезпечити ефективний механізм підтримки інновацій у послуговому секторі. Залучення дослідницьких та розробницьких проєктів, створення інноваційних кластерів та сприяння стартапам допоможуть розвивати нові технології та покращувати якість послуг.

12. Одним з ключових аспектів розвитку послугового сектору є створення сприятливих умов для малого та середнього бізнесу. МСБ є основним джерелом розширення послугового сектору, тому необхідно забезпечити доступ до фінансування, підтримку підприємництва та сприяння їхньому розвитку.

Загалом, Україна має потенціал для розвитку на світовому ринку послуг, але для цього необхідно прийняти реформи, створити сприятливі умови для підприємництва та інвестицій, розвивати інноваційні галузі, залучати та зберігати висококваліфікованих фахівців та активно просувати бренд України на міжнародному рівні.

СПИСОК БІБЛОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України. Документ 959-ХІІ, чинний, поточна редакція – Редакція від 01.08.2022, підстава – 1591-ІХ. Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 29, ст. 377.
2. Алавердян Л. М., Романенко О. В. Сучасні реалії та перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України з іншими країнами світу / Л. М. Алавердян, О. В. Романенко // Ефективна економіка. 2019. – № 4. – С.67-78.
3. Антонюк К. В. Визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами / К. В. Антонюк // Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. – Вип. 6. – С.46-51.
4. Бойко В. О., Бойко Л. О. Сучасний стан міжнародної торгівлі України як основної форми міжнародного бізнесу / В. О. Бойко, Л. О. Бойко // Фінансовий простір. 2022. – № 1 (45). – С.49-57.
5. Вірковська А. А. Пріоритети реалізації зовнішньо-торгівельних інтересів України з країнами Європи. URL:<http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/12086/1/стаття%20№11.pdf>.
6. Глуховська Б. В., Побоченко Л. М. Україна й Європа: цінності та стандарти / Б. В. Глуховська, Л. М. Побоченко // Сучасні міжнародні відносини: актуальні проблеми теорії і практики – 2020: міжнародна науково-практична конференція, 17 квітня 2020 року: тези доп. – К., 2020. – С.434–440.
7. Гречишкіна О. О., Ковалев А. С. Податкові інструменти регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / О. О. Гречишкіна, А. С. Ковалев // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. 2014. – № 8 (215). – С.26-29.
8. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навч. посіб. Харківський національний університет імені ВН Каразіна. Харків. 2016. – 136 с.

9. Давиденко Г. Теоретичний аспект впливу стандартів на міжнародну торгівлю / Г. Давиденко // Інноваційна економіка. 2020. – № 9-10. – С.5-10.
10. Дернова І. А. Зовнішньоторговельна відкритість національної економіки: статистична оцінка / І. А. Дернова // Електронне наукове фахове видання «Східна Європа: економіка, бізнес та управління». м. Дніпро, 2019. – № 2 (19). – С.410-414.
11. Єлісеєва О. А. Становлення та розвиток міжнародно-правового регулювання міжнародної торгівлі послугами / О. А. Єлісеєва // Актуальні питання публічного та приватного права. 2014. – № 3. – С.218-224.
12. Капелюшна Т. В., Гавриш О. М., Пильнова В. П. Діагностика та тенденції розвитку міжнародної торгівлі в Україні / Т. В. Капелюшна, О. М. Гавриш, В. П. Пильнова. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/98.pdf.
13. Карандюк О. Г., Пеценко М. В. Сучасний стан та тенденції розвитку міжнародного ринку послуг / О. Г. Карандюк, М. В. Пеценко // Розвиток економіки та бізнес-адміністрування: наукові течії та рішення: Матеріали II Міжнар. науковопракт. конф., м. Київ, 21 жовтня 2021 р. Т. 2. Київ: Національний авіаційний університет, 2021. – С.203-205.
14. Квач Я., Грималюк А. Еволюція міжнародної торгівлі / Я. Квач, А. Грималюк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2017. – № 4. – С.47-56.
15. Кваша О. С. Україна та ЄС: проблеми та перспективи інтеграції в сучасних умовах / О. С. Кваша // Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород, 2019. – Вип. 23, Ч. 1. – С.112–117.
16. Кирилов Ю. Є., Грановська В. Г., Крикунова В. М., Жосан Г. В., Бойко В. О. Цифрова економіка / Ю. Є. Кирилов, В. Г. Грановська, В. М. Крикунова, Г. В. Жосан, В. О. Бойко // Криптовалюти: навчальний посібник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. – 228 с.

17. Ковтун Т. Д., Матвієнко А. П. Актуальні тренди міжнародної торгівлі товарами та особливості зовнішньої торгівлі України / Т. Д. Ковтун, А. П. Матвієнко // Бізнес Інформ. 2019. – № 9. – С. 28-35.
18. Колобердянко І. І., Чернявська А. В. Стан і тенденції міжнародного ринку торгівлі ІТ-послугами / І. І. Колобердянко, А. В. Чернявська // Економіка та суспільство. 2021. – Вип. 32. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-45>.
19. Кононенко Л. В. Трансформування міжнародної торгівлі в умовах глобалізації і цифровізації економіки / Л. В. Кононенко // Наука і техніка сьогодні. - 2022. – № 5 (5). – С.110-121.
21. Коробко А. В., Туль С.І. Діджиталізація міжнародної торгівлі: особливості та мегатренди / А. В. Коробко, С.І. Туль // Актуальні проблеми теорії та практики міжнародних економічних відносин в умовах глобальної трансформації: матеріали наукової конференції студентів та молодих учених спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини (м. Полтава, 2 грудня 2020 р.); за заг. ред. В. Ю. Стрілець. Полтава : ПУЕТ, 2020. – С.42-44.
22. Короленко Н. В., Ларина Т. І. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі України в умовах глобальної кризи COVID-19 / Н. В. Короленко, Т. І. Ларина // Інвестиції: практика та досвід. 2021. – № 1. – С.59–65.
23. Котлер Ф., Катарджая Г., Сетьяван І. Маркетинг. Від традиційного до цифрового. Пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. Київ: Вид. група КМ-БУКС, 2018. – 208 с.
24. Набок І. І. Кон'юнктура світових товарних ринків: навч. посібник / І. І. Набок. – К.: НАУ, 2018. – 193 с.
25. Мамедов К. Інструменти регулювання міжнародної торгівлі логістичними послугами / К. Мамедов // Шевченківська весна: Матеріали міжнародної науковопрактичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2017. – Ч. 1. – С.126-129.
26. Марченко В. С., Сидоренко К. В. Трансформація економіки України під впливом глобалізаційних процесів сьогодення / В. С.Марченко, К. В. Сидоренко //

Сучасні проблеми глобалізаційних процесів у світовій економіці: XII міжнар. наук.практ. конф., 11 листопада 2019 р. – К., 2019. – С.194-196.

27. Машков А. О. Стратегічні напрямки державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України в умовах інноваційного розвитку / А. О. Машков // Державне управління: удосконалення та розвиток. 2012. – № 11. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2012_11_15.

28. Міжнародна торгівля: конспект лекцій: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент». КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К. О. Кузнєцова, В. В. Чорній, О. С.Ченуша. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 191 с.

29. Міжнародні економічні відносини. Навч. посібник / за ред. проф., д.е.н. С.В. Сіденко. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ–друк», 2015. – 465 с.

30. Міщенко Д. А., Міщенко Л. О. Теоретичні основи механізму державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні / Д. А. Міщенко, Л. О. Міщенко // Державне управління: удосконалення та розвиток. 2021. – № 2. URL: http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/2_2021/8.pdf.

31. Моїсеєко Т. Є. Міжнародна торгівля: навч. посіб. КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ: Крок, 2018. – 287 с.

32. Нечипорук К. О. Угода про асоціацію України та ЄС: процес укладення угоди та його наслідки для України / К. О. Нечипорук // Науковий вісник Ужгородського національного університету: серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство; голов. ред. М. М. Палінчак. Ужгород: Гельветика. 2018. – Вип. 22. – № 3. – С.5-9.

33. Новікова А. П., Скоробогатова Н. Є. Аналіз розвитку світового та українського ринку ІТ-послуг / А. П. Новікова, Н. Є. Скоробогатова // Інвестиції: практика та досвід. 2018. – № 3. – С.52–56.

34. Пічкурова З. В. Світова практика державної підтримки малого та середнього бізнесу в умовах пандемії COVID-19 / З.В. Пічкурова // Науковий економічний журнал «Інтелект ХХІ». – К.: Видавничий дім «Гельветика», 2020. – № 6. – С.85-91.

35. Пічкурова З. В. Особливості реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у сфері інтелектуальної власності / З. В. Пічкурова // Угода про асоціацію з ЄС як інструмент забезпечення стійкості економіки України: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (25-26 листопада 2021 року, м. Київ) у 2 частинах. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Навчальнонауковий інститут міжнародних відносин, Центр досконалості Жана Моне, 2022. Ч.1. – С.99-102.

36. Пічкурова З. В. Інтелектуалізація міжнародної торгівлі в умовах пандемії COVID-19 / З. В. Пічкурова // Економіка та суспільство. 2021. № 34. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/981> DOI: 10.32782/2524-0072/2021-34-13.

37. Пічкурова З. В. Ризики та загрози війни в Україні для світової економіки / З. В. Пічкурова // Трансформація національної, закордонної моделей економічного розвитку та законодавства в умовах воєнного часу: матеріали III міжнародної науково-практичної конференції (27-29 червня 2022 року, м. Луцьк). – Луцьк: Волинський національний університет імені Лесі Українки, 2022. – 311-314.

38. Платонова І. О. Експорт як чинник економічного зростання України в умовах міжнародної інтеграції / І. О. Платонова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. – Вип. 24. – Ч. 3. – С.37-41.

39. Платонова І. О. Теоретичні засади механізмів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності / І. О. Платонова // Інвестиції: практика та досвід. 2020. – № 13-14. – С.125-129.

40. Побоченко Л. М. Вплив війни в Україні на розвиток міжнародного туристичного бізнесу / Л. М. Побоченко // Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі: XIII міжнародна науково-практична конференція, 26 травня 2022 року: тези доп. – К., 2022. – С.163-169.

41. Поляков М. В. Особливості розвитку міжнародного бізнесу в умовах становлення глобальної економіки знань / М. В. Поляков // Економічний простір. 2017. – № 121. – С.47-57.

42. Приступа О. О. Новий етап зовнішньоекономічних зв'язків України / О. О. Приступа // Наукові записки РДГУ. 2018. – № 1. – С.11-14.
43. Приходович О. А. Україна та ЄС: економічне та політичне співробітництво / О. А. Приходович // Економічні науки. 2017. – № 12. – С.52-60.
44. Прушківська Е. В. Основи розвитку новітніх форм міжнародного бізнесу в умовах глобалізації / Е. В. Прушківська // Економічний вісник Національного гірничого університету. 2018. – № 2. – С.119–125.
45. Рибак І., Бабінська О. Місце України в системі міжнародної торгівлі / І. Рибак, О. Бабінська // ЛОГОΣ. Мистецтво наукової думки. 2020. – № 9. – С.13-16.
46. Розанов Р. Д. Зовнішньоекономічна діяльність держави / Р. Д. Розанов // Економічні науки. 2010. – № 12. – С.25-31.
47. Румянцев А. П. Напрями розвитку світового ринку послуг в умовах глобалізації / А.П. Румянцев, Д.М. Носанов // Україна і світ: перспективи та стратегії розвитку: електронний збірник наукових праць. – 2018. – № 2. – Вип. 7. – С.238-249.
48. Румянцев А.П. Пріоритети розвитку економічної співпраці України з ЄС / А.П. Румянцев, Д.О. Антоненко // Стратегія розвитку України. – 2018. – № 2. – С.130-133.
49. Румянцев А. П. Глобальний прояв розвитку міжнародної торгівлі / А. П. Румянцев // Міжнародна науково-практична конференція «Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі»: збірник тез, м.Київ, 13 квітня 2017 р. – К: Національний авіаційний університет, 2017. – С.12-14.
50. Сапожник Д. І., Демидчук Л. Б. Інформаційна сервізація в системі трансформації інфраструктури надання послуг індустрії гостинності / Д. І. Сапожник, Л. Б. Демидчук // Підприємництво і торгівля. 2021. – № 28 – С.89-96.
51. Сидоренко К. В., Шеремет О. В. Наслідки COVID-19 для світової економіки: перші підсумки 2020 року / К. В. Сидоренко, О. В. Шеремет // Економічний простір. – 2021. – №168. – С.29-36.
52. 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 прогнозів. НАН України». К., 2019. – 350 с.

53. Сурай А. С. Бізнес-середовище – пріоритетна складова і тригер розвитку регіонів України. ДонДУУ / А. С. Сурай // Менеджер. 2018. – № 2 (79). – С.105-113.

54. Сучасні перетворення міжнародного бізнесу: матеріали ІV Всеукраїнської науково-практичної конференції (31 березня 2021 року, м. Харків) / за заг. ред. С.І. Архієреєва, І. О. Дерід. – Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. – 214 с.

55. Титаренко Л. М. Міжнародна економічна політика України: сучасні виклики та перспективи / Л. М. Титаренко // Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. – Вип. 22. – С.114-118.

56. Топольницька Т. Б. Напрями підвищення дієвості механізму регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств цементної галузі України / Т. Б. Топольницька // Ефективна економіка. 2020. – № 4.
URL:<http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7783>.

57. Документ робочої групи №11 План дій 2.0 Посилення санкцій проти Російської Федерації Міжнародна робоча група з питань російських санкцій 24 квітня 2023 року/ URL:<https://fsi.stanford.edu/working-group-sanctions>.

58. Тупота І. Сучасний стан зовнішньої торгівлі України. Секція 1. Економіка України: глобальні виклики та національні можливості / І. Тупота // Проблеми та перспективи розвитку економіки України: погляд молоді. – Матеріали XIV Всеукраїнської науково-практичної конференції. – 20 квітня 2022 р. – м. Черкаси. Черкаси: ЧДБК, 2022. – С.35-37.

59. Федоришина Л. М. Дослідження тенденцій розвитку міжнародної інтернетторгівлі та міжнародного поштового обміну / Л. М. Федоришина // Митна безпека. 2018. – Вип. 2. – С.218-232.

59. Швець Г. О. Сучасне бізнес-середовище малого та середнього підприємництва в Україні / Г. О. Швець // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки : зб. наукових праць. ДВНЗ «ПДТУ». Маріуполь, 2017. – Вип. 34. – С.31–39.

60. Шиманська К. В., Бондарчук В. В. Ефект Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС на вітчизняний імпорт та експорт / К. В. Шиманська, В. В. Бондарчук // Економіка, управління та адміністрування. 2021. – № 2 (96). – С.25-30.
61. Шнурова І. Міжнародна економічна інтеграція на сучасному етапі розвитку / І. Шнурова // Міжнародний менеджмент, 2017. – № 4. – С.23-28.
62. Adlung, R. and M. Roy. Turning Hills into Mountains? Current Commitments under the GATS and Prospects for Change // Journal of World Trade. – 2015. – 39 (6), – pp. 1161-1194.
63. Amirapu, A. and A. Subramanian. Manufacturing or Services? An Indian Illustration of a Development Dilemma, Centre for Global Development Working Paper. 2015. – № 409. – June 2015.
64. Andrenelli A., C. Cadestin, K. De Backer, S. Miroudot, D. Rigo, M. Ye. Multinational production and trade in services", OECD Trade Policy Papers. 2018. – №. 212. – OECD Publishing, Paris.
65. Ariu A., Breinlich H., Corcos G., Mion G. The Interconnections between Services and Goods Trade at the Firm-Level // Journal of International Economics. 2019. – № 116. – pp. 173-188.
66. Arnold J., Mattoo A., and Narciso G. Services inputs and firm productivity in Sub-Saharan Africa: Evidence from firm level data // Journal of African Economies. 2018. № 17 (4). – pp. 578–599.
67. Arnold J., B. Javorcik and A. Mattoo. Does services liberalization benefit manufacturing firms? Evidence from the Czech Republic // Journal of International Economics. – 2020. – № 85 (1). – pp. 136–46.
68. Arnold J., Javorcik B., Lipscomb M., and Mattoo A. Services reform and manufacturing performance: Evidence from India // The Economic Journal. – 2015. – № 126. – pp. 1–39.
69. Baier S. L. On the widely differing effects of free trade agreements: Lessons from twenty years of trade integration // Journal of International Economics. – 2019. – Vol. 116. – P. 206–226.

70. Balchin N., B. Hoekman, H. Martin, M. Mendez-Parra, P. Papadavid, D. Primack, and D. Willem te Velde // *Trade in Services and Economic Transformation*, – Overseas Development Institute, London.
71. Bertho F., I. Borchert, and A. Mattoo. *The Trade-Reducing Effects of Restrictions on Liner Shipping* // *Journal of Comparative Economics*. 2016. – № 44 (2), – pp. 231-242.
72. Beverelli C., M. Fiorini, and B. Hoekman. *Services Trade Restrictiveness and Manufacturing Productivity: The Role of Institutions* // *Journal of International Economics*. – 2017. – № 104 (1). – pp. 166–182.
73. Boiko V., Kwilinski A., Misiuk M., Boiko L. *Competitive advantages of wholesale markets of agricultural products as a type of entrepreneurial activity: the experience of Ukraine and Poland*. *Economic Annals-XXI*. 2019. – Vol. 175. – Is. 1-2. – pp. 68–72.
74. Borchert I., B. Gootiiz A. G. Goswami and A. Mattoo. *Services Trade Protection and Economic Isolation* // *World Economy*. – 40:3. – pp. 632-652.
75. Fiorini, M. and B. Hoekman. *EU Services Trade Liberalization and Economic Regulation: Complements or Substitutes? Review of International Organizations* // Published online: 26 November 2018.
76. Fiorini, M. and B. Hoekman. *Services Trade Policy and Sustainable Development* // *World Development*. – 2018. – № 112. – pp. 1-12.
77. Fiorini M. and B. Hoekman. *Trade Agreements, Regulatory Institutions and Services Liberalization* // *Global Policy*. – 2018. – № 9:4. – pp. 441-450.
78. Choi B.Y. *Preferential Trade Agreements of China, Japan and Korea: Towards Deeper Integration*. 2017. URL: https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/10763/KIEPOpinions_no103.pdf.
79. DiCaprio A. *Regional trade agreements, integration and development*. 2017. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/179226/1/adbi-wp770.pdf>.
80. Kepaptsoglou K. *The gravity model specification for modeling international trade flows and free trade agreement effects: a 10-year review of empirical studies*. The

open economics journal. 2010. – Vol. 3, –№ 1. URL: <https://benthamopen.com/contents/pdf/TOECONSJ/TOECONSJ-3-1.pdf>.

81. Kowalski, P., J. Lopez Gonzalez, A. Ragoussis, and C. Ugarte. Participation of Developing Countries in Global Value Chains: Implications for Trade and Trade-Related Policies // OECD Trade Policy Papers. – 2015. – no. 179, OECD Publishing, Paris.

82. Kyrylov Y., Hranovska V., Boiko V., Kwilinski A., & Boiko L. International Tourism Development in the Context of Increasing Globalization Risks: On the Example of Ukraine's Integration into the Global Tourism Industry. Journal of Risk and Financial Management. 2020. – № 13(12), – P. 303.

83. Kwilinski A., Dzwigol H., & Dementyev V. Transnational Corporations as Entities of International Entrepreneurship. International Journal of Entrepreneurship, 2019. – № 23(SI4), – P. 1-6.

84. Lestage R., D. Flacher Y. Kim, J. Kim, and Y. Kim. Competition and Investment in Telecommunications: Does Competition have the Same Impact on Investment by Private and State-Owned Firms // Information Economics and Policy. – 2013. – № 25. – pp. 41-50.

85. Liu X., A. Mattoo Z. Wang S. Wei. Services Development and Comparative Advantage in Manufacturing // World Bank Policy Research Working Paper 8450. 2018. – May 2018. – Washington DC.

86. Low P. and Pasadilla G. O. Manufacturing-Related Services: Summary Report, in Services in Global Value Chains: Manufacturing-Related Services, APEC Policy Support Unit, November. – 2015, Singapore.

87. Miroudot S. and B. Shepherd. Trade Costs and Global Value Chains in Services, in Sauvé and Roy (eds.), Research Handbook on Trade in Services, Edward Elgar Publishing, Cheltenham (UK). – 2016. – pp. 66-84.

88. Nguyen V.T.H. The Effect of Trade Integration on Business Cycle Synchronization in East Asia. The Journal of Asian Finance, Economics, and Business. 2020. – Vol. 7, – № 8. – P. 225–231.

89. Roy M. Elevating services: Services trade policy, WTO commitments, and their role in economic development and trade integration. *Journal of World Trade*. 2019. Vol. 53, № 6. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/195774/1/166318786X.pdf>
90. Skrypnyk N., Sydorenko K. The main components of the formation of a modern innovation base of competitiveness in the context of globalization transformations // *Бізнес-Інформ*. – 2019. – № 4. – С.115-123. – DOI 10.32983/2222-4459-2019-4-115123.
91. Global aspects of national economy development in the conditions of transformational changes: collective monograph / L. O. Aleschenko, O. V. Averchev, V.O. Boiko, S. Yu. Bolila, L. V. Borovik, O. V. Cheremisin etc. Lviv-Toruń : Liha-Pres, 2021. – 248 p.
92. Global Economic Prospects. A World Bank Group Flagship Report. January 2023. The World Bank Open Knowledge Repository (OKR). URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/38030/GEP>.
93. The EU Solution to Deal with the Dutch Referendum Result on the EU-Ukraine Association Agreement. URL: <http://www.europeanpapers.eu/en/europeanforum/eusolution-deal-dutch-referendum-result-on-the-eu-ukraine-association-agreement>.
94. Офіційний сайт Національного інституту стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/>.
95. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
96. Офіційний сайт Національного Банку України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/about/international/financial-institutions>.
97. Офіційний сайт OECD Science, Technology and Industry Outlook. URL: https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=MEI_BOP6.
98. Офіційний сайт ЮНКТАД. URL: <http://unctadstat.unctad.org>.
99. Офіційний веб-сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua>.
100. Офіційний сайт Світового банку. URL: <https://data.worldbank.org>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами у 2022 році

	Експорт			Імпорт			Сальдо
	млн дол. США	у % до 2021р.	% до обсягу	млн дол. США	у % до 2022р.	% до обсягу	
Усього	13156,5	114,2	100,0	7593,4	132,9	100,0	5563,1
у тому числі							
Австрія	251,6	141,4	1,9	114,6	101,9	1,5	137,0
Бельгія	138,7	126,8	1,1	181,2	118,3	2,4	-42,5
Білорусь	111,0	96,7	0,8	106,5	106,0	1,4	4,5
Болгарія	65,2	135,3	0,5	69,3	256,3	0,9	-4,1
Британські Віргінські Острови	99,4	63,5	0,8	4,6	65,0	0,1	94,8
Гонконг, Особливий адміністративний район Китаю	83,1	130,4	0,6	11,1	250,8	0,2	72,0
Грузія	58,7	166,2	0,5	50,9	149,8	0,7	7,9
Данія	229,2	117,8	1,7	82,0	102,6	1,1	147,2
Естонія	142,4	70,2	1,1	62,1	134,1	0,8	80,4
Єгипет	183,0	530,1	1,4	169,9	233,3	2,2	13,1
Ізраїль	371,3	172,6	2,8	40,2	118,7	0,5	331,0
Індія	157,3	162,6	1,2	8,5	92,5	0,1	148,8
Ірландія	119,2	99,8	0,9	374,7	142,8	4,9	-255,5
Іспанія	74,8	152,7	0,6	46,2	128,1	0,6	28,6
Італія	125,8	142,4	1,0	43,2	105,7	0,6	82,6
Канада	110,5	104,2	0,8	21,8	39,1	0,3	88,7
Китай	88,6	71,3	0,7	298,7	151,5	3,9	-210,1
Кіпр	396,0	96,9	3,0	342,2	143,4	4,5	53,8
Латвія	50,2	112,8	0,4	68,0	158,7	0,9	-17,8
Литва	71,5	125,9	0,5	69,8	179,9	0,9	1,7
Люксембург	31,2	112,9	0,2	110,8	165,3	1,5	-79,6
Мальта	254,1	174,9	1,9	236,4	203,3	3,1	17,6
Нідерланди	324,7	133,5	2,5	139,8	124,3	1,8	184,9
Німеччина	717,3	113,8	5,5	458,9	109,2	6,0	258,4
Об'єднані Арабські Емірати	406,9	122,7	3,1	124,5	160,2	1,6	282,4
Польща	462,7	104,9	3,5	273,2	135,9	3,6	189,4
Республіка Молдова	70,1	121,1	0,5	36,7	129,7	0,5	33,3
Російська Федерація	1935,2	73,4	14,7	176,3	100,2	2,3	1758,9
Румунія	124,5	111,3	1,0	25,0	115,4	0,3	99,4
Сингапур	65,6	130,9	0,5	30,1	196,2	0,4	35,5
Словаччина	46,2	88,2	0,4	36,9	153,1	0,5	9,4
Сполучене Королівство Великої Британії	802,4	126,2	6,1	594,5	114,4	7,8	207,8
США	1901,3	134,0	14,5	781,2	113,6	10,3	1120,1
Туреччина	374,3	256,5	2,9	935,7	212,0	12,3	-561,3
Угорщина	254,3	126,6	1,9	41,2	70,7	0,5	213,1
Франція	250,1	136,7	1,9	178,2	136,5	2,4	71,8
Чехія	122,3	115,5	0,9	67,4	124,7	0,9	54,9
Швейцарія	1160,6	149,1	8,8	276,2	127,2	3,6	884,4
Швеція	114,7	108,0	0,9	89,8	156,9	1,2	24,9
Довідково:							
Країни ЄС	4494,2	117,5	34,2	3232,8	134,3	42,6	1261,4

Примітка. Складено автором за даними Світової організації торгівлі (СОТ).

Додаток Б

Таблиця Б.1

Структура зовнішньої торгівлі послугами у 2022 році

Найменування послуги згідно із КЗЕП	Код послуги згідно із КЗЕП	Експорт			Імпорт		
		млн дол. США	у % до 2021р.	% до обсягу, розділу	млн дол. США	у % до 2021р.	% до обсягу, розділу
Усього		13156,5	114,2	100,0	7593,4	132,9	100,0
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	01.	1528,0	113,0	11,6	10,2	337,1	0,1
Послуги для переробки товарів з метою реалізації у внутрішній економіці	01.01	6,5	83,9	0,4	0,7	961,1	6,9
Послуги для переробки товарів з метою реалізації за кордоном	01.02	1521,5	113,1	99,6	9,5	321,6	93,1
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	02.	298,8	126,3	2,3	75,0	122,1	1,0
Транспортні послуги	03.	5314,7	106,5	40,4	1733,7	163,4	22,8
Послуги морського транспорту	03.01	624,8	103,1	11,8	581,9	187,8	33,6
Послуги річкового транспорту	03.02	36,1	140,2	0,7	к	к	к
Послуги повітряного транспорту	03.03	1728,3	215,4	32,5	539,2	168,6	31,1
Послуги залізничного транспорту	03.05	442,6	109,2	8,3	280,7	142,2	16,2
Послуги автомобільного транспорту	03.06	400,8	117,9	7,5	228,4	129,4	13,2
Послуги трубопровідного транспорту	03.07	1675,1	68,6	31,5	к	к	к
Інші допоміжні та додаткові транспортні послуги	03.09	338,1	105,6	6,4	45,9	166,2	2,7
Послуги поштової та кур'єрської служби	03.10	68,9	149,0	1,3	56,4	199,8	3,3
Послуги, пов'язані з подорожами	04.	337,4	128,1	2,6	1578,0	224,5	20,8
Послуги з будівництва	05.	53,6	71,1	0,4	52,6	132,9	0,7
Будівництво за кордоном	05.01	44,2	76,0	82,5	33,3	124,0	63,2
Будівництво у внутрішню економіку	05.02	9,4	54,7	17,5	19,4	151,6	36,8
Послуги зі страхування	06.	121,2	208,2	0,9	129,7	102,2	1,7
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	07.	91,9	88,7	0,7	509,8	108,1	6,7
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	08.	60,5	63,7	0,5	607,4	112,4	8,0
Послуги франшизи та використання торгової марки	08.01	8,9	115,5	14,8	229,2	127,8	37,7
Послуги, пов'язані з ліцензійною діяльністю	08.02	39,7	89,8	65,6	279,8	102,5	46,1
Послуги, пов'язані з патентною діяльністю	08.03	3,8	10,3	6,3	0,7	135,9	0,1
Інші роялті	08.04	8,0	139,8	13,3	97,7	111,9	16,1
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	09.	3856,6	126,4	29,3	661,9	117,8	8,7
Телекомунікаційні послуги	09.01	101,6	108,7	2,6	102,7	119,5	15,5
Комп'ютерні послуги	09.02	3044,7	129,8	79,0	385,2	116,4	58,2
Інформаційні послуги	09.03	710,2	115,9	18,4	174,0	119,9	26,3
Ділові послуги	10.	1437,3	114,4	10,9	1115,9	112,3	14,7

Продовження додатку Б
Продовження таблиці Б.1

Найменування послуги згідно із КЗЕП	Код послуги згідно із КЗЕП	Експорт			Імпорт		
		млн дол. США	у % до 2021р.	% до обсягу, розділу	млн дол. США	у % до 2021р.	% до обсягу, розділу
Послуги дослідження та розробки	10.01	152,3	121,5	10,6	35,7	122,6	3,2
Професійні та консалтингові послуги	10.02	719,6	117,0	50,1	633,7	114,0	56,8
Наукові та технічні послуги	10.03	314,3	116,8	21,9	127,1	107,7	11,4
Послуги з обробки та усунення забруднення навколишнього середовища	10.04	0,6	118,4	0,0	0,2	0,6	0,0
Послуги сільського господарства та послуги видобутку	10.05	3,8	50,2	0,3	5,7	25,7	0,5
Послуги операційного лізингу	10.06	46,6	102,2	3,2	223,3	141,4	20,0
Послуги, пов'язані з торгівлею, та посередницькі послуги	10.07	49,2	64,7	3,4	23,9	97,2	2,1
Інші ділові послуги	10.08	151,0	128,6	10,5	66,4	116,0	6,0
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	11.	47,1	146,6	0,4	21,1	168,4	0,3
Аудіовізуальні та пов'язані з ними послуги	11.01	17,7	128,6	37,6	15,2	248,6	71,8
Культурні та рекреаційні послуги	11.02	1,7	101,8	3,7	2,7	69,4	12,7
Інші особисті послуги	11.03	27,7	166,0	58,8	3,3	127,4	15,5
Державні та урядові послуги	12.	9,3	125,1	0,1	1098,1	96,5	14,5

Примітка. Складено автором за даними Світової організації торгівлі (СОТ).

Додаток В

БЮЛЕТЕНЬ СТАНУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС У 2022 РОЦІ

ТОВАРИ ТА ПОСЛУГИ

ЗТО	2021: 62,5 млрд дол. США (↑35,0%).
	2022: 59,3 млрд дол. США (↓5,2%).
Експорт	2021: 30,3 млрд дол. США (↑45,5%).
	2022: 30,6 млрд дол. США (↑1,1%).
Імпорт	2021: 32,3 млрд дол. США (↑26,4%).
	2022: 28,7 млрд дол. США (↓11,1%).
Сальдо	2021: - 2,0 млрд дол. США.
	2022: 1,8 млрд дол. США.

ТОВАРИ

ЗТО	2021: 55,7 млрд дол. США (↑35,8%).
	2022: 54,9 млрд дол. США (↓1,5%).

Експорт **2021:** 26,8 млрд дол. США (↑49,4%):

чорні метали – 20,3% (↑126,8%);

руди, шлаки – 11,2% (↑107,6%);

електричні машини – 9,6% (↑20,3%);

жири та олії – 8,8% (↑35,3%);

зернові культури – 7,2% (↑16,3%);

насіння і плоди олійних рослин – 5,5% (↑29,2%);

деревина і вироби з деревини – 5,4% (↑46,4%);

меблі – 3,3% (↑41,1%).

2022: 27,9 млрд дол. США (↑4,1%):

зернові культури – 16,8% (↑141,7%);

жири та олії – 11,0% (↑29,4%);

насіння і плоди олійних рослин – 10,4% (↑96,5%);

чорні метали – 10,0% (↓48,7%);

руди, шлаки – 8,5% (↓21,0%);
електричні машини – 8,3% (↓10,0%);
деревина і вироби з деревини – 5,8% (↑13,2%);
енергетичні матеріали – 3,3% (↑59,5%).

Імпорт 2021: 29,0 млрд дол. США (↑25,2%):

реактори ядерні, котли, машини – 13,3% (↑28,2%);
засоби наземного транспорту, крім залізничного – 11,3% (↑28,3%);
енергетичні матеріали – 11,0% (↑58,3%);
електричні машини – 7,0% (↑3,8%);
фармацевтична продукція – 7,0% (↑17,6%);
пластмаси, полімерні матеріали – 6,2% (↑36,0%);
різноманітна хімічна продукція – 2,8% (↑10,1%);
папір та картон – 2,4% (↑20,5%).

2022: 27,0 млрд дол. США (↓6,7%):

енергетичні матеріали – 24,0% (↑103,7%);
засоби наземного транспорту, крім залізничного – 10,8% (↓10,5%);
реактори ядерні, котли, машини – 7,1% (↓50,1%);
різне – 6,7% (↑2532,7%);
електричні машини – 5,6% (↓25,4%);
пластмаси, полімерні матеріали – 5,0% (↓24,2%);
фармацевтична продукція – 4,8% (↓35,9%);
різноманітна хімічна продукція – 2,4% (↓20,2%).

Сальдо 2021: - 2,2 млрд дол. США.

2022: 0,9 млрд дол. США.

ПОСЛУГИ

ЗТО 2021: 7,7 млрд дол. США (↑24,4%).

2022: 5,1 млрд дол. США (↓33,5%).

Експорт 2021: 4,4 млрд дол. США (↑15,6%).

послуги у сфері телекомунікацій – 29,8% (↑24,0%);

транспортні послуги – 26,1% (↑13,8%);
послуги з переробки матеріальних ресурсів – 21,9% (↓1,1%);
ділові послуги – 13,8% (↑22,1%);
послуги зі страхування – 2,3% (↑271,7%).

2022: 3,4 млрд дол. США (↓22,3%).

послуги у сфері телекомунікацій – 34,2% (↓10,8%);
транспортні послуги – 24,5% (↓27,1%);
послуги з переробки матеріальних ресурсів – 22,3% (↓20,9%);
ділові послуги – 13,2% (↓26,0%);
послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю – 2,8% (↑90,2%).

Імпорт 2021: 3,3 млрд дол. США (↑38,5%).

транспортні послуги – 25,4% (↑59,8%);
ділові послуги – 19,2% (↑29,9%);
послуги, пов'язані з подорожами – 15,6% (↑111,6%);
послуги у сфері телекомунікацій – 12,3% (↑22,7%);
роялті та інші ПІВ – 12,0% (↑29,2%).

2022: 1,7 млрд дол. США (↓48,5%).

транспортні послуги – 40,1% (↓18,6%);
ділові послуги – 17,8% (↓52,2%);
послуги у сфері телекомунікацій – 13,5% (↓43,4%);
роялті та інші ПІВ – 9,9% (↓57,6%);
послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю – 7,3% (↓45,4%).

Сальдо 2021: 1,1 млрд дол. США.

2022: 1,7 млрд дол. США.

Для уникнення подвійного обліку загальні обсяги товарів та послуг розраховані за формулою: усього (товари і послуги) = товари + послуги – вартість послуг для переробки товарів з метою реалізації за кордоном.

Джерело: дані Міністерства економіки України від 23.02.2023.