

Центральноукраїнський національний технічний університет
Економічний факультет
Кафедра «Міжнародні економічні відносини»

«Допущено до захисту»
Зав. кафедрою МЕВ
д.е.н., професор

_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за першим (бакалаврським) рівнем вищої
освіти
на тему
«Україна на міжнародному ринку послуг: стан та перспективи
зміцнення позицій»

Виконав здобувач вищої освіти
4 курсу, групи МЕВ-20
ОПП «Міжнародні економічні
відносини»
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»
_____ Варига О.Б.
« ____ » _____ 2024 р.

Керівник роботи
д.е.н., професор
_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2024 р.

Рецензент _____

Анотація

Україна на міжнародному ринку послуг: стан та перспективи зміцнення позицій. – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти “бакалавр” за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини» – Центральноукраїнський національний технічний університет. – Кропивницький. – 2024.

У роботі узагальнено сутність та особливості формування міжнародного ринку послуг. Систематизовано теоретичні положення щодо ролі міжнародного ринку послуг у забезпеченні економічного зростання країн. Узагальнено методичні підходи до оцінки позицій країни на міжнародному ринку послуг. Визначено основні тенденції світової торгівлі послугами. Проаналізовано динаміку та структуру зовнішньої торгівлі України послугами. Оцінено конкурентні позиції України на міжнародному ринку послуг. Охарактеризовано проблеми зовнішньої торгівлі України послугами в умовах війни. Визначено перспективи зміцнення позицій України на міжнародному ринку послуг.

Ключові слова: торгівля послугами, міжнародний ринок послуг, конкурентні позиції, порівняльні переваги

Abstract

Ukraine in the International Market of Services: State and Prospects for Strengthening Positions. – Manuscript.

Qualifying work on obtaining a higher education degree "Bachelor" in the educational-professional program "International Economic Relations" in the specialty "International Economic Relations". – 2024.

The thesis summarizes the essence and features of the formation of the international services market. Theoretical provisions regarding the role of the international services market in ensuring the economic growth of countries are systematized. Methodological approaches to the assessment of the country's position on the international services market are summarized. The main trends of world trade in services have been determined. The dynamics and structure of Ukraine's foreign trade in services are analyzed. Competitive positions of Ukraine in the international market of services are assessed. The problems of Ukraine's foreign trade in services during the war are characterized. Prospects for strengthening Ukraine's position on the international services market have been determined.

Key words: trade in services, international services market, competitive positions, comparative advantages

Зміст

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІЙ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ.....	9
1.1. Сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами.....	9
1.2. Міжнародний ринок послуг та економічне зростання країн.....	16
1.3. Методичні підходи до оцінки позицій країни на міжнародному ринку послуг	23
РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ ТА ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ.....	29
2.1. Динаміка та структура міжнародного ринку послуг.....	29
2.2. Характеристика зовнішньої торгівлі України послугами	35
2.3. Оцінка конкурентних позицій України на міжнародному ринку послуг	43
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ.....	51
3.1. Проблеми зовнішньої торгівлі України послугами в умовах війни.....	51
3.2. Перспективи зміцнення позицій України на міжнародному ринку послуг.....	60
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72

ВСТУП

Актуальність теми. Перехід значної частини світу до постіндустріальної економіки зумовив зростання ролі сектора послуг для економічного зростання, конкурентоспроможності та подолання бідності країн. В умовах глобалізації розвиток технічного прогресу і підвищення рівня мобільності людей сприяли посиленню транскордонного характеру торгівлі послугами, яка охопила понад дві третини світової економіки. В останнє десятиліття багато країн, що розвиваються, активізували торгівлю послугами як відповідь на виклики, що сформувалися внаслідок дефіциту внутрішньої пропозиції, неефективної структури зовнішньої торгівлі та негативної її динаміки. Кожна країна має певний торговий потенціал в сфері послуг, але не завжди вдається використати цей потенціал таким чином, щоб стати світовим лідером на ринку послуг. Відкритість торгівлі послугами може забезпечити країні значні економічні переваги, але водночас стає джерелом загроз та витрат, які необхідно виявляти та вживати заходів для їх зниження.

Міжнародна торгівля послугами є надзвичайно важливою для України з кількох причин. Вона сприяє економічному зростанню, інтеграції в глобальну економіку, створенню робочих місць та розвитку ключових секторів. Торгівля послугами є важливим джерелом доходу для країни, сприяє зростанню ВВП. Експорт послуг, таких як ІТ, транспорт, туризм та фінансові послуги, приносить значні валютні надходження. Розвиток сектору послуг та збільшення їх частки в експорті країни сприяє диверсифікації економіки, зменшенню залежності від традиційних галузей, таких як металургія та аграрний сектор, за рахунок переорієнтації на комп'ютерні, фінансові та професійні послуги.

Торгівля послугами сприяє інтеграції країни в глобальну економіку через покращення міжнародного іміджу та підвищення конкурентоспроможності, а висока конкурентоспроможність у галузі ІТ та інших професійних послуг підвищує довіру іноземних партнерів. Тому, поглиблення інтеграції у глобальні ланцюги постачання дозволить Україні стати важливим гравцем на міжнародному ринку. Цим зумовлена актуальність дослідження позицій

України на світовому ринку послуг, визначення конкурентоспроможних секторів послуг та окреслення перспектив зміцнення конкурентних переваг.

Метою роботи є оцінка стану та визначення перспектив зміцнення позицій України на міжнародному ринку послуг.

Завдання дослідження полягають у наступному:

- узагальнити сутність та особливості формування міжнародного ринку послуг;
- систематизувати теоретичні положення щодо ролі міжнародного ринку послуг у забезпеченні економічного зростання країн;
- обґрунтувати вибір методичного підходу до оцінки позицій країни на міжнародному ринку послуг;
- визначити основні тенденції світової торгівлі послугами;
- проаналізувати зовнішню торгівлю України послугами;
- оцінити конкурентні позиції України на міжнародному ринку послуг;
- виявити проблеми зовнішньої торгівлі України послугами в умовах війни;
- визначити перспективи зміцнення позицій України на міжнародному ринку послуг.

Об’єктом дослідження є позиціонування України на міжнародному ринку послуг.

Предметом дослідження є оцінка стану та визначення перспектив участі України у міжнародній торгівлі послугами.

Методи дослідження. Теоретичною основою роботи стали положення теорій міжнародної торгівлі та виявлених порівняльних переваг, конкуренції та міжнародної конкурентоспроможності країн, економічного зростання. Досягнення мети дослідження забезпечувалося використанням таких методів: дедукції та індукції - при визначенні сутності міжнародного ринку послуг; системного аналізу – при вивченні теоретичних засад розвитку міжнародного ринку послуг та його впливу на економічне зростання країн; узагальнення – при обґрунтуванні методичного підходу до оцінки позицій країни на міжнародному

ринку послуг; динамічно-структурний аналіз при визначенні основних тенденцій розвитку міжнародного ринку послуг та характерних рис зовнішньої торгівлі України послугами; розрахунок індексу порівняльних переваг – для оцінки конкурентних позицій України на світовому ринку за основними секторами послуг; екстраполяції тренду – для прогнозування обсягів експорту найбільш конкурентоспроможних послуг Україною як основи окреслення перспективи зміцнення позицій на міжнародному ринку.

Інформаційною базою роботи стали наукові статті та монографії з проблем забезпечення конкурентоспроможності країн на міжнародному ринку послуг; аналітичні огляди, річні звіти та статистичні бази даних Світової організації торгівлі, ЮНКТАД, Світового банку, Державної служби статистики України, а також інформація з мережі Інтернет.

Основний зміст роботи викладений на 60 сторінках. Робота містить 4 таблиці, 15 рисунків і 4 формули. Список використаної літератури налічує 49 позицій та міститься на 5-ти сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЗИЦІЙ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ ПОСЛУГ

1.1. Сутність та особливості міжнародної торгівлі послугами

Сучасний стан глобальної економіки характеризується зростанням обсягів міжнародної торгівлі послугами та інвестицій в підприємства, що надають послуги. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій сприяв розширенню спектру послуг, торгівля якими може здійснюватися в транскордонному режимі. Все більше країн стають зацікавленими у залученні іноземних інвестицій в нещодавно приватизовані та конкурентні ринки ключових інфраструктурних послуг, таких як енергетика, телекомунікації та транспорт. Значна частина міграційних потоків формується за рахунок людей, які виїжджають за кордон та споживають туристичні, освітні та медичні послуги, а також надають послуги в сфері будівництва та розробки програмного забезпечення. Вчені звертають увагу, що «послуги стали компонентою глобальної економіки, що розвивається найшвидше, а торгівля та прямі іноземні інвестиції (ПІІ) у послуги зростали швидше, ніж у товари за останні півтора десятиліття» [1].

Ефективність сектора послуг життєво важлива для забезпечення економічного зростання та зменшення бідності в країнах, що розвиваються. Безпосередній вплив послуг зумовлений тим, що сектор послуг є частиною економіки, в якому створюється валова додана вартість та формується певна частина ВВП країни. Опосередкований вплив послуг на економіку визначається тим, що такі послуги, як фінанси, зв'язок і транспорт, а також освіта та охорона здоров'я, мають важливе значення для розвитку інших секторів економіки та значною мірою впливають на рівень продуктивності працівників. Сьогодні в багатьох країнах світу недостатній доступ до послуг не лише негативно впливає на життя людей через низький рівень задоволення їхніх споживчих запитів, але й закріплює економічну відсталість внаслідок недостатньої продуктивності підприємств через низький рівень їх забезпечення відповідними послугами та неспроможність брати участь у міжнародній торгівлі.

Послуги мають значний вплив на зростання та ефективність у багатьох галузях промисловості та визначають загальні економічні показники. Наприклад, такі сектори, як транспорт, телекомунікації та фінансові послуги, є ключовими визначальними факторами умов для переміщення людей, товарів та капіталу. Екологічні послуги сприяють сталому розвитку шляхом пом'якшення негативного впливу економічної діяльності.

Специфіка міжнародного ринку послуг зумовлена самою сутністю послуги як об'єкту торгівлі, який охоплює неоднорідний діапазон видів діяльності, нематеріальних за своєю природою. Послуги також іноді дуже складно відокремити від товарів, продаж яких вони супроводжують або з виробництвом яких ці послуги пов'язані. Згідно визначення Світової організації торгівлі (СОТ), послуги – «є результатом виробничої діяльності, яка змінює умови споживачів або сприяє обміну продуктами чи фінансовими активами» [2]. Ці типи послуг можна описати як послуги трансформації та послуги маржі відповідно. Трансформаційні послуги - це продукція, що виробляється на замовлення і зазвичай складається зі змін умов споживаючих одиниць, що відбувається в результаті діяльності виробників послуг на вимогу споживачів. Особливість трансформаційних послуг полягає у тому, що вони не є окремими об'єктами, на які можуть бути встановлені права власності, ними не можна торгувати окремо від їх виробництва, до моменту завершення їх виробництва вони повинні бути надані споживачам.

Поняття «міжнародна торгівля послугами» включає не лише торговельні операції в загальному розумінні, які передбачають виробництво продукції в одній країні та її продаж споживачам в іншій країні, але й враховується весь спектр міжнародних операцій, включно з іноземними інвестиціями та міжнародним переміщенням людей, як споживачів або постачальників послуг [1]. Таким чином, торгівля послугами охоплює: транскордонну торгівлю автомобільним та повітряним транспортом; споживання іноземцями туристичних послуг; прямі іноземні інвестиції в банківську сферу, зв'язок і розподіл; тимчасову міграцію лікарів, вчителів і будівельників. Отже,

очевидно, що міжнародна торгівля послугами істотно впливає на рівень розвитку національного сектору послуг, а також і на економічну діяльність в країні загалом.

Послуги відрізняються від товарів кількома ознаками, найчастіше безпосередністю відносин між постачальником і споживачем. Багато послуг є нетранспортабельними, тобто вони вимагають фізичної близькості постачальника та клієнта – наприклад, надання готельних послуг вимагає, щоб готель знаходився там, де клієнт бажає зупинитися, необхідно надавати послуги з прибирання для бізнесу на місці підприємства, а для стрижки потрібна присутність і перукаря, і клієнта. Для здійснення міжнародної торгівлі такими нетранспортними послугами споживач повинен звернутися до постачальника або постачальник повинен звернутися до споживача. Постачальники також можуть віддавати перевагу наданню своїх послуг через присутність у країні споживача, а не за кордоном. Міжнародні торговельні угоди щодо послуг, зокрема ті, що втілені в GATS, передбачають угоди про присутність постачальників у країні споживача [1].

Послуги включають такі різноманітні види діяльності, як перевезення вантажів і людей, фінансове посередництво, зв'язок, розподіл, готелі та ресторани, освіта, охорона здоров'я, будівництво та бухгалтерський облік. Згідно Посібника з платіжного балансу МВФ (ВРМ6) [3] послуги поділяються на чотири основні групи, які включають відповідні види діяльності та формують окремі ніші на міжнародному ринку послуг.

1. Транспортні послуги охоплюють морські, повітряні та інші, включаючи сухопутні, внутрішні водні, космічні та трубопровідні транспортні послуги, які надаються резидентами однієї країни для резидентів іншої та включають перевезення пасажирів, переміщення товарів (вантажів), оренду (чартери) перевізників з екіпажем, а також відповідні допоміжні та супутні послуги, у тому числі поштові та кур'єрської служби.

2. Подорожі включають товари та послуги, придбані мандрівником за межами території проживання.

3. Інші комерційні послуги включають: будівництво; страхові та пенсійні послуги; фінансові послуги; плату за використання інтелектуальної власності; телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги; інші бізнес-послуги; персональні, культурні та рекреаційні послуги.

4. Послуги, пов'язані з товарами, охоплюють послуги з виробництва фізичних ресурсів, що належать іншим підприємствам, а також послуги з технічного обслуговування та ремонту.

Вітчизняні вчені виділяють типи послуг, залежно від чинників, які впливають на умови надання та споживання послуг в національній економіці (табл. 1.1). Подібний підхід можна застосувати й для типологізації послуг у міжнародній торгівлі, але при цьому необхідно враховувати доступність цих послуг для іноземних споживачів та способи, якими надаються відповідні послуги.

Таблиця 1.1

Чинники, що визначають типологізацію послуг в національній економіці

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: [4, с. 53].

На відміну від торгівлі товарами, послуги часто є нематеріальними, невидимими та швидкопсувними, і зазвичай вимагають одночасного виробництва та споживання. У багатьох випадках необхідність близькості між споживачем і виробником означає, що один із них повинен переміститися в іншу країну, щоб міжнародна операція стала можливою. Оскільки звичайне

визначення торгівлі – «коли товар перетинає кордон» - залишило б поза увагою низку міжнародних транзакцій у випадку торгівлі послугами, в межах Генеральної угоди торгівлі послугами СОТ було визначено чотири основні способи постачання послуг споживачам [5].

1. Транскордонний режим: послуги, що надаються з території однієї країни на територію іншої. Прикладом є послуги програмного забезпечення, які надаються постачальником в одній країні поштою або електронними засобами споживачам в іншій країні.

2. Режим споживання за кордоном: послуги, що надаються на території однієї країни споживачам з іншої країни. Прикладом є переміщення громадян однієї країни для споживання туристичних чи освітніх послуг в іншій країні. Також охоплюється така діяльність, як ремонт суден за кордоном, куди переміщується лише власність споживача.

3. Режим комерційної присутності: послуги, що надаються через будь-який вид бізнесу або професійну установу однієї країни на території іншої країни. Наприклад, страхова компанія, що належить громадянам однієї країни, що створює філію за рахунок ПІІ в іншій країні.

4. Режим присутності фізичних осіб: послуги, що надаються громадянами однієї країни на території іншої країни. Цей режим включає як незалежних постачальників послуг, так і працівників постачальника послуг іншої країни. Наприклад, лікар однієї країни, який надає послуги через свою фізичну присутність в іншій країні, або іноземні співробітники іноземного банку, які надають послуги на тимчасовій основі в іншій країні.

Розвиток міжнародного ринку послуг в сучасних умовах відбувається під впливом таких чинників, як: науково-технічний прогрес та поява нових видів діяльності завдяки технологіям Індустрії 4.0; структурні зміни в національних економіках та перехід від індустріального типу розвитку до постіндустріального; лібералізація торговельних відносин між країнами в межах СОТ; розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та мережі Інтернет як основи нарощення обсягів електронної торгівлі; збільшення обсягів

виробництва та міжнародної торгівлі товарами, що потребують більшого обсягу супровідних послуг (рис. 1.1).

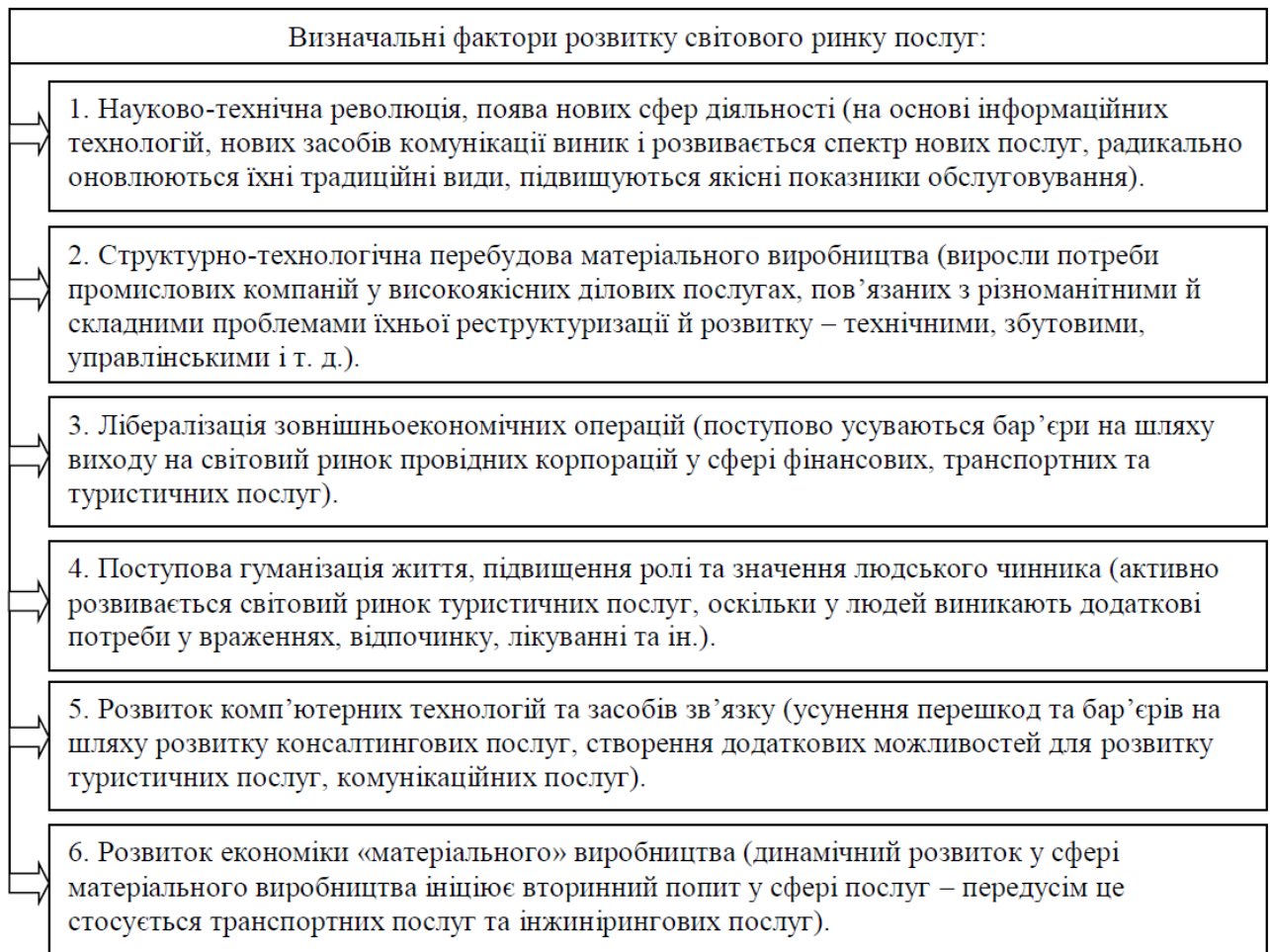


Рис. 1.1. Чинники, що визначають розвиток міжнародного ринку послуг в глобальній економіці

Джерело: [6, с. 47]

У зв'язку із зростанням ролі послуг у розвитку національної економіки та збільшенням впливу міжнародної торгівлі послугами на економічне зростання країн, для ефективного функціонування світового ринку послуг в умовах глобалізації зростає значення справедливих умов торгівлі послугами між країнами та зняття різних обмежень у торгівлі послугами. Вчені наголошують, що «реформи внутрішньої політики повинні враховувати важливість посилення конкуренції між постачальниками послуг, необхідність відповідної послідовності реформ і зменшення значення національних монополій» [1]. Крім того, доведено, що «міжнародне залучення має

вирішальне значення для підтримки внутрішньої реформи з метою досягнення взаємної лібералізації, підвищення довіри до реформ, надання зовнішньої допомоги для сприяння внутрішнім пристосуванням, зміцнення процесу реформ та сприяння більшій гармонізації та інтеграції політики» [7].

Усунення бар'єрів для торгівлі послугами в певному секторі, переважно сприяє зниженню цін, покращенню якості та збільшенню різноманітності. Як і у випадку торгівлі товарами, обмеження торгівлі послугами знижують добробут, оскільки вони створюють розрив між внутрішніми та зовнішніми цінами, що призводить до вищих витрат для споживачів, які перевищують збільшення надлишку виробника та державних доходів. Оскільки багато послуг є вхідними у виробництво, неефективна пропозиція таких послуг діє як податок на виробництво та перешкоджає досягненню значного підвищення продуктивності. У міру того, як країни знижують тарифи та інші бар'єри для торгівлі товарами, ефективні ставки захисту для виробничих галузей можуть стати негативними, якщо вони й надалі стикаються з цінами на виробничі ресурси, які є вищими, ніж вони були б, якби ринки послуг були конкурентними [1].

Основною перевагою лібералізації став доступ до більшої різноманітності послуг, виробництво яких залежить від ефекту масштабу. Споживачі отримують не лише пряму вигоду від різноманітності послуг, таких як ресторани та розваги, але й непряму вигоду, оскільки більш широкий вибір більш спеціалізованих виробничих послуг, таких як телекомунікації та фінансові послуги, може знизити витрати як на виробництво товарів, так і на послуги [8]. У зв'язку з цим вчені зробили висновок, що менші ринки сильно зацікавлені в лібералізації торгівлі послугами виробників, оскільки це може нівелювати деякі стимули, які фірми мають знаходити на більших ринках. [9].

Попри специфічні особливості міжнародної торгівлі послугами, що полягають у неможливості виробництва послуг заздалегідь та їх накопичення, вихід та зміцнення конкурентних позицій національних виробників на світовий ринок послуг є важливим чинником економічного зростання країн в сучасних

умовах. Істотний вплив торгівлі послугами на економіку країн обумовлений тим, що сектор послуг сприяє розвитку економічної активності та збільшенню зайнятості за рахунок швидкого зростання кількості підприємств, особливо малого й середнього бізнесу. В умовах глобалізації зростає роль міжнародної торгівлі послугами та політики держав щодо регулювання торгівлі послугами, оскільки сектор послуг істотно впливає на інвестиційну привабливість країн, рівень продуктивності національних економік, комунікації, конкурентоспроможність виробленої продукції, динаміку та структуру експорту товарів. Відповідно, торгівля послугами, які супроводжують товарообмін з високою доданою вартістю, підвищує значення послуг для країн на всіх рівнях розвитку.

1.2. Міжнародний ринок послуг та економічне зростання країн

За останні десятиліття світова економіка зазнала структурних зрушень, спричинених швидким технологічним розвитком, який зробив послуги одним із найдинамічніших секторів. Сектор послуг був основним джерелом економічного зростання з 1990-х років, і сьогодні послуги домінують у сфері виробництва та зайнятості в економіці на всіх рівнях розвитку [10]. Такі підгалузі, як логістика, фінанси та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), є важливими для функціонування сучасної економіки. Послуги входять до складу багатьох секторів світової економіки, які розвиваються швидкими темпами, наприклад, бізнес-послуги, охорона здоров'я, розваги та ІКТ-послуги.

Послуги зумовили істотні трансформації національних економік. Послуги не лише стали незамінними для забезпечення ефективного управління дедалі складнішою індустріальною економікою – від логістики й фінансів до інформатики – але й сам сектор послуг є найбільш швидкозростаючим економічним сегментом – від бізнес-послуг до охорони здоров'я та розваг. Послуги створюють понад дві третини економічного виробництва, залучають більше двох третин прямих іноземних інвестицій і забезпечують майже дві

третини робочих місць у країнах, що розвиваються, і чотири п'ятих у розвинених [11].

Хоча послуги все ще становлять одну п'яту обсягу міжнародної торгівлі, вони є сектором, що розвивається найшвидше [12]. У той час як вартість експорту товарів зростала лише на 1% щорічно з 2011 р., вартість експорту комерційних послуг зростала втричі швидше - на 3%. Частка послуг у світовій торгівлі зросла з 9% у 1970 р. до понад 20% у 2017 р., і, за прогнозами експертів, до 2040 р. на послуги може припадати до однієї третини світової торгівлі, що означало б 50-відсоткове збільшення частки послуг у світовій торгівлі всього за два десятиліття [11]. Отже, істотне зростання обсягів торгівлі послугами на тлі помірнього зростання торгівлі товарами дозволяє очікувати прискорення глобалізаційних процесів у довгостроковій перспективі.

Упродовж тривалого часу послуги були найдинамічнішим компонентом міжнародної торгівлі та інвестицій до початку пандемії COVID-19. Послуги сприяють зростанню експортних можливостей, зокрема для країн, що розвиваються, і для найменш розвинених економік, за рахунок цифровізації та спроможності надавати послуги дистанційно, а також завдяки усуненню бар'єрів для торгівлі, які можуть виникати через обмежений розмір і складну географію економіки. Пандемія негативно вплинула на послуги: закриття підприємств і заходи соціального дистанціювання завдали серйозних збитків сектору. Заходи охорони здоров'я, вжиті для уповільнення поширення вірусу, включаючи обмеження транскордонної мобільності, призвели до безпрецедентного колапсу торгівлі послугами, яка скоротилася в усіх регіонах світу. Вплив був сильнішим для послуг, які передбачають особисту взаємодію між продавцем і споживачем. У 2-ому кварталі 2020 р. обсяг торгівлі послугами в туристичному секторі скоротився на 81% порівняно з аналогічним періодом попереднього року [13].

У той же час послуги ІКТ були ключовими для забезпечення стійкості економіки й торгівлі та прискорення відновлення економічного зростання у період пост-пандемії. Стійке відновлення торгівлі послугами та інвестицій має

вирішальне значення для перспектив глобального відновлення. Торгова та інвестиційна політика в сфері послуг є важливою для використання потенціалу зростання та розвитку сектора. Однак максимізація переваг вимагає переосмислення основного внеску, який здійснює торгівля послугами в процесі розвитку. Здатність фірм і постачальників послуг працювати за межами внутрішніх ринків є ключем до сприяння зростанню, поглиблення інтеграції та прискорення зусиль з диверсифікації економіки. Економічна диверсифікація може сприяти не лише зростаючим можливостям для експорту послуг, але й більш широкому використанню (і пошуку) послуг за конкурентоспроможною ціною як ресурсів в інших секторах. Послуги централізовано сприяють функціонуванню транскордонних виробничих мереж, таких як регіональні та глобальні ланцюги створення вартості, а у перерахунку на додану вартість на послуги припадає 50% світової торгівлі [14].

Внесок послуг в світову економіку з часом помітно зріс. Частка сектора послуг у світовому ВВП зросла з 53% у 1970 р. до 67% у 2021 р. Збільшення внеску послуг у ВВП відбувалося в економіках на різних рівнях розвитку і супроводжувалося помітним зниженням відносної частки сільського господарства (рис. 1.2).

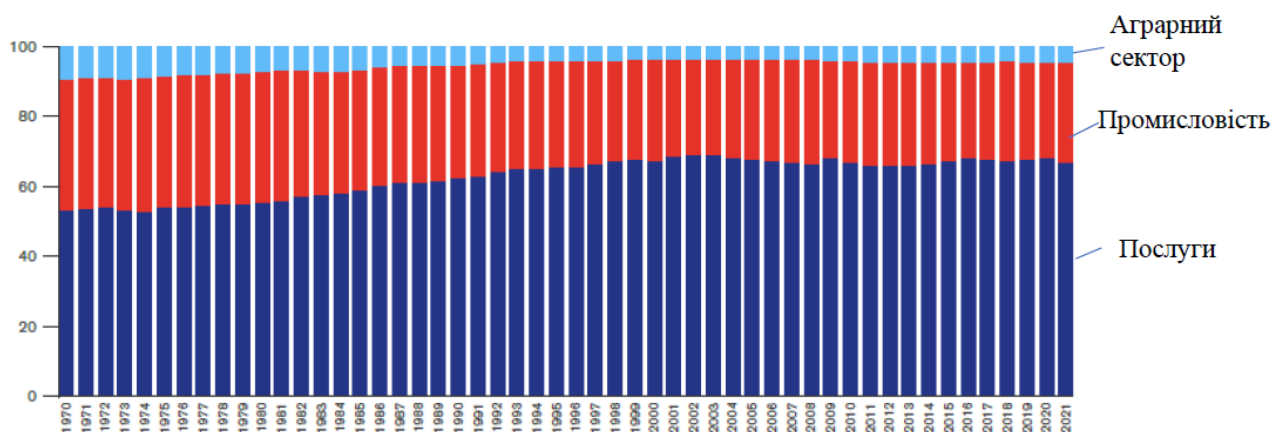


Рис. 1.2. Частка ВВП за секторами економіки в світі у 1970-2021 рр. (%)

Джерело: [13]

Зрушення в бік послуг було істотним в економіках, що розвиваються. У більшості країн, що розвиваються, зростання виробництва послуг випереджає

зростання промисловості та сільського господарства. За даними Світового банку, перехід до послуг був найбільш помітним для країн із доходом вище середнього та високим доходом, у яких частка послуг у ВВП зросла з 40% до 56% та з 59% до 75%, відповідно, за період з 1970 р. до 2021 р. [13]. Частка послуг у ВВП в країнах з низьким рівнем доходу також зросла за період 2017-2022 рр. з 36% до 42%. Це зростання, однак, було менш вираженим, ніж в решті економік, що розвиваються, і значною мірою пояснювалося значною роллю, яку відіграє сільське господарство в найбідніших країнах світу [Там же].

Сьогодні послуги створюють 75% ВВП і робочих місць у більшості розвинутих економік. Як у країнах, що розвиваються, так і в розвинутих економіках, послуги зараз становлять більшу частку ВВП, ніж сільське господарство чи промисловість. Хоча частка сільського господарства у ВВП у всьому світі вже давно знижується, відносний внесок промисловості також зменшується в багатьох економіках. Економіки на всіх рівнях розвитку, як правило, менше спеціалізуються на промисловій діяльності – виробничий сектор також наймає менше працівників після швидкого поширення працевзберігаючих технологій. У зв'язку з цим, момент, коли галузь досягає піку виробництва та зайнятості, відбувається на більш ранніх етапах економічного розвитку в багатьох економіках, що викликає дискусії щодо «передчасної деіндустріалізації» [15]. Подібним чином сектор послуг впливає на розвиток ринку праці, в якому сьогодні створюється більше робочих місць, ніж в будь-якому іншому секторі [13].

Багато послуг протягом тривалого часу розглядалися як неторговельні види діяльності, що характеризуються низькою продуктивністю та заробітною платою, реагуючи насамперед на внутрішній попит і пропонуючи менш бажані шляхи зростання та розвитку порівняно з виробництвом [16]. Досвід використання переваг економічного розвитку, пов'язаних з експортно-орієнтованою промисловістю в нових індустріальних країнах Азії, показав, що основою сталого зростання для економік з низькими доходами обов'язково є виробництво. Проте, траєкторія структурних перетворень в останні десятиліття

в економіках, що розвиваються, свідчить про розширення можливостей працевлаштування та зменшення міжгалузевих розривів в продуктивності як усередині країн, так і між економіками. Тому, сьогодні послуги розглядаються як центральні детермінанти продуктивності, конкурентоспроможності та підвищення рівня життя населення [17].

Оскільки послуги стають легшими для транскордонної торгівлі, стають більш технологічно інтенсивними та залежать від економії на масштабі, положення теорії економічного зростання про те, що підвищення продуктивності відбувається головним чином за рахунок виробництва, а розширення сектора послуг може відбуватися лише за рахунок загального зростання, втратило актуальність [18]. Підвищення продуктивності сектору послуг відображає той факт, що зростаюча кількість секторів послуг демонструє характеристики, подібні до тих, що сприяють зростанню продуктивності у виробництві – це завдяки можливостям, які з'явилися в результаті поширення інформаційно-комунікаційних технологій. Цифровізація сприяє економії на масштабі, зменшуючи потребу в одночасному виробництві та споживанні та значно розширюючи спектр ринків, на які можна потрапити дистанційно.

Послуги та торгівля послугами впливають на розвиток глобальних і регіональних ланцюгів створення вартості, «з'єднуючи фрагментовані та розпорошені стадії виробництва, які утворюють глобальні ланцюжки створення вартості (GVC)» [19]. Розширення міжнародних виробничих мереж значною мірою зумовлене підвищенням ефективності та якості послуг, зокрема транспорту, логістики, комунікацій та фінансових послуг, а також транскордонних бізнес-послуг.

Послуги також дедалі більше пов'язані з іншими секторами, збільшуючи продуктивність за рахунок створення ефектів поширення в економіці, що відбувається завдяки центральній посередницькій ролі послуг у створенні внеску у виробництво та експорт товарів та інших послуг. Тим не менш, хоча продуктивність праці в сфері послуг зросла і скоротила відставання від

виробництва, значні міжгалузеві та міжкраїнові відмінності залишаються. Ступінь, до якої сектори мають спільні риси, пов'язані з економією на масштабі, інтенсивністю торгівлі, вторинними ефектами та інноваціями, дуже різняться. Деякі сектори послуг, такі як фінансові послуги та послуги ІКТ, мають вищу загальну продуктивність факторів, ніж виробництво в економіці з низьким і середнім рівнем доходу; в той час як інші, такі як гостинність, мають нижчу продуктивність, ніж виробництво [13].

Відкритість зовнішньої торгівлі послугами, так само як і товарами, підвищує продуктивність економіки та ефективність переробної промисловості та сфери послуг. Водночас, часто застосовуються бар'єри у торгівлі товарами та послугами з метою захисту національних підприємств від конкуренції, що зумовлює підвищення цін і знижує стимули для інвестицій та інновацій в сфері послуг. В результаті досліджень окремих національних економік доведено, що «відкритість у торгівлі послугами підвищує продуктивність обробної промисловості: 10% збільшення обмежень у торгівлі послугами призводить до 5% зменшення двосторонньої торгівлі промисловою продукцією» [20].

З огляду на зазначене вище, фахівці визначили чотири критично важливі напрями державної політики: «розширення торгівлі послугами; сприяння впровадженню технологій; навчання працівників для підвищення кваліфікації; орієнтація на розвиток тих видів послуг, які забезпечують ширші переваги національній економіці та підвищують рівень життя населення» [17]. Отже, використання переваг від розширення торгівлі послугами для економічного розвитку передбачає забезпечення істотних структурних зрушень в економіці на користь послуг, які створюють торговельні можливості, при одночасному формуванні ефективної державної політики в сфері торгівлі послугами, що також є ключовим фактором стимулювання економічного зростання та розвитку на основі послуг, сприяння збільшенню ефективності та конкурентоспроможності в масштабах всієї економіки.

Сектори послуг, «які мають нижчі торговельні витрати завдяки нижчим бар'єрам в сфері послуг, як правило, є більш продуктивними та

характеризуються вищими темпами зростання продуктивності, ніж сектори з вищими торговельними витратами» [21]. У розвинутих країнах політика сфери послуг, яка має обмеження на ПП, є причиною відмінностей в загальній продуктивності факторів виробництва, що значною мірою відображають різне зростання продуктивності [22]. Обмеження у торгівлі послугами негативно впливають на продуктивність важливих секторів послуг в багатьох країнах. Вчені звертають увагу на те, що «в країнах, які застосовують обмежувальну торговельну політику щодо комерційних банківських послуг, кредитні ринки є менш розвиненими» [23], а «бар'єри входу та обмежувальні правила щодо послуг» негативно впливають на обсяги «інвестицій в цифрові технології та інформаційно-комунікаційну сферу» [24]. Це підтверджує негативний вплив торговельних обмежень в сфері послуг на інвестиційну активність в сектори, пов'язані з цифровізацією національної економіки.

Таким чином, ступінь розвитку сфери послуг та позиції країни на світовому ринку послуг є вагомими чинниками розвитку національної економіки. Вплив торгівлі послугами на економічне зростання країн поступово збільшується, особливо швидкими темпами зростання обсягів торгівлі послугами відбувалося у країнах, що розвиваються. Вагомий внесок торгівлі послугами в економічне зростання країн пояснюється тим, що в секторі послуг спостерігається висока економічна активність та рівень зайнятості, а також зростанням кількості підприємств, особливо малого й середнього бізнесу. В умовах глобальної цифровізації міжнародна торгівля послугами та державна політика щодо її регулювання відіграють важливу роль у розвитку світової економіки, оскільки істотно впливають на потоки прямих іноземних інвестицій, рівень продуктивності національних економік, комунікації, конкурентоспроможність підприємств та їх позиції на зовнішньому ринку.

1.3. Методичні підходи до оцінки позицій країни на міжнародному ринку послуг

Глобальні трансформації та перехід багатьох країн до постіндустріального типу економіки зумовлюють зростання ролі торгівлі послугами як чинника економічного зростання та забезпечення кращих конкурентних позицій країн на міжнародному ринку. У зв'язку з цим важливо досліджувати стан зовнішньої торгівлі країни послугами, оцінювати її позиціонування відносно інших країн та визначати перспективні географічні напрями поглиблення торгівлі за найбільш вагомими для національної економіки видами послуг. Для цього необхідно застосовувати відповідні методи вивчення динаміки експорту та імпорту послуг, а також оцінки їх структурних змін.

У вітчизняній науковій літературі найбільш широко застосовується методичний підхід, при якому аналізується географічна структура експорту та імпорту послуг країни з виділенням основних країн-партнерів, оцінюються зміни у структурі експорту та імпорту послуг за видами та порівнюються структурні характеристики зовнішньої торгівлі послугами України та країн-лідерів світового ринку послуг [25].

Краснодєд Т. і Попова Т. зазначають, що дослідження зовнішньої торгівлі послугами необхідно здійснювати за допомогою аналогічних показників, які розраховуються при оцінці зовнішньої торгівлі товарами: обсяги експорту та імпорту послуг; зовнішньоторговельний оборот послуг; баланс зовнішньої торгівлі послугами; коефіцієнт покриття експортом імпорту послуг; частка країни або виду послуг у загальних обсягах експорту та імпорту послуг [26]. При цьому, вчені наголошують на важливості дослідження структурних особливостей торгівлі послугами за їх видами.

Так, виділення тих видів послуг, що мають найбільшу частку в експорті послуг країни, дозволяють визначити сектори послуг, які є конкурентоспроможними на зовнішньому ринку, а найнижча частка окремих послуг в експорті свідчить про низький попит на ці види послуг з боку

іноземних споживачів. Результати аналізу структури експорту за видами послуг використовуються для визначення перспективних видів послуг з точки зору збільшення їх пропозиції на зовнішніх ринках. На основі результатів оцінки структури імпорту послуг визначають ті види послуг, внутрішній попит на які країна не забезпечує повною мірою з різних причин (недостатність трудових ресурсів необхідної кваліфікації, незабезпеченість відповідною інфраструктурною базою, відсутність потрібних технологій (інформаційних, комп'ютерних) та технічних засобів).

Крім цього, побудова динамічних рядів щодо частки основних видів послуг в загальних обсягах експорту послуг за період 20-40 років дозволяє оцінювати динаміку змін у структурі торгівлі послугами та виявляти сектори послуг, значення яких в експорті істотно збільшилося в результаті зростання попиту на ці послуги в інших країнах партнерах. Наприклад, вчені виявили швидке зростання експорту освітніх поїздок в Австралії за період 1970-2018 рр., що відбулися в результаті змін в міграційній політиці Австралії, полегшення доступу до студентських віз і зростання попиту на освіту з боку Китаю та Індії [27]. Отже, динаміка структури експорту послуг не лише показує зміцнення чи послаблення конкурентних позицій країни за певними видами послуг, а й відображає зміни у внутрішній політиці держави-експортера послуг щодо стимулювання зовнішнього попиту на ті види послуг, за якими країна має конкурентні переваги.

Петерсон Дж. і Баррас Р. запропонували три показники, які можна використовувати для оцінки конкурентної позиції країни в торгівлі послугами: спостережувана частка експорту, скоригована частка експорту та індекс RCA (виявлена порівняльна перевага) [28]. Перший показник зазвичай представлений у різних дослідженнях і наборах статистичних даних. Він показує частку країни в n-групі країн експорту товару і (наприклад, частка експорту транспортних послуг країни в світовому транспортному експорті):

$$OES = \frac{X_{ij}}{\sum_{j=1}^n X_{ij}} \times 100 \quad (1.1)$$

де: OES – спостережувана частка експорту,

X_{ij} – експорт країни j продукту i ,

$\sum_{j=1}^n X_{ij}$ – загальний обсяг експорту продукту i .

Проте варто зауважити, що цей підхід, хоча й дуже популярний, не відображає належним чином конкурентну позицію країни. Вони формально доводять, що відносно велика країна (з точки зору її ВВП) може мати високу частку експорту лише тому, що вона велика. Подібним чином економіка, яка є відносно відкритою (вимірюється як відношення загального експорту країни до її ВВП), також матиме високу частку експорту. Оскільки, з одного боку, немає випадкового зв'язку між розміром і конкурентоспроможністю конкретного продукту, а з іншого боку, фактор відкритості не базується на спеціалізації, оскільки він є агрегованою мірою, індекс спостережуваної частки експорту може дати неналежні результати.

З метою усунення цього недоліку доцільно використовувати показник, який називається скоригованою часткою експорту:

$$AES = \frac{\frac{X_{ij}}{\sum_{i=1}^m X_{ij}}}{\sum_{j=1}^n \left(\frac{X_{ij}}{\sum_{i=1}^m X_{ij}} \right)} \times 100 = \frac{r_{ij}}{\sum_{j=1}^n r_{ij}} \times 100 = \frac{r_{ij}}{n\bar{r}_{ij}} \times 100 \quad (1.2)$$

де: AES – скоригована частка експорту,

r_{ij} – частка країни j в експорті товару i в її експорті m -продуктів (або ступінь концентрації експорту),

$\sum_{j=1}^n r_{ij} = n\bar{r}_{ij}$ – середній ступінь концентрації експорту для n -групи країн у цілому.

Цей індекс відображає частку експорту конкретної країни продукту i в її експорті m продуктів – тобто ступінь концентрації експорту (наприклад, український експорт транспортних послуг по відношенню до всього експорту

послуг) по відношенню до суми часток продукту i в експорті m -продуктів n -країн – тобто середній ступінь концентрації експорту для всієї групи (наприклад, сума часток транспортних послуг в загальному світовому експорті послуг). Оскільки ступінь концентрації експорту показує, якою мірою в експорті країни домінує певний продукт, таким чином він вимірює спеціалізацію та конкурентоспроможність країни в цьому продукті.

Для розрахунку індексу виявлених порівняльних переваг використовують наступну формулу:

$$RCA_{Ai} = \frac{(X_{Ai} / \sum X_{Aj})}{(X_{wi} / \sum X_{wj})} \geq 1, \quad (1.3)$$

де: X_{Ai} - експорт продукту i країни A ; $\sum X_{Aj}$ – загальний експорт країни A ; X_{wi} - світовий експорт продукту i ; $\sum X_{wj}$ - загальний світовий експорт.

Країна A має виявлену порівняльну перевагу в даному продукті i , якщо її співвідношення експорту продукту i до загального експорту всіх товарів (продуктів) перевищує таке ж співвідношення для світу в цілому. Якщо країна має виявлену порівняльну перевагу для певного продукту ($RCA > 1$), вона вважається конкурентоспроможним виробником і експортером цього продукту порівняно з країною, яка виробляє та експортує цей товар на рівні або нижче середньосвітового рівня. Країна з виявленою порівняльною перевагою в продукті i вважається такою, що має потужний експорт цього товару. Чим вище значення RCA країни для продукту i , тим вище її експортна потужність у продукті i [29].

При дослідженні торгівлі послугами вчені використовують інструменти математичного прогнозування та моделювання динаміки експорту та імпорту послуг як для окремої країни, так і для світової торгівлі загалом. Так, Дернова І. використала «лінійну трендову модель обсягів світового експорту», застосувавши екстраполяцію динамічного ряду за 2010-2022 рр. [30].

З метою визначення перспектив України на міжнародному ринку послуг вчені застосовують короткострокове прогнозування обсягів експорту, імпорту та структури послуг за видами на основі методу експоненціального згладжування (метод Хольта-Вінтерса) [25].

Метод Хольта - це статистичний метод прогнозування, що використовується для аналізу та прогнозування часових рядів, особливо коли дані проявляють тренд та/або сезонність. Цей метод дозволяє робити прогнози на майбутнє, враховуючи тенденції та зміни в часовому ряді.

Основною ідеєю методу Хольта є розширення методу експоненційного згладжування (ЕМА) для включення тренду. Він використовує два параметри: рівень згладжування (α) для вагового коефіцієнту оновлення спостережень та коефіцієнт тренду (β), що визначає швидкість зміни тренду в часі.

Цей алгоритм передбачає згладжування значення рівня і тренду за допомогою експоненти, при якому параметри згладжування різні:

$$\begin{cases} \Omega_t = \alpha \cdot Y_t + (1 - \alpha)(\Omega_{t-1} - T_{t-1}) \\ T_t = \beta \cdot (\Omega_t - \Omega_{t-1}) + (1 - \beta)T_{t-1} \\ Y_{t+p} = \Omega_t + pT_t \end{cases} \quad (1.4)$$

де: « Ω_t – прогнозне значення показника для поточного моменту часу, T_t – визначення тенденції значень; Y_t – значення часового ряду; Y_{t+p} – прогнозне значення на t періодів у майбутнє» [31].

У наведеній вище системі рівнянь перший вираз описує згладжений часовий ряд загального рівня, другий вираз використовується для оцінки тренду, а третій – визначає прогноз зміни часового ряду на p періодів уперед [31].

Отже, процедура прогнозування за методом Хольта може бути узагальнена як послідовність чотирьох етапів:

1. Ініціалізація: визначення початкових значень для рівня та тренду.
2. Оновлення рівня: використання експоненційного згладжування для оновлення значення рівня.
3. Оновлення тренду: використання експоненційного згладжування для оновлення значення тренду.
4. Прогнозування: використання отриманих значень рівня та тренду для прогнозування майбутніх значень.

Таким чином, для оцінки позицій країни на міжнародному ринку послуг доцільно застосовувати сукупність розглянутих вище методів у наступній послідовності: (1) визначення динамічних та структурних змін у зовнішній торгівлі країни послугами; (2) оцінка місця країни на світовому ринку за основними видами послуг на основі даних статистичної інформації; (3) визначення конкурентних позицій країни на світовому ринку послуг за допомогою розрахунку індексу виявлених порівняльних переваг; (4) прогнозування показників зовнішньої торгівлі країни основними видами послуг на короткостроковий період з використанням екстраполяції тренду на основі експоненціального згладжування.

РОЗДІЛ 2. ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ ТА ПОЗИЦІЇ УКРАЇНИ

2.1. Динаміка та структура міжнародного ринку послуг

Послуги стали рушійною силою, яка формує економічний ландшафт країн на всіх рівнях розвитку. На них припадає найбільша частка світової економічної активності, створюючи понад дві третини ВВП, зайнято найбільше працівників і є джерелом створення більшості нових робочих місць, особливо для жінок і молоді. Водночас торгівля послугами перетворилася на ключовий елемент у стратегіях зростання, ставши найбільш зростаючою складовою світової торгівлі і створюючи робочі місця з вищою доданою вартістю.

Торгівля послугами була найдинамічнішим компонентом світової торгівлі упродовж останніх 15 років. Таке розширення торгівлі послугами надає країнам, що розвиваються, і найменш розвиненим економікам значні можливості для зростання на основі експорту, диверсифікації економіки, припливу прямих іноземних інвестицій (ПІІ) та інтеграції в глобальні ланцюжки створення вартості.

До пандемії COVID-19, у період з 2011 по 2019 рік, оцінена на основі платіжного балансу торгівля комерційними послугами зростала швидше, ніж торгівля товарами. Частка комерційних послуг у світових торговельних потоках становила понад 22% у 2022 р., що було меншим порівняно з періодом до пандемії COVID-19, коли цей показник становив 25% у 2019 р.

У 2022 році світовий експорт послуг досяг 7,1 трлн дол. США і зростав у середньому на 15% щорічно. За період 2005-2022 рр. світовий експорт комерційних послуг збільшився майже на 170% (рис. 2.1). Упродовж 2022 р. швидкі темпи зростання значною мірою були зумовлені істотним збільшенням обсягів експорту транспортних послуг - на 24%, через високі транспортні витрати за перші шість місяців. При цьому, виручка від міжнародних поїздок залишилася на рівні 75% від їх вартості за 2019 р., незважаючи на стабільне відновлення після пандемії в 2022 році [32].

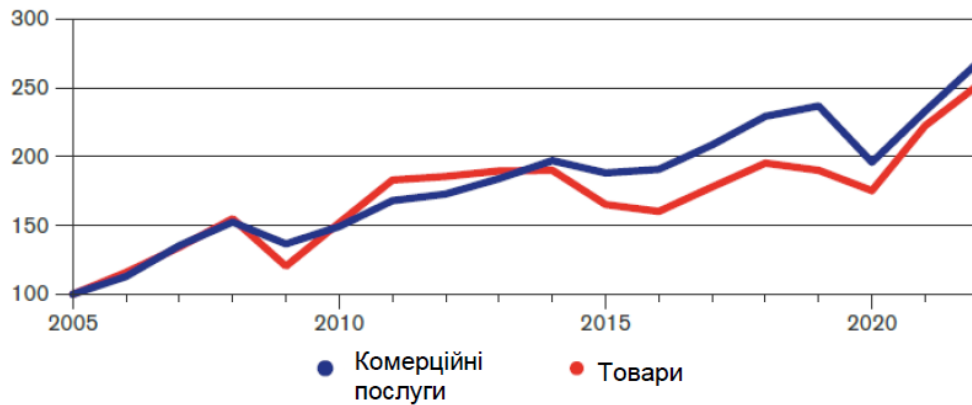


Рис. 2.1. Зростання світового експорту товарів і комерційних послуг, 2005-2022 (індекс 2005 = 100%)

Джерело: [13]

Темпи зростання експорту комерційних послуг були вищими в країнах, що розвиваються, і в найменш розвинених економіках (рис. 2.2). У період з 2005 по 2022 рік експорт комерційних послуг з найменш розвинених країн зріс більш ніж на 300%, тоді як експорт комерційних послуг з інших країн, що розвиваються, зріс більш ніж на 250% [13].

На регіональному рівні країни Латинської Америки та Карибського басейну зафіксували найвище річне зростання експорту послуг у 2022 р. (+38%), за ними йдуть країни Африки (+31%), Азії та Океанії (+20%). Обсяги імпорту послуг в країнах Латинської Америки та Карибського басейну також зростали швидше (+31%), ніж в інших основних регіонах світу. Зростання торгівлі, виміряне в поточних доларах США, зазнало більшого впливу волатильності обмінних курсів у 2022 р., ніж у більшість попередніх років [32].

Подорожі, які раніше були найбільшою категорією послуг за обсягами продаж на міжнародному ринку, посіли третє місце у 2022 р. (1116 млрд дол. США). Різноманітні бізнес-послуги опинилися на першому місці, на них припадає майже чверть загального обсягу послуг, проданих на міжнародному ринку (1 737 млрд дол. США). На другому місці – транспортні послуги (1481 млрд дол. США), за ними – телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги (969 млрд дол. США).

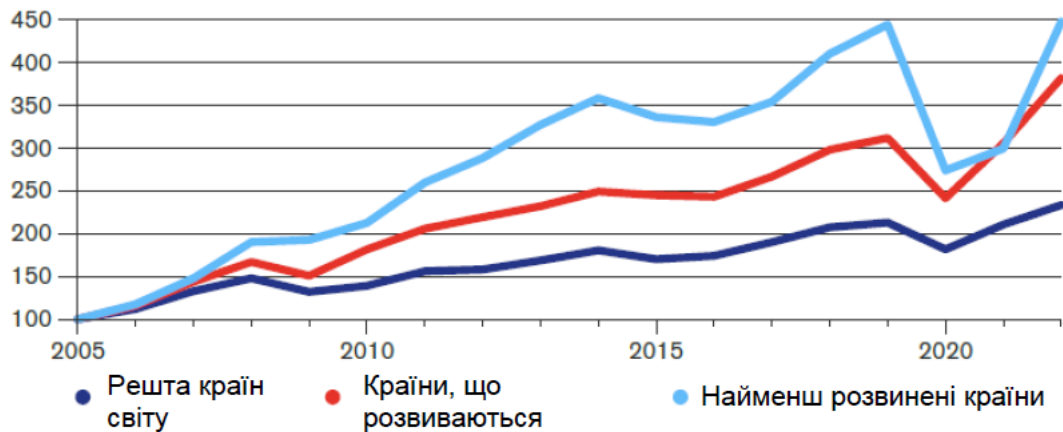


Рис. 2.2. Зростання експорту комерційних послуг, за групами країн, 2005-2022 рр. (Індекс 2005 = 100%)

Джерело: [13]

Торгівля зростає швидше в менш традиційних секторах, таких як послуги ІКТ, порівняно з транспортними, туристичними та товарними послугами (рис. 2.3). Статистика за методом платіжного балансу показує, що ці «інші комерційні послуги», які включають багато цифрових послуг, розширювалися набагато швидше в період 2005-2022 рр., ніж більш традиційні сектори, такі як транспортні послуги (6%) і подорожі (3%), які сильно постраждали від пандемії COVID-19. Серед «інших комерційних послуг» телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги мали найвищі середні темпи щорічного зростання у 2005-2022 рр. (+10%), дещо нижчі темпи зростання були характерні для динаміки особистих, культурних та рекреаційних послуг (+7%) та інших бізнес-послуг (+7%).

Якщо порівняти зростання торгівлі послугами в різних економіках то можна зробити висновок, що збільшення експорту послуг країнами, що розвиваються, значною мірою пов'язане з менш традиційними послугами, які легше надавати через кордони за допомогою цифрових засобів. Найменш розвинені економіки продемонстрували значне зростання експорту в більш традиційних секторах, таких як транспорт (14%) і будівельні послуги (11%), а також особисті, культурні та рекреаційні послуги (23%) і телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги (18%).

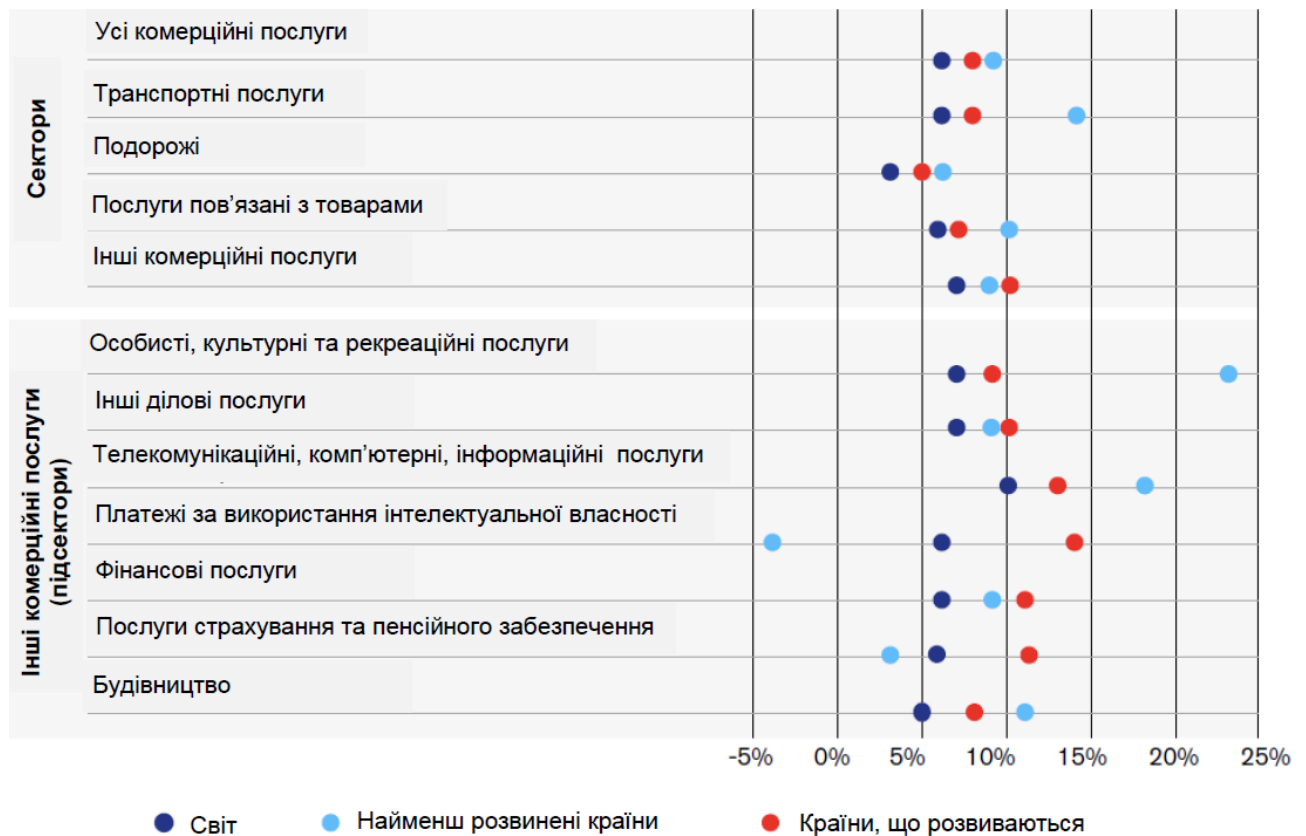


Рис. 2.3. Середньорічні темпи зростання експорту в окремих секторах послуг, за групами країн, 2005-2022 рр.

Джерело: [13]

Близько 25% світового ринку послуг у 2022 р. належало 10-ом найбільшим експортерам послуг з країн, що розвиваються. За останні десять років відбулося зростання на 5 процентних пунктів (п. п.) порівняно з їхньою часткою ринку в 2010 р., що свідчить про прогрес у диверсифікації експорту на міжнародні ринки третинного сектора. Значна частина додаткової частки ринку зосереджена в азіатських країнах, що розвиваються.

В експорті послуг у Північній Америці та Європі домінували ділові, фінансові, страхові, телекомунікаційні, комп'ютерні та ІР-послуги (67% та 58% відповідно). В Азії та Океанії ці послуги також перевищили 50% від загального обсягу продажів послуг. У Латинській Америці та Карибському басейні найбільш експортованою категорією послуг були подорожі (42%). В Африці подорожі становили 34% від загального експорту послуг.

Відображаючи різні міжгалузеві траєкторії, структура торгівлі комерційними послугами суттєво змінилася на глобальному рівні після пандемії COVID-19. Частка туристичних і транспортних послуг у світовій торгівлі послугами помітно знизилася, тоді як частка послуг, які легше надавати в електронному вигляді, зросла. Зокрема, частка «інших комерційних послуг» у світовому експорті комерційних послуг постійно зростала з 48% у 2005 р. до 56% у 2019 р., а потім збільшилася до 66% у 2021 р. з наступним зниженням до 59% у 2022 р., відображаючи негативний вплив пандемії і відносне скорочення інших секторів через карантинні обмеження (рис. 2.4). Тим часом сукупна частка подорожей, транспорту та послуг, пов'язаних з товарами, знизилася з 52% до 41% у період 2005-2022 рр.

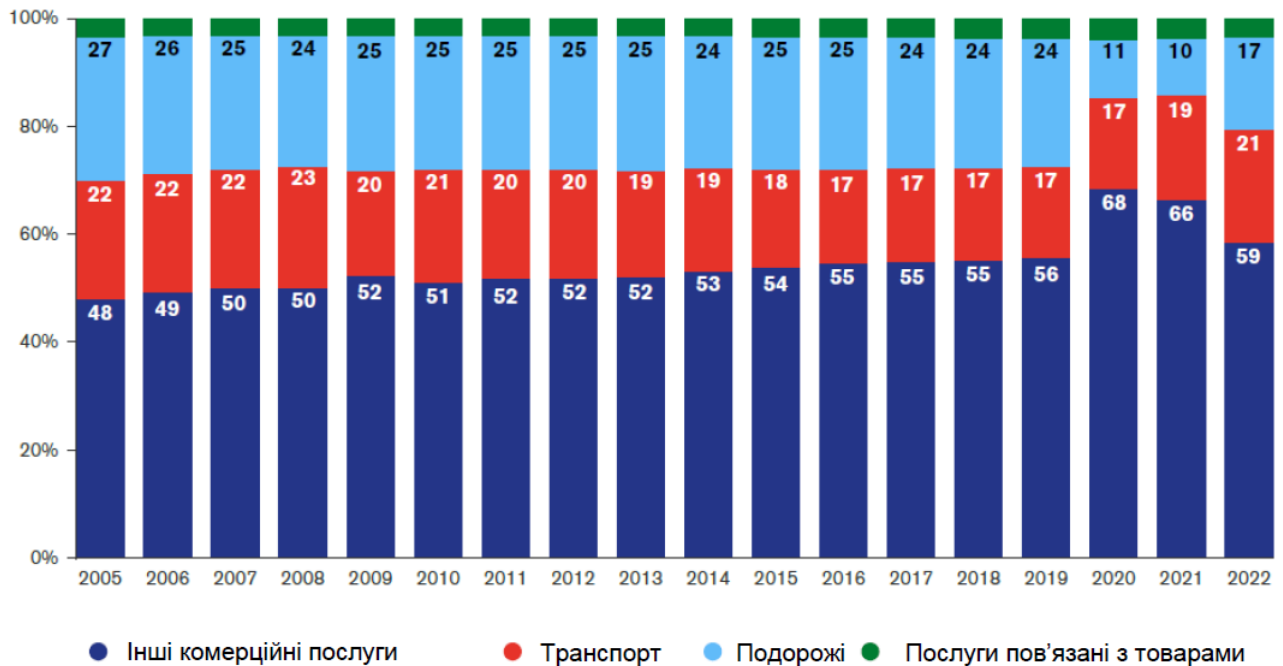


Рис. 2.4. Структура світового експорту комерційних послуг, 2005-2022 рр.

Джерело: [13]

Частка «інших комерційних послуг» у загальному експорті послуг зросла з 34% 2005 р. до 48% у 2022 р. Хоча пандемія сильно вплинула на структуру світової торгівлі, особливо з огляду на різке зниження надходжень, пов'язаних з подорожами, відносне розширення «інших комерційних послуг» за рахунок більш традиційних секторів почалося ще до пандемії.

До підсекторів, у яких спостерігалось найбільше зростання відносного значення для експорту економіки, що розвивається, належать підсектор телекомунікацій, комп'ютерних та інформаційних послуг (з 7% загального експорту комерційних послуг країнами, що розвиваються, у 2005 р. до 14% у 2022 р.), інші ділові послуги (з 19% до 23%), страхування та пенсійне забезпечення (з 1,4% до 2,6%). На відміну від цього, частка транспорту та подорожей зменшилася з 62% у 2005 р. до 49% у 2022 р., і пандемія ще більше посилила цю негативну тенденцію.

Європейські країни продали телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг на суму понад 548 млрд дол. США у міжнародному масштабі у 2022 р., за ними йдуть Азія та Океанія, які експортували цих послуг на близько 315 млрд дол. США. Африканські країни зареєстрували 9 млрд дол. США експорту, що на 13% більше, ніж у 2021 р. Латинська Америка та Карибський басейн продемонстрували найвищий темп зростання експорту цих послуг (+22%), що забезпечило до 15 млрд дол. США експорту у 2022 р. Країни Північної Америки експортували телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг на 10% більше, а вартість експорту перевищила 82 млрд дол. США.

Зростання таких секторів, як телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги, було особливо сильним в країнах, що розвиваються, в останні роки. Наприклад, у 2019-2022 рр. експорт комп'ютерних послуг з Пакистану зріс на 118%, а з Бангладеш – на 124%. Досвід Індії та Філіппін як світових лідерів у торгівлі комп'ютерними послугами та послугами аутсорсингу бізнес-процесів ілюструє зростання потенціалу торгівлі нетрадиційними послугами, а також переваги для зайнятості жінок.

Збільшення експорту менш традиційних послуг допомогло диверсифікувати експортні кошики багатьох країн, що розвиваються. Для низки економік, що розвиваються, телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги, фінансові та інші бізнес-послуги, які переважно експортуються в цифровому вигляді, становили понад 15% загального експорту товарів і послуг

у 2022 р., а також до пандемії COVID-19 у 2019 р. Ці послуги займали значну частку в загальному експорті країн, що розвиваються, до та під час пандемії (7% загального експорту товарів і послуг у 2022 р.), що в деяких випадках змінило профілі експорту, зокрема через зменшення частки туристичних послуг.

Глобальний ринок послуг зріс з 13 978,41 млрд дол. США у 2022 р. до 15 223,84 мільярда доларів США у 2023 році при середньорічному темпі зростання 8,9% [33]. Російсько-українська війна істотно погіршила швидкість відновлення світової економіки після пандемії COVID-19, принаймні в короткостроковій перспективі. Військова агресія РФ в Україні призвела до запровадження економічних санкцій багатьма країнами, різкого зростання цін на товари та перебоїв у ланцюжках поставок, що спричинило зростання цін на товари і послуги та вплинуло на багато ринків у всьому світі. Очікується, що ринок послуг зросте до 20 650,56 млрд дол. США у 2027 р. при середньорічному темпі зростання 7,9% [Там же].

Отже, за останні роки низка глобальних чинників (пандемія, повномасштабна війна в Україні) загалом негативно вплинули на обсяги світової торгівлі. У той час як міжнародні продажі багатьох послуг скоротилися, торгівля телекомунікаційними та комп'ютерними послугами збільшилася завдяки різкому зростанню попиту в періоди закриття економік. У 2021-2022 рр. у всіх основних регіонах світу було зафіксовано значне зростання експорту телекомунікаційних і комп'ютерних послуг, що стало основою для сучасного зв'язку «бізнес-бізнес», «бізнес-клієнт», а також електронної комерції.

2.2. Характеристика зовнішньої торгівлі України послугами

Динаміка зовнішньої торгівлі послугами визначається як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками, які в умовах глобального середовища змінюються дуже швидко, залишаючи мало часу на адаптацію економіки до функціонування в нових умовах та розробку стабілізаційних заходів. У

зовнішній торгівлі України традиційно переважають товари, а частка послуг не перевищує 25% загального торговельного обороту. Проте, для розвитку постіндустріальної економіки торгівля послугами є надзвичайно важливою, оскільки в секторі послуг створюється висока додана вартість та забезпечується значна частина зайнятості населення.

У загальних обсягах експорту України у 2022 р. частка послуг становила 17,2% і була більшою, порівняно з попереднім роком (15,8%), а частка послуг в імпорті за цей період скоротилася з 9,9% до 5,2%. Водночас, частка України світовому експорту послуг є невисокою і знизилася з 0,45% у 2013 р. до 0,29% у 2021 р. з подальшим скороченням до 0,22% у 2022 р. Натомість, частка України у світовому імпорті послуг збільшилася з 0,33% до 0,38% за аналогічний період. Для порівняння, частка Польщі у світовому експорту послуг у 2022 р. становила 1,32%, а в імпорті – 0,86%, а частка Німеччини становила 5,9% та 7,05% відповідно.

Аналіз даних Світової організації торгівлі про експорт та імпорт комерційних послуг України за період 2013-2023 рр. дозволяє виділити кілька основних тенденцій. Насамперед, відбулося зменшення обсягів експорту послуг з 21851 млн дол. США у 2013 р. до 15740 млн дол. США або майже на 28% (рис. 2.5).

По-друге, динаміка імпорту послуг була спадною у період 2013-2021 рр., коли обсяги імпорту зменшилися з 15538 млн дол. США до 13384 млн дол. США або на 13,9%. Проте, внаслідок початку повномасштабної війни в Україні імпорт комерційних послуг збільшився у 2021 р. майже удвічі порівняно з 2021 р. - до 24918 млн дол. США. У 2023 р. відбулося незначне скорочення імпорту послуг (до 23417 млн дол. США), що свідчить про певну стабілізацію внутрішнього ринку послуг та задоволення частини потреб вітчизняними підприємствами.

По-третє, на відміну від зовнішньої торгівлі товарами, в Україні упродовж 2013-2021 рр. спостерігалось позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами, хоча воно й зменшилося з 6313 млн дол. США у 2013 р. до 4685 млн

дол. США. Внаслідок одночасного скорочення обсягів експорту (-11%) та різкого зростання імпорту (+86%) сальдо торгівлі послугами у 2022 р. змінилося на негативне (-8780 млн дол. США). У 2023 р. спадна тенденція експорту послуг продовжилася, обсяг наданих послуг закордонним споживачам зменшився на 2% порівняно з 2021 р., а зростаюча тенденція імпорту припинилася і обсяги імпорту послуг зменшилися на 6%.

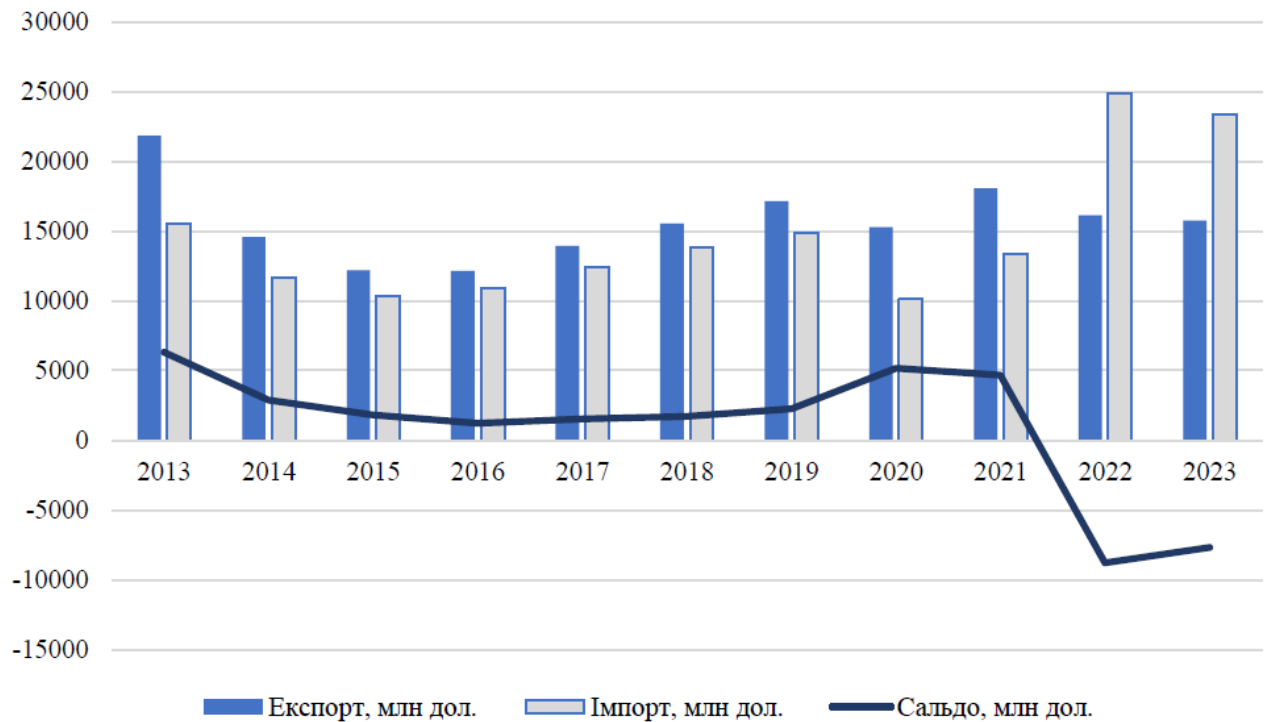


Рис. 2.5. Експорт, імпорт та сальдо торгівлі України послугами у 2013-2023 рр.

Джерело: побудовано за даними [34]

Як видно з рисунку, економічна криза 2014-2015 рр., яка виникла в Україні внаслідок анексії Росією Криму та окупації частини території Донецької та Луганської областей, призвела до істотного зниження експорту послуг – на 33% у 2014 р. відносно 2013 р. та на 16% у 2015 р. порівняно з 2014 р. Скорочення обсягів імпорту послуг відбувалося меншими темпами – на 25% та 11% відповідно. У 2016 р. експорт знизився лише на 1% порівняно з 2015 р., а з 2017 р. почалося поступове відновлення обсягів експорту комерційних послуг, які за цей рік збільшилися на 15%. Зростаюча тенденція імпорту послуг

розпочалася у 2016 р. (зростання на 5% відносно 2015 р.), а у 2017 р. імпорт збільшився на 14% порівняно з 2016 р.

Попри відносно високі темпи щорічного зростання (в середньому 12%), зовнішня торгівля України комерційними послугами не відновилася до рівня докризового періоду, а пандемія коронавірусу COVID-19 та запровадження карантинних обмежень стали причиною істотного зниження обсягів торгівлі. Внаслідок економічної кризи, що виникла в умовах пандемії, експорт послуг з України у 2020 р. скоротився на 11%, а імпорт – на 32% порівняно з попереднім роком. При цьому зауважимо, що зниження обсягів торгівлі послугами внаслідок пандемії було не таким істотним, як під час кризи 2014-2015 рр., а у 2021 р. експорт послуг збільшився на 18%, імпорту – на 32%, що свідчить про високу здатність вітчизняних підприємств сфери послуг до відновлення у посткризовий період.

Внаслідок повномасштабного вторгнення російських військ в Україну, зовнішня торгівля послугами зазнала асиметричних змін, які полягали у скороченні обсягів експорту у 2022 р. на 11%, так само, як і під час кризи пандемії, при одночасному різкому зростанні імпорту послуг – на 86% порівняно з 2021 р. Істотне збільшення імпорту послуг в Україну відбулося за рахунок зростання обсягу спожитих українцями послуг, пов'язаних з подорожами, вартість яких, за даними СОТ, становила у 2021 р. 6251 млн дол. США, а у 2022 р. збільшилася до 19759 млн дол. США (на 216%) [34], що було зумовлене виїздом значної частини українців за кордон за допомогою послуг туристичних фірм. У 2023 р. загальні обсяги імпорту комерційних послуг в Україну знизилися до 23417 млн дол. США (на 6% порівняно з 2022 р.), а імпорт послуг, пов'язаних з подорожами, зменшився на 11%, що й стало вагомим чинником зменшення негативного сальдо торгівлі України послугами.

Такі відмінності у загальній динаміці комерційних послуг та за основними їх видами відобразилася й у структурних змінах торгівлі України послугами. Згідно класифікації послуг за укрупненими секторами, у 2019 р. у структурі експорту послуг України переважали інші комерційні послуги (43%),

другими за обсягом були транспортні послуги (36%), а обсяг послуг, пов'язаних з товарами та подорожами був значно менший і становив відповідно 11% та 9% (рис. 2.6). В імпорті послуг найбільшою була частка подорожей (57%), на другому місці – інші комерційні послуги (25%), транспортні послуги становили 17% усіх послуг, а послуги, пов'язані з товарами – лише 1%.

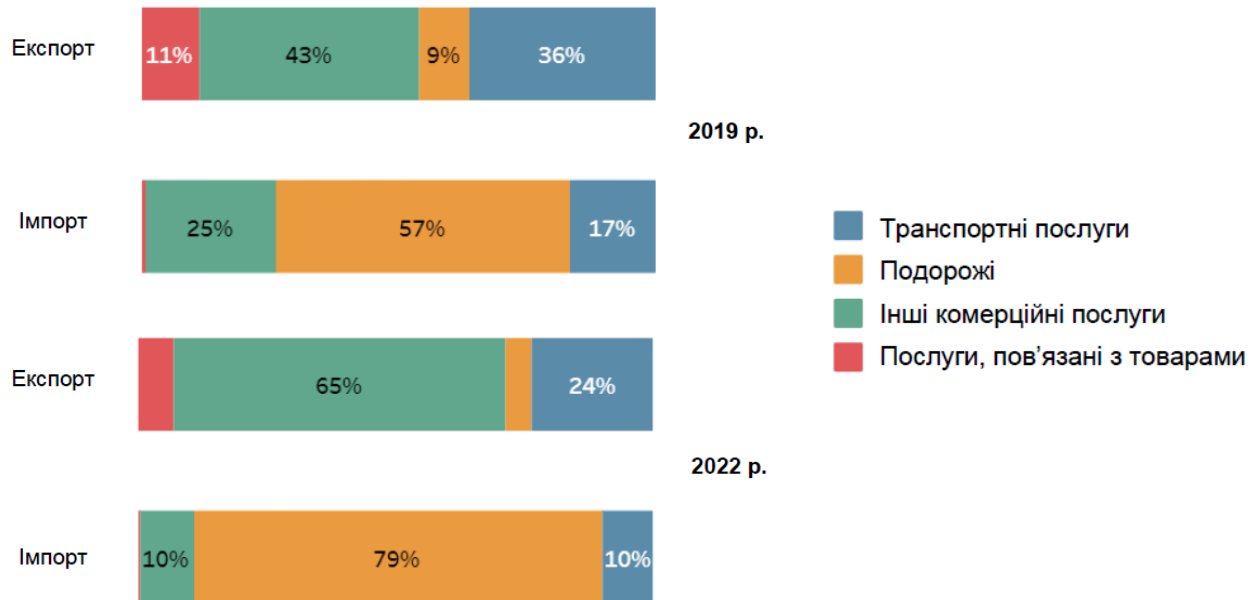


Рис. 2.6. Зміна структури експорту та імпорту комерційних послуг України у 2019-2022 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [34]

Як видно з рисунку, у 2022 р. структура торгівлі України послугами змінилася. Частка експорту інших комерційних послуг збільшилася до 65%, а транспортних послуг – зменшилася до 24%. Частка послуг, пов'язаних з подорожами, в експорт комерційних послуг України скоротилася до 5%, натомість частка цих послуг в імпорті збільшилася до 79%. Водночас, відбулося істотне скорочення часток транспортних послуг та інших комерційних послуг, які становили по 10% в загальних обсягах імпорту послуг до України.

Важливою складовою дослідження загальних тенденцій у торгівлі України послугами є аналіз географічної структури експорту та імпорту послуг. Зовнішня торгівля України послугами до початку повномасштабної війни здійснювалася з 170 країнами світу. Основними країнами-партнерами України

у торгівлі послугами у 2021 р. були країни ЄС (33,4% загального обсягу зовнішньоторговельного обороту послугами), Росія (31,5%), США (9,6%), Швейцарія (6,9%), Об'єднані Арабські Емірати (2,4%), Ізраїль (1,7%), Туреччина (1,3%). Частка інших країн становила 13,1% і була значно менше 1% за окремими країнами.

Як було зазначено вище, найбільшим партнером у торгівлі послугами України у 2021 р. був Європейський Союз, що обумовлено як географічною близькістю країн, так і активізацією євроінтеграційного процесу нашої країни після підписання Угоди про асоціацію Україна-ЄС. Динаміка експорту та імпорту послуг України з країнами ЄС змінювалася під впливом низки геополітичних чинників. Насамперед, у 2013-2015 рр. обсяги експорту, імпорту та сальдо торгівлі послугами України з країнами ЄС зазнали істотних змін (рис. 2.7). Так, у 2013 р. експорт послуг з України становив 4,19 млрд дол. США і був дещо меншим за імпорт послуг до України, який дорівнював 4,21 млрд дол. США, а тому сальдо торгівлі було негативним. Анексія Росією Кримського півострова та окупація частини території Донецької та Луганської областей призвели до зниження обсягів експорту послуг з України до ЄС на 30% у 2014 р. відносно 2013 р. та зниження імпорту на 34,7% за відповідний період.

Підписання Угоди про асоціацію України з ЄС та впровадження в дію зони вільної торгівлі з 2016 р. стали сприятливим геополітичним чинником для відновлення позицій українських експортерів послуг на європейському ринку. Починаючи з 2016 р. спостерігалось щорічне зростання обсягів експорту послуг з України, а у 2019 р. експорт досяг 4,5 млрд дол. США, що перевищило докризовий показник (2013 р.). Як видно з рисунку, у 2019-2021 рр. обсяги експорту послуг України до ЄС були практично незмінними і більше ніж на 50% перевищили показник 2015 р., що свідчить про закріплення українських експортерів на європейському ринку.

Динаміка імпорту послуг з ЄС до України відрізнялася від динаміки експорту тим, що після істотного скорочення обсягів у 2015-2016 рр. імпорт відновлювався не такими швидкими темпами, як експорт послуг до ЄС.

Зокрема, обсяги експорту послуг у 2017 р. зросли на 15% порівняно з 2016 р., а обсяги імпорту - на 4,5%. Такі невисокі темпи росту обсягів імпорту порівняно з експортом сприяли покращенню балансу торгівлі та забезпечили збільшення позитивного сальдо України у торгівлі послугами упродовж 2017-2021 рр.



Рис. 2.7. Динаміка показників торгівлі України послугами з країнами ЄС у 2013-2021 рр.

Джерело: побудовано за даними [35]

Серед країн ЄС найбільшими експортерами послуг з України у 2021 р. були Німеччина, яка придбала українських послуг на 717,3 млн дол. США, що становило 15,96% від загального обсягу експорту послуг до країн ЄС та Польща – 462,7 млн дол. США або 10,29% відповідно (рис. 2.8). Дещо меншими були обсяги експорту послуг з України до Кіпру (396 млн дол. США або 8,81%) та до Нідерландів (324,7 млн дол. США або 7,22%). Також слід відзначити низку країн, частка яких в експорті послуг з України не перевищувала 6%: Австрія (251,6 млн дол. США або 5,6%), Мальта (254 млн дол. США або 5,65%), Угорщина (254,3 млн дол. США або 5,66%), Франція (250,1 млн дол. США або 5,56%).

В імпорті послуг до України з країн ЄС у 2021 р. також лідером була Німеччина, яка надала українським споживачам послуг загальною вартістю 458,8 млн дол. США, що становило 14,19% від імпорту послуг з країн ЄС. Вагомою також була частка імпорту послуг з Ірландії (374,7 млн дол. США або 11,6%), Кіпру (342,2 млн дол. США або 10,6%), Польщі (273,2 млн дол. США або 8,45%), Мальти (236,4 млн дол. США або 7,31%), а також з Бельгії (181,2 млн дол. США або 5,61%) та Франції (178,2 млн дол. США або 5,51%).

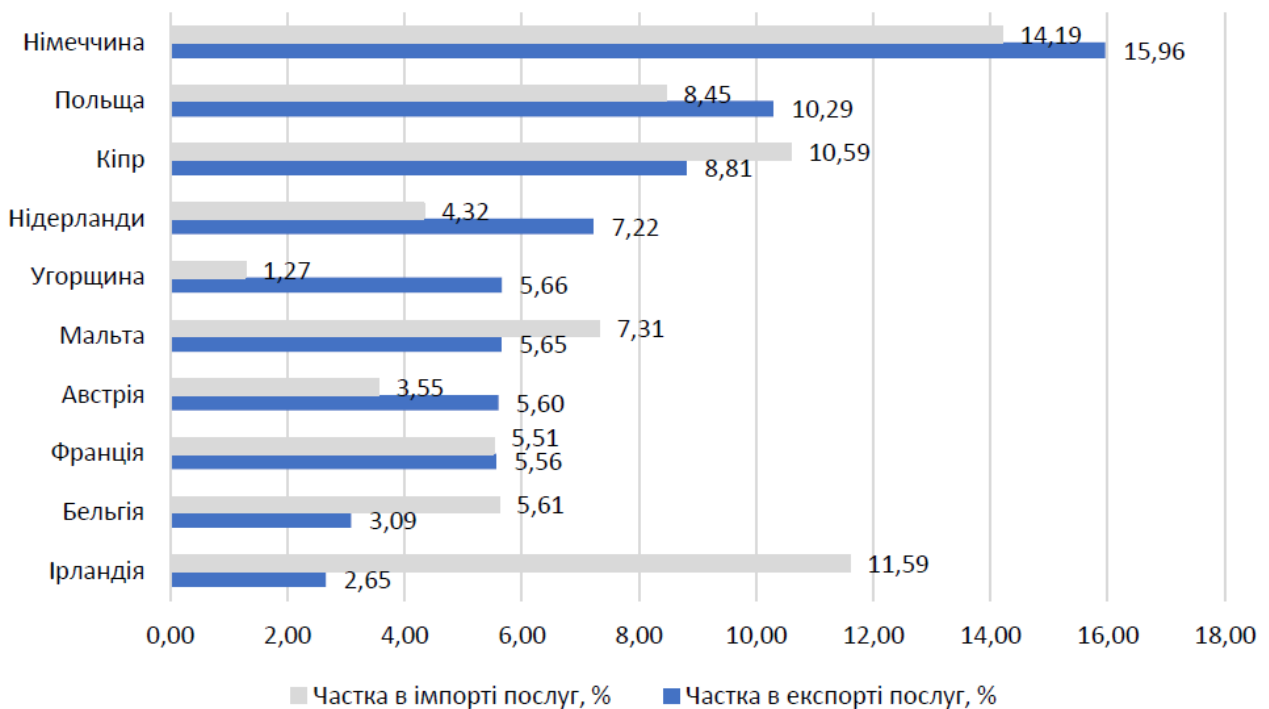


Рис. 2.8. Структура зовнішньої торгівлі України послугами за основними країнами ЄС у 2021 рр.

Джерело: побудовано за [36]

Часові ряди, опубліковані Державною службою статистики про торгівлю України послугами у розрізі країн, завершуються 2021 р., що не дозволяє оцінити динаміку торгівлі з країнами ЄС після початку повномасштабної війни і виявити зрушення у географічній структурі експорту та імпорту послуг України за 2022-2023 р., які відбулися під впливом загроз воєнного стану. Тому, оцінка змін в торгівлі України послугами обмежена лише товарною структурою на основі статистичних даних, опублікованих на сайті Світової організації торгівлі.

Отже, зовнішня торгівля України послугами зазнала істотних трансформацій в останні кілька років, що відобразилося у зменшенні обсягів експорту при різкому зростанні імпорту у 2022-2023 рр. та зміні позитивного сальдо торгівлі на негативне в останні два роки. Збільшення імпорту послуг відбулося за рахунок істотного зростання послуг, пов'язаних з подорожами, попит на які виріс з початку повномасштабної війни у зв'язку із виїздом великої кількості українських громадян за кордон. Слід відзначити, що найбільшу стійкість та адаптивність до функціонування в умовах війни виявили вітчизняні фірми, що експортують комп'ютерні послуги, про що свідчить зростаюча тенденція експорту цих послуг упродовж 2017-2022 рр. За результатами проведеного дослідження можемо зробити попередній висновок про міцні позиції нашої країни на міжнародному ринку за такими видами послуг, як транспортні, комп'ютерні та ділові послуги.

2.3. Оцінка конкурентних позицій України на міжнародному ринку послуг

Конкурентні позиції країни на світовому ринку послуг визначаються кількісними показниками вартості експорту за основними видами послуг. Тому для оцінки конкурентних позицій України на міжнародному ринку послуг необхідно провести аналіз зовнішньої торгівлі України за основними видами послуг. Згідно класифікації послуг на укрупнені групи, крім транспортних послуг та послуг, пов'язаних з подорожами, у загальній структурі експорту послуг України значна частка належить групі інших комерційних послуг (65% у 2022 р.). Тому у подальшому дослідженні необхідно взяти до уваги основні види послуг цієї категорії, які мають істотну частку у загальних обсягах експорту послуг.

Більш детальне вивчення торгівлі України іншими комерційними послугами дозволяє виділити такі основні види послуг в експорті, як комп'ютерні послуги, оптова та роздрібна торгівля, професійні послуги, медичні та соціальні послуги. В загальному експорті інших комерційних послуг

переважали комп'ютерні послуги, на зростаючу тенденцію яких не вплинула пандемія та погіршення економічної і безпекової ситуації в Україні в умовах повномасштабної війни. Обсяги експорту комп'ютерних послуг збільшилися з 2485 млн дол. у 2017 р. до 7449 млн дол. США у 2022 р., а їхня частка у структурі загального експорту послуг збільшилася з 17,8% до 45,5% за цей же період (рис. 2.9). Обсяги експорту інших видів послуг були істотно меншими, порівняно з комп'ютерними послугами. Частка оптової та роздрібної торгівлі в структурі експорту послуг збільшилася з 7,9% у 2017 р. до 8,8% у 2022 р., частка професійних послуг – з 4,2% до 5,5%, натомість зменшилася частка медичних і соціальних послуг – з 8,2% до 4,4% за цей же період.

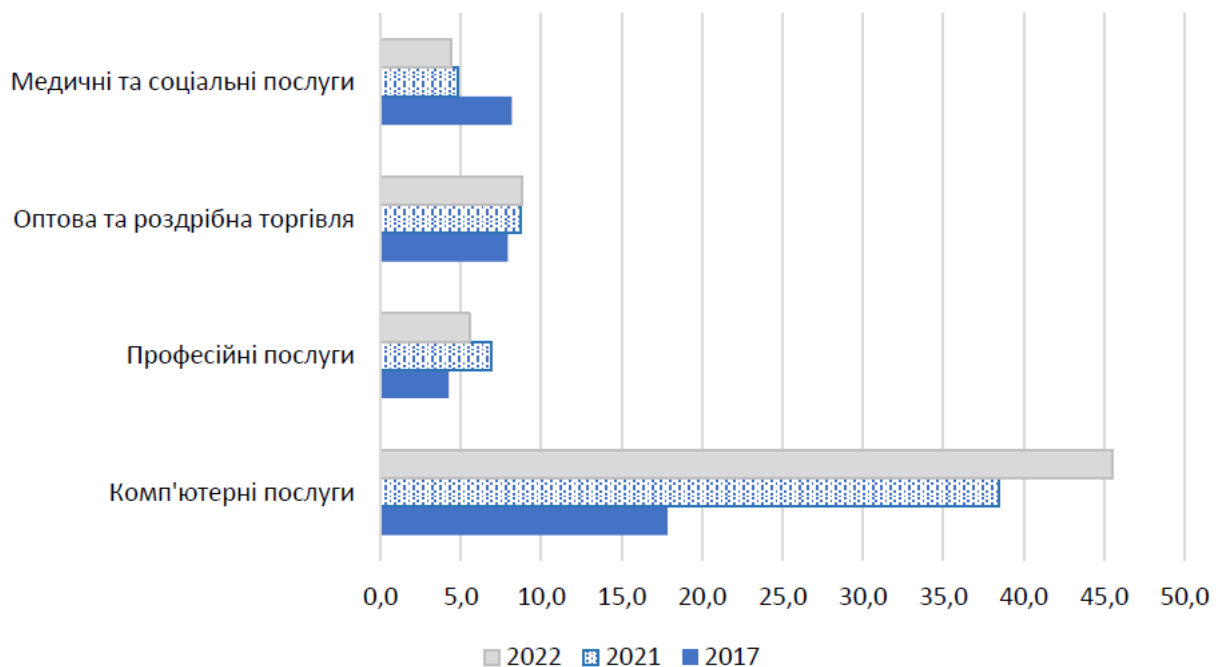


Рис. 2.9. Зміна частки інших комерційних послуг в експорті послуг з України у 2017-2022 рр., %

Джерело: розраховано і побудовано автором за даними [34]

В імпорті інших комерційних послуг до України переважали медичні та соціальні послуги, їх обсяги збільшилися майже учетверо за період 2017-2022 рр. (з 3853 млн дол. США до 14828 млн дол. США), а їхня частка у загальному експорті послуг збільшилася з 31,1% до 59,5% за цей же період (рис. 2.10). Частки інших видів послуг в загальних обсягах імпорту за досліджуваний

період істотно зменшилася. Так, частка оптової та роздрібної торгівлі в імпорті послуг зменшилася з 6,6% у 2017 р. до 1,0% у 2022 р., частка професійних послуг – з 3,5% до 1,2%, частка комп'ютерних послуг – з 2,9% до 2,2%.

За рік повномасштабної війни відбулося зростання обсягів імпорту медичних та соціальних послуг майже у 6 разів – з 2522 млн дол. США у 2021 р. до 14828 млн дол. США у 2022 р., що зумовлене збільшенням попиту на ці послуги в Україні через недостатню спроможність вітчизняної медичної сфери обслуговувати велику кількість постраждалих від воєнних дій та відсутність технічних можливостей надавати певні види послуг.

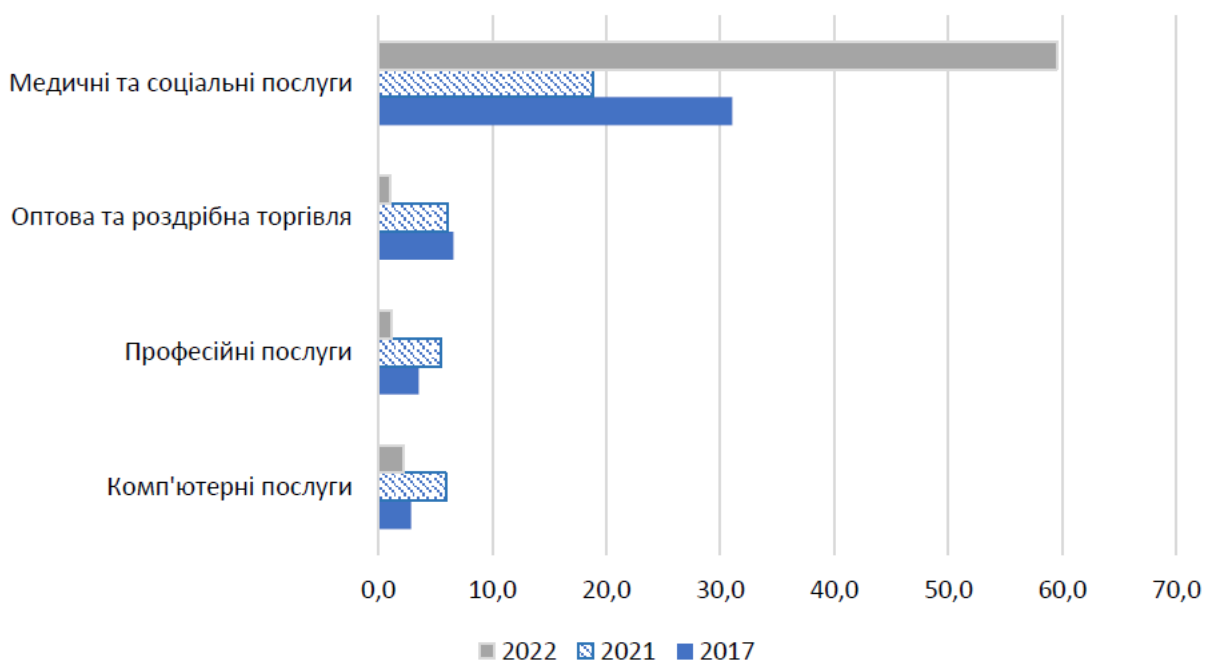


Рис. 2.10. Зміна частки інших комерційних послуг в імпорті послуг до України у 2017-2022 рр., %

Джерело: розраховано і побудовано автором за даними [34]

Водночас, в умовах війни спостерігалось скорочення обсягів імпорту оптової та роздрібної торгівлі - з 811 млн дол. США у 2021 р. до 256 млн дол. США у 2022 р., комп'ютерних послуг – з 795 млн дол. США до 557 млн дол. США та професійних послуг – з 733 млн дол. США до 294 млн дол. США за відповідний період, що й обумовило значне зменшення частки цих видів послуг в загальному імпорті. Істотне скорочення у 2022 р. обсягів імпорту комп'ютерних послуг (на 30%) та професійних послуг (на 59,9%) порівняно з

2021 р. відбулося внаслідок зменшення попиту на ці послуги через значне обмеження економічної діяльності в умовах війни.

Грунтуючись на результатах проведених розрахунків на основі статистичних даних СОТ, можемо припустити, що Україна має хороші конкурентні позиції на міжнародному ринку за такими видами послуг, як ділові послуги та комп'ютерні послуги, частка яких у загальних обсягах експорту у 2022 р. становила відповідно 15,7% та 45,5%. Також у подальшому дослідженні до уваги необхідно взяти транспортні послуги та послуги, пов'язані з подорожами, які традиційно виділяються в статистиці як основні види послуг, поряд з іншими комерційними послугами, які не деталізуються. Частки професійних послуг, послуг в сфері оптової та роздрібної торгівлі, медичних та соціальних послуг в експорті послуг України були не високими (на рівні 5-6%), що свідчить про низьку їх конкурентоспроможність, а тому ці послуги у подальшому дослідженні не розглядаємо.

Для оцінки конкурентних позицій України на міжнародному ринку послуг використаємо індекс виявлених порівняльних переваг (RCA), який розраховується як співвідношення частки певного виду послуг в загальних обсягах експорту послуг з України та частки світового експорту цього ж виду послуг у загальносвітовому експорті послуг. Тому на першому етапі нашого дослідження визначимо частки світового експорту основних видів послуг у світовому експорті послуг за період 2017-2022 р., скориставшись базою даних Світової організації торгівлі та ЮНКТАД (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Частка основних видів послуг у світовому експорті послуг у 2017-2022 р., %

Вид послуг	Роки					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Транспортні послуги	17	17	17	17	20	21
Подорожі	24	24	24	11	10	16
Ділові послуги	18,6	17,4	17,1	25,8	25,5	24,4
Комп'ютерні послуги	9,4	9,3	10,9	13,7	14,3	13,6

Джерело: розраховано автором за даними [37-39]

Наступним етапом нашого дослідження є розрахунок часток основних видів послуг у загальних обсягах експорту України за період 2017-2022 р. на основі статистичних даних Світової організації торгівлі (табл. 2.2). Як видно з таблиці, за досліджуваний період відбулися зміни в структурі експорту послуг з України, що характеризуються зменшенням частки транспортних послуг та збільшенням частки комп'ютерних послуг.

Зниження майже удвічі частки транспортних послуг в експорті послуг України може свідчити про погіршення конкурентоспроможності вітчизняних перевізників на міжнародному ринку або навіть і втрату конкурентних позицій. У період 2017-2019 рр. частка транспортних послуг в експорті України зменшувалася щороку на 4 відсоткових пункти (в. п.), у 2020 р. попри кризу пандемії це зниження було меншим і становило 3 в. п., а найбільшого скорочення цей показник зазнав у 2021 р. (7 в. п.), що відображає інерційний вплив пандемії на транспортний сектор. У 2022 р. скорочення частки транспортних послуг в експорті було найменшим за весь досліджуваний період, що пояснюється важливою роллю транспортування експортних та імпорتنих вантажів в умовах війни.

Частка комп'ютерних послуг в загальному експорті послуг України упродовж 2017-2022 рр. мала зростаючу динаміку, а збільшення цього показника майже у 2,5 раза дозволяє припустити підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, що надають такі послуги зарубіжним компаніям. Крім цього, звернемо увагу, що частка комп'ютерних послуг в експорті України зростала швидшими темпами, порівняно з темпами зростання частки цих послуг в світовому експорті. Так, у 2018-2019 рр. частка комп'ютерних послуг в експорті України зростала в середньому на 3,2 в. п. щороку, а у 2020-2022 рр., попри пандемію та повномасштабне вторгнення російських військ в Україну, цей показник щорічно збільшувався на 7 в. п.

Таблиця 2.2

Частка основних видів послуг в експорті послуг України у 2017-2022 р., %

Вид послуг	Роки					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Транспортні послуги	42	38	36	33	26	24
Подорожі	9	9	9	2	5	5
Ділові послуги	14,1	14,6	15,1	17,6	17,0	15,7
Комп'ютерні послуги	17,8	20,6	24,3	32,9	38,4	45,5

Джерело: розраховано автором за даними [34]

Натомість, частка комп'ютерних послуг в світовому експорті у 2018 р. зменшилася на 0,1 в. п. порівняно з 2017 р., у 2019-2021 рр. зростала в середньому лише на 1,69 в. п. щороку, а у 2022 р. зменшилася на 0,74 в. п. Тому, наше припущення також стосується швидшого зростання конкурентоспроможності українського сектора комп'ютерних послуг порівняно із загальносвітовою тенденцією зміни конкурентних позицій основних експортерів цих послуг.

На основі формули 1.3 розрахуємо індекс виявлених порівняльних переваг України за основними видами послуг, використовуючи дані, наведені у таблицях 2.1 та 2.2. Результати розрахунку індексу RCA, наведені у таблиці 2.3, свідчать про відсутність виявлених порівняльних переваг українського сектору послуг, пов'язаних з подорожами, та ділових послуг. Значення індексу RCA для цих двох видів послуг упродовж досліджуваного періоду були меншими за 1. При цьому зауважимо, що конкурентоспроможність ділових послуг можна вважати вищою, ніж конкурентоспроможність послуг, пов'язаних з подорожами, оскільки значення індексу для ділових послуг були вищими.

Таблиця 2.3

Індекс виявлених порівняльних переваг (RCA) України за основними видами послуг у 2017-2022 рр.

Вид послуг	Роки					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Транспортні послуги	2,47	2,24	2,12	1,94	1,30	1,14
Подорожі	0,38	0,38	0,38	0,18	0,50	0,31
Ділові послуги	0,76	0,84	0,88	0,68	0,67	0,64
Комп'ютерні послуги	1,90	2,22	2,23	2,40	2,68	3,35

Джерело: розраховано автором

Порівнюючи динаміку індексу RCA для цих двох видів послуг, звернемо увагу, що зниження їхньої конкурентоспроможності відбулося у 2020 р. внаслідок пандемії, але послуги в сфері подорожей мали кращий потенціал для відновлення конкурентних позицій на міжнародних ринках, оскільки індекс збільшився утричі. Водночас, міжнародна конкурентоспроможність українського сектору ділових послуг продовжувала поступово знижуватися у 2021-2022 р., але підприємства цього сектору виявилися більш стійкими до ризиків і загроз війни у 2022 р., про що свідчить незначне зниження індексу, тоді як індекс для послуг, пов'язаних з подорожами, істотно зменшився. Ґрунтуючись на цих результатах, можемо зробити висновок, що сектор ділових послуг є стійким до змінних умов середовища, має високий адаптивний потенціал, що є важливою передумовою для посилення міжнародної конкурентоспроможності підприємств цієї сфери діяльності.

Результати проведених розрахунків показують зниження індексу з 2,47 до 1,14 для транспортних послуг та підтверджують зроблене нами попереднє припущення про істотне зниження рівня міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств, що надають транспортні послуги зарубіжним компаніям і споживачам. Проте, значення індексу у 2022 р. хоч і знизилося внаслідок істотного погіршення транспортної логістики в умовах війни, але залишається більшим за 1, що свідчить про наявність порівняльних переваг в українських транспортних компаній на міжнародному ринку.

В результаті дослідження також підтверджено наше припущення про наявність конкурентних переваг в українських ІТ-компаній, що експортують

комп'ютерні послуги. Упродовж усього досліджуваного періоду сектор комп'ютерних послуг України характеризувався наявністю виявлених порівняльних переваг в міжнародному масштабі. При цьому, зростання індексу з 1,9 у 2017 р. до 3,35 у 2022 р. свідчить про істотне посилення конкурентних позицій цього сектору послуг на міжнародному ринку.

Таким чином, найкращі конкурентні позиції на міжнародному ринку має український сектор комп'ютерних послуг. Важливими чинниками такого рівня конкурентоспроможності підприємств цього сектора в Україні стали: (1) високий рівень освіти та професійної підготовки фахівців з ІТ, їхня участь у міжнародних проектах, використання сучасних технологій; (2) значний інноваційний потенціал підприємств, які активно розробляють нові програмні продукти та впроваджують новітні технології; (3) конкурентна цінова політика, невисокі витрати на оплату праці та оренду порівняно з іншими країнами. Отже, в Україні на високому рівні розвинена ІТ-освіта, значний інноваційний потенціал, конкурентні ціни, проте є необхідність покращення регуляторного середовища та забезпечення економічної стабільності, що є складним завданням в умовах війни.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ УЧАСТІ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

3.1. Проблеми зовнішньої торгівлі України послугами в умовах війни

Незважаючи на істотне скорочення частки транспортних послуг як в експорті, так і в імпорті України у 2022 р. порівняно з 2019 р., в умовах повномасштабної війни роль транспорту у забезпеченні функціонування життєво важливих сфер істотно зросла. Процес надання та споживання транспортних послуг зазнав критичних змін через ускладнення логістичних маршрутів, руйнування транспортної інфраструктури, унеможливлення використання транзитних коридорів через Білорусію до Балтійських та Скандинавських країн, блокаду російськими військами чорноморських портів України. Особливо важливими стали українські транспортні послуги, що забезпечували експорт продовольства до країн Африки, Азії та Близького Сходу, а також імпорт гуманітарних вантажів, паливно-мастильних матеріалів та боєприпасів з країн-партнерів до України.

З метою полегшення логістики та вирішення інших транспортних проблем за ініціативи Європейської Комісії було створено «шляхи солідарності», що дозволили частково зменшити кризові явища в сфері доставки вантажів. Попри докладені зусилля сторін-учасниць цієї угоди, в усіх пунктах перетину українського кордону з країнами ЄС спостерігалися черги вантажних транспортних засобів, які очікували на проїзд по 7-14 діб. Такі черги були зумовлені, з одного боку, низькою пропускною спроможністю діючих прикордонних пунктів, а з іншого – утрудненням руху вантажівок європейськими перевізниками, особливо польськими, які розпочали активно блокувати кордон з листопада 2023 р.

Отже, одним з перспективних напрямів збільшення експорту транспортних послуг в Україні необхідно розбудовувати прикордонну транспортну інфраструктуру, відкривати нові пункти перетину кордону, розробляти нові логістичні маршрути, удосконалювати процедури перевірки та оформлення вантажів. Крім цього, набуття Україною статусу країни-кандидата

на вступ до ЄС спонукає до активізації роботи українського уряду та парламентарів над виконанням положень Угоди про асоціацію з ЄС, які дозволять нашій країні отримати режим спільного ринку з країнами ЄС.

З цієї точки зору, важливим кроком для наближення українського та європейського ринків транспортних послуг стало підписання двох документів – Угоди про спільний авіаційний простір (2021 р.) та Угоди про автомобільні вантажні перевезення (2022 р.). І якщо в умовах війни Україні не вдалося використати переваги щодо розвитку авіаційних послуг через закриття повітряного простору та припинення польотів, то полегшення доступу українських автоперевізників до європейського ринку стало важливим чинником для підтримки функціонування автотранспортного сектору і значною мірою сповільнило зниження обсягів експорту, яке відбувалося через логістичні проблеми та загальний спад в економіці.

На відміну від планового укладання Угоди про спільний авіаційний простір України та ЄС, Угоду про автомобільні вантажні перевезення було підписано з метою швидкого забезпечення українських автомобільних перевізників можливістю без обмежень доставляти гуманітарну допомогу та товари критичного імпорту в Україну, а також здійснювати експорт українських товарів до країн-партнерів, які до 24 лютого 2022 р. переважно доставлялися морськими шляхами. З огляду на критичну важливість цієї угоди для України в умовах війни та фактичну неготовність нашої країни до її підписання з точки зору відповідності вітчизняних норм і стандартів європейським вимогам, цей документ має тимчасовий характер, був підписаний терміном на 1 рік та з можливістю щорічного продовження.

Угода про автомобільні транспортні перевезення відмінила отримання дозволів українськими перевізниками для перевезення вантажів до країн ЄС, що фактично відкрило національні ринки транспортних послуг країн-членів ЄС в секторі пасажирських та вантажних перевезень для українських перевізників і посилило конкуренцію на цьому ринку. Впровадження в дію дії цієї угоди поряд з позитивним впливом на зовнішню торгівлю транспортними послугами

України спровокувало низку негативних подій, які нівелювали позитивні очікування українців та створили ще більше труднощів в автотранспортних перевезеннях.

Починаючи з 6 листопада 2023 р. польські власники транспортних фірм та водії заблокували польсько-українські пункти пропуску вантажівок (Гребенне, Дорогуськ, Корчова) з основною вимогою відновлення спеціальних дозволів для українських транспортних компаній на перевезення на території країн ЄС. До повномасштабної війни в Україні Польща видавала щорічно близько 160 тисяч таких дозволів, а після запровадження «транспортного безвізу» кількість українських перевезень до Польщі збільшилася в 7,5 раза (до 880 тис.) [40], тому власники транспортних компаній закликали урядовців вжити заходів для захисту внутрішнього ринку, зокрема повернути видачу дозволів для українських транспортних компаній на транзитні та двосторонні перевезення в ЄС.

В цих умовах для України основним завданням є досягнення порозуміння з польською стороною щодо збереження режиму вільного доступу українських перевізників до ринку транспортних послуг Польщі, оскільки логістична спроможність морського маршруту не відновлена до передвоєнного рівня, залізничні перевезення є менш гнучкими і дорожчими порівняно з автомобільними перевезеннями, а певні види товарів традиційно перевозяться лише спеціальними вантажівками.

З огляду на складну логістику в умовах війни в Україні та критичну необхідність безперебійного забезпечення експортних та імпорتنих поставок вантажів, необхідно вживати заходів для продовження дії положень Угоди про автомобільні вантажні перевезення. Це дозволить не лише покращити ситуацію в зовнішній торгівлі України транспортними послугами та зберегти цю галузь, але й стримає зростання вартості доставки вантажів, якщо перевезення здійснюватимуть вітчизняні транспортні компанії, послуги яких є значно дешевшими у порівнянні з польськими перевізниками чи з інших країн ЄС. Щорічне продовження дії цієї угоди є надзвичайно важливим, а термін дії її

положень необхідно продовжувати принаймні до закінчення війни та на кілька років після її завершення. Водночас, має бути підписано документ, який врегулює питання лібералізації транзитних вантажних перевезень між Україною та європейськими країнами і сприятиме стабільності товарного обміну до моменту вступу нашої країни до ЄС.

Значною мірою проблеми експорту та імпорту транспортних послуг відобразилися й на послугах електронної комерції. У 2022 р. відбулося скорочення ринку послуг електронної комерції у доларовому вимірі, що було зумовлено девальвацією національної грошової одиниці, зниження споживчого попиту та купівельної спроможності громадян, істотне порушення логістики доставки імпоротної продукції, окупація значної частини території України та економічна блокада цих регіонів, ризики фізичного знищення логістичних складів та транспортних засобів внаслідок ракетних обстрілів російськими військами.

Експортоорієнтовані підприємства електронної комерції зазнали збитків внаслідок втрати російського та білоруського ринків, частка яких становила 16% експортних поставок. На ринках інших країн, у тому числі й європейському, конкурентоспроможність українських продавців знизилася, оскільки після початку повномасштабної війни строки доставки товарів збільшилися. Причиною цього стали неможливість використання морського та повітряного транспорту для доставки товарів, а доставка автомобільним транспортом була ускладнена великими чергами на кордоні України з ЄС, в яких перевізники очікували проходження контролю по кілька тижнів. Ускладнення транспортної логістики в умовах війни стало проблемою для багатьох сфер діяльності, які потребують транспортних послуг для забезпечення своєї зовнішньоторговельної діяльності. Але особливість проблеми доставки в сфері електронної комерції полягає у тому, що продавцями є малі підприємства, а покупці – приватні особи, тому ця сфера послуг виявилася надто вразлива до впливу загроз в умовах війни.

Як було показано у підрозділі 2.3, вагомою складовою експорту українських послуг були комп'ютерні та телекомунікаційні, які відносяться до сфери цифрових послуг, яка в умовах війни зазнала істотних збитків і є дуже чутливою до впливу загроз, що виникають внаслідок руйнування енергетичної і комунікаційної інфраструктури. За оцінками експертів Світового банку, станом на червень 2022 р. збитки у сфері цифрових послуг становили понад 0,7 млрд дол. США, у тому числі 0,6 млрд дол. США збитків, понесених операторами фіксованого та мобільного зв'язку, 0,08 млрд дол. США – збитки в сфері поштових послуг [45].

Внаслідок війни було завдано значної шкоди цифровому сектору економіки, внаслідок чого знизилося економічне зростання та рівень зайнятості в сфері комунікаційних послуг, електронній комерції, ІТ-сфері, які для ефективного функціонування потребують надійного мобільного зв'язку, широкосмугового покриття та швидкісного Інтернету, що в умовах війни складно забезпечити через обстріли та знищення ворогом відповідної інфраструктури. Ускладнення умов функціонування компаній цифрової сфери призвело до скорочення робочих місць, зниження продуктивності, підвищення ризиків не виконання замовлень та до еміграції працівників закордон.

В умовах війни першочерговим завданням для державних установ та бізнесових структур стало відновлення енергетичної та цифрової інфраструктури, налагодження функціонування телекомунікаційних мереж, що потребує значних фінансових ресурсів та кваліфікованих фахівців. Українським підприємствам складно вирішити фінансові проблеми самостійно, а тому необхідним є залучення фінансової допомоги, грантів та отримання високотехнологічного обладнання від закордонних партнерів на безоплатних або пільгових умовах для пришвидшення процесу відновлення.

В Європейському Союзі з квітня 2022 р. діє ініціатива «EUtech4Ukraine», яка впроваджена в результаті підписання європейськими та українськими операторами зв'язку спільної заяви про роумінг. Ця ініціатива передбачає зменшення оптової плати за роумінг (для відшкодування витрат), зниження

тарифів на дзвінки, що надходять з українських телефонних номерів, до єдиних гармонізованих тарифів ЄС. З боку України спільна заява забезпечила зниження тарифів на завершення дзвінків в Україну з українських телефонних номерів у роумінгу в ЄС та з телефонних номерів ЄС, зниження оптової плати за роумінг клієнтам, які перебувають у роумінгу в ЄС [46].

Покращення умов користування зв'язком та Інтернетом для українських громадян, які перебувають на території ЄС, не лише дозволяє їм спілкуватися з родичами та знайомими, що залишилися в Україні, але й працювати в сфері електронної комерції, комп'ютерних послуг та інших секторах цифрової індустрії. Багато фахівців в ІТ-сфері змушені були виїхати з України після 24 лютого 2022 р., оскільки не могли працювати в умовах війни через обстріли, перебої у постачанні електроенергії та погіршення доступу до мережі Інтернет. Проте, перебуваючи за кордоном, вони продовжують працювати на українські ІТ-компанії, які продають свої послуги іноземним замовниками, що позитивно впливає на український експорт цих послуг.

Розглянута вище Спільна заява є важливою з точки зору полегшення комунікації українських громадян, що перебувають країнах ЄС, а також стала вагомим внеском у процес європейської інтеграції України. Проте, передбачені нею заходи не вирішують проблеми фінансування проектів з відбудови знищеної енергетичної та телекомунікаційної інфраструктури. З огляду на це, необхідно ще під час війни розпочати роботу над підготовкою відповідної державної програми з відновлення цифрової інфраструктури із залученням позикових та грантових коштів від Європейської комісії, Європейського інвестиційного банку, Світового банку та інших міжнародних організацій. Працювати над розробкою цієї програми має команда фахівців, яка включає також представників провідних компаній світу в сфері цифрових технологій, що дозволить не просто відбудувати знищені об'єкти, але й удосконалити їх завдяки використанню сучасних інноваційних технологій.

Державна програма з фінансування процесу відновлення цифрової інфраструктури розглядається як невід'ємна складова Стратегії цифрового

розвитку України, що окреслює довгострокову перспективу розвитку вітчизняного сектора цифрових послуг та зміцнення експортерів цих послуг на зовнішніх ринках, насамперед європейському. Крім цього, Стратегія цифрового розвитку України повинна узгоджуватися з діючим стратегічним документом ЄС – «Digital Compass 2030», що є надзвичайно важливим завданням для пришвидшення європейської інтеграції нашої країни.

Отже, для вирішення проблем, які виникли у функціонуванні сектора цифрових послуг в умовах війни та негативно впливають на позиції вітчизняних експортерів цих послуг на міжнародних ринках, важливими є організаційні та економічні заходи: забезпечення операційної стійкості підприємств в умовах внутрішньої нестабільності та впливу зовнішніх загроз; розробка державної програми з фінансування відбудови цифрової інфраструктури за сприяння міжнародних партнерів та узгодження основних заходів цієї програми зі Стратегією цифрового розвитку України; удосконалення існуючої структури цифрових мереж відповідно до потреб забезпечення стійкості сектора цифрових послуг; розширення співпраці з країнами ЄС щодо фінансового та технологічного забезпечення відновлення цифрової інфраструктури в Україні.

Зважаючи на пріоритетність європейського ринку для експортерів цифрових послуг, Україна повинна вживати заходів для пришвидшення інтеграції в єдиний ринок цифрових послуг ЄС і виконувати відповідні вимоги щодо якості та вартості послуг. В результаті інтеграції до єдиного європейського ринку цифрових послуг українські компанії отримають доступ до ринкового середовища, яке сприяє підвищенню ефективності послуг завдяки використанню розвиненої високошвидкісної, безпечної та надійної інфраструктури, яка функціонує відповідно до встановлених чітких нормативних регламентів. Для вирішення цього завдання в Україні необхідно створити інституційні умови для розв'язання проблем, які на даний момент утруднюють євроінтеграцію в цифровій сфері. З цієї точки зору важливими є

заходи з посилення кібербезпеки, захисту персональних та комерційних даних, забезпечення електронної конфіденційності та прозорості онлайн-платформ.

Доступність необхідного спектру частот для операторів зв'язку є ключовою умовою розвитку телекомунікаційних послуг та впровадження новітніх технологій у цій сфері. З огляду на це, істотною проблемою для України є постійне відставання від країн ЄС у впровадженні нових поколінь мобільного зв'язку та Інтернету. Так, стандарт 3G в Україні було впроваджено на 10 років пізніше, 4G – запізнення становило 5 років, щодо впровадження 5G, то відставання від країн ЄС на даний час складає 3 роки, а з огляду на високу ймовірність тривалих бойових дій в Україні, затримка впровадження новітнього стандарту зв'язку може становити ще кілька років. Така складна ситуація, своєю чергою, стримує технологічний розвиток компаній, що експортують цифрові послуги, не дозволяє використовувати повною мірою технології Індустрії 4.0, знижує темпи цифровізації суміжних видів послуг. Для вирішення проблеми інтеграції українського сектору телекомунікаційних послуг в європейський ринок необхідно удосконалювати нормативно-правову базу в частині державної регуляторної політики щодо радіочастотного спектру та його гармонізації для забезпечення впровадження телекомунікаційних технологій п'ятого покоління [47].

З метою пришвидшення процесу впровадження 5G технології в Україні необхідно розбудовувати мережу малих базових станцій та антен відповідно до європейських стандартів без отримання спеціальних дозволів та погоджень. Поширення технології 5G в Україні позитивно вплине на функціонування сектору телекомунікації, ІТ-послуг та пов'язаних секторів, а також зміцнить їхні позиції в міжнародній торгівлі послугами. Крім цього, вихід на ринки ЄС для вітчизняних телекомунікаційних компаній можливий за умови отримання ліцензії або реєстрації, залежно від сфери діяльності компанії, а для інтернет-провайдерів, ІТ-компаній, електронної комерції відкриття бізнесу в країнах ЄС розглядається як звичайна комерційна діяльність. Тому забезпечення виходу

вітчизняних компаній на ринки країн ЄС не потребує внесення змін у законодавчі документи ні в Україні, ні в ЄС.

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що найбільшою проблемою функціонування та здійснення експортних операцій підприємств сфери послуг стала відсутність належних безпекових умов. Крім цього, транспортний сектор, який до війни займав значну частку в експорті послуг з України, істотно постраждав через порушення логістичних маршрутів, що унеможливило використання морських коридорів повною мірою. Спроба замінити морські коридори доставки вантажів сухопутною логістикою за допомогою автомобільних перевезень не вирішила логістичні проблеми, а навпаки додала нових через блокування польськими перевізниками польсько-українського кордону. Експорт цифрових і пов'язаних з ними послуг, які на перший погляд не залежать від транспортної логістики, також скоротився. Основними проблемами в цій сфері стали руйнування енергетичної та телекомунікаційної інфраструктури, що ускладнили роботу фахівців, які використовують комп'ютерну техніку, мобільний зв'язок та Інтернет. Логістичні та інфраструктурні проблеми одночасно здійснювали негативний вплив на підприємства, що функціонують в сфері електронної комерції.

Отже, під час війни обсяги та структура зовнішньої торгівлі України послугами й надалі буде визначатися такими чинниками: зміною світових цін на основні товари експорту, зокрема сільськогосподарську продукцію, що впливатиме на обсяги експорту транспортних послуг; станом логістичних маршрутів, безпекою морської логістики та пропускнуою спроможністю прикордонних пунктів на західному кордоні, що впливатиме на здатність транспортних підприємств надавати послуги в необхідному обсязі; інтенсивністю обстрілів та ступенем руйнування енергетичної та телекомунікаційної інфраструктури, що визначатиме умови функціонування секторів послуг, пов'язаних з цифровими технологіями.

3.2. Перспективи зміцнення позицій України на міжнародному ринку послуг

Зовнішня торгівля України послугами здійснюється в складних умовах воєнного стану, а тому на її динаміку впливають зовнішні чинники, що погіршують умови функціонування підприємств сфери послуг та генерують низку загроз, які негативно впливають і на внутрішнє середовище. Тому експортна діяльність підприємств характеризується високою невизначеністю та невисокою ймовірністю реалізації прогностичних сценаріїв на практиці. Проте, фахівці з макроекономічного прогнозування, які працюють над розробкою прогнозів щодо розвитку зовнішньої торгівлі з метою оцінки можливих змін у платіжному балансі та планування державного бюджету, публікують відповідні прогнози на короткострокову перспективу.

Так, згідно «Інфляційного звіту», опублікованого Національним банком України у січні 2024 р., наприкінці року очікується «зростання обсягів експорту товарів та послуг України на 5%, а імпорту – на 3% порівняно з 2023 р.» [48]. Водночас, прогноз Міністерства економіки України є більш позитивним і передбачає «збільшення українського експорту товарів та послуг у 2024 р. на 9% порівняно з попереднім роком», виходячи з позитивних тенденцій четвертого кварталу 2023 р. [49]. З огляду на відсутність загального прогнозу по зовнішній торгівлі України послугами, розробимо його за даними, які опубліковані на сайті Світової організації торгівлі за 2015-2023 рр.

На основі побудованих трендів динаміки обсягів експорту послуг України (рис. 3.1) можна зробити висновок, що оптимістичний сценарій, згідно якого очікується зростання експорту упродовж 2024-2026 рр., має меншу ймовірність реалізації (70,1%), порівняно з ймовірністю песимістичного прогнозу щодо зниження цього показника (80,5%). Розрахунок прогностичних значень почнемо з найбільш імовірного, песимістичного, сценарію. За нашим прогнозом, обсяг експорту послуг, розрахований за поліноміальною функцією другого порядку, зменшиться до 15148,5 млн дол. США у 2024 р., з наступним зниженням до 14019,4 млн дол. США у 2025 р. та до 12581,4 млн дол. США у 2026 р. Темпи

зміни експорту послуг у 2024 р. порівняно з попереднім роком будуть не дуже істотними (96,2%), тоді як в наступні роки погіршення цього показника буде більш помітним – 89,1% у 2025 р. та 79,9% у 2026 р. Таким чином, за песимістичним сценарієм, обсяги експорту послуг з України можуть з високою ймовірністю знизитися на 3,75% у 2024 р. порівняно з 2023 р., а у наступні роки це зниження може відбуватися ще швидшими темпами і становитиме у 2025 р. 10,9% відносно 2024 р. та 20% у 2026 р. порівняно з 2025 р.

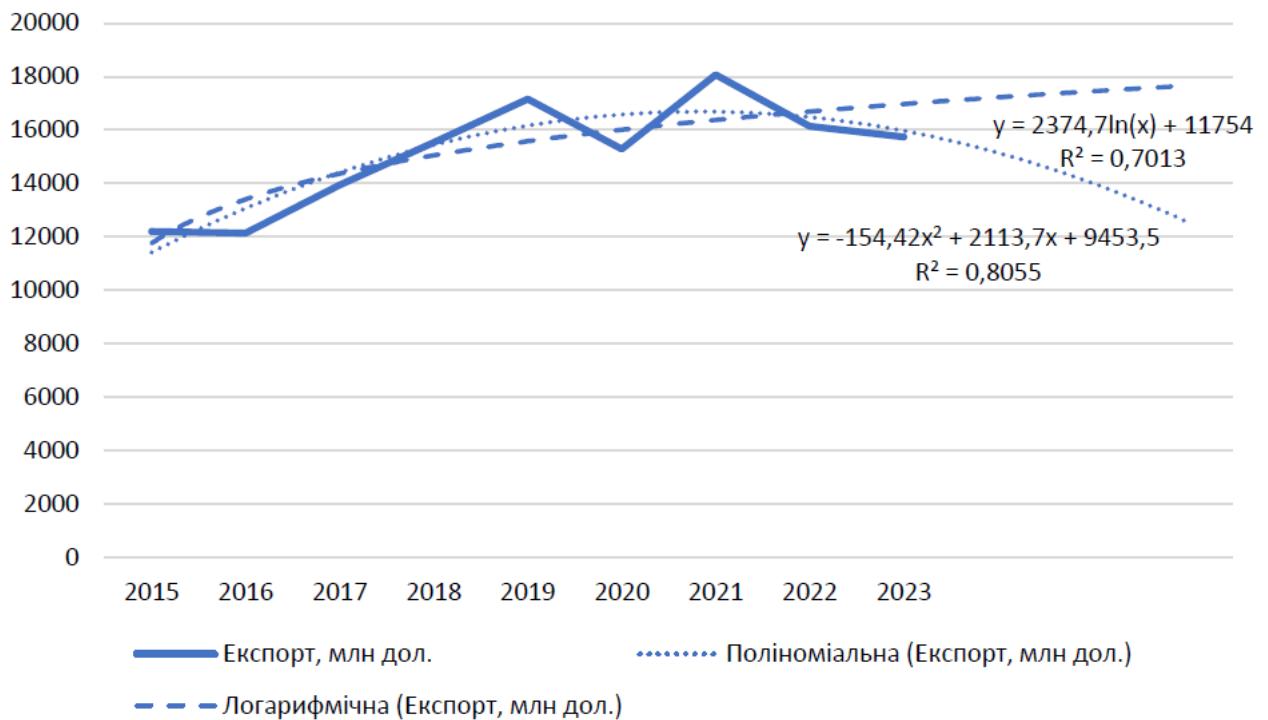


Рис. 3.1. Динаміка та прогноз експорту послуг з України у 2015-2026 рр.

Джерело: розраховано і побудовано автором за даними [34]

Реалізація оптимістичного прогнозу очікується з дещо меншою ймовірністю. За нашими розрахунками згідно логарифмічної функції обсяги експорту можуть збільшитися у 2024 р. до 17221,9 млн дол. США, у 2025 р. – до 17448,3 млн дол. США, у 2026 р. – до 17654,9 млн дол. США. За оптимістичним сценарієм темпи зростання експорту послуг у 2024 р. порівняно з попереднім роком будуть найвищими упродовж всього прогнозованого періоду (109,4%), тоді як в наступні роки збільшення цього показника буде менш помітним – 101,3% у 2025 р. та 101,2% у 2026 р. Таким чином, згідно оптимістичного сценарію, обсяги експорту послуг з України можуть зрости на

9,4% у 2024 р. порівняно з 2023 р., що відповідає прогнозу Міністерства економіки України, а у наступні роки зростання буде повільнішим і щорічні темпи приросту становитимуть у 2025 р. 1,3% та 1,2% у 2026 р.

З огляду на невелику відмінність ймовірностей реалізації цих двох прогнозних сценаріїв, важливим є визначити сектори послуг, які зможуть забезпечити зростаючу динаміку експорту послуг України у найближчій перспективі згідно оптимістичного прогнозу.

Виходячи з результатів проведеного нами оцінювання міжнародної конкурентоспроможності секторів комерційних послуг, перспективи України щодо подальшого збільшення експорту послуг є найкращими, насамперед, у сфері торгівлі комп'ютерними послугами. Індекс виявлених порівняльних переваг сектору послуг істотно перевищував 1 і мав зростаючу тенденцію упродовж 2017-2022 р. Тому для України є важливим не втратити, а зміцнити високі конкурентні позиції українських ІТ-компаній на міжнародному ринку.

З метою оцінки перспектив України на міжнародному ринку комп'ютерних послуг проведемо прогнозування експорту цих послуг на найближчу перспективу. Для цього використаємо метод екстраполяції тренду на основі часових рядів за доступний період 2017-2022 рр., а тому, на відміну від прогнозу загального експорту послуг на період 2024-2026 рр., прогноз експорту комп'ютерних послуг можемо розробити на 2023-2025 рр. Як видно з рисунку 3.2, нами отримано три можливі сценарії зміни експорту комп'ютерних послуг України. Найвищу ймовірність (97,4%) реалізації має сценарій помірного зростання обсягів експорту згідно лінійної функції, який будемо розглядати як базовий та найбільш ймовірний в умовах війни в Україні. Дещо нижчою, проте досить високою ймовірністю (96,3%) характеризується оптимістичний прогноз щодо зростання експорту комп'ютерних послуг за експоненціальною функцією. Ймовірність реалізації песимістичного прогнозу зміни експорту згідно логарифмічної функції має меншу, але істотну ймовірність (87,8%).

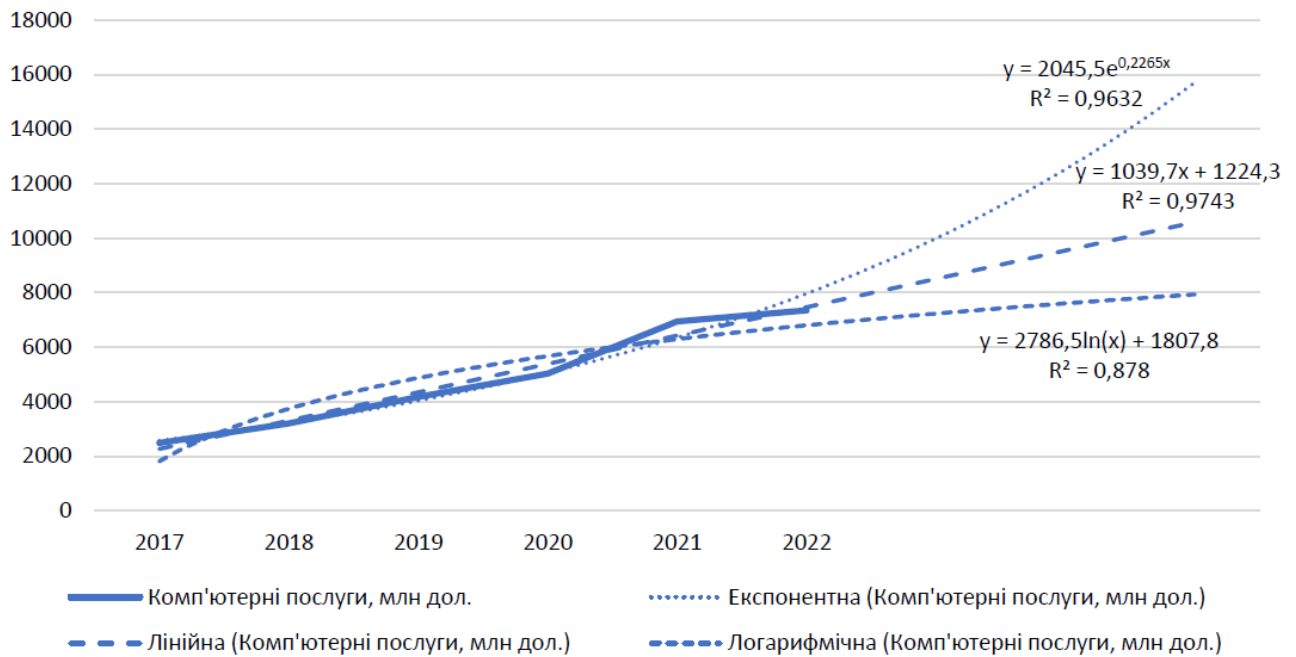


Рис. 3.2. Динаміка та прогноз експорту комп'ютерних послуг з України, 2017-2025 рр.

Джерело: побудовано і розраховано автором за даними [34]

Детальний аналіз прогнозних сценаріїв почнемо з базового прогнозу згідно лінійної функції. Розрахунок прогнозних значень показує, що обсяги експорту комп'ютерних послуг України у 2023 р. могли становити 8502,2 млн дол. США, та дозволяє очікувати збільшення обсягів експорту цих послуг до 9541,9 млн дол. США у 2024 р. та до 10581,6 млн дол. США у 2025 р. Згідно базового сценарію темпи зростання експорту комп'ютерних послуг у 2023 р. порівняно з попереднім роком були найвищими за весь прогнозний період (115,7%), тоді як в наступні роки його зростання буде повільнішим – 112,2% у 2024 р. та 110,9% у 2025 р. Отже, за базовим сценарієм, обсяги експорту комп'ютерних послуг з України можуть зрости на 12,2% у 2024 р. порівняно з 2023 р., що перевищує прогнозні значення Міністерства економіки України, а у 2025 р. – на 10,9% порівняно з 2024 р.

За оптимістичним сценарієм згідно експоненціальної функції можна було б очікувати збільшення експорту комп'ютерних послуг України у 2023 р. до 9985,6 млн дол. США, а у 2024 р. та 2025 р. – відповідно до 12523,9 млн дол. США та 15707,6 млн дол. США. Оптимістичний сценарій передбачає найвищі

темпи зростання експорту комп'ютерних послуг у 2023р. (135,9%), а у наступні два роки цей показник становитиме 125,4% щороку. Отже, прогнозні темпи приросту експорту становитимуть 35,9% у 2023 р., і по 25,4% у 2024 р. та 2025 р.

Песимістичний сценарій за логарифмічною функцією передбачає зменшення експорту комп'ютерних послуг до 7230,1 млн дол. США у 2023 р., але в наступні роки очікується збільшення обсягів експорту – до 7602,1 млн дол. США у 2024 р. та до 7930,4 млн дол. США у 2025 р. Темпи зміни у 2023 р. становили 98,4% порівняно з 2022 р., а у 2024-2025 рр. – відповідно 105,1% та 104,3%. Отже, песимістичний прогноз характеризується зниженням експорту у 2023 р. на 1,6% порівняно з 2022 р., а у 2024 р. очікується зростання на 5,1% та у 2025 р. – на 4,3%. Тому песимістичний сценарій у середньостроковій перспективі також може мати зростаючу динаміку, але буде відрізнятися від базового та оптимістичного сценаріїв нижчими темпами приросту.

Таким чином, сектор комп'ютерних послуг має стати основним напрямом посилення позицій України на міжнародному ринку. Як було показано нами у підрозділі 2.3, Україна має високі порівняльні переваги в наданні комп'ютерних послуг іноземним споживачам, що сформувалися за рахунок таких факторів, як: високий рівень кваліфікації ІТ-фахівців, якісна технічна освіта, велика кількість університетів і навчальних центрів, що випускають висококваліфікованих спеціалістів; відносно низькі витрати на оплату праці порівняно з західними країнами; конкурентоспроможні ціни на послуги з розробки програмного забезпечення та інших ІТ-послуг; зручний часовий пояс для співпраці з європейськими та американськими клієнтами.

Для підвищення ефективності використання зазначених порівняльних переваг необхідно вживати наступних заходів: (1) покращення інфраструктури, інвестиції у розвиток технопарків та інноваційних хабів, розвиток стартапів та малого бізнесу через гранти та інші фінансові стимули; (2) удосконалення регуляторних норм щодо створення сприятливих умов для ведення бізнесу, зокрема спрощення податкового та правового середовища, захисту

інтелектуальної власності та забезпечення правового захисту для ІТ-компаній; (3) розвиток освітньої складової через підтримку та розширення програм з ІТ-освіти, поглиблення співпраці між університетами та ІТ-компаніями для забезпечення студентів сучасними знаннями та навичками; (4) державна підтримка просування українського ІТ-бізнесу за кордоном, участі у міжнародних виставках та конференціях для підвищення видимості українських компаній, встановлення партнерських відносин з міжнародними організаціями та компаніями; (5) активізація інноваційного розвитку через підтримку досліджень і розробок, інвестування у новітні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, кібербезпека; створення кластерів інновацій, де стартапи та великі компанії можуть співпрацювати над спільними проектами.

Україна має всі можливості для того, щоб стати лідером на міжнародному ринку комп'ютерних послуг, але для цього необхідно системно та стратегічно працювати над розвитком і підтримкою цієї галузі. Війна є складно прогнозованим явищем і не можливо передбачити, коли вдасться вирішити безпекові проблеми. Проте, як в умовах війни, так і після її закінчення, необхідно вживати заходи для забезпечення політичної та економічної стабільності в Україні, що сприятиме створенню умов для надходження іноземних інвестицій, розвитку економічної стабільності та зниженню ризиків, пов'язаних з політичними факторами. Крім цього, необхідно вирішувати проблему міграції фахівців за допомогою впровадження програм, що заохочують українських ІТ-фахівців залишатися в країні, підвищувати заробітні плати та покращувати умови праці для ІТ-спеціалістів.

За нашими оцінками у підрозділі 2.3, транспортні послуги також є сектором послуг, за якими Україна ще має конкурентні переваги на міжнародному ринку, хоча індекс RCA мав спадну динаміку і є нижчим порівняно з комп'ютерними послугами. Побудовані нами прогнозні тренди зміни експорту транспортних послуг України дозволили визначити три сценарії (рис. 3.3). Найвищою ймовірністю (78,8%) реалізації характеризується песимістичний сценарій динаміки експорту згідно поліноміальної функції

другого порядку. Згідно цього прогнозу обсяг експорту транспортних послуг Україною зменшиться у 2024 р. на 24,7% порівняно з 2023 р. і становитиме 2750,7 млн дол. США, у 2025 р. очікується скорочення на 32,2% відносно 2024 р. або до 1864,8 млн дол. США, а у 2026 р. річні темпи зниження експорту будуть найбільшими за весь прогнозний період (53,3% порівняно з попереднім роком) і експорт скоротиться до 870,3 млн дол. США.

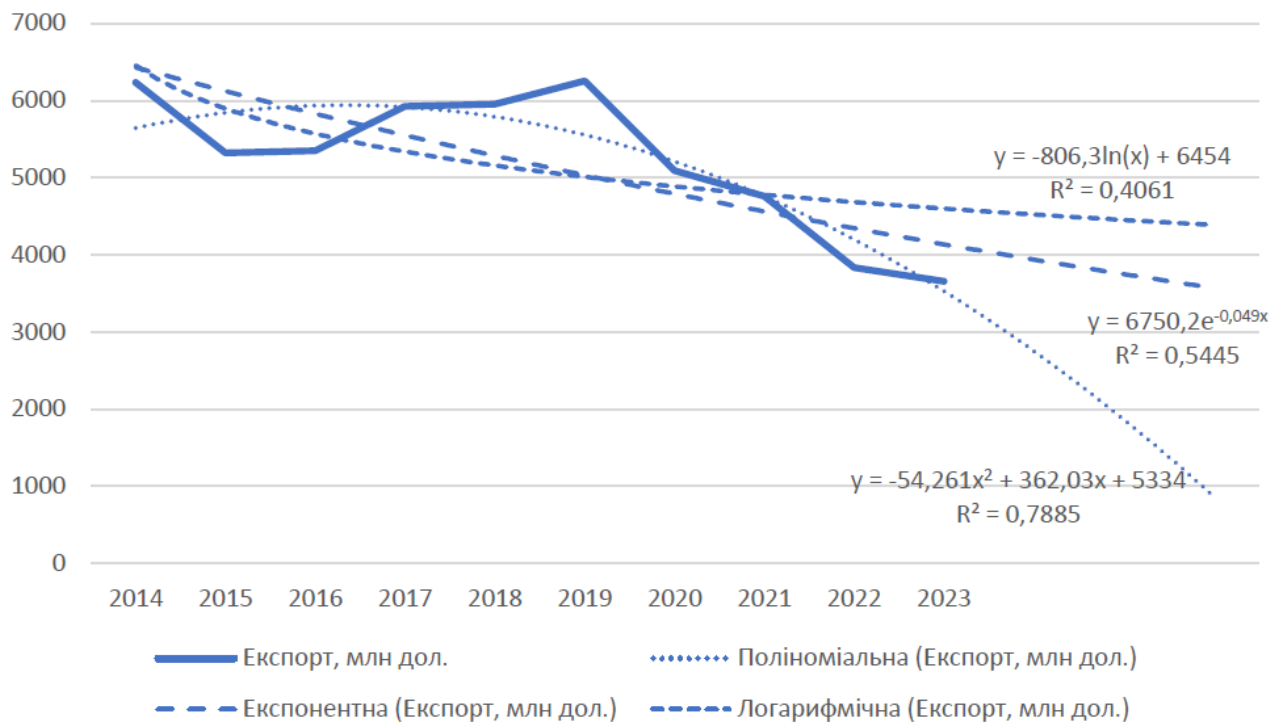


Рис. 3.3. Динаміка та прогноз експорту транспортних послуг з України, 2014-2026 рр.

Джерело: побудовано і розраховано автором за даними [34]

Як видно з рисунку 3.3, базовий сценарій, згідно експоненціальної функції, має нижчу ймовірність (54,4%) реалізації у порівнянні з песимістичним сценарієм, він передбачає також зниження обсягів експорту, проте дещо повільнішими темпами. Так, за нашими розрахунками, після зростання на 7,7% (до 3937,6 млн дол. США) у 2024 р., обсяги експорту будуть щорічно скорочуватися у середньому на 4,8% наступні два роки і становитимуть у 2025 р. 3749,3 млн дол. США та у 2026 р. – 3570 млн дол. США.

Сценарій на основі логарифмічної функції розглядається нами як оптимістичний, проте його ймовірність є дуже низькою (40,6%). Згідно цього сценарію у 2024 р. можемо очікувати істотне зростання експорту транспортних послуг Україною – на 23,7% порівняно з попереднім роком або до 4520,6 млн дол. США. Проте, у наступні два роки обсяги експорту будуть щорічно скорочуватися у середньому на 1,5% і становитимуть 4450,4 млн дол. США у 2025 р. та 4385,9 млн дол. США у 2026 р., що перевищуватиме на 20% обсяги експорту, зафіксовані у 2023 р. Хоча цей сценарій є найбільш бажаним для України, ймовірність його реалізації є надзвичайно низькою, а в умовах війни істотними є загрози, що впливають на міжнародну діяльність транспортних компаній.

Для забезпечення можливостей нарощення експорту транспортних послуг Україною необхідно застосовувати заходи, що сприяють посиленню конкурентоспроможності українських перевізників на міжнародному ринку транспортних послуг. Насамперед, необхідно здійснювати модернізацію транспортної інфраструктури, проводити реконструкцію і будівництво нових доріг, залізничних колій, портів, а також залучати інвестиції у розвиток логістичних центрів та хабів для підвищення ефективності перевезень. Значну роль відіграватиме також цифровізація та автоматизація транспортних систем за рахунок впровадження сучасних ІТ-рішень для управління транспортними потоками, використання автоматизованих систем для моніторингу та контролю перевезень.

Необхідними вважаємо такі інституційні заходи: спрощення митних процедур, вдосконалення митного законодавства та процедур, зокрема використання електронних декларацій; зниження адміністративних бар'єрів для міжнародних перевезень; узгодження нормативно-правової бази з європейськими та міжнародними стандартами; гармонізація українських стандартів і регуляцій з нормами ЄС та міжнародних організацій, таких як Міжнародна морська організація (ІМО) та Міжнародна асоціація повітряного транспорту (ІАТА).

Реалізація цих напрямів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності України на міжнародному ринку транспортних послуг, зробить українські

компанії більш привабливими для партнерів і клієнтів, а також підвищить загальний рівень економічного розвитку країни.

ВИСНОВКИ

Термін «послуги» охоплює широкий спектр нематеріальних і різномірних продуктів і видів діяльності, які важко охопити простим визначенням. Послуги є або результатом виробничої діяльності, яка змінює умови споживаючих одиниць (трансформаційні послуги), або сприяють обміну продуктами чи фінансовими активами (маржинальні послуги). Вони можуть охоплювати транспортні, телекомунікаційні та комп'ютерні послуги, будівництво, фінансові послуги, оптову та роздрібну торгівлю, готельне та громадське харчування, страхування, нерухомість, охорону здоров'я та освіту, професійну, маркетингову та іншу бізнес-підтримку, державну, громадську, аудіовізуальну, рекреаційну та побутові послуги.

Участь у міжнародній торгівлі послугами є важливим чинником економічного зростання країн. Вона сприяє збільшенню доходів, залученню інвестицій, підвищенню продуктивності, створенню робочих місць, розвитку людського капіталу та інституційного зміцнення. Конкуренція на міжнародному ринку змушує компанії підвищувати якість своїх послуг, що сприяє загальному покращенню якості обслуговування всередині країни. Використання міжнародних стандартів та найкращих практик сприяє підвищенню якості управління та операційної діяльності. Країни, які активно експортують послуги, отримують значні валютні надходження, що безпосередньо збільшує національний дохід. Сектори, такі як інформаційні технології, туризм, фінансові послуги, транспорт і професійні послуги, можуть стати основними джерелами експортних доходів.

Для оцінки позицій країни на міжнародному ринку послуг необхідно визначати: динамічні та структурні зміни у зовнішній торгівлі послугами; місце країни на світовому ринку за основними видами послуг на основі даних статистичної інформації; конкурентні позиції країни на світовому ринку послуг за допомогою розрахунку індексу виявлених порівняльних переваг; прогнозні показники зовнішньої торгівлі країни основними видами послуг на

короткостроковий період з використанням екстраполяції тренду на основі експоненціального згладжування.

За останні роки глобальні чинники загалом негативно вплинули на обсяги світової торгівлі транспортними послугами та послугами, пов'язаними з подорожами. У той час як міжнародні продажі багатьох видів комерційних послуг скоротилися, торгівля телекомунікаційними та комп'ютерними послугами збільшилася завдяки різкому зростанню попиту в періоди закриття економік. У 2021-2022 рр. у всіх основних регіонах світу було зафіксовано значне зростання експорту телекомунікаційних і комп'ютерних послуг, що стало основою для сучасного зв'язку «бізнес-бізнес», «бізнес-клієнт», а також електронної комерції.

Зовнішня торгівля України послугами характеризується зменшенням обсягів експорту при різкому зростанні імпорту у 2022-2023 рр. та зміною позитивного сальдо торгівлі на негативне в останні два роки. Збільшення імпорту послуг відбулося за рахунок істотного зростання послуг, пов'язаних з подорожами, попит на які виріс з початку повномасштабної війни у зв'язку із виїздом великої кількості українських громадян за кордон. Найбільшу стійкість та адаптивність до функціонування в умовах війни виявили вітчизняні фірми, що експортують комп'ютерні послуги, про що свідчить зростаюча тенденція експорту цих послуг упродовж 2017-2022 рр.

Найкращі конкурентні позиції на міжнародному ринку має український сектор комп'ютерних послуг, який характеризувався наявністю виявлених порівняльних переваг. Зростання індексу RCA для комп'ютерних послуг з 1,9 у 2017 р. до 3,35 у 2022 р. свідчить про істотне посилення конкурентних позицій цього сектору на міжнародному ринку. Індекс порівняльних переваг для транспортних послуг зменшився з 2,47 до 1,14 свідчить про погіршення міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств. Проте, його значення залишається більшим за 1, що свідчить про наявність виявлених порівняльних переваг українських транспортних компаній на міжнародному

ринку. У результаті дослідження не було виявлено порівняльні переваги українського сектору послуг, пов'язаних з подорожами, та ділових послуг.

Найбільшою проблемою функціонування та здійснення експортних операцій підприємств сфери послуг стала відсутність належних безпекових умов. Транспортний сектор істотно постраждав через порушення логістичних маршрутів, що унеможливило використання морських коридорів повною мірою. Експорт цифрових і пов'язаних з ними послуг, які на перший погляд не залежать від транспортної логістики, також скоротився. Основними проблемами в цій сфері стали руйнування енергетичної та телекомунікаційної інфраструктури, що ускладнили роботу фахівців, які використовують комп'ютерну техніку, мобільний зв'язок та Інтернет. Логістичні та інфраструктурні проблеми одночасно здійснювали негативний вплив на підприємства, що функціонують в сфері електронної комерції.

Перспективи зміцнення України на міжнародному ринку послуг пов'язані насамперед з розвитком сектору комп'ютерних послуг, які попри складні умови воєнного стану, демонструють зростаючу динаміку. З огляду на значний потенціал комп'ютерних послуг, оптимістичний прогноз щодо подальшого зростання їх експорту характеризується високим рівнем ймовірності. Україна також має порівняльні переваги у транспортних послугах, проте прогноз зростання експорту цих послуг має низьку ймовірність. Тому для збереження конкурентних позицій на міжнародному ринку Україні необхідно запроваджувати заходи економічного та інституційного характеру для підтримки діяльності транспортних компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Mattoo A., Stern R. M., and Zanini G. (Ed.). A Handbook of International Trade in Services.
<https://documents1.worldbank.org/curated/en/568351467995816402/pdf/105324-PUB-Box394886B-PUBLIC-978-0-1992-3522-3.pdf>.
2. Measuring trade in services. A training module produced by WTO / ОМС.
https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/services_training_module_e.pdf.
3. Balance of Payments Manual. IMF, 2013.
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/bopman6.htm>.
4. Григорова-Беренда Л. І., Шуба М. В. Теорія і практика зовнішньої торгівлі: навч. посіб. Харківський національний університет імені В. Каразіна. Харків. 2016.
5. Adlung, R. GATS and Democratic Legitimacy. Aussenwirtschaft. 2004. Vol. 59(2). P. 127–49.
6. Міжнародна торгівля: конспект лекцій для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент». КНУ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К. О. Кузнєцова, В. В. Чорній, О. С. Ченуша. Київ: КНУ ім. Ігоря Сікорського, 2021.
7. Finger, J. M. and P. Schuler. 2002. “Implementation of WTO Commitments: The WTO Challenge,” Chapter 48 in B. Hoekman, A. Mattoo, and P. English (eds.), Development, Trade, and the WTO: A Handbook. Washington, D.C.: World Bank.
8. Copeland, B. R. Benefits and Costs of Trade and Investment Liberalization in Services: Implications from Trade Theory. URL: https://www.researchgate.net/publication/285786181_Benefits_and_costs_of_trade_and_investment_liberalization_in_services_Implications_from_trade_theory.
9. Markusen, J. R. Trade in Producers Services and in Other Specialized Intermediate Inputs. American Economic Review. 1989. Vol. 79. P. 85–95.

10. Nayyar, G. and Davies, E. Services-led Growth: Better Prospects after the Pandemic. Falling Long-term Growth Prospects: Trends, Expectations, and Policies. Washington: World Bank, 2023.

11. World Trade Report 2019. The future of services trade. https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/00_wtr19_e.pdf.

12. World Trade Statistical Review 2018. World Trade Organization. https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2018_e/wts2018_e.pdf.

13. Trade in services for development: Fostering sustainable growth and economic diversification. World Bank Group; World Trade Organization. https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_in_serv_devpt_e.htm.

14. The rise of services in the global economy <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/9789264275232-4-en/index.html?itemId=/content/component/9789264275232-4-en>.

15. Reference Paper on Services Domestic Regulation. WTO document INF/SDR/1, 27. September 2021. <https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/SS/directdoc.aspx?filename=q:/INF/SDR/1.pdf&Open=True>.

16. Trade and Investment in Services: An ADB–ITD Training Module for the Greater Mekong Subregion, Manila: Asian Development Bank (ADB) and International Institute for Trade and Development (ITD), 2009. <https://www.adb.org/publications/trade-and-investment-services-adb-itd-training-module-greater-mekong-subregion>.

17. Nayyar, G., Hallward-Driemeier, M. and Davies E. At Your Service? The Promise of Services-led Development. Washington: World Bank, 2021. <https://www.worldbank.org/en/topic/competitiveness/publication/promise-of-services-led-development>.

18. Nayyar, G. and Cruz, M. Developing Countries and Services in the New Industrial Paradigm. Leveraging Services for Development: Prospects and Policies. Tokyo: Asian Development Bank Institute, 2019.

<https://www.adb.org/publications/leveraging-services-development-prospects-policies>.

19. Díaz-Mora C., R. Gandoy, B. González-Díaz. Looking into Global Value Chains: Influence of Foreign Services on Export Performance. *Review of World Economics*. 2018. Vol. 154. pp. 785-814.

20. Hoekman, B. and B. Shepherd. Services Productivity, Trade Policy and Manufacturing Exports. *World Economy*. 2017. Vol. 40(3). pp. 499-516.

21. Miroudot, S., J. Sauvage, and B. Shepherd. Measuring the Cost of International Trade in Services. *World Trade Review*. 2013. Vol. 12(4). pp. 719-735.

22. Van der Marel, E. and S. Miroudot. The Economics and Political Economy of Going Beyond the GATS. *Review of International Organizations*. 2014. Vol. 9(2). pp. 205–239.

23. Nordås, H. and D. Rouzet. The Impact of Services Trade Restrictiveness on Trade Flows. *World Economy*. 2016. Vol. 40(6). pp. 1155-1183.

24. World Development Report 2016. Digital Dividends. World Bank. Washington DC. 2016.

25. Федорова Н.Є., Огородник Р.П., Зюбанов Г.В. Україна на світовому ринку послуг: місце та перспективи розвитку. Проблеми системного підходу в економіці. 2020. Вип. 3(77)-1. С. 26-34.

26. Краснодєд Т. Л., Попова Т. В. Місце України на світовому ринку послуг. Східна Європа: економіка, бізнес, управління. 2019. Вип. 4 (21). С. 30-36.

27. Rickards P. The International Trade in Services. <https://www.rba.gov.au/publications/bulletin/2019/mar/pdf/the-international-trade-in-services.pdf>.

28. Peterson J., Barras R. Measuring International Competitiveness in Services. *The Service Industries Journal*. 1987. Vol. 7 (2). p131-142.

29. Revealed Comparative Advantage. <https://unctadstat.unctad.org/EN/RcaRadar.html>.

30. Дернова І.А. Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 50. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45>.

31. Васильєв О.С., Лилка О.С. Використання методу Хольта для аналізу часових рядів. Проблеми інформатизації та управління. 2010. №3(31). С. 26-29.

32. International trade in services – 2022. UNCTAD/STAT/INF/2023/3. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/statinf2023d3_en.pdf.

33. Services Global Market Report 2023. <https://finance.yahoo.com/news/services-global-market-report-2023-133900965.html>.

34. Commercial Services Trade - Ukraine. World Trade Organization. URL: https://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/gstdh_commercial_services_e.htm.

35. Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами з країнами ЄС. https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/zd/gsztp_ES/gsztp_ES_u/arh_gsztp_ES_2019_u.html.

36. Динаміка зовнішньої торгівлі послугами за країнами світу у 2000-2021 рр. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm.

37. International trade in services – 2022.; International trade in services – 2021. UNCTAD/STAT/INF/2022/2. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/statinf2022d2_en.pdf.

38. International trade in services – 2020. UNCTAD/STAT/INF/2021/5. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/gdsdsimisc2021d5_en.pdf.

39. Key Statistics and Trends in International Trade 2019. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab2019d7_en.pdf.

40. Strajk polskich przewoźników na granicy z Ukrainą. <https://www.3cargo.com/strajk-polskich-przewoznikow-na-granicy-z-ukraina>.

41. Федоришина Л. М. Дослідження тенденцій розвитку міжнародної інтернет-торгівлі та міжнародного поштового обміну. Митна безпека. 2018. Вип. 2. С. 218-232.

42. Шиманська К. В., Бондарчук В. В. Ефект Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС на вітчизняний імпорт та експорт. Економіка, управління та адміністрування. 2021. № 2 (96). С. 25-30.

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

44. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України: колективна монографія за ред. Т. О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2019. 350 с.

45. The Ukraine Rapid Damage and Needs Assessment – August 2022. <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099445209072239810/pdf/P17884304837910630b9c6040ac12428d5c.pdf>.

46. EUTech4Ukraine: telecommunications actions to support refugees from Ukraine. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/eutech4ukraine-telecommunications-actions-support-refugees-ukraine>.

47. Інтеграція України до внутрішнього ринку ЄС в умовах війни: виклики та можливості. Український центр європейської політики; Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні. Київ, 2023. 64 с.

48. Інфляційний звіт, січень 2024. Національний банк України. <https://bank.gov.ua/ua/news/all/inflyatsiyniy-zvit-sichen-2024-roku>.

49. Український експорт може зрости на 9% у 2024 році – Мінекономіки. <https://www.epravda.com.ua/news/2024/01/5/708431/>.