

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА БІЗНЕС-АНАЛІТИКИ ТА ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускової кафедри

Наталія Касьянова

“ _____ ” _____ 2021 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО РІВНЯ МАГІСТР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 051 «ЕКОНОМІКА» ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА
ПРОГРАМА «МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІКА»

Тема: «Формування та розвиток міжнародних ринків у сфері послуг»

Виконавець: Литвин Ярослава Володимирівна

Керівник: д.е.н., доцент Коваленко Наталія Василівна

Нормоконтролер: старший викладач Дияк Ю.І.

КИЇВ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та бізнес-адміністрування

Кафедра бізнес-аналітики та цифрової економіки

Спеціальність: 051 «Економіка»

Освітньо-професійна програма: «Міжнародна економіка»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач випускової кафедри

_____ Наталія Касьянова

« ____ » _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Литвин Ярослави Володимирівни

(П.І.Б. випускника)

1. Тема роботи «Формування та розвиток міжнародних ринків у сфері послуг» затверджена наказом ректора від 23 вересня 2021 року №1966/ст.
2. Термін виконання роботи: з 01.10.2020 по 28.12.2020.
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань
4. Зміст пояснювальної записки: Теоретичні основи міжнародного ринку послуг як сегмента світового ринку. Сутність поняття послуга як предмета міжнародної торгівлі. Підходи до класифікації та характеристики послуг на міжнародному ринку. Бар'єри в міжнародній торгівлі послугами та регулюючі механізми світового ринку послуг. Масштаби та динаміка світової торгівлі послугами. Аналіз міжнародних ринків у сфері послуг за регіональним розрізом. Діагностика міжнародних ринків у сфері послуг за секторами сфери послуг. Вплив інформаційних технологій на формування та розвиток міжнародного ринку у сфері послуг. Сучасні тенденції розвитку міжнародних ринків у сфері послуг.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Особливості міжнародної торгівлі послугами. Галузева структура світового ринку послуг. Бар'єри входу на міжнародні ринки. Світова торгівля товарами та комерційними послугами. Вартість товарів та комерційних послуг. Зростання вартості світової торгівлі комерційними послугами за категоріями. Зміна експорту послуг по країнах. Річні темпи зростання загального експорту та імпорту послуг за регіонами.

6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Отримання завдання на кваліфікаційної роботу	01.10.2021	
2.	Збір та обробка статистичної інформації	02.10.2021-14.10.2021	
3.	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	15.10.2021-20.10.2021	
4.	Написання теоретичної частини	21.10.2021-4.11.2021	
5.	Написання аналітичної частини	5.11.2021-17.11.2021	
6.	Написання проектної частини	18.11.2021-28.11.2021	
7.	Написання вступу та висновків	29.11.2021-03.11.2021	
8.	Оформлення пояснювальної записки, графічного матеріалу, підготовка доповіді, передзахист	04.11.2021-14.12.2021	
9.	Проходження нормоконтролю, перевірка на плагіат, оформлення документів до захисту, рецензування роботи, подання роботи на кафедрі	15.12.2021-28.12.2021	

7. Дата видачі завдання: 01.10.2021 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Наталія Коваленко
(підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Ярослава Литвин
(підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Формування та розвиток міжнародних ринків у сфері послуг» 101 с., 26 рис., 10 табл., 51 літературне джерело.

ПОСЛУГА, МІЖНАРОДНИЙ РИНОК, ЕКСПОРТ ПОСЛУГ, ІМПОРТ ПОСЛУГ, ГЛОБАЛЬНА ЕКОНОМІКА, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Об'єктом дослідження є світовий ринок послуг, а предметом – система спеціалізованих ринків послуг в умовах глобалізації світового господарства.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних особливостей міжнародних ринків у сфері послуг, динаміка, стан та перспективи розвитку ринку міжнародних послуг.

Теоретико-методологічною основою дослідження є фундаментальні положення економічної науки, діалектичний метод пізнання, системний підхід до вивчення соціально-економічних процесів, відповідні наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених економістів з питань формування та розвитку міжнародних ринків у сфері послуг, законодавчо-нормативні акти, матеріали статистичних спостережень.

У процесі дослідження використовувалися такі методи: діалектичний та абстрактно-логічний (обґрунтування теоретичних узагальнень і формулювання висновків); графічний (при зображенні статистичних, регресійних та прогнозних даних); методи порівняння, наукової абстракції, системного і комплексного аналізу; факторний та кореляційний аналіз.

Методологічну основу дослідження склали спеціальна література, монографії, наукові статті з проблем теорії та практики формування та розвитку міжнародних ринків у сфері послуг, законодавчі акти та нормативні матеріали, статистичні дані, наукова інформація із офіційних сайтів Internet, результати особистих спостережень.

Рекомендації щодо використаних результатів: результати дослідження можуть бути використані у діяльності підприємств.

ЗМІСТ

ВСТУП.....		6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ		
ЯК	СЕГМЕНТА	СВІТОВОГО
РИНКУ.....		9
1.1.	Сутність поняття послуга як предмета міжнародної торгівлі.....	9
1.2.	Підходи до класифікації та характеристики послуг на міжнародному ринку.....	19
1.3.	Бар'єри в міжнародній торгівлі послугами та регулюючі механізми світового ринку послуг.....	29
Висновок до розділу 1.....		37
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ.....		
2.1.	Масштаби та динаміка світової торгівлі послугами.....	39
2.2.	Аналіз міжнародних ринків у сфері послуг за регіональним розрізом.....	50
2.3.	Діагностика міжнародних ринків у сфері послуг за секторами сфери послуг.....	58
Висновок до розділу 2.....		71
РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ.....		
3.1.	Вплив інформаційних технологій на формування та розвиток міжнародного ринку у сфері послуг.....	72

3.2. Сучасні тенденції розвитку міжнародних ринків у сфері послуг.....	83
Висновок до розділу 3.....	93
ВИСНОВКИ.....	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	97

ВСТУП

Останніми роками дедалі гостріше постає проблема більш ретельного, детального вивчення світової торгівлі послугами. Ця сфера світової економіки досі погано вивчена. Досі провідні вчені світу приділяли їй досить мало уваги, послуги практично не вивчалися.

Тому все ще не існує точного визначення послуги, немає чіткого розмежування видів послуг, досконалої системи регулювання сфери послуг, незважаючи на масштаби світового обміну послугами, що постійно зростають.

Прискорення розвитку сфери послуг для зростання економіки – головне завдання як розвинених, так і країн, що розвиваються. Але це неможливо без ретельного, детального вивчення самих послуг та їхнього впливу на розвиток країни загалом.

Як відомо, останніми роками спостерігається тенденція підвищення ролі послуг, причому зростання сфери послуг випереджає зростання матеріального виробництва. 20% усієї світової торгівлі посідає міжнародна торгівля послугами.

Сфера послуг зросла до найбільшого сектора господарства: на неї припадає 62-74% світового ВВП (що значно більше за частку товарної торгівлі), а також 63-75% загальної чисельності зайнятих, крім того вона сприяє

зростанню технічної оснащеності праці, впровадженню більш досконалих технологій тощо.

На розвиток сфери послуг великий вплив здійснює науково-технічна революція: з'являються нові види послуг, підвищується якість обслуговування, знімаються технічні бар'єри передачі деяких послуг, що відкриває їм світовий ринок.

Отже, можна сказати, що протягом двох останніх десятиліть сфера послуг є одним із секторів світової економіки, яка найбільш динамічно розвивається. Тому ця тема набуває сьогодні такої актуальності.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних особливостей міжнародних ринків у сфері послуг, динаміка, стан та перспективи розвитку ринку міжнародних послуг.

Досягнення поставленої мети у роботі ставляться такі завдання:

- розглянути сутність поняття послуга як предмета міжнародної торгівлі;
- дослідити підходи до класифікації та характеристики послуг на міжнародному ринку;
- розглянути бар'єри в міжнародній торгівлі послугами та регулюючі механізми світового ринку послуг;
- проаналізувати масштаби та динаміку світової торгівлі послугами;
- проаналізувати міжнародні ринки у сфері послуг за регіональним розрізом;
- здійснити діагностику міжнародних ринків у сфері послуг за секторами сфери послуг;
- дослідити вплив інформаційних технологій на формування та розвиток міжнародного ринку у сфері послуг;
- дослідити тенденції розвитку міжнародних ринків у сфері послуг.

Об'єктом дослідження є світовий ринок послуг, а предметом – система спеціалізованих ринків послуг в умовах глобалізації світового господарства.

Методи дослідження – систематизація та логічне узагальнення, табличний метод, порівняльний аналіз, групування.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У вступі обґрунтовується актуальність досліджуваної теми, визначається мета та ставляться завдання дослідження, а також визначаються об'єкт, предмет та методи дослідження. У першому розділі кваліфікаційної роботи розглядаються теоретичні засади світового ринку послуг. У другому розділі проводиться аналіз міжнародних ринків послуг. У третьому розділі роботи досліджуються перспективи розвитку міжнародних ринків у сфері послуг. У заключній частині підбиваються підсумки проведеного дослідження, узагальнюються отримані результати та робляться короткі висновки за підсумками проведеного дослідження.

При написанні кваліфікаційної роботи використовуються публічні статистичні дані, а також нормативні документи, навчальні посібники, матеріали та публікації в періодичних виданнях. Серед дослідників, які зачіпають у своїх роботах проблему світових фінансових послуг, можна відзначити як вітчизняних І. Афонін, А. Войчак, С. Гаркавенко, Г. Кіндрацька, А. Мазаракі, І. Новікова, І. Спіцин, В. Семенець, Р. Шинкаренко та ін., так і зарубіжних авторів – Ж. Жанетт, Ф. Котлер, Т. Тенессі, Ж. Хулейта ін.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ПОСЛУГ ЯК СЕГМЕНТА СВІТОВОГО РИНКУ

1.1. Сутність поняття послуга як предмета міжнародної торгівлі

Торгівля послугами є однією з найбільш перспективних сфер світової економіки, яка швидко розвивається. При складності виробництва і насиченні світового ринку товарами зростає потреба в послугах. У багатьох країнах світу зовнішня торгівля послугами є основним напрямком загального експорту. Це обумовлено дією таких чинників як, науково-технічний прогрес в сфері матеріального виробництва, поглиблення міжнародного поділу праці, зростання соціально-економічних потреб.

Незважаючи на широке дослідження терміна «послуга» в міжнародній економіці, єдиного підходу до визначення сутності послуги не існує. Послуги визначають головним чином як результат трудової діяльності. На думку вчених - економістів, послуга пов'язана з впливом на людину безпосередньо, інші - опосередковано, за допомогою речей, до яких відносять товари тривалого користування, будівлі, транспортні засоби тощо. Раніше послуга ототожнювалася з товаром, але ставлення до неї було другорядне. В даний час

послуга розглядається як «особлива споживча вартість процесу праці, виражена в корисному ефекті, що задовольняє потреби людини, колективу й суспільства»[17].

Поняття «послуга» є різним та багаточисленним, так як кожен вчений трактує дане визначення в залежності від предметної галузі проведеного дослідження. Наприклад, Ф. Котлер визначає послуги, як «об'єкти продажу у вигляді дій, вигід або задоволень» [29 с. 638].

Горанін А.І. трактує послугу, як «важливу економічну категорію, яка є ключовим пунктом для вірного розуміння сутності процесів обслуговування» [15 с. 31].

Апопій В.В. визначає послугу, як «нематеріальні активи, що виробляються з метою збуту». Нематеріальні активи - це цінність, яка не є фізичним об'єктом, але має вартість – грошову оцінку [6].

Хмелевська Л.П. дає визначення послуги, як «діяльність, яка виконана для задоволення чийось потреб, господарчих або інших зручностей, що надаються будь-кому» [46 с. 32]. Специфіка послуги, як товару проявляється у фізичній неосяжності, невіддільності від свого джерела, у неможливості накопичення та зберігання, в індивідуальності та плінності якісних характеристик, у відсутності речового змісту, це є лише діяльність, а не продукт.

Торгівлю послугами називають «невидимою», яка обумовлена невідчутністю та невидимістю більшості послуг. Виробництво послуг збігається в часі з їх експортом і здійснюється при безпосередній участі продавця і покупця.

Деяким видам послуг притаманні характеристики, що властиві товарам, наприклад: відчутність; видимість (концерт); здатність до зберігання; відсутність необхідності прямої взаємодії покупця і продавця.

Виробництво послуги не передбачає створення речей, проте результатом надання послуги є її споживча вартість. В процесі її реалізації виникає економічний зв'язок між виробником і споживачем, між виробництвом і

споживанням. Таким чином, послуга є громадською споживною вартістю і характеризує відносини в суспільстві з приводу створення, надання благ. Головна особливість послуги - це її подвійний характер. «З одного боку, послуга - це особливий вид діяльності, відмінний від матеріального виробництва, а з іншого - це нематеріальний результат даної діяльності, що має певну соціальну і економічну корисність».

Дискусійність поняття послуги ускладнює визначення сутності світового ринку послуг, який є складовою багаторівневої системи світового ринку. Світовий ринок послуг функціонує як самостійне утворення, яке має власний зміст, особливості та закономірності розвитку. Для уточнення змісту економічної категорії «світовий ринок послуг» розглянемо основні сучасні підходи до визначення цього поняття (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Сутність поняття «світовий ринок послуг»

№	Автор	Трактування
1	Коваленко Ю. О., Румянцев А. П.,	це є система перетину інтересів продавців і покупців послуг, функціонування якої регулюється ринковими законами
2	Рожкова Т.С.	диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той або інший спосіб беруть усі країни
3	Костина К.В.	це система міжнародних відносин обміну, де основним товарним об'єктом виступають різноманітні види послуг і яка існує на основі міжнародного поділу праці

З урахуванням сформованих трактувань економічної категорії «світовий ринок послуг», його можна узагальнити і визначити, як сукупність взаємовідносин суб'єктів міжнародного співтовариства з приводу надання

послуг. Світовий ринок послуг виокремився з єдиного світового ринку фізичних товарів і послуг.

Міжнародний ринок (з економічної точки зору) – це складова частина національних (внутрішніх) ринків, що безпосередньо пов'язана з ринками інших країн. Міжнародний ринок - це складовий елемент світового ринку, що являє собою спільність національних ринків в цілому, а не їх певних частин.

Основними елементами світового ринку є: міжнародний товарний ринок; міжнародний ринок капіталів; міжнародний ринок робочої сили; міжнародний ринок послуг (транспортних, страхових тощо); міжнародний ринок інформації; міжнародний валютний ринок.

Випереджаючі темпи розвитку сфери послуг - одна з особливостей сучасної світової економіки, останнім часом так званої «сервісної економіки», або «економіки послуг», що виникла в умовах постіндустріальної трансформації суспільства.

Швидке розширення міжнародної торгівлі послугами зазвичай можна пояснити дією певних умов та факторів:

- по-перше, єдине умова, яка визначає масштаби, структуру, тенденції та динаміку розвитку світового ринку послуг - це швидкий розвиток самої сфери послуг у всіх розвинених країнах і її складових в більшості країн;

- по-друге, економічне зростання в більшості країн світу, стало причиною зростання темпів росту економіки, ділової активності, продуктивності праці, рівня доходів компаній, платоспроможності населення, зростання соціального сектора економіки. Потужний вплив на розвиток сфери послуг здійснюють економічні та маркетингові чинники. Зі зростанням рівня доходів населення збільшується частка сфери послуг в державній економіці. Підвищення рівня добробуту різних груп населення породжує і збільшує попит на послуги, які полегшують щоденну роботу та збільшують кількість вільного часу, як наслідок, підвищується попит на різні розважальні послуги. Останнім часом спостерігається тенденція до індивідуалізації послуг, і в наслідок цього, маркетинг послуг застосовують для роботи з більш вузькими сегментами.

Більш того, відбувається нагромадження громадської структури, зростає чисельність соціальних груп, і це породжує нові запити споживачів, що призводить до численних змін в структурі послуг. Активний стиль звичайного і ділового життя людей призвів не тільки до зростання попиту на послуги, які вже існували і були включені в світовий оборот, але і збільшили асортимент нових послуг;

- по-третє, активний процес глобалізації є одним з основних факторів розвитку світового ринку послуг, він сприяє як посиленню спеціалізації держав, так і розширенню можливостей і форм торгівлі послугами;

- по-четверте, важливу роль в розвитку світового ринку торгівлі послугами відіграє науково-технічний прогрес. Він призвів до багатьох наслідків, наприклад, революційні зміни технологій в засобах зв'язку і в транспортній сфері зробили товарами цілий ряд так званих нефакторних послуг. Швидке зниження транспортних витрат підвищило рівень мобільності виробників і споживачів послуг, а застосування нових засобів комунікації створило можливість відмовитися від особистого контакту продавця та покупця послуги. Іншим наслідком науково-технічного процесу є збільшення темпів технічного прогресу в секторах телекомунікацій і інформації, це призвело до створення нових форм торгівлі послугами. Наприклад, міжнародний комерційний обмін інформацією, при якому бази даних є об'єктом зовнішньої торгівлі, або ж компанії підтримують контакт зі своїми філіями в інших країнах. Но сьогоднішній день існує тенденція передачі промисловими підприємствами деяких функцій своїх відділів іншим профільним фірмам, тобто аутсорсинг, і на це є кілька причин цієї тенденції.

Перша причина - у багатьох секторах індустріального виробництва сильно зросла циклічність, що призвело до значного зниження ефективності допоміжних відділів. Інша причина – спрямованість профільних фірм на підприємство-замовника, внаслідок чого робота виконується швидше та ефективніше. Третя причина - профільна фірма, яка пропонує послуги сервісу, більш мотивована в умовах конкурентної боротьби. Ще однією причиною є те,

що персонал профільних компаній більш досвідчений у своїй спеціалізації і має більше навиків. Крім того, спеціалізована компанія схильна до фінансової відповідальності за якість своєї роботи.

У зв'язку з великою різноманітністю послуг міжнародна торгівля послугами має ряд характерних особливостей в порівнянні з міжнародною торгівлею товарами (рис. 1.1):

1) вона регулюється не на кордоні, а всередині країн, так як більше половини послуг не перетинає митний кордон, тому вони не можуть фіксуватися митними службами. Відсутність або ж наявність факту перетину кордону послуги не може виступати критерієм експорту-імпорту послуг (так само як і валюта, в якій ця послуга оплачується);

2) істотною є роль держави в сфері послуг, тому виробництво і їх реалізація мають більший державний захист, ніж сфера матеріального виробництва і торгівлі. Це пов'язано перш за все з тим, що послуги залишаються одним з основних напрямків соціально-економічної політики держави. Транспорт, зв'язок, фінансові і страхові послуги, наука, освіта, охорона здоров'я в багатьох країнах знаходяться в повній або частковій власності держави або ж під його суворим контролем;

3) міжнародне надання послуг в більшості випадків перебуває в тісному взаємозв'язку з торгівлею товарами, тому відчутно впливає;

4) послуги не підлягають зберіганню. Вони виробляються і споживаються практично одночасно, у зв'язку з цим більшість видів послуг базується на прямих контактах між виробниками і споживачами, без яких реалізація послуг неможлива, тобто справжня якість послуг визначається лише в момент їх споживання;

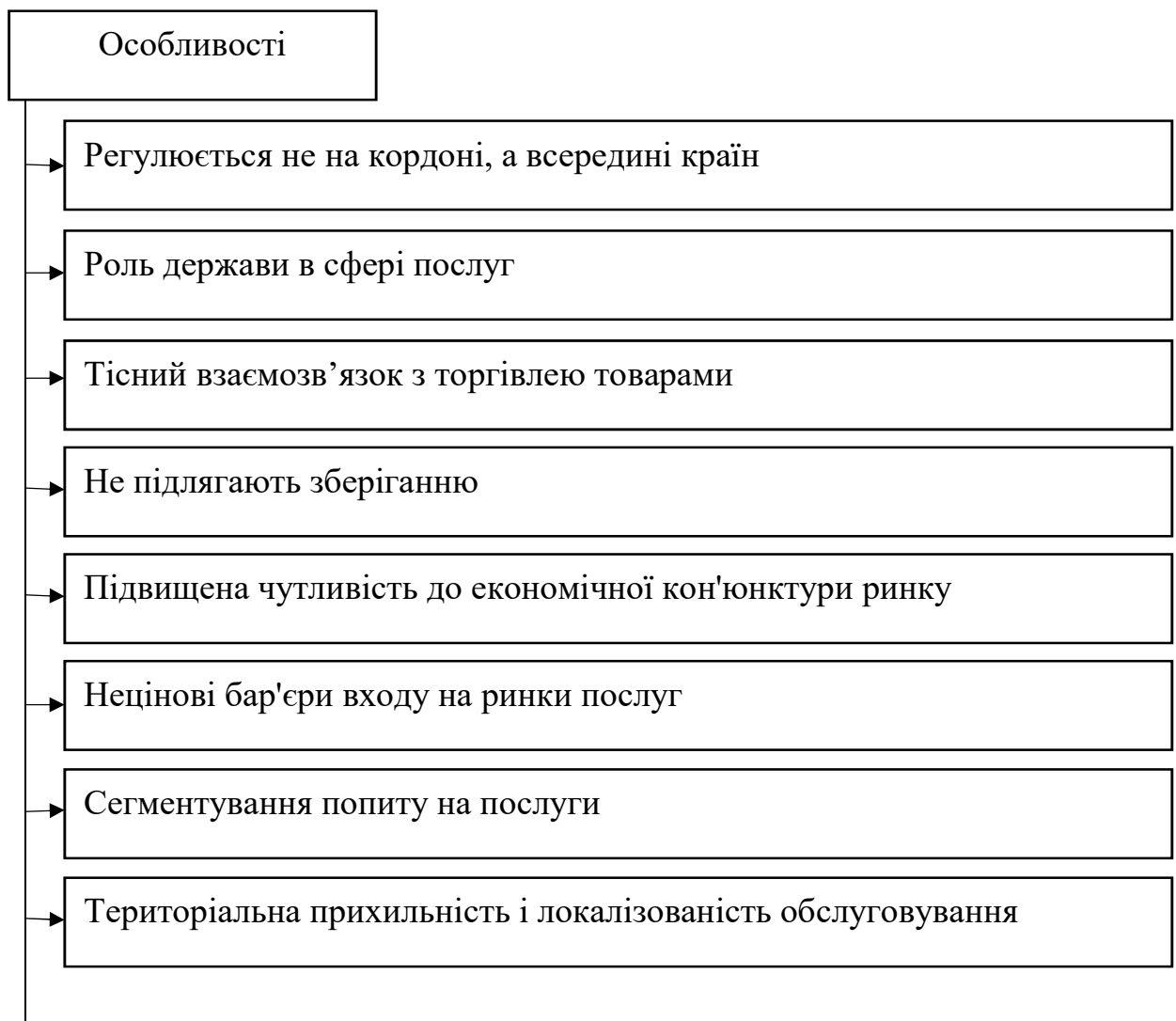
5) міжнародна торгівля послугами має підвищену чутливість до економічної кон'юнктури ринку і коротким періодом реагування на її зміни, а також суттєво залежить від фактору сезонності, значущістю впливу реклами, моди, інформованості;

6) переважання нецінових бар'єрів входу на ринки послуг і абсолютними перевагами, за деяким винятком вже існуючих на ринку виробників послуг;

7) вираженим сегментуванням попиту на послуги в залежності від доходів, ціни, суб'єктивної оцінки значущості послуги, а також від національних традицій і особливостей споживання, стилю життя тощо;

8) велика територіальна прихильність і локалізованість обслуговування;

9) активна реалізація послуг на міжнародному ринку вимагає високого рівня розвитку відповідної матеріально-технічної бази в галузі науки, транспорту, зв'язку, туризму, а також політичної стабільності в країні і на світовій арені [37, с. 60].



→ Високий рівень розвитку відповідної матеріально-технічної бази

Рис. 1.1. Особливості міжнародної торгівлі послугами

Основними чинниками, які зумовили інтенсивний розвиток міжнародної торгівлі послугами, є:

1) НТП і пов'язані з ним зміни в міжнародному поділі праці (зростають не тільки масштаби виробництва послуг, а й різноманітність, розширюються сфери застосування);

2) зміна структури споживання населенням сучасного світу, викликане зростанням добробуту, переорієнтацією його переваг на інші цінності, в тому числі на використання послуг;

3) посилення ролі ТНК у світовій економіці, перетворення послуг в складовий елемент їх виробничої діяльності, особливо у виробництві наукомісткої продукції, значну частину якої становлять ІТ-послуги, що призвело до розмивання меж між окремими видами послуг;

4) перехід провідних країн світу, а слідом за ними і інших країн до сучасного «нового інформаційного суспільства», в основі якого лежать інформаційні та телекомунікаційні технології;

5) зростаюча взаємозалежність міжнародної торгівлі різними видами послуг, багато з яких реалізуються «в одному пакеті» [20, с. 62].

Крім того, як з'ясували, послуги сильно відрізняються від товарів і це відображається в тому числі, і на процесі міжнародної торгівлі та її технології. Виділяють чотири способи торгівлі послугами на світовому ринку (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Способи торгівлі послугами на міжнародних ринках

I спосіб	Транскордонна торгівля
II спосіб	Споживання послуги за кордоном
III спосіб	Комерційна присутність

IV спосіб	Присутність фізичних осіб
-----------	---------------------------

Перший спосіб - це транскордонна торгівля, яка означає, що продавець і споживач послуги не перетинають кордони, лише послуга перетинає кордон. Цей спосіб відчутно наближений до торгівлі фізичними товарами на світовому ринку: наприклад, надання консультацій різного характеру з-за кордону за допомогою зв'язку, або дистанційне навчання, яке надається із-за кордону.

Другий спосіб - це споживання послуги за кордоном, при якому покупець з одної країни купує послугу на території іншої держави. Відмінність від торгівлі фізичними товарами полягає в тому, що послуга та її продавець не перетинають кордон, але вона перетинається споживачем послуги, наприклад, коли студент виїжджає в іншу країну на навчання, або ж особа від'їжджає на лікування.

Третій спосіб - комерційна присутність при наданні послуги в державі. У такий спосіб компанія, що пропонує послугу, перетинає кордон і відкриває філію чи дочірнє підприємство, здійснюючи пропозицію послуги через неї. Кордон не перетинається ні послугою, ні її споживачем.

Четвертий спосіб - присутність фізичних осіб, що пропонують послугу. В цьому випадку сутність послуги полягає в тому, що це діяльність людини, що перетинає кордон і приїжджає в країну, де живе споживач, наприклад, коли в країну приїжджає архітектор з іншої країни.

Світовий ринок послуг має свої особливості розвитку, які обумовлені специфікою різних видів послуг. Ринок послуг зазвичай розглядається як простір обміну послугами, які являються результатом праці підприємств невиробничого сектора. Ринок послуг нерозривний з ринком товарів, він є одним з його видів, який розвивається в рамках єдиних законів ринкової економіки і підпорядковується цим правилам. Але ринок послуг має ряд характерних рис, які обумовлюють особливості його розвитку та функціонування. Ринок послуг має більш високу динамічність процесів, так як метою пропозиції послуг є задоволення потреб людей. Також він більш

сегментований за територіальною ознакою, адже такі характеристики, як форма надання послуг, попит на них, умови функціонування підприємств, що пропонують свої послуги часто залежать від характеристик територій, які охоплені ринком.

Ринок послуг має більш короткий цикл виробництва, що призводить до більш високої оборотності капіталу. Також для ринку послуг характерна більш висока чутливість до зміни кон'юнктури ринку, адже послуги неможливо зберігати, складувати та транспортувати. Виробництво і споживання більшості послуг найчастіше відбувається в одному середовищі, малі та середні підприємства, що виробляють послуги, мають велику мобільність та мають можливості для швидкого реагування на зміни кон'юнктури.

Контакт виробника послуг і споживача веде до створення умов розширення комунікації, а також підвищує вимоги до кваліфікації, етики, досвіду. Вищій ступінь диференціації послуг розглядається як один з найважливіших стимулів до інноваційної діяльності, так як складна структура попиту веде до створення нових, незвичайних послуг. Пошук таких послуг набуває постійного характеру і отримує все більший розвиток в міру задоволення попиту на ринку.

Участь різних країн в світовому ринку послуг відрізняється масштабами експорту та імпорту послуг, їх структурою і динамікою. При цьому слід підкреслити складність і недосконалість статистичного обліку світової торгівлі послугами. Як вважають фахівці, величина міжнародної торгівлі послугами є заниженою і багато в чому це пояснюється тим, що в статистиці:

- багато видів послуг включають в експорт і імпорт фізичних товарів (наприклад, не завжди інжинірингові послуги відокремлюються від поставки машин і устаткування при виконанні підрядних робіт за кордоном, а за експертними оцінками, витрати на такі послуги, як монтаж, навчання персоналу, післяпродажне обслуговування можуть перевищувати 40% вартості контракту);

- недостатньо враховуються посередницькі послуги, що виконуються на території інших країн;

- багато міжнародних операцій послуг, які особливо надаються одними підрозділами фірм іншим, часто взагалі не враховуються в платіжному балансі;

- методологія обліку різних статей послуг до недавнього часу відрізнялася в окремих країнах.

Відомо, що різні країни відрізняються одна від одної за ступенем розвитку тих чи інших послуг, тому у країн спостерігаються різні конкурентні переваги, що і визначає їх спеціалізацію на світовому ринку послуг.

Наприклад, швейцарські фірми сильніші в банківській справі, торгівлі, організації матеріально-технічного забезпечення, консалтингу і навчанні.

Англійські фірми займають міцні позиції в страхуванні, аукціонній торгівлі, управлінні грошовими операціями і в різних галузях консультаційних послуг.

Шведським фірмам належить лідируюче положення в спеціалізованих перевезеннях і екологічному інжинірингу.

Сінгапурські фірми потужні в судноремонті, обслуговуванні авіаліній, портів і терміналів та в поліграфії.

Американським фірмам належить лідерство в управлінні готельним господарством, в бухгалтерському обліку, рекламі.

Корея спеціалізується на консультаційних і будівельних послугах.

Отже, хоча розвинені країни мають всередині країни потужну сферу послуг, на світовий ринок вони поставляють тільки певний вид або кілька видів послуг, за якими у них вагомі конкретні переваги.

1.2. Підходи до класифікації та характеристики послуг на міжнародному ринку

Міжнародна торгівля послугами стала об'єктом вивчення порівняно недавно, тривалий час послуги відносили до «неторговельних» товарів

(nontradable goods), тобто товари, які споживаються в тій же країні де вони виробляються та не переміщаються між країнами. У міру розвитку НТП, інтернаціоналізації господарського життя частина послуг була залучена в світогосподарських оборот і з'явився термін «торгівля послугами», які за рекомендацією МВФ відображаються в платіжному балансі країни.

Основними відмінностями між товарами, що продаються та неторговельними товарами є:

- ціни на товари, що продаються визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на світовому ринку і знаходяться під впливом попиту та пропозиції на них як в середині країни, так і за кордоном. Ціни на неторговельні товари визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на національному ринку, коливання цін на такі товари в інших країнах значення не мають;

- підтримка балансу внутрішнього попиту і пропозиції на товари, що продаються не так важлива, як для неторговельних товарів, оскільки брак внутрішнього попиту може бути завжди компенсований збільшенням попиту із-за кордону, а брак внутрішньої пропозиції - збільшенням поставок іноземних товарів. Для неторговельних товарів підтримка внутрішнього балансу попиту і пропозиції критично важлива, при його порушенні виникають впливові соціально-економічні диспропорції.

- динаміка і часто рівень внутрішніх цін на товари, що продаються слідує за динамікою і рівнем цін в інших країнах. Внутрішні ціни на неторговельні товари можуть істотно відрізнятись від цін в інших країнах, а зміна може не призводити до зміни зарубіжних цін на такі ж товари.

За критерієм можливої участі в міжнародній торгівлі усі послуги поділяються на групи:

- послуги, які можуть бути об'єктом зовнішньої торгівлі (транспортні послуги, туризм, фінансові, страхові, банківські послуги);

- послуги, які в силу своїх особливостей не можуть «вийти» на світовий ринок (комунальні послуги, побутові), кількість даних послуг поступово зменшується;

- послуги, що можуть бути і не бути об'єктом зовнішньої торгівлі. До них відносяться більшість послуг, їх спектр розширюється з розвитком науково-технічного прогресу. Так, до зовнішньоторговельного обороту все більше долучаються послуги системи швидкого харчування, закладів культури, охорони здоров'я, спорту тощо.

Міжнародна торгівля послугами в більшій мірі, ніж торгівля фізичними товарами:

- захищена державою від іноземної конкуренції. Уряди багатьох країн вважають, що масштабний імпорт послуг може становити загрозу для суверенітету і безпеки. Тому міжнародна торгівля послугами регламентується з боку держави більш жорстко;

- монополізована;

- диверсифікована. Розширюється купівля-продаж цілих пакетів послуг, в результаті чого знижуються ризики від здійснюваних операцій.

Сучасний світовий ринок послуг включає торгівлю найрізноманітнішими послугами (160 видів), які класифіковані статистичною комісією ООН в 12 розділів:

1. Ділові послуги (46 галузевих видів послуг);
2. Послуги зв'язку (25 видів);
3. Будівельні та інжинірингові послуги (5 видів);
4. Дистриб'юторські послуги (5 видів);
5. Загальноосвітні послуги (5 видів);
6. Послуги із захисту навколишнього середовища (4 види);
7. Фінансові послуги, включаючи страхові (17 видів);
8. Послуги з охорони здоров'я і соціальні послуги (4 види);
9. Туризм і подорожі (4 види);
10. Послуги в секторі організації дозвілля, культури і спорту (5 видів);
11. Транспортні послуги (33 види)
12. Інші послуги.

Зрозуміло, що різноманітність послуг величезна, крім того, послуги мають ряд значних відмінностей від фізичних товарів, що також накладає відбиток на процес міжнародної торгівлі, на технологію її реального здійснення.

Різноманіття послуг, які реалізуються на світовому ринку, дозволяє виділити більш вузькі спеціалізовані ринки послуг (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Галузева структура світового ринку послуг

Розглянемо більш детально світові ринки послуг.

За останні десятиліття міжнародні фінансові потоки набули значних масштабів, обсяги операцій на фінансових ринках істотно зросли. В цей період міжнародні фінансові операції стали динамічною силою, що змінили фінансові ринки окремих країн і зв'язок між ними, національні та регіональні фінансові ринки перестали існувати відокремлено. Процес глобалізації, характерний для всієї сучасної світової економіки, відобразився найкраще у сфері фінансів. В результаті роль світового фінансового ринку істотно змінилася, якщо до середини минулого століття фінансовий сектор мав статус другорядного, обслуговуючого інші сегменти світової економіки, то з кінця ХХ століття світовий фінансовий ринок став домінувати в структурі світової економіки.

Зміни в структурі світового фінансового ринку відобразилися в наступних секторах:

- сформувалися нові і отримали істотні масштаби сегменти світового фінансового ринку. З'явився сегмент хеджінгових операцій, значно зросли обсяги операцій на світовому ринку позикових капіталів, купівлі-продажу активів і похідних фінансових інструментів на фондових ринках, зафіксовано безпрецедентно високий обсяг спекулятивних операцій.

- з'явилися нові учасники ринку. Активно розвиваються фінансові посередники (суверенні і хедж-фонди), посилюється роль найбільших транснаціональних фінансових корпорацій (системно значимих фінансових інститутів), відбувається реформування діючих інститутів наднаціонального регулювання (Європейський стабілізаційний фонд).

- відбулося різке збільшення інструментів, що використовуються, в першу чергу синтетичних похідних фінансових інструментів та інших деривативів в зв'язку з імпульсом в розвитку фінансових інновацій і появи різного роду механізмів фінансового інжинірингу, які сприяють зростанню спекулятивних надприбуткових операцій.

- змінилися ключові функції світового фінансового ринку. Наразі до них відносяться функції з регулювання процесів, що відбуваються та гармонізації правил і методик регулювання, що застосовуються.

Широкого використання набуває «фінансіалізація», тобто «фінансова глобалізація», даний феномен можна визначити як сучасну форму функціонування світової економіки, яка характеризується безпрецедентним переважанням угод з капіталом в загальній структурі міжнародних операцій і підпорядкуванням реального сектора економіки фінансовому, що призводить до спотворення відтворювального ланцюга.

Диспропорції на світовому фінансовому ринку і його схильність до криз спонукають світове співтовариство шукати нові способи його регулювання. Аналіз світового досвіду регулювання фінансових ринків дає підставу стверджувати, що до посилення регулювання вдаються в період рецесії, в той

час як лібералізація і ослаблення регулювання стають більш актуальними в період економічного поживлення.

При здійсненні міжнародних економічних зв'язків транспорт забезпечує переміщення вантажів, пасажирів і багажу, що є предметом транспортної операції, між двома і більше країнами.

Транспортні операції вважаються міжнародними, якщо вони пов'язані з транзитом або перевезеннями шляхами, тобто із зовнішніми щодо країн-учасниць зовнішньоторговельними операціями і ділянками маршруту перевезення.

Транспорт здійснює багатofункціональний вплив на світову економіку і його розвиток стає найважливішим фактором функціонування економіки і суспільства в цілому. На даний час транспортний сектор піддається впливу таким тенденціям, як:

- 1) так, як транспорт інфраструктурний сектор є залежність від галузей матеріальних благ;
- 2) транспорт значно впливає на регіональний розподіл промислового виробництва;
- 3) транспорт визначає траєкторії туристських потоків і виступає в ролі однієї з головних частин системи взаємовідносин суб'єктів туристичного бізнесу.

Міжнародні транспортні послуги продаються і купуються на міжнародних транспортних ринках, які різняться в залежності від видів транспорту, видів вантажів, що перевозяться, а також від регіональних особливостей. Міжнародні сполучення можуть бути прямі, змішані (з використанням двох і більше видів транспорту), прямі змішані (з використанням різних видів транспорту, але за єдиними транспортними документами).

Міжнародні транспортні послуги включають не тільки безпосередньо перевізну діяльність, але і цілий ряд супутніх операцій (доставка вантажу до найближчого вантажного терміналу - порту, залізничного вузла тощо;

навантаження, перевантаження, вивантаження товарів, що перевозяться або багажу; тимчасове зберігання в проміжних пунктах, його охорона, переоформлення документів, а іноді і страхування). Витрати, пов'язані з оплатою магістральних видів транспорту і оплатою супутніх операцій, що складають транспортні витрати вантажовласника.

Міжнародна мережа ринку транспортних послуг має великий потенціал для розвитку галузі, зростання попиту на послуги логістичних компаній. Незважаючи на це, є проблеми, які пов'язані з невідповідністю наданих послуг вимогам клієнтів, недостатній обсяг пропозицій і рівень якості.

Останнім часом на розвиток світового ринку транспортних послуг все більший вплив мають наступні фактори:

1) посилення глобальної конкуренції, яка охоплює ринки товарів, послуг, капіталу та інших факторів економічного зростання. Почалася перебудова світового господарства, яка пов'язана з повною зміною балансу між економічними центрами, зростанням ролі регіональних економічних союзів, очікуваним поширенням нових технологій. Це може спричинити зміну траєкторій національних і світових вантажо- і пасажиропотоків, підвищення рівня запитів споживачів до якості транспортного обслуговування.

2) зростання високотехнологічної транспортної інфраструктури повинен забезпечувати конкурентний рівень транспортних послуг, надійність, безпеку та економічність.

Туризм є однією з найактивніших форм спілкування людей, сприяє встановленню і розширенню міжнародних культурних зв'язків між країнами, зміцненню співробітництва народів світу. Туризм носить глобальний характер і всі ознаки галузі світового господарства, про що свідчать значні обсяги діяльності міжнародного туризму. Туризму притаманні одні з найбільш високих і стабільних темпів зростання протягом значного часу.

Види туристичних послуг, які пропонуються в якості товарів, досить різноманітні. До них відносять: послуги з розміщення туристів; послуги з переміщення туристів до країни призначення і по країні різними видами

транспорту; послуги із забезпечення туристів харчуванням; послуги, спрямовані на задоволення культурних потреб і ділових інтересів туристів; послуги з оформлення документації (паспорта, візи та ін.). При здійсненні туристських операцій складаються певні відносини між виробниками туристських послуг і туристичними фірмами, з одного боку, і між туристичними фірмами і клієнтами-туристами, - з іншого, при цьому характер і зміст цих угод різні.

В системі ООН є спеціальна організація - Всесвітня туристична організація, створена в 1975 році, яка об'єднує урядові організації з туризму, з метою - сприяння розвитку туризму.

Туристичний ринок - це інститут, який зводить разом покупців (представників попиту) і продавців (постачальників) туристичних послуг. Учасниками туристичного ринку є кінцеві споживачі туристичної послуги, а також численні постачальники, туроператори, туристичні агентства, готелі, підприємства харчування, транспортні компанії тощо.

Класифікація туристичного ринку можлива за кількома критеріями, одна з головних ознак - географічна. За цією ознакою виділяються світовий, регіональний ринки, ринок окремої країни (національний), район всередині країни, окремий населений пункт тощо. Таким чином, світовий ринок туристичних послуг є складною сукупністю національних ринків. Національні ринки туризму мають як загальні риси, так і специфічні, що зумовлені національно-історичними особливостями.

За ознакою ставлення до національної території СOT виділяє ринок міжнародного туризму (в'їзного, виїзного) і внутрішнього туризму. Національний ринок туризму, спрямований на розвиток міжнародного туризму, генерує послуги, що задовольняють потреби іноземних туристів, тобто виробляє міжнародні туристичні послуги. Туристичні послуги в сукупності з туристичними товарами формують туристичний продукт. Туристичний продукт може бути створений для споживання як на внутрішньому ринку, так і на міжнародному.

Світовий ринок ділових та професійних послуг, також потребує особливої уваги, оскільки саме в експорті послуг аудиту, консультування з питань комерційної діяльності та управління і багатьох інших послуг ділового та технічного характеру спостерігається найбільш стрімкий розвиток.

Високий попит спостерігається на ділові та професійні послуги, а саме послуги в сферах реклами, менеджменту, наукових досліджень, маркетингу, бухгалтерії та консалтингу. Безумовно, продовжує зростати затребуваність і на інформаційно-комп'ютерні послуги, серед лідерів сервісної сфери представлені популярні види бізнес-послуг - підбір персоналу і зв'язки з громадськістю.

Головними особливостями світового ринку ділових послуг є:

- менша чисельність клієнтів, ніж на ринку споживчих послуг;
- нечисленні клієнти є більшими, обсяги їх придбань значно більше, а вимоги до терміну та надійності надання вище;
- велика частка клієнтів територіально сконцентрована;
- споживачі ділових послуг – професіонали;
- підготовка та прийняття рішень про закупівлі (придбання послуг) – колективні;
- основні методи просування - персональний продаж, телемаркетинг, директ-мейл, участь в стратегічних альянсах.

Попит на ділові послуги має подвійну залежність. По-перше, він визначається попитом на товари і послуги споживчого призначення, а по-друге, він обумовлений попитом на товари виробничого призначення.

У зв'язку з тим, що попит на ділові послуги за своєю природою є похідним, його зміни по тимчасовому критерію запізнюються, а по амплітуді коливань в кілька разів перевищують зміни попиту на продукцію потенційних замовників.

У той же час, сфера ділового сервісу володіє своєю особливою специфікою. Специфіка ринку ділових послуг полягає в більшій сегментації, ніж ринок товарів виробничого призначення.

Крім того, спостерігається більша прихильність виробників ділових послуг до певної групи споживачів. Причин кілька: висока залежність технології виробництва деяких видів ділових послуг від особливостей запитів кожного клієнта; обмеженість числа замовників тощо, але головною причиною виступають чинники територіального порядку.

Важливу роль в характеристиці даного ринку відіграють і такі різнопланові особливості ряду галузей ділових послуг, як більша капіталомісткість, більш високі темпи розширення попиту, існування більшої кількості неосвоєних ринкових ніш.

Відомо, що ринкові відносини при реалізації стандартизованої і взаємозамінної продукції припускають конкурентну боротьбу.

Відмінною рисою ринку стандартизованих і альтернативних ділових послуг є підвищена і більш агресивна конкуренція продуцентів в порівнянні з ринком матеріальних товарів.

Ринок інформаційних послуг - це найбільший сегмент інформаційного ринку, який взаємодіє в системі світових і регіональних економічних відносин, надає широку номенклатуру інформаційних продуктів, різні умови їх використання та плати за них.

В рамках інформаційних виділяють цілий ряд специфічних видів послуг: доступ до комп'ютерних баз даних; обробка інформації на обчислювальних центрах (або хмарних серверах); електронні комунікації (безкоштовне програмне забезпечення, електронна пошта, теледоступ, електронні дошки оголошень); в сфері електронних угод і банківських операцій; електронні гроші.

До перспективних напрямків розвитку світового ринку інформаційних послуг слід віднести:

- інформаційну безпеку і послуги, пов'язані з нею;
- послуги з розробки та впровадження таких програм, як системи процесної автоматизації, системи управління цифровим контентом;

- розумні, в тому числі роботизовані, додатки з використанням технологій штучного інтелекту і машинного навчання, рішення «Інтернету речей», системи предиктивної аналітики та ін.

Компанії прагнуть створити більш ефективне та комфортне середовище для роботи, що призводить до збільшення вкладень в програми для спільної роботи і створення корпоративних соціальних мереж, а також управління кадровими ресурсами. Завдання оптимізації і зниження витрат не зникнуть з поля зору керівників ІТ-служб лише від того, що економіка стане більш стабільною і прогнозованою, але основна увага приділятиметься планам розвитку цифрового бізнесу.

Глобалізація світового страхового ринку являє собою процес стирання законодавчих та економічних бар'єрів між національними страховими господарствами, що відбувається під впливом змін у світовій економіці, і має в якості кінцевої мети формування глобального страхового простору.

У страхуванні процеси глобалізації мають свої особливості. Це пояснюється тим, що воно являє собою інтернаціональний бізнес, тісно пов'язаний з фінансовою сферою та інформаційною системою суспільства. Процеси глобалізації в страхуванні нарівні з фінансовим та інформаційним сектором протікають високими темпами і мають випереджаючою динаміку у порівнянні з більшістю інших галузей народного господарства. В силу високої «зарегульованості» страхової галузі глобалізація регулювання страхування має певну специфіку: з одного боку, вона ускладнює інтеграцію, так як є додаткові труднощі у приведенні до єдності національних законодавств, з іншого - полегшує ситуацію, так як добре керована галузь легше піддається державному і наддержавного впливу.

Страховий ринок сьогодні перестав бути тільки сукупністю окремих національних і регіональних ринків, виник новий самостійний економічний феномен - світовий страховий ринок, який визначається як сукупність страхових організацій, що діють у світовому масштабі і формують пропозицію і попит на страхові послуги в світовому господарстві.

Будівельні послуги є особливим товаром міжнародної торгівлі, який об'єднує в собі досить різноманітні компоненти - як матеріально-речові (будівельні матеріали, конструкції, обладнання, що монтується) так і нематеріальні (архітектурні рішення, технології виробництва). Основними суб'єктами світового ринку будівельних послуг є підрядні фірми.

Серед особливостей сучасного етапу розвитку світового ринку будівельних послуг слід виділити створення підрядниками розгалужених децентралізованих систем реалізації інвестиційних проектів, що включають надання послуг в області проектного фінансування та експлуатації побудованих об'єктів (build - operate - transfer (BOT) та лізингові схеми), а також істотну зміну і розширення асортименту послуг, що пропонуються відповідно до зрушень в структурі купівельного попиту. Зростання клієнтських запитів сприяє розширенню функцій багатьох великих підрядних фірм і їх перетворенню з чисто будівельних компаній в структури, що забезпечують також надання послуг по розробці і фінансуванню інвестиційних проектів, а в деяких випадках - і по експлуатації побудованих об'єктів.

1.3 Бар'єри в міжнародній торгівлі послугами та регулюючі механізми світового ринку послуг

До останнього часу ринок послуг (за винятком фінансів) являв собою поле діяльності дрібних і середніх фірм, ситуація кардинально змінилася в зв'язку з появою, а точніше, масовим виходом на цей ринок транснаціональних корпорацій, які залучили сучасні засоби телекомунікацій, створивши глобальну систему передачі інформації. Це призвело до вибухоподібного зростання сфери міжнародних послуг, які стали складовим елементом внутрішньовиробничої діяльності підприємства. Все більш поширеним виявляється розрив виробничого ланцюжка, коли він розпорошується по окремих країнах, в той час як інформаційно-технологічне забезпечення цього процесу зосереджується в

країні базування. В цьому випадку внутрішньо-фірмова передача інформації, технології, фінансів виступає у формі міждержавного продажу послуг.

Поява ТНК призвела до розмивання меж між окремими видами послуг, як приклад, банки стали випускати кредитні картки та виконувати функції транспортних агентств.

Діючи в найбільш наукомістких галузях, ТНК розширюють продаж нових видів наукомісткої продукції, значну частину вартості якої складають послуги, наприклад, комп'ютери продаються разом з програмним забезпеченням, а виробники побутової електроніки гарантують покупцям фірмове обслуговування своєї техніки в будь-якій точці земної кулі.

Перетворення послуг в складовий елемент внутрішньовиробничої міжнародної діяльності ТНК поставило на порядок денний питання про необхідність регулювання ринку послуг на міжнародному, регіональному та галузевому рівнях.

Виходу підприємств на нові ринки перешкоджає ряд бар'єрів і ризиків, пов'язаних з практикою ведення управлінських процесів і бізнес-норм, які характерні для іншої країни. Вибір стратегії подолання бар'єрів входу в галузь є важливим компонентом процесу глобалізації підприємства, визначає успіх розвитку окремого підприємства і країни в цілому.

Більшість експертів називають однією з основних проблем виходу на міжнародні ринки послуг - недостатню обізнаність щодо споживчих переваг, зокрема: обмеженість і асиметрію інформації, особливо проявляється при ідентифікації, виборі і налагодженні контактів на іноземному ринку; інституційну різницю між інститутами в країні походження фірми і в країні, на ринок якої планує увійти підприємство; державний сектор, як ступінь децентралізації владних повноважень як частини практики ведення бізнесу в певній галузі; культурну та психологічну складові, які представляють собою різницю в традиціях, звичаях між країнами; недостатність самофінансування, особливо це помітно щодо експортних бар'єрів; безповоротні витрати (sunk costs), що виникають при вході на ринок.

Застосування у зовнішньоторговельній політиці різних торгових бар'єрів несе в собі як переваги, так і значні недоліки. З одного боку, кожна країна потребує розвитку торгово-політичних відносин з іншими країнами і в їх підтримці, а з іншого боку, на етапі розвитку своїх економічних виробничих потужностей національні виробники потребують захисту своїх інтересів і підтримки держави. Неможливо повністю виключити з міжнародної торгівлі торговельні бар'єри, але також не можна допустити, щоб вони заважали розвитку торгівлі між країнами.

Багато країн як і раніше дотримуються політики протекціонізму при веденні своїх зовнішніх торговельних відносин з іншими країнами. Вони встановлюють низькі торговельні бар'єри для держав, торгівля з якими вигідна для даної країни і на товари, в імпорті яких дана країна має потребу. І навпаки, встановлюють високі торговельні бар'єри для держав, в торгівлі з якими вони не бачать вигоди, і для товарів, національні виробники яких мають потребу в захисті держави від зовнішньої конкуренції. Така політика, безсумнівно, обґрунтована і несе в собі певні переваги, проте, разом з тим, вона сприяє підвищенню цін, недосконалій конкуренції, і заважає розвитку міжнародної торгівлі в цілому.

Для багатьох країн, що розвиваються характерні також бар'єри, пов'язані зі звуженням географічних меж ринку внаслідок зростання транспортних витрат, зростання конкуренції з імпортними товарами в умовах обмеженого попиту на внутрішньому ринку. В даний час саме адміністративні заборони є найбільш значущими бар'єрами для входу на багатонаціональні ринки зарубіжних конкурентів (рис. 1.3).





Рис. 1.3. Бар'єри входу на міжнародні ринки

В останнє десятиліття важливим фактором проникнення національних компаній на світові ринки стали міжнародні стандарти. У зв'язку з цим необхідна гармонізація національних систем сертифікації та стандартизації з міжнародними.

На теперішній час діюча система регулювання функціонує на кількох рівнях, для кожного з яких характерна наявність декількох специфічних організацій. Спеціалізовані міжурядові організації, як, наприклад, ІКАО (Організація міжнародної цивільної авіації), СОТ (Світова туристична організація), ІМО (Міжнародна морська організація), Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР), Організація ООН по науці, культурі та освіті (ЮНЕСКО), Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), зосереджені на регулюванні послуг в рамках окремих галузей. Якщо, наприклад, в рамках ІКАО здійснюється уніфікація правил польотів і експлуатації повітряного транспорту, аеродромів, аеронавігаційних засобів, то Всесвітня туристична організація визначає норми і стандарти готелів, ресторанів тощо. Досить поширеними, особливо в середині 1980-х років, були обопільні умови. Так, наприклад, американо-канадська угода про вільну торгівлю приділила велику

увагу регулюванню інвестицій у сфері послуг. Окремі угоди були укладені в сфері туризму, послуг, комунікацій. Близькою по змісту виявилася угода США з Ізраїлем.

На регіональному рівні регулювання ринку послуг, як правило, здійснюється в рамках інтеграційних регіональних угод, наприклад в ЄС, зняті обмеження на взаємну торгівлю товарами та послугами.

У глобальному плані регулюванням торгівлі послугами донедавна займалася Генеральна угода з тарифів і торгівлі, створена спочатку для регулювання світової зовнішньої торгівлі. Проте в другій половині 1980-х років сфера діяльності цієї організації була розширена з ініціативи США, яка є найбільшим постачальником послуг на світовий ринок; з 1970-х років питання торгівлі послугами стало офіційним предметом переговорів в рамках ГАТТ.

Основна ідея пропозиції США полягала в тому, щоб при регулюванні послуг використовувати ті ж правила, які розроблені по відношенню до товарів: недискримінація, національний режим, транспарентність (гласність і єдність законів), незастосування національних законів на шкоду іноземним виробникам.

На шляху здійснення цієї програми, постають серйозні проблеми, пов'язані, перш за все з тим, що оскільки споживання послуги і її виробництво здійснюються практично одночасно, то регулювання умов виробництва послуг означає регулювання умов інвестування.

В області інвестування ГАТТ використовує національний режим по відношенню до іноземних фірм, тобто надає їм ті ж права, що і національним виробникам. На практиці це означає, що США, проводячи дерегулювання свого ринку послуг, зобов'язані не пред'являти аналогічних вимог до своїх партнерів, які зберігають пільговий режим для власних національних (як правило, державних) фірм. Такий стан, наприклад, склалися в канадсько-американських відносинах в галузі транспорту. Провівши на початку 1980-х років дерегулювання в галузі транспорту, США зіткнулися з такою ситуацією, коли американські компанії були змушені конкурувати з іноземними на своєму

ринку, практично не маючи виходу на канадський, де існувала державна монополія.

Країни, що розвиваються зі свого боку прагнуть зберегти за собою право контролювати діяльність іноземних фірм, насамперед філій ТНК, тобто орієнтуються на режим найбільшого сприяння.

Основне завдання ГАТС - звільнення ринкових механізмів в галузі міжнародної торгівлі послугами від політики протекціонізму, що проводиться державою за допомогою заходів регулювання господарських відносин. ГАТС містить:

- положення, що визначають основні обов'язки членів СОТ в області міжнародної торгівлі послугами;
- додаток про спеціальний статус окремих видів послуг;
- принципи використання національного режиму та режиму найбільшого сприяння в сфері міжнародної торгівлі послугами.

Загальне зобов'язання в рамках ГАТС вимагає розумного, незалежного і об'єктивного застосування нормативно-правових актів у сфері регулювання ринку послуг в тих секторах, де державами прийняті зобов'язання щодо лібералізації. Кінцева мета цього - домогтися, щоб виробники і постачальники послуг, як національні, так і іноземні, мали рівні права і обов'язки. З нашої точки зору, в загальних зобов'язаннях цікавий підхід до регулювання питань визнання дипломів, ліцензій, сертифікатів, кваліфікацій та інших документів. Відповідно до ГАТС від держав-членів СОТ не вимагається визнання документів про професійну кваліфікацію, отриману в інших державах-членах і взагалі будь-яких стандартах в цьому напрямку. У ст. VII ГАТС сказано, що держави-члени СОТ можуть «визнати отримані знання або набутий досвід, виконані вимоги, а також ліцензії та сертифікати, видані в певній країні» [15].

Термін «певна країна» означає, що це стосується не всіх держав-членів, а значить, має місце порушення режиму найбільшого сприяння. Але введення такого положення відображає практику, яка складається в питаннях регулювання в області стандартів, видачі дозволів, процесів ліцензування та

сертифікації виробників і продавців послуг. В рамках ГАТС пропонуються можливі шляхи визнання документів. Це - гармонізація, двосторонні угоди між державами, визнання в односторонньому порядку. Однак, висунуті вимоги, незалежно від обраного шляху, це недискримінація і уникнути прихованих обмежень. У сучасному світі для розширення можливостей необхідна розробка єдиних критеріїв, погоджених в багатосторонньому порядку і бажано як на міжнародному рівні, так і на рівні неурядових структур.

Подальший аналіз загальних зобов'язань в ГАТС дозволяє зробити висновок, що в рамках СОТ допускаються монополія і винятковість виробників і постачальників послуг, але при цьому вони не повинні порушувати специфічні зобов'язання і режим найбільшого сприяння в державах-членах СОТ. Будь-яка держава-член СОТ має створити умови в разі виходу на зовнішній ринок свого виробника або продавця послуг-монополіста, які не супроводжуватиметься зловживаннями і не завдавали шкоди. Але це стосується не тільки монополістів, а й виняткових постачальників послуг. Іншими словами, тут мова йде про природні монополії. При цьому дії виняткового постачальника послуг можливі в двох напрямках: по-перше, він формально, але найчастіше фактично, передає повноваження або засновує незначну кількість постачальників; по-друге, обмежує конкуренцію серед таких постачальників на території своєї держави.

Ринок допускає, що конкуренція може носити як сумлінний, так і несумлінний характер. Тому ГАТС зобов'язує держави-члени СОТ проводити консультації з метою усунення недобросовісної практики в сфері послуг, а також будувати відносини і організувати співпрацю, обмінюючись неконфіденційною інформацією. Положення ГАТС забороняють державам-членам СОТ застосовувати обмеження щодо міжнародних переказів та платежів по поточних операціях, але знову з виключенням - можна вводити обмеження з метою захисту платіжного балансу держави.

Необхідно відзначити, що в загальних зобов'язаннях ГАТС позначені такі напрямки як надзвичайні заходи, субсидії і урядові закупівлі. Але саме як

напряму, без конкретних погоджень і опрацювання. Це означає, що процес регулювання окремих видів послуг повинен тривати і коригуватися відповідно до практики.

ГАТС, як угода, в значній мірі сформувалося на основі практики міжнародної торгівлі послугами. Неодноразово наголошувалося на неоднозначності категорії «послуга», що знайшло відображення в документі як виключення з зобов'язань. Можна відразу зробити застереження, що всі обмеження, як такі, не мають прямого впливу на міжнародну торгівлю послугами, а цей вплив - непрямий. Винятки носять неоднорідний характер і тому їх поділяють на два напрямки: виключення загального характеру; виключення з міркувань безпеки.

Перший напрямок представлено заходами, необхідними для захисту: суспільної моралі та підтриманням громадського порядку в державі; життя і здоров'я людей, тварин, рослин; втручання в приватне життя; конфіденційних відомостей різного роду. До винятків загального характеру віднесено обов'язкову практику виконання угод про уникнення подвійного оподаткування, а також умову забезпечення справедливого і недискримінаційного оподаткування стосовно виробників і продавців послуг з інших держав-членів СОТ. Допущення застосування винятків загального характеру зобов'язує держави, щоб їх використання не носило прихованого характеру і не призводило до односторонньої дискримінації інших держав.

Другий напрямок - це виключення з міркувань безпеки. Основна їх мета - забезпечення безпеки будь-якої держави. Тому вся інформація, яку держава вважатиме необхідною приховати від інших держав-членів СОТ з метою захисту своїх основних інтересів, і будь-які дії, спрямовані на ці ж цілі, допустимі. Як правило, відносять заходи щодо послуг, пов'язаних з товарами подвійного призначення і матеріалами, що розщеплюються, дії в надзвичайних обставинах і під час війни тощо. Таким чином, захист національних інтересів держави, з одного боку, обґрунтовано, з іншого боку, дає можливість самій державі вирішити питання про ступінь правомірності своїх дій.

ГАТС дає право кожній державі, що претендує на вступ до СОТ, висувати більш пільгові умови для своїх виробників або постачальників послуг, але ці умови не повинні погіршувати можливість чесно конкурувати з виробниками або постачальниками послуг держав-членів СОТ. Відповідно до ГАТС при прийнятті на себе конкретних зобов'язань держава-член СОТ має право встановлювати або обмежувати число осіб, що надають конкретний вид послуг, визначати умови та вимоги щодо процедур доступу на свій внутрішній ринок в конкретних секторах послуг.

Таким чином, специфічні зобов'язання фіксуються в переліку зобов'язань, що містять конкретні зобов'язання в секторах послуг. Якщо в Переліку специфічних зобов'язань немає будь-якого конкретного сектора послуг, це означає, що уряд цієї держави-члена СОТ не бере на себе зобов'язання саме в цьому секторі надати режим доступу на свій ринок. Перелік специфічних зобов'язань додається до ГАТС і є його невід'ємною частиною. ГАТС передбачає право держави-члена СОТ змінити свій Перелік специфічних зобов'язань, але ці зміни не повинні якимось чином зневажати інтереси іншої держави-члена СОТ, в іншому випадку вона має право вимагати компенсацію своїх не тільки втрат, але і упущеної вигоди.

Висновок до розділу 1

Світовий ринок послуг - важливе явище сучасних міжнародних економічних відносин, незважаючи на те що він знаходиться ще в стадії активного формування, яке відбувається стрімкими темпами. Саме в останні роки спостерігається значне збільшення масштабів і різноманітності міжнародної торгівлі послугами: на частку послуг припадає понад чверть всього світового торгового обороту.

Потенціал світової торгівлі послугами величезний, феномен швидкої експансії міжнародної торгівлі послугами пов'язують з дією ряду умов і факторів.

По-перше, загальною умовою, що визначає масштаби, структуру, тенденції і динаміку розвитку світового ринку послуг, є швидке зростання самої сфери послуг у всіх розвинених країнах і її окремих секторах в більшості держав світу.

По-друге, тривалий економічний підйом в більшості країн світової спільноти, що спостерігався наприкінці ХХ ст., призвів до підвищення темпів економічного зростання, ділової активності, продуктивності праці, рівня прибутковості фірм, платоспроможності населення, розвитку громадського сектора економіки. Більш «мобільний» стиль життя зумовив не тільки значне зростання попиту на вже відомі послуги, залучені в світовий торговельний оборот, а й сприяв розширенню спектра нових послуг.

По-третє, реальний і активний процес глобалізації виступає потужним фактором розвитку світового ринку послуг, сприяючи одночасно поглибленню спеціалізації країн і різноманітності форм торгівлі послугами.

По-четверте, найважливішу роль в розвитку світового ринку послуг, його структури відіграв і продовжує лідирувати науково-технічний прогрес.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ

2.1. Масштаби та динаміка світової торгівлі послугами

Протягом 2020 року торгівля товарами і послугами різко знизилась через пандемію коронавірусу і пов'язаних з нею обмежень.

Пандемія коронавірусу призвела до скорочення торгівлі товарами на 8% і скорочення торгівлі комерційними послугами на 21%, світовий експорт промислових товарів скоротився на 5,2% в 2020 році, в той час як загальний обсяг експорту товарів скоротився в цілому на 7,7% (рис. 2.1).

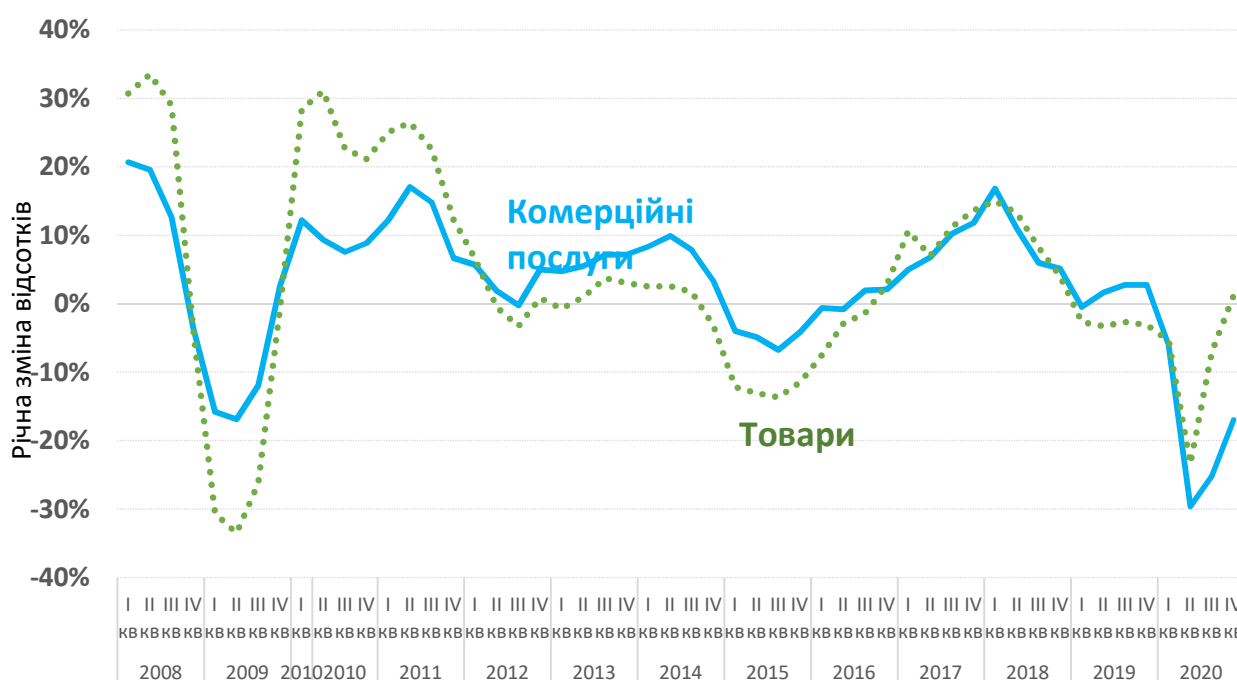


Рис. 2.1. Світова торгівля товарами та комерційними послугами, 2008-2020 роки

Провідні показники торгівлі дають підказки про силу світової економіки в умовах пандемії COVID-19. Ці дані продовжують вказувати на сильне, але нерівномірне відновлення (рис. 2.2.).

Індекси менеджерів із закупівель (PMI) показали, що нові замовлення на експорт виробників та постачальників послуг різко впали на початку пандемії, але після цього відчутно зросли.

Нові експортні замовлення послуг скоротилися до 21,8 у квітні 2020 року, тоді як нові експортні замовлення на виробництво досягли нижчого рівня - 27,1.

Експортні замовлення на послуги перевищили базове значення 50 для індексу у квітні 2021 р. порівняно з вереснем 2020 р. для виготовлення експортних замовлень, що відображає слабший стан світової торгівлі послугами.

Станом на травень 2021 р. індекс виробництва продовжував свідчити про значне відновлення торгівлі товарами, значення якого склало 54,9. Індекс послуг припустив слабке зростання торгівлі послугами, яке склало 51,0.

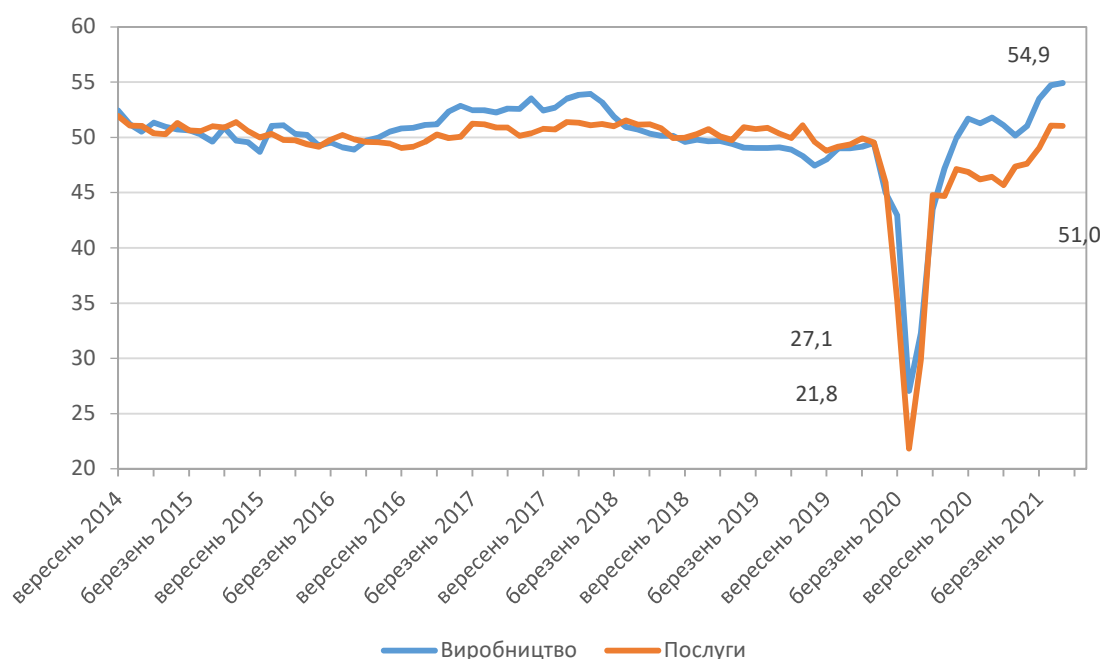


Рис. 2.2. Глобальні індекси нових експортних замовлень РМІ, вересень 2014 р.-травень 2021 р. (Індекс, база = 50)

Згідно з дослідженням, вплив обмежень, пов'язаних з поширенням COVID-19, на торгівлю товарами і послугами різниться: сфера послуг постраждала серйозніше. У II кварталі 2020 року торгівля послугами скоротилася на 30% в порівнянні з падінням на 23% для товарів за той же період. У той час як обмеження призвели до скасування авіарейсів, відпусток за кордоном, харчування в ресторанах і культурно-розважальних заходів, попит на товари першої необхідності зберігався у всіх великих економіках. На відміну

від товарів послуги не можна зберігати, а це означає, що тенденція втрати доходів, швидше за все, буде зберігатися.

Світова торгівля товарами та послугами склала 22 трильйони доларів США у 2020 році що на 12 % менше, ніж у 2019 році (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Вартість товарів та комерційних послуг, 2016-2020 рр.

У сфері послуг найбільше постраждали галузі подорожей і транспорту. Витрати на міжнародні подорожі скоротилися на 81%, а витрати на транспорт на 29% у другому кварталі 2020 року. Спад в сфері транспорту був аналогічний спаду під час фінансової кризи 2009 року. Однак, на відміну від 2009 року, скорочення торгівлі транспортними послугами було обумовлено головним чином обмеженням на пасажирські перевезення і падінням попиту на міжнародні перевезення, а не різким скороченням вантажних перевезень (рис. 2.4).

Торгівля послугами залишалася депресивною у I кварталі 2021 р., при цьому «інші комерційні послуги» - включаючи фінансові послуги, бізнес-послуги та збори за використання інтелектуальної власності – збільшилися на 6% (рис. 2.5.).

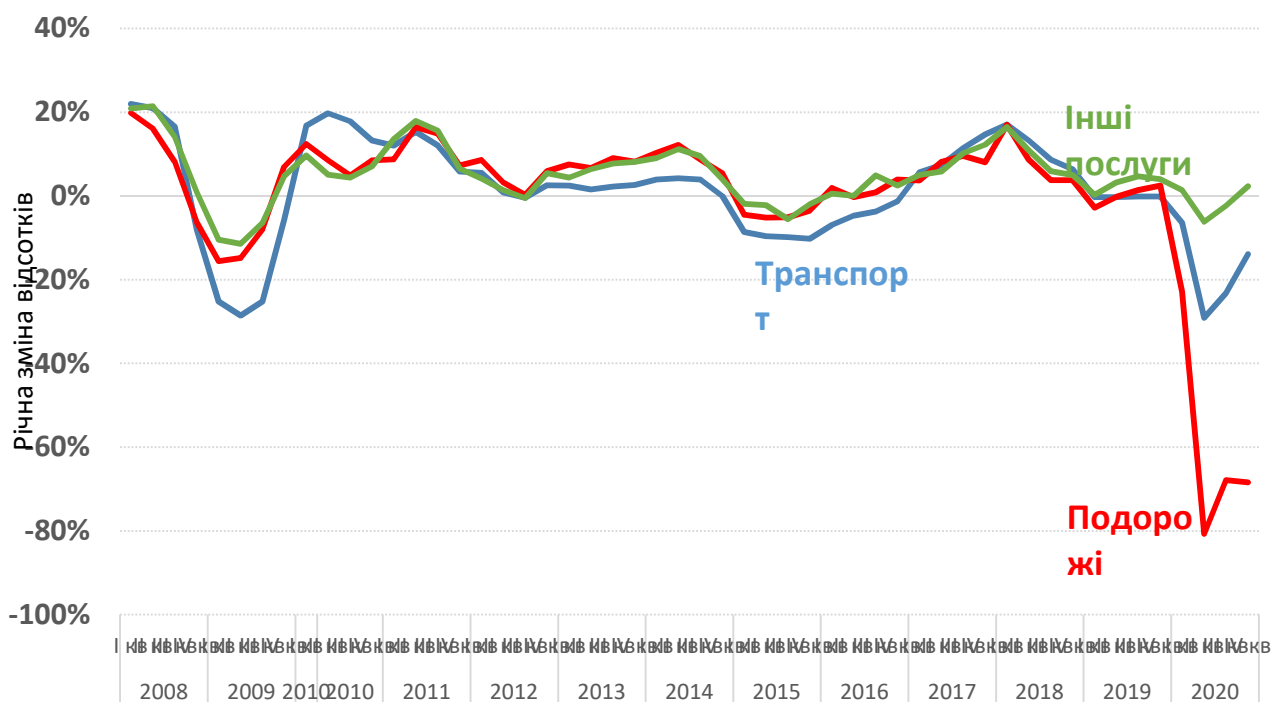


Рис. 2.4. Світова торгівля комерційними послугами за галузями, 2008-2020 роки

Найбільшим джерелом зниження були подорожі, які знизилися на 81% у II кварталі 2020 р. У I кварталі 2021 року вони знизилися на 62%, завдяки обмеженням, які пов'язані з пандемією (транскордонне переміщення людей).

Транспорт також зазнав значного скорочення (-29% у II кварталі 2020 р.) в основному через скорочення міжнародних транспортних пасажирських рейсів, які були скорочені на початку пандемії. Тим не менш, морський транспорт не зазнав значного впливу: у II кварталі 2020 р. обсяг контейнерних перевезень скоротився приблизно на 7% у порівнянні з 2019 р., сектор відновив свій річний рівень у I кварталі 2021 року.

Інші комерційні послуги, що включають фінансові та інші комерційні послуги, уникнули значних скорочень під час пандемії (знизившись лише на 6% у II кварталі 2020) через активне впровадження технологій, що дозволяють працювати віддалено. Ці сфери послуг були єдиними, де спостерігалось позитивне зростання з IV кварталу 2020 року.

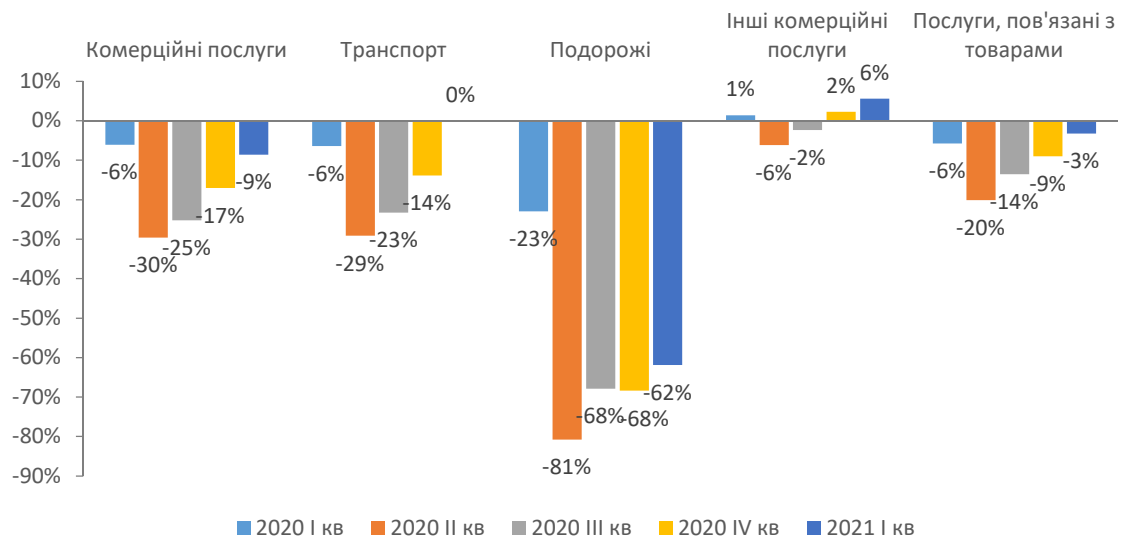


Рис. 2.5. Зростання вартості світової торгівлі комерційними послугами за категоріями, 2020-2021 (I кв.) рр. (Комерційні послуги, зміна % у р/р)

Інші галузі торгівлі послугами зазнали змін нерівномірно. Сектори, які потребують фізичної праці людей на близькій відстані (будівництво, особисті послуги, культурні та рекреаційні послуги) різко скоротилися. Фінансові послуги, навпаки, продовжували зростати (рис. 2.6).

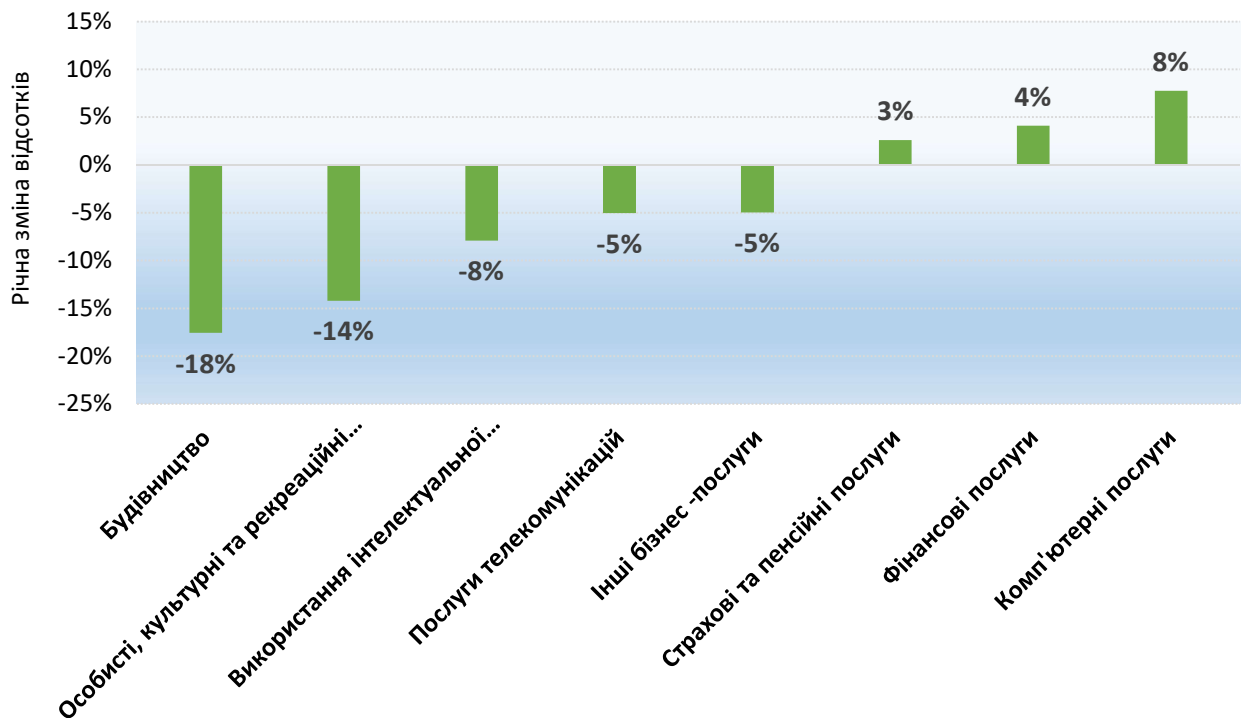


Рис. 2.6. Інші комерційні послуги за підгалуззями, 2020 р.

Комп'ютерні послуги, швидкий зростаючий сектор послуг за останні 10 років, у 2020 році зросли на 8 %, що стало результатом переходу до віддаленої роботи та посилення цифровізації. Оскільки у багатьох країнах через пандемію проекти будівництва затримуються або відкладаються, у 2020 році світовий експорт будівництва скоротився на 18%.

Також протягом 2019-2020 років змінився і структура комерційних послуг (рис. 2.7).

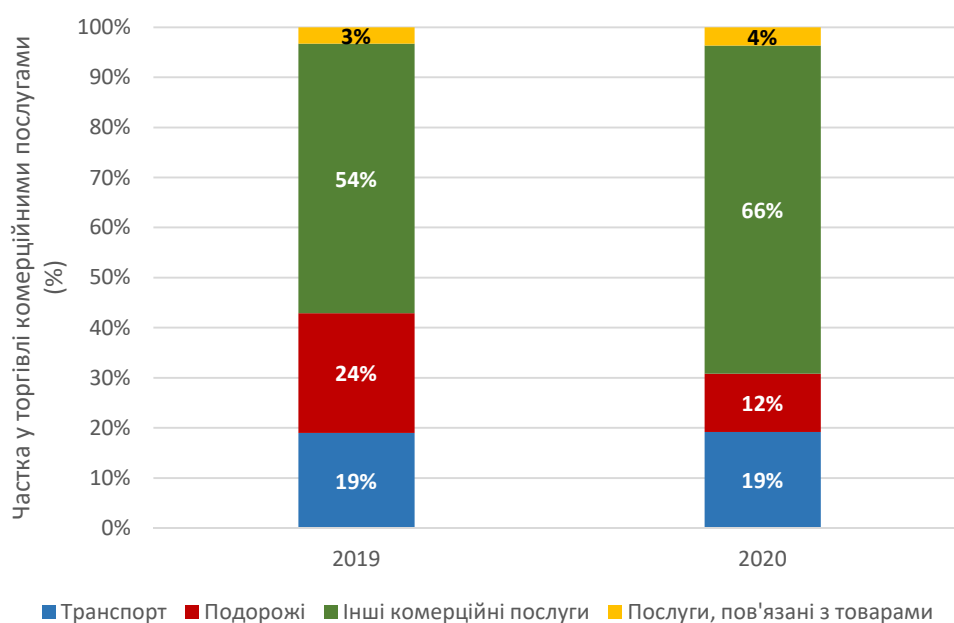


Рис. 2.7. Зміна складу комерційних послуг, 2019-2020 роки

Відсоток транспорту та подорожей у загальному обсязі торгівлі послугами скоротився з 43 % у 2019 році до 31 % у 2020 році.

Інші комерційні послуги - включаючи фінансові послуги, юридичні послуги, комп'ютерні послуги та професійні послуги - збільшили свою частку з 54 % до 66 %.

Подорожі - включаючи туризм та супутні послуги - знизилися у 2020 році, оскільки через пандемію були введені обмеження на поїздки. Світовий експорт подорожей знизився до 549 мільярдів доларів США у порівнянні з 1468 млрд доларів США у 2019 році (рис. 2.8).

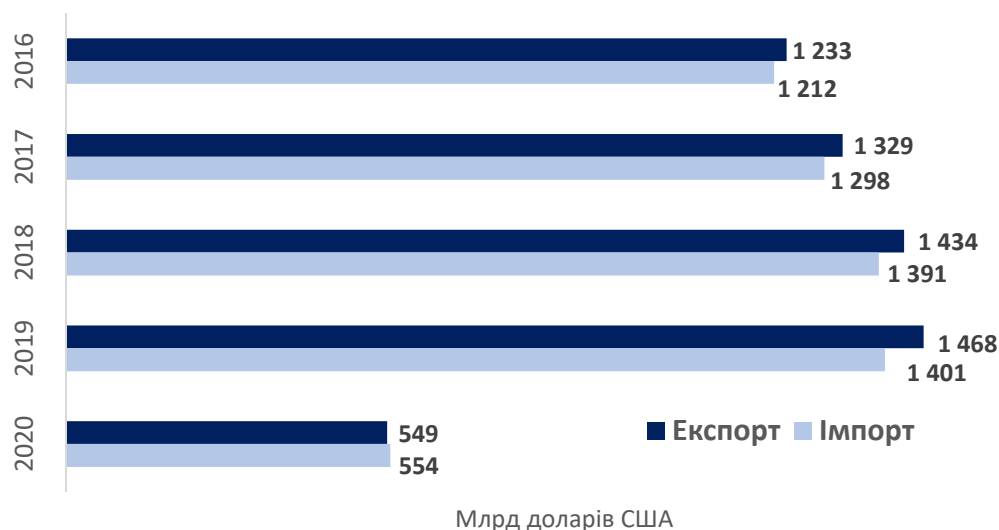


Рис. 2.8. Вартість торгівлі подорожами, 2016-2020 рр.

Варто зазначити, що торгівля медичними товарами в 2020 році зросла на 16,3% в порівнянні зі зростанням на 4,7% в 2019 році, коли пандемія тільки починалася. Найбільше зросла торгівля засобами індивідуального захисту (+47,2%).

Експорт комп'ютерних послуг у 2020 році у багатьох економіках у різних регіонах відзначився двозначним зростанням, що зафіксовано більшістю економік та суттєво відображає зниження в інших сферах послуг (рис. 2.9).

Експорт комп'ютерного програмного забезпечення США збільшився на 13 % у 2020 році, переважно для ЄС (22 %), Канада (12,6 %), Японія (10,9%), Великобританія (9,1 %) та Швейцарія (6 %). Експорт хмарних даних у США призвів до зростання послуги зберігання на 25 % у 2020 році, що становить 16,8% експорту комп'ютерних послуг США у порівнянні з 7,8 % у 2015 році.

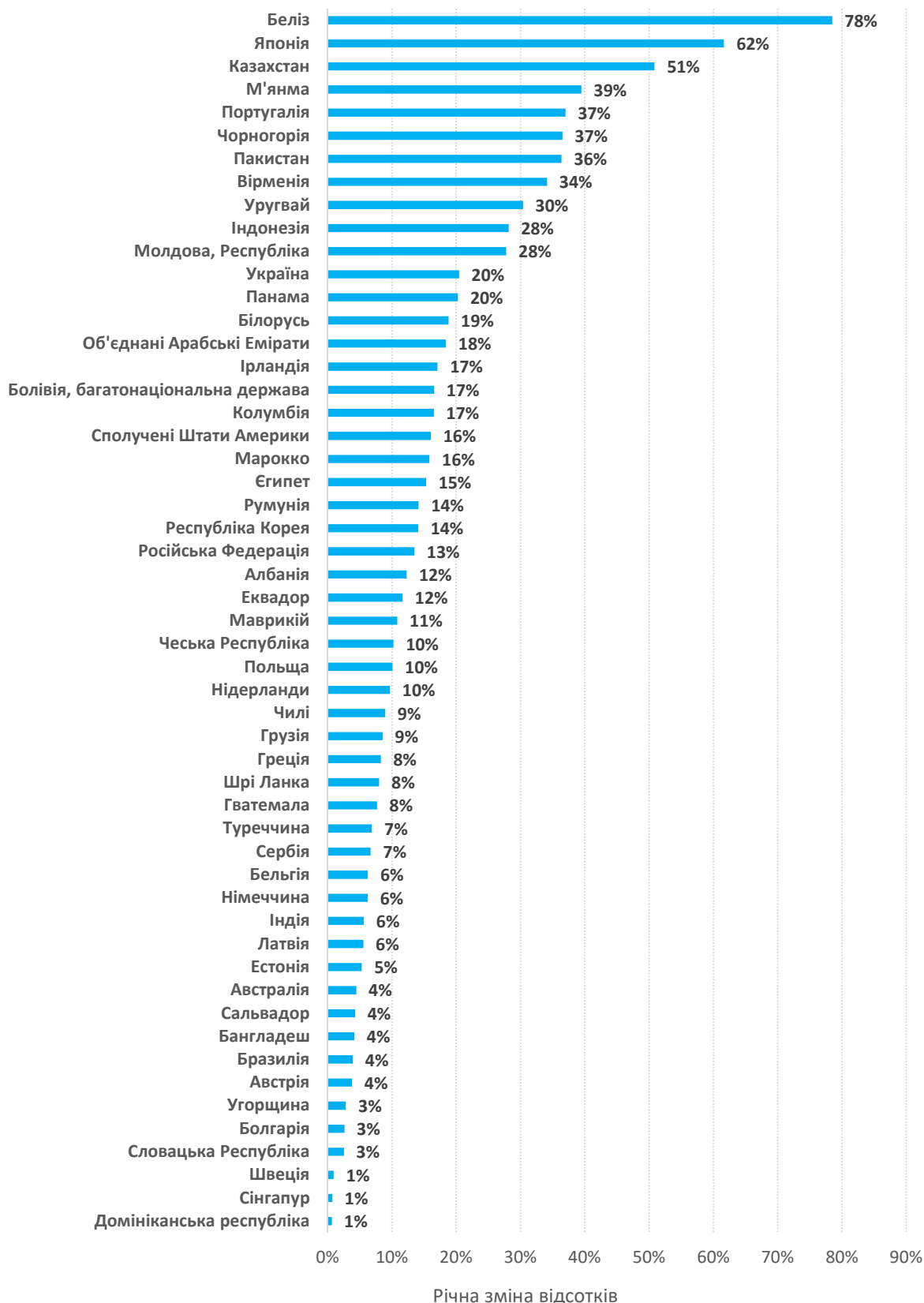


Рис. 2.9. Експорт комп'ютерних послуг за 2020 р.

Економіки, де торгівля комерційними послугами в основному складається з туризму та туристичних послуг, зазнали значного зниження їх рейтингу у 2020 році. Наприклад, Макао, Китай та Ліванська Республіка (рис. 2.10).

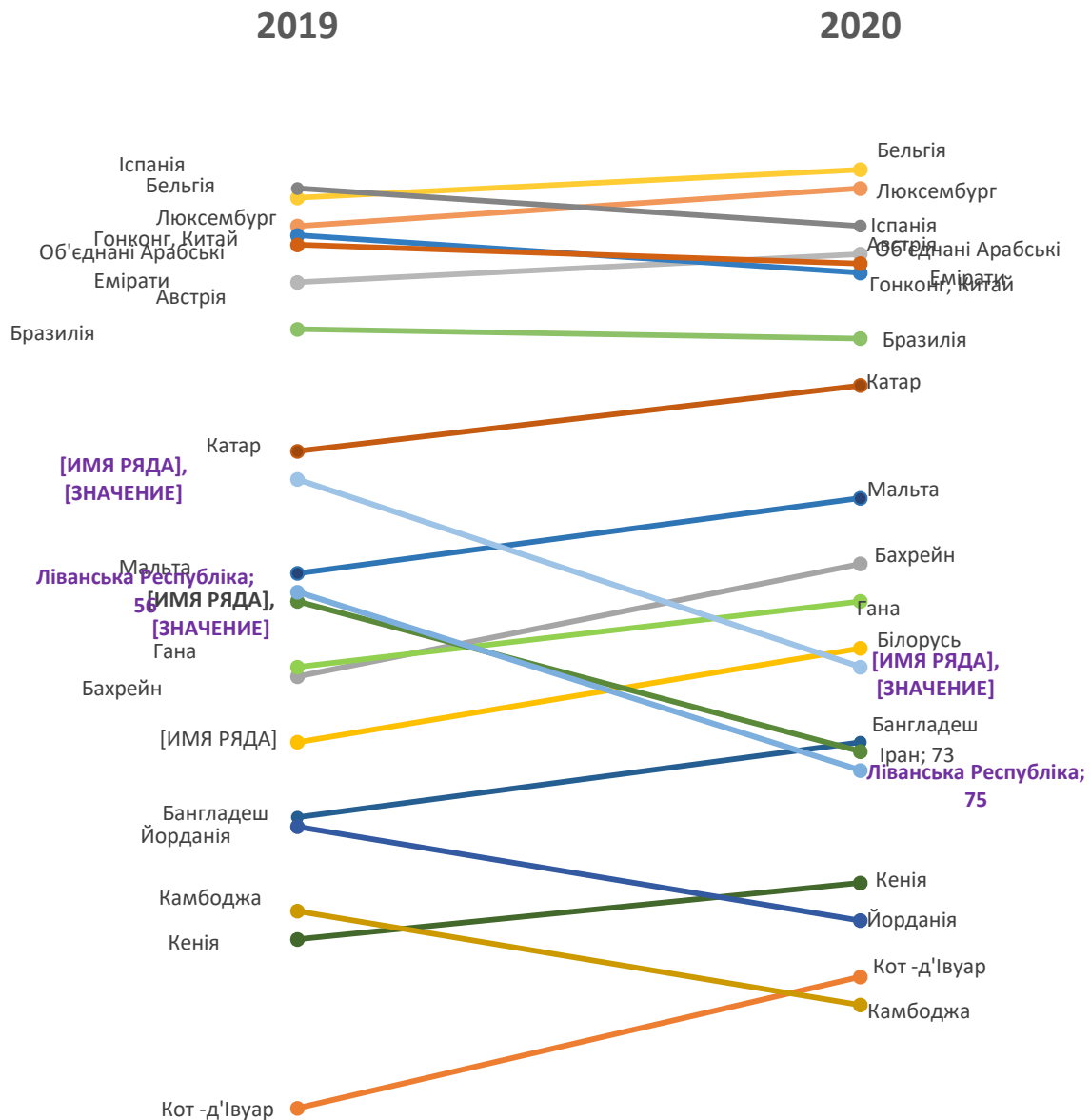


Рис. 2.10. Рейтинг трейдерів комерційних послуг 2019-2020 рр.

Найбільш різке падіння в рейтингу торгівлі послугами зазнало китайське Макао, опустившись з 44-ї позиції у 2019 році на 64-ї у 2020 році.

У 2020 р. міжнародні комерційні рейси знизилися через обмеження на подорожі, щоб уповільнити поширення COVID-19. У серпні 2020 р. кількість

рейсів відповідала більше половини свого рівня до пандемії, але для збільшення кількості пасажирів та досягнення повної потужності потрібна більш широка вакцинація (рис. 2.11).

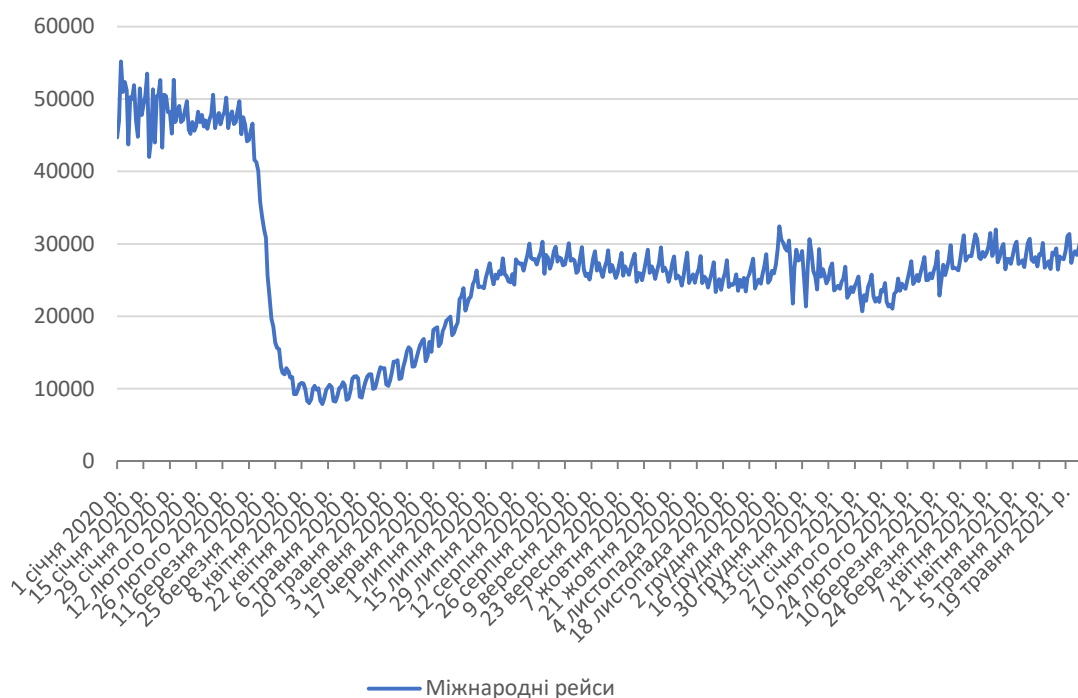


Рис. 2.11. Міжнародні комерційні рейси на день, 1.01.2020 р.-30.05.2021 р. (кількість рейсів)

Міжнародні комерційні рейси на день скоротилися до менш ніж 10 000 в середині квітня 2020 року, дане скорочення є приблизним на 80% від початку року. Багато рейсів були призначені лише вантажам, оскільки пасажирські рейси були припинені.

З середини квітня 2020 року і до кінця року в середньому щоденні рейси становили 27 000 осіб, що становить приблизно 55% рівня в січні 2020 року.

Станом на 30.05.2021 р. кількість щоденних рейсів залишалася нижче 30 000. Збільшення міжнародних поїздок значною мірою залежатиме від успіху вакцинації.

Експорт послуг залишався низьким у багатьох економіках протягом 2021 року. Основним винятком був Китай - його експорт значно зростав порівняно з попереднім роком (рис. 2.12).

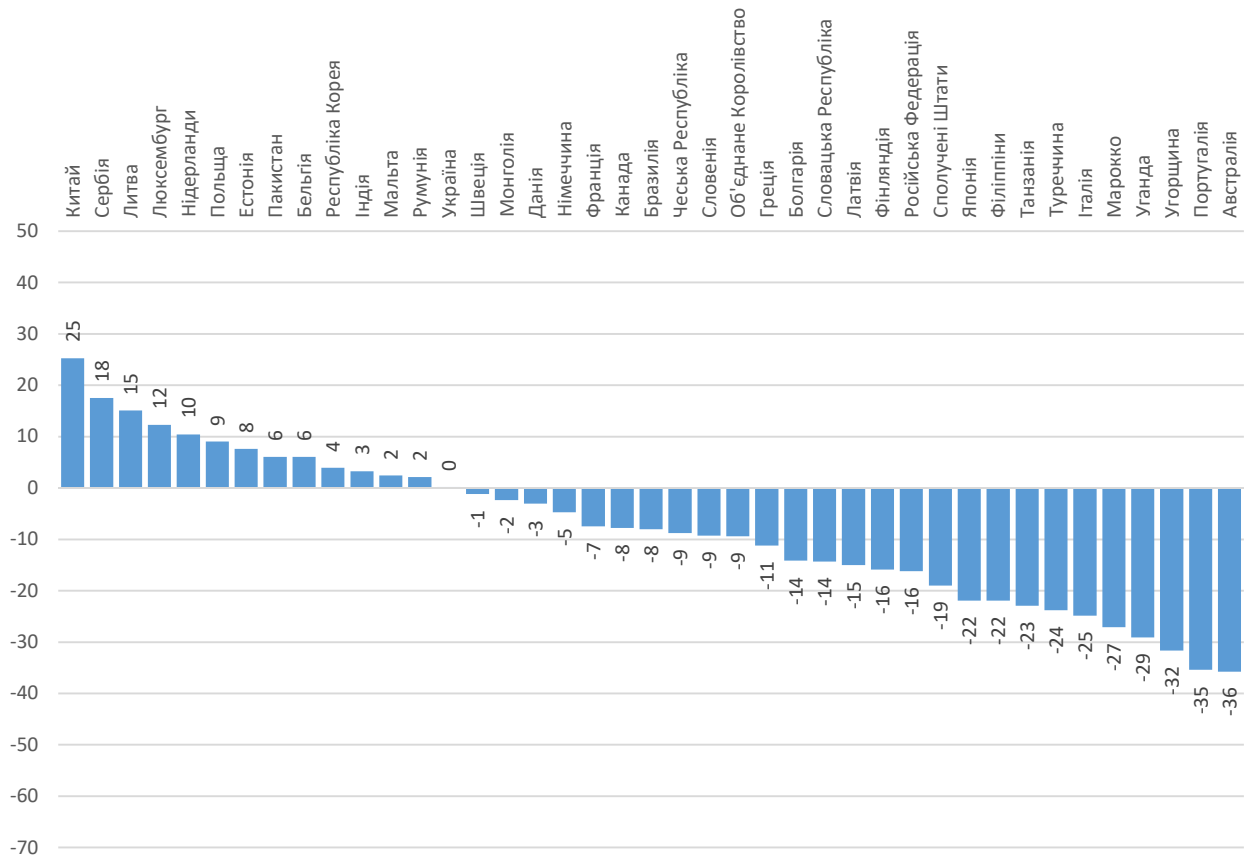


Рис. 2.12. Сукупний експорт комерційних послуг, січень-квітень 2021 року (зміни у % порівняно з січнем-квітнем 2019 року)

Сукупний експорт комерційних послуг Китаю в період з січня по квітень 2021 р. збільшився на 25% порівняно з аналогічним періодом 2019 р., більше ніж у будь-якій іншій великій економіці.

Індійський експорт також збільшився на 3% за той же період, тоді як експорт Німеччини, Франції та Великобританії скоротився відповідно на 5%, 7% та 9%.

Інші великі економіки зазнали двозначного падіння, включаючи США (-19%), Італію (-25%) та Австралію (-36%).

2.2. Аналіз міжнародних ринків у сфері послуг за регіональним розрізом

Світова торгівля комерційними послугами у I кварталі 2021 року скоротилася на 19% щодо експорту та 18% - імпорту у порівнянні з аналогічним періодом 2019 року.

Експорт та імпорт комерційних послуг Європи скоротилися менше, ніж у середньому по світу, у I кварталі 2021 р. 15% і 13%, тоді як усі інші регіони скоротилися більше.

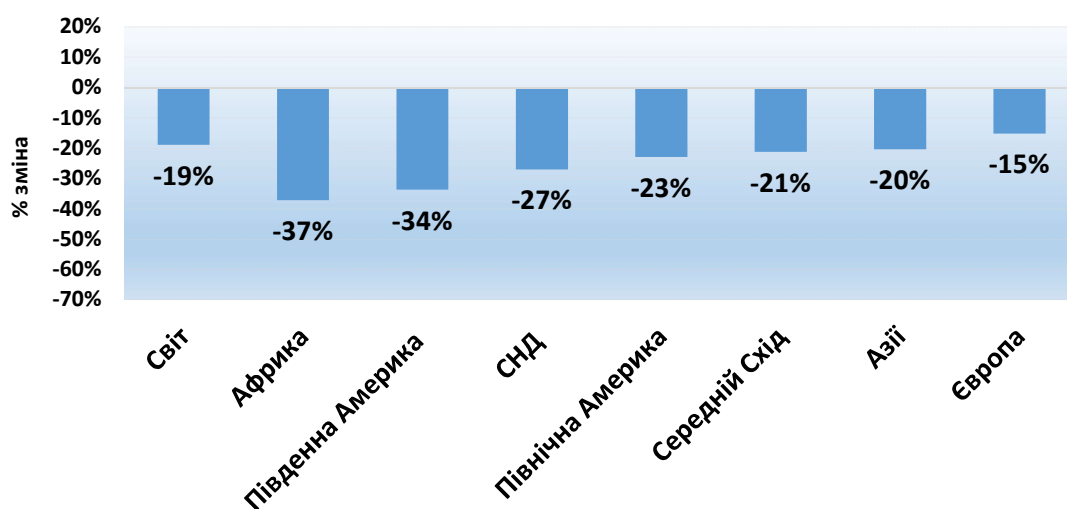


Рис. 2.13. Зміна вартості торгівлі комерційними послугами за регіонами, (% курсу долара США порівняно з першим кварталом 2019 року), експорт

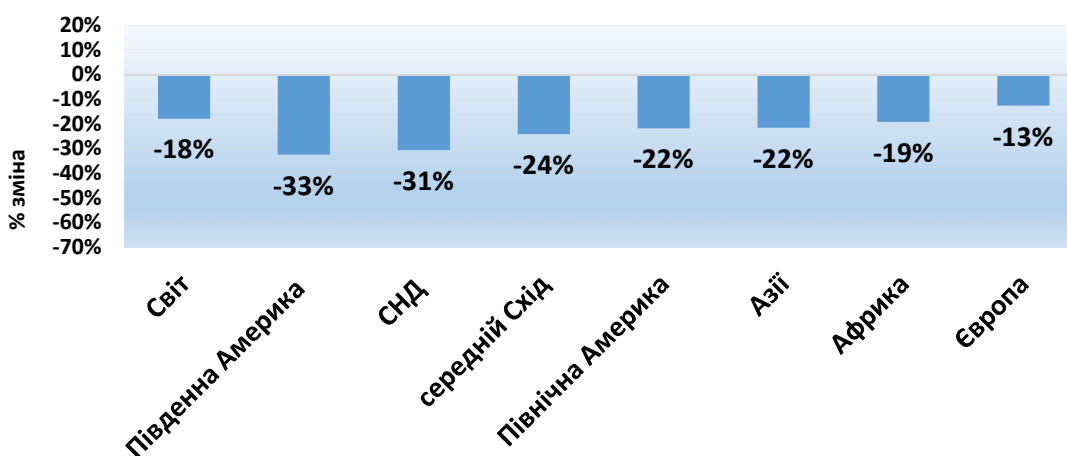


Рис. 2.14. Зміна вартості торгівлі комерційними послугами за регіонами, (% курсу долара США порівняно з першим кварталом 2019 року), імпорт

Африка та Південна Америка та Центральна Америка, включаючи Кариби, зафіксували найбільше скорочення експорту комерційних послуг через тривалі обмеження щодо COVID-19, які гальмували експорт подорожей.

Світовий експорт послуг скоротився на 20% у 2020 році, показавши найбільше зниження торгівлі послугами за останні 50 років. Порівняно з 2019 р., транспортні послуги, знизилася на 20%. Очікувано, що найбільше постраждав сектор подорожей, який знизився на 63% із-за пандемії Covid-19. Регіони, які найбільш залежні від подорожей у своїй торгівлі послугами - такі як Латинська Америка та Кариби або Африка - втратили понад 30% свого загального експорту послуг у 2020 р. Азія та Океанія зафіксували 23% падіння, Північна Америка - 19%, а Європа - 16%. Що стосується імпорту то Латинська Америка та Карибський басейн зафіксували зниження на 31%.

За даними 2020 року до топ-10 світових експортерів увійшли наступні країни: США, Великобританія, Німеччина, Китай, Ірландія, Франція, Індія, Сінгапур, Нідерланди, Японія (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Провідні експортери та імпортери у світовій торгівлі комерційними послугами, 2020 (мільярди доларів, %)

Ранг	Експортери	Вартість	Частка	Річна зміна у %	Ранг	Імпортери	Вартість	Частка	Річна зміна у %
1	Сполучені Штати Америки	684	13,9	-20	1	Сполучені Штати Америки	436	9,5	-23
2	Об'єднане Королівство	339	6,9	-16	2	Китай	378	8,2	-24
3	Німеччина	305	6,2	-11	3	Німеччина	307	6,7	-17
4	Китай	278	5,7	-1	4	Ірландія	296	6,4	-11
5	Ірландія	262	5,3	6	5	Франція	232	5,0	-14
6	Франція	245	5,0	-17	6	Об'єднане Королівство	201	4,4	-26
7	Індія	203	4,1	-5	7	Японія	183	4,0	-11
8	Сінгапур	187	3,8	-14	8	Сінгапур	172	3,8	-17
9	Нідерланди	186	3,8	-32	9	Нідерланди	169	3,7	-36
10	Японія	156	3,2	-23	10	Індія	153	3,3	-14
11	Бельгія	113	2,3	-5	11	Бельгія	115	2,5	-6
12	Швейцарія	113	2,3	-13	12	Швейцарія	114	2,5	-7
13	Люксембург	110	2,2	-2	13	Республіка Корея	102	2,2	-19
14	Іспанія	90	1,8	-43	14	Італія	92	2,0	-25
15	Італія	87	1,8	-28	15	Канада	90	2,0	-25
16	Республіка Корея	86	1,8	-12	16	Люксембург	86	1,9	-3
17	Канада	84	1,7	-19	17	Данія	69	1,5	-8
18	Данія	74	1,5	-10	18	Швеція	68	1,5	-9
19	Швеція	69	1,4	-7	19	Російська Федерація	63	1,4	-35
20	Польща	67	1,4	-4	20	Іспанія	60	1,3	-29
21	Австрія	64	1,3	-15	21	Об'єднані Арабські Емірати	58	1,3	-33
22	Гонконг, Китай	64	1,3	-37	22	Австрія	56	1,2	-14

Продовження табл. 2.1

23	Об'єднані Арабські Емірати	61	1,2	-31	23	Гонконг, Китай	51	1,1	-37
24	Ізраїль	53	1,1	-5	24	Бразилія	47	1,0	-30
25	Австралія	48	1,0	-32	25	Таїланд	47	1,0	-18
26	Російська Федерація	47	1,0	-24	26	Польща	40	0,9	-7
27	Китайський Тайбей	41	0,8	-20	27	Саудівська Аравія	38	0,8	-31
28	Норвегія	35	0,7	-18	28	Китайський Тайбей	37	0,8	-34
29	Туреччина	35	0,7	-45	29	Австралія	37	0,8	-47
30	Таїланд	31	0,6	-61	30	Норвегія	37	0,8	-30
31	Філіппіни	31	0,6	-24	31	Малайзія	33	0,7	-24
32	Фінляндія	29	0,6	-19	32	Катар	33	0,7	-2
33	Бразилія	28	0,6	-17	33	Фінляндія	32	0,7	-15
34	Румунія	27	0,6	-11	34	Мексика	25	0,5	-32
35	Чеська Республіка	26	0,5	-14	35	Ізраїль	25	0,5	-22
36	Греція	26	0,5	-42	36	Туреччина	25	0,5	-8
37	Португалія	25	0,5	-36	37	Індонезія	24	0,5	-38
38	Угорщина	22	0,5	-26	38	Чеська Республіка	21	0,5	-16
39	Малайзія	22	0,4	-47	39	Нігерія	20	0,4	-49
40	В'єтнам	19	0,4	-32	40	Філіппіни	18	0,4	-36
	Всього	4473	91,0	-		Всього	4090	89,0	-
	Світ	4914	100,0	-20		Світ	4596	100,0	-21

Тільки в Ірландії було зафіксовано збільшення експорту послуг у порівнянні з 2019 роком (+ 6%), у всіх інших країнах – зниження, в тому числі відчутні зміни у Нідерландах (-32%), Японії (-23%), США (-20%), Франції (-17%), Великобританії (-16%) (рис. 2.15).

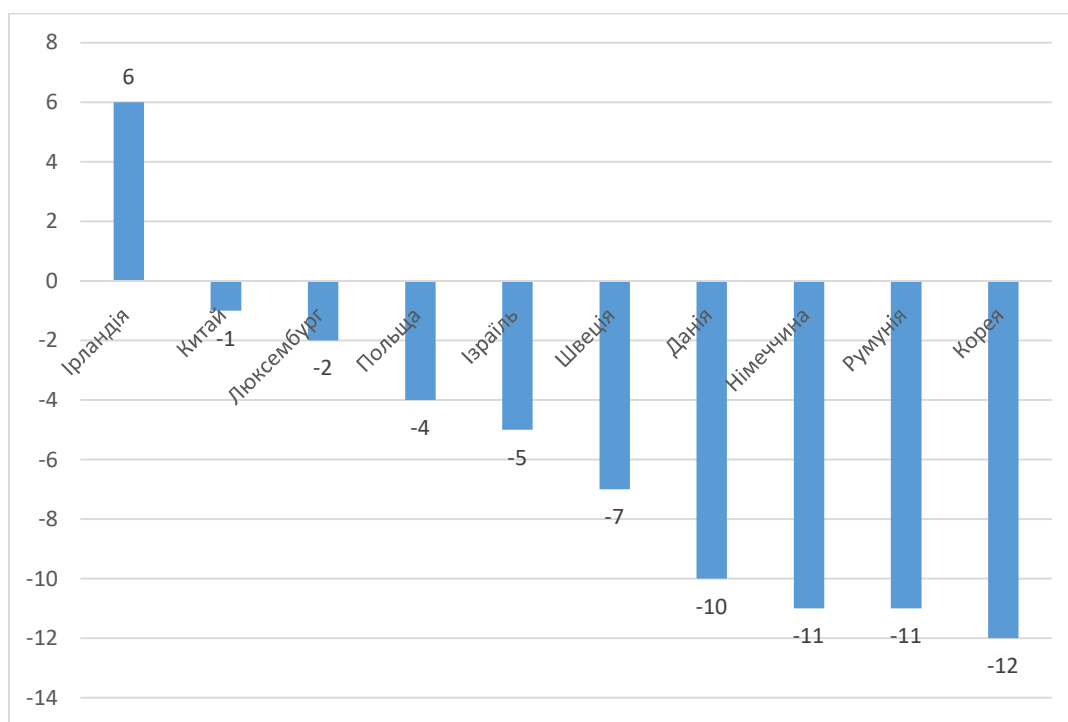


Рис. 2.15. Зміна експорту послуг по країнах у 2020 р. (%)

В імпорту послугах всіх проаналізованих країнах було зафіксовано істотний спад, в тому числі в Нідерландах (-36%), Франції (-26%), Великобританії (-24%), США (-23%), Німеччині та Сінгапурі (-17%) (рис. 2.16).

З проаналізованих країн з точки зору торгівлі послугами найбільше скорочення експорту послуг у 2020 році у порівнянні з 2019 годом було зафіксовано в Тайланді (-61%), Малайзії (-47%), Туреччині (-45%), Іспанії (-43%), Греції (-42%). Щодо імпорту, Нігерія (-49%), Австралія (-47%), Індонезія (-39%), Гонконг (-37%), Нідерланди та Філіппін (-36%).

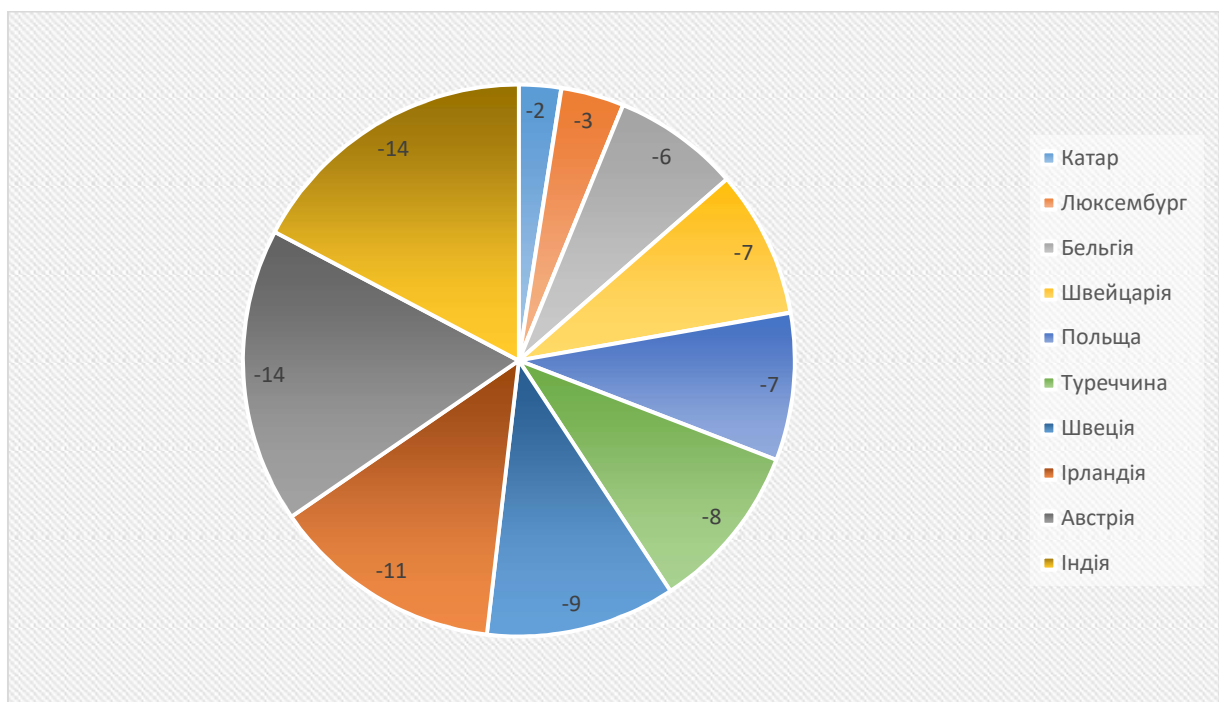


Рис. 2.16. Зміна імпорту послуг по країнах у 2020 р. (%)

Другий квартал 2020 року був особливо складним для транспорту. Витрати на транспортні послуги знизилися на 29%. Це зниження було схоже на спад під час глобальної фінансової кризи 2009 р. Однак, у порівнянні з 2009 р. скорочення попиту на перевезення у 2020 р. було обумовлене, в основному, обмеженнями та зменшенням попиту на міжнародні подорожі, а не різким падінням попиту на вантажні перевезення (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Світова торгівля комерційними послугами за категоріями, 2020 р. (млрд. дол. та %)

	Вартість	Відсоток				
	2020	2005	2010	2018 рік	2019 рік	2020
Експорт						
Комерційні послуги	4914	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Послуги, пов'язані з товарами	203	3,4	3,3	3,8	3,8	4,1
Транспорт	830	22,0	21,2	17,2	16,9	16,9
Подорожі	549	26,6	24,7	23,9	23,9	11,2
Інші комерційні послуги	3332	48,0	50,9	55,1	55,4	67,8
Імпорт						
Комерційні послуги	4596	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Послуги, пов'язані з товарами	143	2,6	2,2	2,8	2,8	3,1
Транспорт	996	27,1	26,5	21,9	21,2	21,7
Подорожі	554	25,6	23,2	24,5	23,9	12,1
Інші комерційні послуги	2903	44,7	48,1	50,8	52,1	63,2

Сфера послуг постраждала від пандемії нерівномірно. Сектори, що вимагають безпосередньої фізичної близькості, такі як будівництво (затримка реалізації проектів, перенесення реалізації проектів на більш сприятливий час) або послуги в сфері культури і відпочинку сильно відчули обмеження, пов'язані з боротьбою пандемії. Попит на них зменшився на 18 і 14% відповідно (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Зростання експорту комерційних послуг за категоріями та регіонами, 2010-2020 рр. (річна зміна у %)

	Світ	Північна Америка	Південна та Центральна Америка	Європа	СНД	Африка	Середній Схід	Азія
Комерційні послуги								
2010-2020 роки	2	2	-1	2	0	-1
2019	2	2	0	1	-1	4	13	3
2020	-20	-21	-37	-17	-28	-34	-29	-21
Послуги, пов'язані з товарами								
2010-2020 роки	5	0	4	6	-6	0	18	...
2019	1	0	-10	1	-5	5	15	4
2020	-13	-50	-10	-6	-31	-20	-8	-9
Транспорт								
2010-2020 роки	0	-3	-2	0	2	0	...	0

Продовження табл. 2.3

2019	1	-1	1	1	-2	4	2	0
2020	-20	-36	-25	-20	-21	-21	-32	-12
Подорожі								
2010-2020 роки	-5	-5	-6	-6	-8	-7
2019	2	1	2	1	-2	3	30	1
2020	-63	-62	-66	-58	-76	-61	-54	-69
Інші комерційні послуги								
2010-2020 роки	5	4	2	5	3	4	...	7
2019	3	3	-2	2	2	5	5	6
2020	-2	1	-11	-4	-4	-6	-1	0

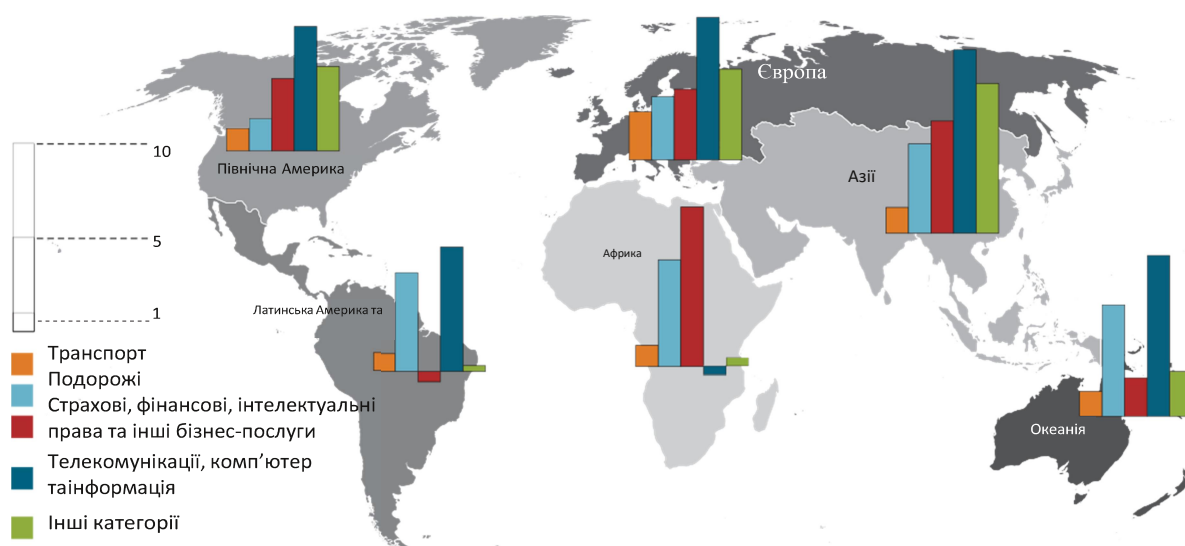


Рис. 2.17. Зміна експорту послуг за категоріями (середньорічний темп зростання, %)

З іншого боку, зростання попиту зафіксовано на комп'ютерні послуги (+ 8%), фінансові послуги (+ 4%), страхові та пенсійні послуги (+ 3%). Частка транспорту в загальному обсязі торгівлі послугами знизилася з 41% в 2019 році до 31% у 2020 році. Частка інших послуг, включаючи фінансові, юридичні, комп'ютерні та професійні послуги, збільшилася з 54% в 2019 році до 66% у 2020 році.

За перші чотири місяці (січень-квітень) 2021 року в порівнянні з аналогічним періодом 2019 року (до пандемії) в більшості країн все ще фіксувалася тенденція до зниження експорту послуг в цілому, в т.ч. в Австралії

(-36%), Португалії (-35%), Угорщині (-32%), Італії (-25%), Японії (-22%), США (-19%), Великобританії (-9%), Франції (-7%), Німеччини (-5%).

Тенденція до зростання була зафіксована в декількох країнах, в основному в Китаї (+ 25%), Сербії (+ 18%), Литві (+ 15%), Люксембурзі (+ 12%), Нідерландах (+ 10%), Польщі (+ 9%), Естонії (+ 8%), Пакистані (+ 6%), Південній Кореї (+ 6%), Бельгії (+ 4%), Індії (+3%), Мальті (+ 2%), Румунії (+ 2%).

Отже, річні темпи зростання загального експорту та імпорту послуг за регіонами відображені на рис. 2.18.

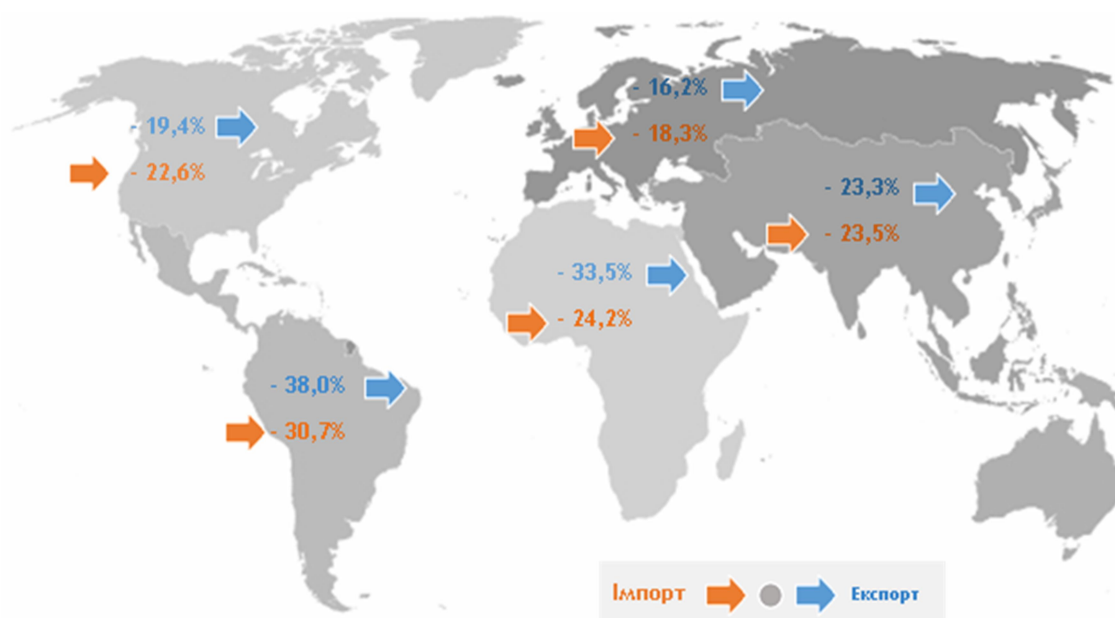


Рис. 2.18. Річні темпи зростання загального експорту та імпорту послуг за регіонами, 2020 рік (%)

Регіони, які більше поклалися на подорожі у своїй торгівлі послугами - такі як Латинська Америка та Кариби або Африка - втратили понад 30% свого загального експорту послуг у 2020 році. Азія та Океанія зафіксували 23% падіння, Північна Америка - 19%, а Європа - 16% . Що стосується імпорту, то Латинська Америка та Карибський басейн зафіксували зниження на 31%.

У сфері торгівлі послугами Європа та Північна Америка роками мають значні та зростаючі профіцити. У 2020 році надлишок у Європі збільшився порівняно з минулим роком, тоді як надлишок у Північній Америці зменшився.

Дефіцит торгівлі послугами в Африці та Азії зменшився у 2020 році. У Латинській Америці та Карибському басейні дефіцит збільшився.

2.3. Діагностика міжнародних ринків у сфері послуг за секторами сфери послуг

Викликане пандемією коронавірусу скорочення міжнародної торгівлі послугами в другому кварталі 2020 р. виявилося набагато сильніше, ніж її падіння у другому кварталі 2009 р. під час світової фінансової кризи, тоді воно становило 17%. Скорочення обсягів торгівлі послугами в період пандемії спостерігалось у всіх регіонах світу і практично всіх секторах сфери послуг. Так, в Північній Америці експорт послуг в II кварталі 2020 р. зменшився на 32% у порівнянні з 2109 р., в Азії 29%, Європі 26%. Статистичні дані свідчать про ще більший спад в Латинській Америці на 46% і найменш розвинених країнах до 60-65%. Найбільш постраждалими секторами торгівлі послугами стали туризм -81% і транспорт -31%. На ці два сектора припадає близько 43% всієї торгівлі послугами. Торгівля іншими видами послуг постраждала менше, в середньому на 9%.

Під час світової фінансової кризи спад в міжнародній торгівлі транспортними послугами був приблизно на тому ж рівні, як під час пандемії - 29%, проте причини падіння були інші. На відміну від 2009 року їх падіння в 2020 р. пояснюється заборонами на пасажирські перевезення і зменшенням потоку міжнародного туризму, а не скороченням обсягу морського фрахту. Інші види послуг були по-різному змінені пандемією. У секторах, де потрібно фізична близькість продавця і покупця послуги, спад виявився більше. Наприклад, в будівництві -25%, сфері дозвілля -14%. Архітектурні та інженерні послуги, тісно пов'язані з будівельними та іншими діловими послугами,

скоротилися на 11%. Невпевненість в перспективах економіки відбилася на науково-дослідницьких послугах -12%. Торгівля інтелектуальною власністю впала на 9%, телекомунікаційними послугами на 8%.

Торгівля фінансовими послугами була лише злегка порушена пандемією - 1%. Це підкреслює іншу природу нинішньої кризи і її відмінність від світової фінансової кризи, коли торгівля фінансовими послугами протягом I кварталу 2009 р. скоротилася на 20%. Комп'ютерні послуги, які є лідерами торгівлі послугами протягом останнього десятиліття, виявилися єдиним видом послуг, які продемонстрували зростання 4%, що є відображенням триваючої цифровізації світової економіки.

Криза, викликана пандемією, має ряд інших наслідків, зокрема, призвела до розширення онлайн-поставок цілого ряду послуг (роздрібної торгівлі, медичних, освітніх, телекомунікаційних та аудіовізуальних).

При цьому постачальники таких послуг прискорено розширюють свої можливості в онлайн-поставках, а у покупців набувають звичок, які можуть призвести до довгострокових переваг в онлайн-послугах. Крім того, нинішня криза підкреслила важливість послуг, що забезпечують поставки онлайн (насамперед телекомунікаційних і комп'ютерних), а також велику інфраструктурну роль фінансових, транспортних, розподільчих і логістичних послуг в сприянні товарної торгівлі і економічного зростання. Пошук і створення заходів, що сприяють торгівлі послугами є ключовою умовою для відновлення світової економіки.

Третій квартал 2020 р. зафіксував лише незначне поліпшення в міжнародній торгівлі послугами. Її обсяг виявився на 24% нижче, ніж у 2019 році, відновлення торгівлі товарами відбувалося набагато активніше. Її вартість в третьому кварталі 2020 року була всього на 5% нижче, ніж рік тому.

У 2020 році світовий туризм пережив найгірший рік за всю історію спостережень: так, через пандемію коронавірусу і широкого кола обмежень на поїздки кількість міжнародних прибуттів скоротилася на один мільярд або на 74% щодо 2019 року.

Експортні доходи від туризму скоротилися на 1,3 трлн доларів, що в 11 разів перевищує втрати від глобальної економічної кризи 2009 року. Під загрозою опинилося від 100 до 120 мільйонів робочих місць у сфері туризму, більшість з яких - в малому і середньому бізнесі.

Криза далека від завершення, оскільки через мутації коронавірусу багато країн знову вводять обмеження на поїздки, це і обов'язкове тестування, карантин та в деяких випадках, повне закриття кордонів.

Проте поступова вакцинація проти COVID-19 допоможе відновити довіру споживачів, буде сприяти ослабленню обмежень на поїздки і нормалізації подорожей.

Сильніше за всіх від пандемії постраждав туризм в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, де діють максимально суворі обмеження на поїздки. У цьому регіоні кількість міжнародних прибуттів впала на 84% (300 млн.). На Близькому Сході і в Африці відзначено спад на рівні 75%.

Незважаючи на невелике і короткочасне поживлення влітку 2020 року, Європа втратила 70% туристичного потоку, при цьому на європейському континенті зафіксовано найбільше падіння числа поїздок в абсолютному вираженні в порівнянні з 2019 роком - 500 млн. У Північній і Південній Америці зниження числа іноземних туристів склало 69% (рис. 2.19).

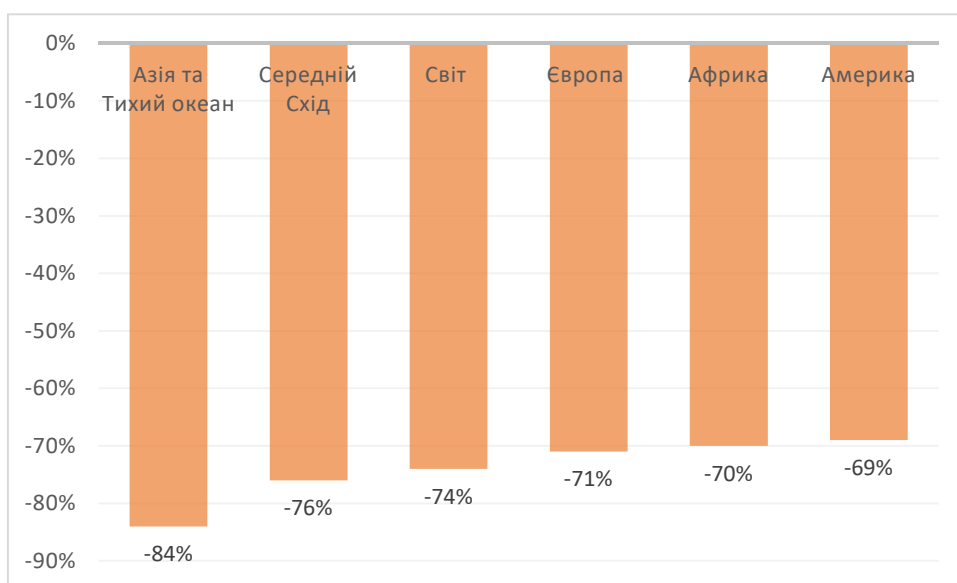


Рис. 2.19. Світовий туристичний потік, 2020 р.

На повне відновлення туристичного сектору знадобиться від 2,5 до 4 років. Щодо підсумку діяльності сектору у 2021 році, половина експертів (45%) прогнозують поліпшення ситуації в поточному році в порівнянні з 2020 роком, 25% очікують аналогічних показників, а 30% прогнозують погіршення результатів.

За оцінками експертів, загальні перспективи відновлення економіки в 2021 році погіршилися. В результаті очікується, що відновлення туристичного сектору відбудеться тільки в 2022 році.

Більшість експертів не очікують повернення туризму до рівня, що відповідає пандемії, до 2023 року, 41% - до 2024 року. Отже, на повне відновлення туризму знадобиться від 2,5 до 4 років.

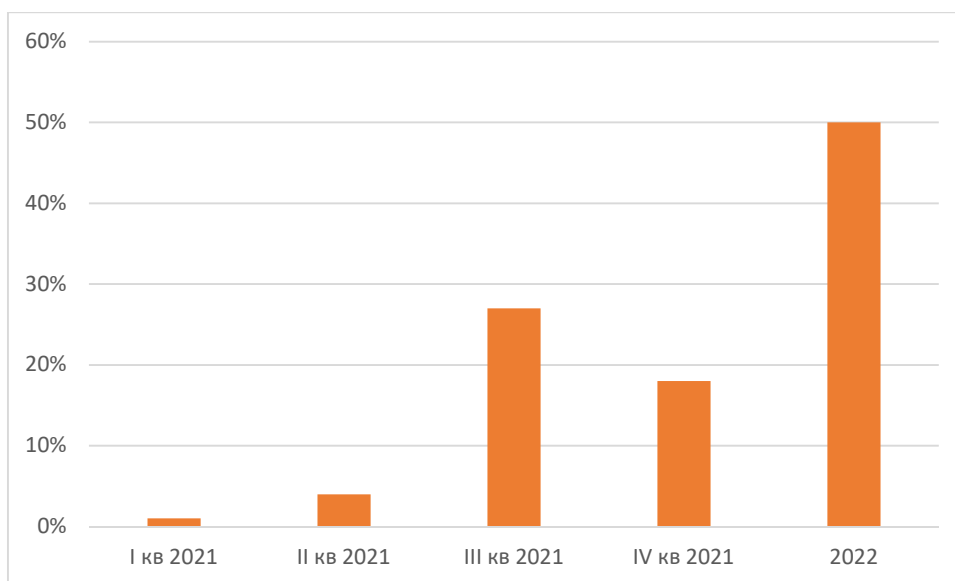


Рис. 2.19. Прогноз відновлення туристичного потоку 2020-2021 рр.

Швидке поширення коронавірусної інфекції в світі призвело до розвитку глобальної кризи в галузі охорони здоров'я, перевантаження національних систем охорони здоров'я і серйозних економічних наслідків, Відчутною стороною заходів щодо стримування інфекції стало, зокрема, кардинальне обмеження транспортної активності.

Загальне скорочення світових транспортних перевезень, що вимірюються в тонно-кілометрах, склало 36% в порівнянні з докризовим рівнем.

Як приклад, наведемо значні регіональні відмінності: якщо в країнах АСЕАН, Центральної Азії, Росії та Індії транспортні перевезення скоротилися більш ніж удвічі, а в Китаї падіння не перевищило 25%, в той час як в Європі і США на рівні 40%.

Близько 90% світової торгівлі здійснюється з використанням морського транспорту, який до цього дня залишається найменш витратним видом. При цьому найбільш очевидними негативними наслідками пандемії COVID-19 для галузі стали падіння ставок морського фрахту, надлишок вільних контейнерів і швидке введення нових екологічних вимог.

Світовий контейнерний індекс, що відображає середню вартість фрахту, поступово знижувався з середини грудня 2019 року у зв'язку з сезонними факторами, проте в лютому-березні 2020 року відбувся різкий обвал цін на 15%.

У той же період середній час очікування кораблями розвантаження в шести найбільших портах світу був на 32% нижче за середні значення, що свідчить про падіння транспортного потоку і слабку завантаженість портових служб. Однак уже в кінці квітня цей показник на 20% перевищував середні значення, відображаючи відновлення транспортної активності. Надалі прогнозується його поступове відновлення.

На тлі скорочення обсягів морських вантажоперевезень 11 з 12 найбільших морських ліній змушені були повернути взяті в оренду судна їх власникам. Основні скорочення припали на датську компанію Maersk і міжнародну компанію MSC (зі штаб-квартирою в Швейцарії). В цілому вони відмовилися від суден сукупною вантажною місткістю 236 тис. двадцятифутових еквівалентів (вимірювання місткості вантажних транспортних засобів).

В той же час перевізник НММ (Південна Корея) з тих же причин зіткнувся зі зростанням кількості вільних суден, отримавши транспортні засоби, які здавалися в оренду.

Обмеження в роботі глобальної морської транспортної галузі в найближчі кілька місяців будуть пов'язані не стільки з безпосередніми ефектами пандемії, скільки з її непрямими наслідками для світової економіки, дією нових вимог Міжнародної морської організації і успіхом реалізації торгової угоди між Китаєм і США.

До пандемії обсяг морських контейнерних перевезень вже демонстрував досить скромне зростання на рівні 1,7% за підсумками 2019 року, у 2020 році відбулося скорочення на 14%. Поступове відновлення до показників, що спостерігалися до пандемії, може зайняти два роки, а в подальшому зростання може скласти близько 3%.

Кількість контейнерів, що покидали китайські порти, скоротилася практично вдвічі, порти заповнені незатребуваними контейнерами, які прибули з інших країн, що призводить до додаткових штрафів за простій. З іншого боку, спостерігається нестача контейнерів для морських перевезень між Європою та іншими регіонами світу. Особливо складна ситуація зберігається в секторі рефрижераторних контейнерів, які використовуються для транспортування в Європу фруктів з країн Латинської Америки. При цьому на морські контейнерні перевезення припадає близько 75% всієї зовнішньої торгівлі Європейського союзу і 30% транспортування товарів між самими державами-членами.

Морські перевізники відіграли важливу роль в контексті негайного реагування на поширення коронавірусної інфекції, забезпечивши поставки продуктів харчування, лікарських засобів та інших життєво важливих товарів на тлі дефіциту. Незважаючи на складність ситуації, більшість портів в світі залишилися відкритими для вантажних перевезень, хоча як і раніше більшість з них недоступні для пасажирів.

До недавнього часу морські круїзи були одним з найбільш швидкозростаючих туристичних напрямків, попит на які за останні роки зріс на

20,5%. За підсумками 2018 року світова круїзна індустрія оцінювалася в 150 млрд дол. США. З початком поширення коронавірусної інфекції багато суден стали епіцентрами зараження, що моментально призвело до репутаційних втрат і падіння ринкової вартості круїзних операторів ще до введення обмежувальних заходів по боротьбі з інфекцією і наступних економічних збитків через неможливість продовження комерційної діяльності.

Перевезення комерційних товарів повітряним транспортом традиційно є менш поширеними в якості високої вартості. При цьому, наприклад, ставки повітряного фрахту через Тихий океан до кінця березня зросли в середньому в три рази, а в деякі періоди часу - до п'яти разів у зв'язку зі скасуванням більшості рейсів, оскільки для перевезення комерційних вантажів в 45-50% випадків використовуються вантажні відсіки звичайних пасажирських літаків (рис. 2.20).

При цьому, на відміну від перевезень комерційних вантажів, на авіатранспорт припадає основна частка міжнародного пасажиропотоку, і введення урядами обмежувальних заходів і закриття кордонів для боротьби з поширенням коронавірусної інфекції вплинуло на авіакомпанії негативно, непорівняна втрата з іншими видами транспорту.

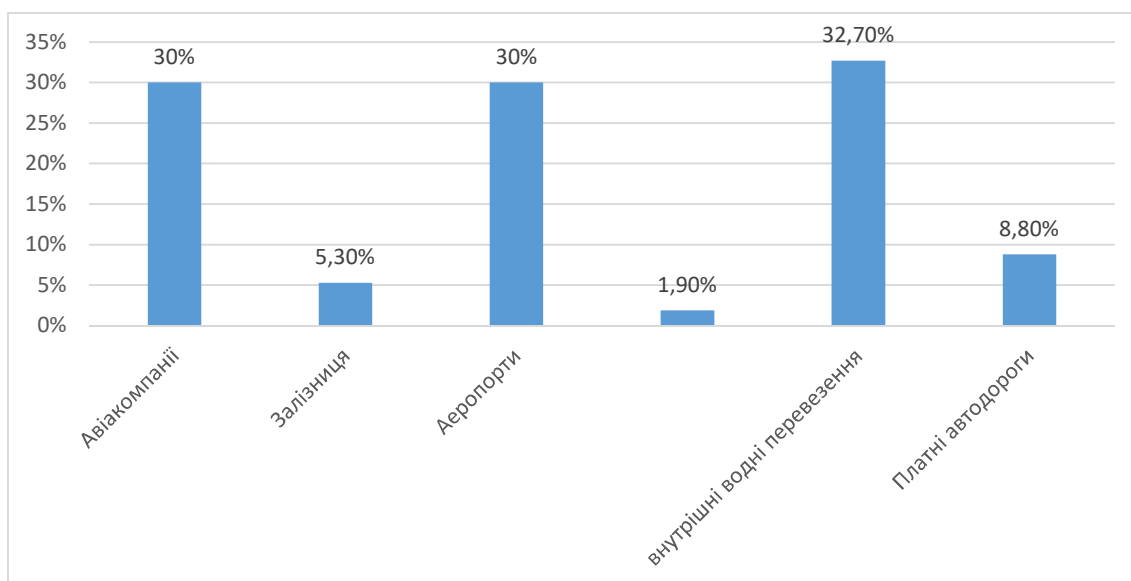


Рис. 2.20. Розподіл втрат в транспортній інфраструктурі, %

Набагато більш впевнено в умовах кризи почуваються інші транспортні галузі. В теперішніх умовах перспектива відкривається для перевезення вантажів з Китаю до Європи залізничним транспортом: з огляду на зростання термінів доставки вантажів морським транспортом і зростання вартості авіафрахт, багато компаній можуть зробити вибір на користь залізничної мережі.

У червні-липні 2020 року обсяги залізничних перевезень товарів з Китаю досягли рекордних значень, що призвело до суттєвого навантаження на об'єкти транспортної інфраструктури, включаючи тривалі затримки в пунктах контролю на кордоні.

Пандемія COVID-19 має і непрямі позитивні наслідки для морського комерційного транспорту, Міжнародна морська організація з 2020 року ввела нові вимоги, що обмежують вміст сірки в паливі до 0,5%, тому перевізники встановили додаткове обладнання. Транспортна сфера в контексті COVID-19 перейшла на більш дороге паливо. В результаті відбулося зростання попиту на низькосірчисту нафту, а компанії ввели для клієнтів так звані бункерні надбавки в розмірі 35-45%. Однак різке падіння вартості нафти внаслідок економічної кризи, викликаного пандемією, повністю нівелювало введення додаткових бункерних надбавок і зробило вартість фрахту навіть більш доступною для клієнтів. Проте цей ефект буде поступово слабшати в міру відновлення світової економічної діяльності.

Обсяг світового ринку інформаційних і комунікаційних технологій в 2020 році скоротився на 3,2% у порівнянні з 2019 р. і склав \$ 3,69 трлн.

Спад ІКТ-галузі експерти пов'язали з пандемією COVID-19, через яку бюджети компаній на обладнання, програмне забезпечення та сервіси були зменшені. У той же час саме масштабне поширення коронавірусної інфекції сприяло цифровізації: бізнес змушений був переводити персонал на віддалену роботу, а освітні установи - на дистанційне навчання, що стимулювало попит на хмарні та інші ІТ-інструменти.

ІТ-директорам в умовах пандемії доводилося знаходити баланс між економією коштів і розширенням технологічної інфраструктури.

Найбільше в 2020 році впали продажі ІТ-обладнання, включаючи комп'ютери і смартфони. У 2020 році витрати на них склали \$ 653,17 млрд, що на 8,2% менше, ніж у 2019 році. У сегменті ІТ-послуг зареєстровано зниження на 2,7% і виручка в розмірі \$ 1,01 трлн за підсумками року.

На 2,4% знизилася реалізація програмного забезпечення корпоративного рівня - до \$ 465,02 млрд. Світові витрати на комунікаційні сервіси дорівнювали \$ 1,35 трлн, що на 1,7% не відповідає результату 2019 року. Лише на ринку систем для дата-центрів не було спаду, але не було і зростання: в 2020 році видатки тут склали майже \$ 215 млрд, що майже в точності відповідає показнику 2019 р. (рис. 2.21).

На ринку ІТ-обладнання є потенціал зростання, враховуючи інтенсивний розвиток віддаленої освіти в 2020 році, тенденція навчання і робота з дому сприяє продажам ноутбуків і планшетів.

За прогнозами експертів в 2021 році відбудеться зростання в ІТ-галузі на 8,4% до \$ 4,072 трлн і на 5,5% до \$ 4,296 трлн у 2022 р. ІТ-відділи не просто підтримують бізнес-процеси, а повною мірою приймають участь в процесі створення вартості бізнесу. У 2021 році прогнозується зростання сегменту корпоративного ПЗ (10,8%), пристроїв і техніки (14%) та ІТ-послуг (9%), весь світ оцінив переваги віддаленої роботи та віддаленого навчання і має намір і далі рухатися в цьому напрямку.

Таблиця 2.4

Світові витрати на ІТ (\$ млрд)

Сфера ІТ	Обсяг ринку 2020 р. \$ млрд	Зростання 2019/2020,%	Обсяг ринку 2021 р. \$ млрд (прогноз)	Зростання 2020/2021,%	Обсяг ринку 2022 р \$ млрд (прогноз)	Зростання 2021/2022,%
Системи для ЦОД	219,9	2,3%	236,8	7,7%	247,5	4,5%
Корпоративне ПЗ	466,6	-2,1%	516,9	10,8%	571,7	10,6%
Пристрої і	663,2	-6,9%	755,8	14,0%	778,9	3,1%

техніка						
ІТ-послуги	1 021,2	-1,8%	1 112,6	9,0%	1 193,5	7,3%
Телекомунікації	1 386,5	-0,7%	1 450,4	4,6%	1 504,7	3,7%
Разом	3 757,5	-2,2%	4 072,5	8,4%	4 296,4	5,5%

У 2021 р. продовжує зростання попит на штучний інтелект і машинне навчання, особливо на роботизацію рутинних операцій і голосових пошукових роботів, вони в найближчі роки стануть звичним інструментом взаємодії як на В2С, так і на В2В-ринку в рамках тренду щодо розвитку цифрових комунікацій.

У 2021 році світовий ринок інформаційно-технологічних товарів і послуг зросте на 8,4% в порівнянні з 2020 роком. Зростання очікується в усіх сегментах ринку, але швидше інших будуть зростати сегменти пристроїв (на 14% до 755,8 млн дол.) та корпоративного програмного забезпечення (на 10,8% до 516,9 млн дол.). У 2020 році обсяг цих сегментів знизився, відповідно, на 6,9% і 2,1%.

На тлі пандемії Covid-19 частка телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг у світовій торгівлі послугами зросла приблизно з 10% у 2018 та 2019 роках до 14% у 2020 році. Ця частка зросла у всьому світі. Однак експорт цих послуг зріс у Європі, Північній Америці та у високо індустріально розвиненій економіці Східної та Південно-Східної Азії. Це зростання було більш значним у 2018 та 2019 роках, ніж у 2020 році. Африка та Латинська Америка та Карибський басейн - які вже мали низьку частку у світовому експорті телекомунікацій, комп'ютерів та інформаційних послуг - зафіксували низькі негативні темпи зростання цього експорту у 2019 році, а також ще нижче у 2020 році (рис. 2.21).

Млрд. дол.

%

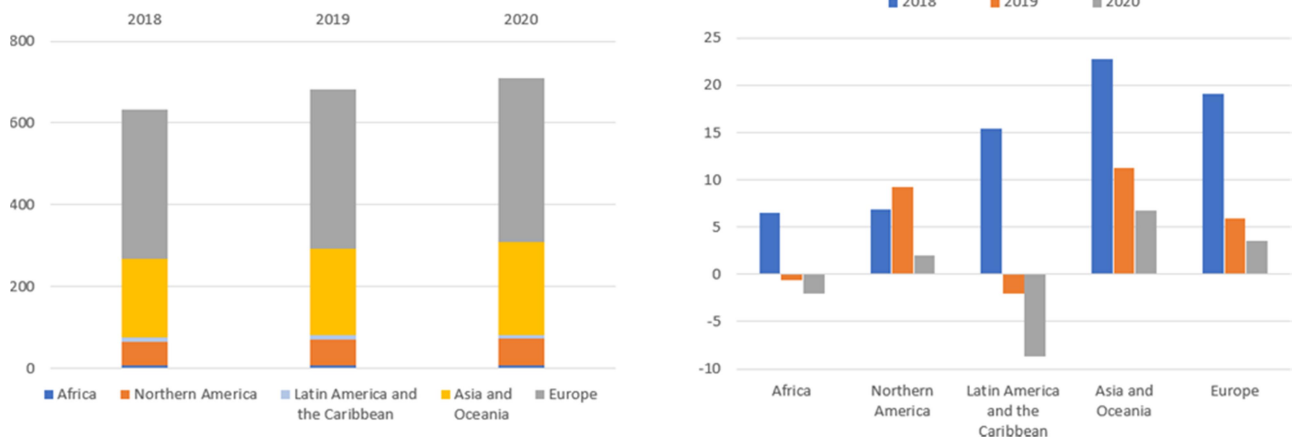


Рис. 2.21. Експорт телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг за окремими регіонами

У 2020 році найбільшими світовими страховими ринками були США, Китай і Японія, на їх частку припадало майже 58% світового ринку, що вище, ніж в 2019 році на рівні 56%.

Частка ринку 20 провідних країн також трохи зросла до 90,7% в 2020 році з 90,5% в 2019 році. Китай продовжує займати зростаючі позиції, досягнувши 10,5% світового ринку страхування в минулому році. Швидко зростаючий азіатський регіон стає все більш домінуючим: шість ринків входять в двадцятку кращих, а частка ринку в 2020 році складає 25%.

Таблиця 2.5

Найбільші страхові ринки світу (млдр. дол.), 2020 р.

Країна	2020 р.	2019 р.	Зміна %
США	2530570	2485326	1,8
Китай	655874	617399	6,2
Японія	414805	427580	-3,0
Великобританія	338321	364352	-7,1
Німеччина	258566	249207	3,8
Франція	231347	260457	-11,2
Південна Корея	193709	179018	8,2
Італія	161973	167881	-3,5

Канада	143468	134839	6,4
Тайвань	113304	117823	-3,8
Індія	107993	107893	0,1
Нідерланди	87529	84179	4,0
Гонконг	73131	70696	3,4
Іспанія	66323	70982	-6,6
Австралія	62840	68688	-8,5
Швейцарія	62669	58868	6,5
Ірландія	58089	58645	-0,9
Бразилія	57623	73388	-21,5
Бельгія	41236	41372	-0,3
Швеція	40939	38026	7,7

Ринки, що розвиваються продовжать випереджати розвинені ринки, а Азія – випереджаючий регіон, який зміцнюється разом з економічною складовою із заходу на схід.

Торгівля фінансовими послугами була лише трохи змінена впливом від пандемії (-1%). Це різко підкреслює іншу природу нинішньої кризи та її відмінності від світової фінансової кризи, коли торгівля фінансовими послугами протягом першого кварталу 2009 р. скоротилася на 20%. Комп'ютерні послуги, які були лідерами торгівлі послуг впродовж останнього десятиліття, єдиний вид послуг, торгівля якими в період пандемії продемонструвала зростання на 4%, що є віддзеркаленням цифровізації світової економіки.

Трійка лідерів експортерів світових фінансових послуг у розрізі регіонів займають Європа (52 %), Північна Америка (28,7%) та Азія (17%).

Таблиця 2.6

Світовий експорт фінансових послуг за регіонами, 2019 та 2020 рр. (млрд. дол., %)

	Вартість		Частка		Річна зміна у відсотках		
	2019 рік	2020 рік	2010	2020	2010-2020	2019 рік	2020
Експорт							
Світ	518	540	100,0	100,0	4	0	4
Північна Америка	146	155	25,3	28,7	5	2	6
Південна і Центральна Америка та Кариби	5	5	0,9	0,9	3	3	-9
Європа	269	280	60,3	52,0	2	-3	4
у т.ч. Європейський Союз	168	177	31,5	32,7	4	-1	5
Співдружність незалежних держав (СНД), включаючи окремі асоційовані та колишні держави-члени	1	1	0,3	0,3	2	-10	4
Африка	3	3	0,5	0,5	5	-7	-13
Середній Схід	4	3	1,1	0,6	-2	-24	-8
Азія	90	92	11,6	17,0	8	6	2

За останні кілька років у сегменті фінансових послуг виникла ціла низка серйозних змін, які були спровоковані розвитком нових технологій. Проаналізуємо основних країн експортерів та імпортерів фінансових послуг протягом 2019-2020 років.

Fintech – сектор, що розвивається та використовує технології для вдосконалення діяльності у сферах фінансів. Використання смартфонів для мобільного банкінгу, інвестування, онлайн-кредитування та криптовалюти -це технології, створені для надання фінансових послуг, які більш доступні для широкого кола споживачів.

Світова торгівля фінансовими послугами здійснюється переважно шляхом комерційної присутності в інших країнах.

Таблиця 2.7

Основні експортери та імпортери фінансових послуг, 2019-2020 рр.

(млрд. дол., %)

	Вартість		Частка у 10 економіках	Річна зміна, %			
	2019 рік	2020		2019 рік	2010-2019	2018 рік	2019 рік
Експортери							
Європейський Союз	167831	176565	34,6	4	5	-1	5
Експорт поза ЄС	86601	88702	17,8	4	4	-1	2
Сполучені Штати Америки	136046	144343	28,0	5	3	3	6
Об'єднане Королівство	75576	78549	15,6	0	9	-9	4
Сінгапур	30840	31608	6,3	11	14	8	2
Швейцарія	21683	21833	4,5	0	6	1	1
Гонконг, Китай	21581	21570	4,4	6	10	-3	0
Японія	14256	15715	2,9	16	8	26	10
Канада	9140	9906	1,9	6	12	-2	8
Індія	4821	4105	1,0	-2	21	-11	-15
Китай	3904	4268	0,8	13	-6	12	9
Разом	485680	508461	100,0
Імпортери							
Європейський Союз	127045	138218	55,1	5	7	-1	9
Імпорт поза ЄС	69225	77239	30,0	5	9	-1	12
Продовження табл. 2.7							
Сполучені Штати Америки	41210	42256	17,9	5	8	4	3
Об'єднане Королівство	23067	21353	10,0	6	23	5	-7
Канада	8859	9719	3,8	6	11	-7	10
Японія	8485	10638	3,7	12	7	3	25
Сінгапур	7208	8117	3,1	12	18	10	13
Гонконг, Китай	6452	6243	2,8	7	14	4	-3
Швейцарія	3417	3618	1,5	-4	4	-12	6
Китай	2466	3174	1,1	7	31	16	29
Російська Федерація	2341	2247	1,0	-1	-18	28	-4
Разом	230549	245583	100,0

Як видно з таблиці, найбільш інтенсивний ріст експорту фінансових послуг спостерігається в Європейському Союзі, які є явним лідером на даному ринку.

Частка США у глобальному масштабі експорту фінансових послуг становила 28%.

Отже, електронний та мобільний банкінг, онлайн-продажі здійснюють сильний вплив на бізнес-моделі традиційного банківського обслуговування, а також відповідно і на можливості фінансових послуг. Тому для того, щоб залишатися конкурентоспроможними, як на національному, так і на світовому ринку, банкам та іншим фінансовим організаціям, необхідно пристосовуватися до змін, пропонуючи все більше онлайн-послуг, від транзакцій за кредитною картою до управління фінансами.

З урахуванням перших місяців 2021 року можна відзначити невелике зростання зовнішньоторговельного обороту, як з експорту, так і імпорту. Торгівля товарами виглядає краще, ніж послугами, але поки немає ніяких ознак повернення до пандемії з точки зору вартості і обсягу торгівлі. Країна з найкращими торговими показниками на даний момент - Китай.

Висновок до розділу 2

У 2020 р. вартісний обсяг світової товарної торгівлі досяг 18,0 трлн дол. США, світової торгівлі послугами - 5,0 трлн дол. США (для порівняння, в 2000 р показники становили 6,6 і 1,5 трлн дол. США, в 2010 р - 15,4 і 3,9 трлн дол. США, в 2019 г. - 19,1 і 6,0 трлн дол. США, відповідно).

Не всі країни програли від пандемії коронавірусу в торгівлі послугами і навіть ВВП. Перш за все, виділяється Ірландія, якій вдалося досягти зростання ВВП на 3,4% в 2020 р. за рахунок збільшення зовнішньої торгівлі. Приріст чистого експорту послуг Ірландії був феноменальним - він склав 52 млрд дол. США, що становить 13% ВВП цієї країни на 2019 р.

До країн, що постраждали від різкого зниження торгівлі послугами, також увійшли Норвегія, Саудівська Аравія, Ізраїль, Росія, Китай, Бразилія і ряд розвинених країн - в більшості випадків основним фактором стало істотне зниження числа туристичних поїздок за кордон і, в меншій мірі, скорочення попиту на транспортні послуги.

Найбільш постраждалими від падіння торгівлі послугами в умовах пандемії країнами стали Греція, Естонія, Ісландія, Португалія, Коста-Ріка, Туреччина і низка інших країн - в переважній більшості випадків причиною став різкий спад в'їзного туризму.

Більшість країн ЄС, за винятком півдня Європи (Іспанії, Італії, Португалії, Греції), відносно слабо постраждали через міжнародну торгівлю послугами. Це пояснюється, по-перше, високою диверсифікацією торгівлі (різноманітністю послуг, не пов'язаних з туристичними поїздками або транспортом - наприклад, фінансові і ділові послуги), а по-друге, значною часткою торгівлі всередині інтеграційного об'єднання (ЄС), що допомогло подолати виниклі із-за пандемії бар'єри для торгівлі.

РОЗДІЛ 3. ІННОВАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ У СФЕРІ ПОСЛУГ

3.1. Вплив інформаційних технологій на формування та розвиток міжнародного ринку у сфері послуг

Швидкий розвиток міжнародних ринків у сфері послуг в останні десятиліття обумовлений як випереджаючим розвитком самої сфери послуг і появою нових видів послуг, так і зростанням світової економіки, торгівлі товарами, посиленням процесів глобалізації. При цьому постійно збільшується рівень диверсифікації торгівлі послугами, деталізується класифікація послуг,

виникають нові моделі та форми ведення бізнесу у сфері послуг. Вказані фактори ускладнюють аналіз ринків послуг та розробки уніфікованих підходів до регулювання.

На відміну від торгівлі товарами, де є лише транскордонний перетин, світова організація торгівлі виділяє 4 способи поставки послуг, і обговорюється п'ятий спосіб постачання послуг, у вигляді продажу інтеграції з товарами. Відповідно, виникає специфіка в організації та торгівлі, маркетингу та просуванні експорту послуг. Більшість послуг реалізуються нерезидентам у країні перебування постачальника послуг, тому в експорті послуг дуже важливе значення має якість внутрішнього регуляторного середовища.

Експорт послуг у термінах доданої вартості набагато більше вигідніший, ніж постачання товарів, у глобальному експорті доданої вартості на послуги припадає близько 50 %, тоді як у валовому експорті товарів та послуг - більше 20 %. Це пов'язано насамперед з істотно більшою часткою доданої вартості у валовому випуску секторів послуг, а також зі зростанням споживання послуг промисловими виробництвами.

Географічний розподіл світового імпорту послуг лише частково відображає фактичне споживання послуг, оскільки при їх реалізації та оплаті широко використовуються офшорні та інші схеми оптимізації бізнес-процесів.

При особливій чутливості та складності ринків послуг, а також їх високої захищеності нетарифними інструментами лібералізації міжнародна торгівля послугами відбувається значно повільніше, ніж торгівля товарами. У зв'язку з цим преференційні угоди торгівлі послугами створюють для взаємного експорту країн-учасниць критично значущі переваги проти третіх країн.

Успішність сучасної економіки сьогодні багато в чому визначається розвитком інформаційних технологій та, зокрема, розвитком системи інтернет-послуг. У зв'язку з цим простежується широкомасштабна інтеграція основних учасників економіки (великі промислові підприємства, державні установи та організації, а також представники малого та середнього бізнесу) в інформаційне середовище мережі інтернету.

Такий підхід до ведення фінансово-господарської діяльності передбачає якісні зміни у функціонуванні всіх підприємницьких структур, що не може не позначитися на кінцевих результатах: отримання максимального прибутку, розширення виробництва, диверсифікація діяльності та вихід на міжнародний ринок.

Практичне застосування економіки мережі Інтернет сприяє об'єднанню національних, локальних і приватних мереж у єдину глобальну структуру, формує основу електронного бізнесу. Однак, при ефективному позиціонуванні інтернет-бізнесу серед учасників економічних процесів, мережі-Інтернет не зможуть надати, з низки об'єктивних причин чи зацікавленості однієї зі сторін, повне відображення поточної ситуації або забезпечити повну інформативну ясність комерційних угод без впливу інституційного чинника.

Приєднання до виробничого процесу сфери послуг інформаційних технологій може бути декілька, відповідно до видів економічної діяльності, що здійснюється, наприклад, відповідно до поділу виробництва послуг:

- підприємства з випуску товарів споживання, які призначені для особистого споживання;
- організації/установи сфери послуг;
- промислові організації/установи.

Для кожного запропонованого виду діяльності існуватимуть певні специфічні відмінності у здійсненні виробництва послуг, тому використання мережі Інтернет посилює ділову взаємодію у сфері послуг.

Інформаційні технології дозволяють максимально використовувати наявний економічний потенціал, створюючи зовнішнє та внутрішнє об'єднання представлених ринків сфери послуг, для досягнення високого рівня економічного розвитку, зокрема, для вирівнювання основних груп показників в кожній країні:

1. виробництво сукупного суспільного продукту матеріальних благ, національного доходу душу населення;

2. структура виробництва (частка промисловості; питома вага виробництва засобів виробництва; частка, обсяг та темпи розвитку галузей);
3. кількісний та якісний рівень зайнятості населення;
4. рівень використання ресурсів (залучення до обігу ресурсів);
5. організація та ефективність виробництва (рівень продуктивності праці, спеціалізація та концентрація, якість).

Мережа Інтернет і інформаційно-мережева економіка, що розвивається в ній, є глобальною системою зі складно організованою багаторівневою структурою взаємовідносин між економічними учасниками - покупцями і продавцями послуг, що дозволяє об'єднати процеси горизонтальних і вертикальних рівнів економіки, активно використовуючи методи управління знаннями та інформаційно-електронний сектор.

Виробництво послуг може здійснюватися як в окремо взятій галузі, що об'єднує горизонтальні рівні економіки, так і в міжгалузевому просторі з використанням точок електронної комерції (міжгалузеві портали, біржі, аукціони). Також активно відбувається запровадження державних послуг у мережі Інтернет, які сприяють посиленню взаємодії бізнесу з державними та адміністративними структурами, створюючи можливість проводити урядові закупівлі.

Електронний ринок поєднує вертикальні рівні економіки, розширюючи бізнес-процеси за рахунок великої кількості учасників та формує нові перспективи для здійснення процесу купівлі-продажу послуг.

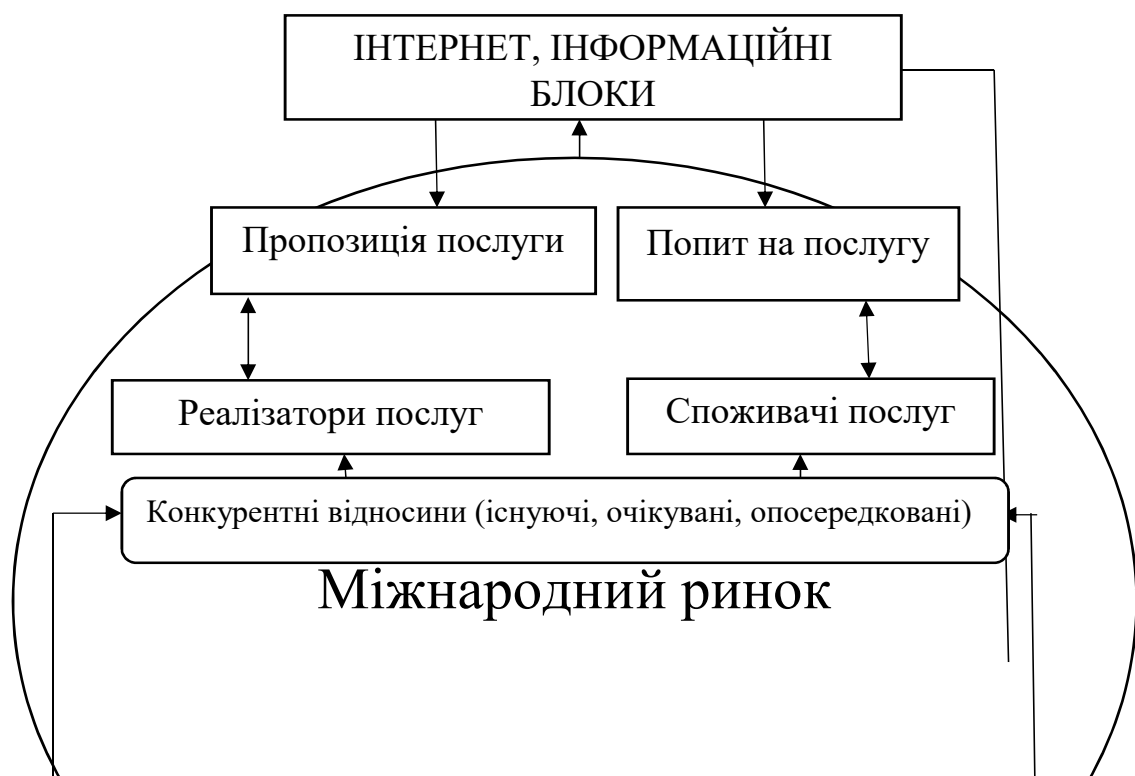
Отже, організації здійснюючи свою діяльність, перебувають у постійному пошуку індивідуальних споживачів послуг, що пропонують, саме тому в сучасних інформаційних технологіях є широкі можливості реалізації віртуальної роздрібною торгівлі, а також прямих продажів, наприклад, транспортних, туристичних, банківських, фінансових, навчальних або інших послуг.

Основою реалізації послуг є електронний комерційний матеріал, представлений у вигляді електронних каталогів, реклами, аукціонів із

застосуванням інновацій та сучасних технічних можливостей, що сприяє перетину в електронному бізнесі взаємодіям: «бізнес-бізнес», «бізнес-споживач», «споживач-бізнес», «споживач-споживач», «бізнес-державні структури», «споживач-державні структури». Представлені перетини учасників електронного ринку розширюють не тільки кількість споживачів в електронному бізнесі, але і сприяють подальшому просуванню традиційного ринку сфери послуг.

Для найкращого розуміння процесу економічного зростання та примноження капіталу не лише для окремо взятого підприємства/організації, а й загалом для країни наведемо трансформацію конкурентоспроможності послуг на міжнародному ринку за рахунок електронного ринку послуг (рис. 3.1).

Формування економічного механізму залежить багато в чому від поширення персональних комп'ютерів на підприємствах/організаціях та серед споживачів, вимагаючи від них певної професійної освіти, кваліфікованої спеціалізації знань щодо використання існуючих можливостей мережі Інтернет. Важливу роль цьому механізмі відіграє розгалуженість і надійність діючої серверної системи розподілу разом із індивідуальними можливостями по забезпеченості мережею Інтернет тощо.



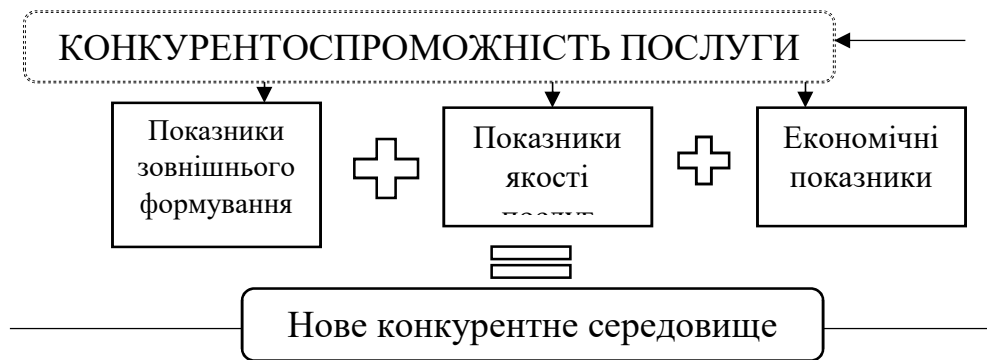


Рис. 3.1. Модель трансформації конкурентоспроможності послуг на міжнародному ринку за рахунок електронного ринку послуг

Потреби сучасного суспільства сформували необхідність впровадження мережевої економіки на основі інформаційно-комунікаційних технологій як у ділове, так і в повсякденне життя. Саме в основі «потреби та необхідність» створюються галузі інноваційних перетворень та зони сполучення електронного та традиційного ринку послуг.

Інформатизація та інтернетизація суспільства створює додаткові умови для стабілізації розвитку загальної системи економіки, передумови для сталого економічного розвитку, де основний акцент робиться на тимчасовому показнику, з можливістю збільшення його результативності на основі електронної системи грошових операцій серед економічних агентів та скорочення періоду, необхідного для зміцнення зв'язків між ними.

Мережевий аспект економіки тісно пов'язаний із інноваційними перетвореннями серед споживачів і реалізаторів послуг. Саме тому для подальшого інноваційного покращення такої взаємодії необхідно встановити значущі, що відповідають сучасним вимогам споживача, параметри цієї системи, які дозволять спростити механізм взаємодії покупця-продавця та знівелювати територіальну залежність економічних агентів у виборі чи наданні необхідної послуги чи товару: покупець - Інтернет-продавець традиційної сфери послуг - послуга.

Отже, сфери інноваційних перетворень стосуються змін традиційної пропозиції та попиту у сфері послуг з частковою або повною їх заміною на інтерактивну взаємодію покупця-продавця з формуванням зон об'єднання електронного та традиційного ринку послуг.

Зони об'єднання - це рівноправні та прямі зв'язки між економічними агентами, де ефективно генеруються, використовуються та створюються будь-які знання та інформація, де відбувається об'єднання інформаційних технологій та продуктів, телекомунікаційних послуг та електронного бізнесу. У зв'язку з тим, що зони об'єднання можна розглядати як багаторівневу та просторову структуру взаємовідносин економічних агентів, то вони повинні і з'являтися на мікроекономічному та макроекономічному рівнях.

Механізм зон об'єднань електронного та традиційного ринку послуг та областей інноваційних перетворень полягає в тому, що традиційний бізнес виходить за межі звичайного механізму продажу і тим самим забезпечує отримання додаткового прибутку, а в деяких випадках є основою постійного доходу.

У даному випадку електронний бізнес займатиме одне з найвиразніших положень, внаслідок того, що безперервно перебуває в роботі, націлений на задоволення потреб клієнта та вистежування найнезначніших тенденцій щодо зміни ринкових умов, виявлення найбільш виграшних напрямків для реалізації свого бізнес-плану.

Цифровізація та впровадження нових інформаційних та інших технологій здійснюють найбільший вплив на ринок послуг, стрімко зростає віртуальна торгівля послугами, з'являються можливості для участі у торгівлі послугами великої кількості підприємців та домогосподарств, стирається межа між внутрішньою та міжнародною торгівлею послугами.

У середньостроковій перспективі дія структурно-технологічних факторів призведе до значних змін на ринках послуг, а саме:

- в умовах зростаючої цифровізації та розповсюдження онлайн-цифрових платформ посиляться перетікання багатьох видів послуг у віртуальну

сферу, з'являться нові форми торгівлі послугами, внаслідок чого виникнуть нові завдання щодо обліку та регулювання такої торгівлі;

- знизиться потреба у транскордонному переміщенні фізичних осіб для надання (отримання) послуг під впливом нових технологій віртуальної присутності, віртуальної та доповненої реальностей, дистанційно-керованої робототехніки тощо;

- прискориться процес сервісифікації промислових галузей у зв'язку із збільшенням обсягу послуг, що доповнюють промислову продукцію;

- становлення нового технологічного укладу формуватиме постійно зростаючий та диверсифікований попит на послуги у сфері інформаційних технологій та пов'язані з ними ділові та професійні послуги;

- віртуалізація та цифровізація діяльності провідних багатонаціональних корпорацій у сфері обробної промисловості, насамперед у машинобудуванні, значно посилять їх орієнтацію на торгівлю цифровими послугами та продуктами, які продовжують або доповнюють основну діяльність, призведуть до зростання конкуренції на світовому ринку послуг за рахунок виходу на нього раніше непрофільних постачальників;

- зміна технологій та конфігурації виробництва, поява та поширення нових бізнес-моделей можуть супроводжуватись поступовим гальмуванням транскордонної діяльності, пов'язаної з переміщенням вантажів та фізичних осіб.

Позитивному впливу на розвиток експорту послуг сприятимуть такі тенденції та фактори глобального розвитку:

- подальше підвищення ролі сфери послуг у світовій економіці та формуванні глобального попиту, трансформація ринків, що розвиваються які призведуть до розширення споживання послуг;

- розвиток процесу цифровізації та радикальні технологічні трансформації, що значно підвищують можливості для міжнародної торгівлі послугами через інформаційно-телекомунікаційну мережу «Інтернет» (далі - мережа "Інтернет"), дистанційного надання послуг;

- широке поширення глобальних та регіональних ланцюгів доданої вартості в обробних галузях, що забезпечує підвищення попиту на послуги з боку учасників таких ланцюгів;

- розвиток інтеграційних процесів, що охоплюють сферу послуг Євразії та Америки, укладання нових торгових угод із третіми країнами;

- загострення глобальних проблем щодо погіршення екології, зміни клімату, продовольчої безпеки, кібербезпеки та інших створюють умови для появи нових великих ринків інноваційних видів послуг.

Загрози та ризики, пов'язані з участю у міжнародній торгівлі послугами, включають:

- посилення глобальної військово-політичної напруги, підвищення ризиків функціонування енергетичної, транспортної, технологічної та іншої інфраструктури;

- значні ризики зниження динаміки розвитку світової економіки та глобального попиту у зв'язку зі зростанням фінансових та структурних дисбалансів, ймовірність кризового сценарію для сфери глобальних фінансів;

- збереження односторонніх економічних обмежень з боку одних країн щодо постачальників з інших країн фінансових послуг, а також ймовірне поширення обмежень на підприємства, що спеціалізуються на будівництві атомних та інших енергетичних об'єктів;

- посилення протекціонізму у світі та ескалація торгових війн, що впливають у тому числі на торгівлю послугами, між різними країнами;

- криза міжнародної торгової системи під впливом перегляду країнами своїх зобов'язань щодо багатьох торгових угод та фактичного відходу від багатосторонніх норм Світової організації торгівлі.

Сучасний підхід до інновацій у сфері послуг дедалі більше базується на розгляді інновацій як певного процесу. Основний акцент робиться на процесі оновлення та постійного поліпшення, інновації у сфері процесів – необхідний елемент розвитку компанії, що працює у сфері послуг. Зміни зазвичай стосуються внутрішніх процесів або процесів, пов'язаних із доставкою послуг

до кінцевого користувача. Це може бути як повна перебудова бізнес-процесів, так і стратегія постійних змін у ключових процесах. Аналіз структури інноваційних витрат підприємств сфери послуг вказує, що переважна більшість коштів йде процесні інновації, тобто на розробку та впровадження нових чи значно удосконалених методів надання послуг. Приблизно вдвічі менше коштів виділяється на створення нових товарів, організаційні та маркетингові інновації досить рідкісні. Це закономірно, оскільки основною метою компаній, що працюють у секторі послуг, останніми роками було розширення своєї ринкової частки та клієнтської бази.

Інновації в галузі управління полягають у нових принципах і політиці управління людськими ресурсами, технологіями, фінансовими потоками та інформацією. У світі постійно з'являються нові управлінські моделі, що ґрунтуються на інноваційних ідеях, і більшість компаній не встигають навіть зорієнтуватися у потоці інформації. Саме тому впровадження змін у галузі управління найчастіше носить несистемний характер і багато в чому пов'язане з особистістю керівника.

Сфера послуг залежить не тільки від споживчо-вартісних властивостей виробленого продукту, а й від соціальних показників, таких як: якість життя, здоров'я, економічна активність населення, соціальні показники та розвиток соціальної сфери.

Інноваційна діяльність у сфері послуг за своєю спрямованістю повинна охоплювати не тільки сферу виробництва товарів та сферу їх споживання, а й відслідковувати особливості конкретних споживачів, що зрештою зумовлює необхідність програмного підходу, що передбачає прогнозування, вибірковість та адресність, раціональність використання всіх типів ресурсів.

Інноваційна діяльність у сфері послуг має бути пов'язана з прогнозованим результатом, який призводить до змін як всередині підприємства-виробника, так і у зовнішньому середовищі. Наприклад, зростання платоспроможного попиту супроводжується підвищенням вимог до послуг, що змушує підприємства до розширення та оновлення, вносити відповідні зміни,

перебудовувати маркетингові мережі, урізноманітнювати асортимент послуг на споживчому ринку. Розвиток сфери послуг формує нове конкурентне середовище та нові потреби в послугах.

Отже, що інноваційний процес формування сфери послуг адекватний споживчому ринку тоді, коли має місце розуміння причин виникнення, значущості та необхідної спрямованості інновацій, сфери їх застосування, ступеня новизни, специфіки структури життєвого циклу, глибини та масштабності змін, а також відмінностей у задоволенні потреб на певних сегментах споживчого ринку.

Хвиля інновацій, народжена цифровізацією та посилена наслідками коронавірусною пандемією безсумнівно матиме вельми суперечливі та глибокі наслідки для всього населення планети, трансформуючи структуру суспільства та економіки, а також змінюючи взаємини між людьми, державою, її громадянами та бізнесом.

У своїй загальній тенденції сфера послуг має динаміку, що визначається цілим рядом певних факторів економічного характеру. Самостійні ланки сформовані у системі суспільного поділу праці, які спрямовані на виробництво споживчих послуг, створюються відповідно до вимоги економічного закону підвищення потреб. В даний час найбільш активно збільшується частка витрат на послуги у загальному складі споживчих витрат, та особливо динамічно збільшуються витрати на послуги екстра-класу.

Виробництво також потребує послуг і потреба на них постійно зростає, причому з такою активністю, що витрати на них стають основною статтею загальних витрат бізнесу.

Витрати на рекламу, послуги менеджменту, консалтинг, PR-послуги, страхування тощо доповнюються традиційними витратами на сировину, витратні матеріали, транспортні послуги. При цьому значна частина витрат припадає на послуги високотехнологічних та суміжних з ними галузях.

Безперервний процес формування міських мега-агломерацій призводить до стрімкому попиту на послуги соціально-побутового призначення, а

безперервний процес урбанізації призводить до порушення принципу самозабезпечення та самодостатності, властивого традиційному сільському способу життя.

Виконувані в рамках домашнього господарства функції поступово передаються окремим структурам - сферам сервісу.

У світовій економіці проблеми з наслідками пандемії коронавірусу та пов'язаною з нею карантинних заходів, зміна поставок та наростання нестабільності на фінансових ринках призводять до виникнення повномасштабної, циклічної кризи. Однак, у контексті цифровізації економіки та вибухового розвитку ІКТ, викликаного пандемією, ядром прогресу та масштабування практично всіх секторів послуг стає сектор телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг. Розвиток цього сектора необхідно підтримувати на рівні темпів, що випереджають загальносвітові, оскільки прогрес у технологічних змінах у цій галузі носить не лінійний, а степеневий характер, перетворюючись на динамічний цифровий комунікативний простір, на основі якого і розгортатимуться всі основні якісні зміни продуктивних сил та виробничих відносин.

3.2. Сучасні тенденції розвитку міжнародних ринків у сфері послуг

Процес глобалізації економіки прискорився в останні десятиліття, коли різні ринки, зокрема капіталу, технології та послуг, а певною мірою і праці, ставали все більш взаємопов'язаними та інтегрованими в мережу.

Глобалізація світової економіки призвела до формування єдиного ринкового та інформаційного простору та лібералізації світової торгівлі послуг. Споживачі отримали доступ до широкого асортименту послуг та актуальної та достовірної інформації про продукти та їх ринкові характеристики. Споживачі починають відігравати все більшу роль на ринках, диктуючи свої переваги виробникам.

Глобалізація і зростання волатильності світових ринків, а також збільшення конкуренції призводять до бажання компаній створити стійкі бізнес-моделі, менш схильні до негативних ефектів від глобалізації. Стійкість бізнес-моделей визначається ефективним використанням ресурсів: природних, матеріальних, фінансових та інтелектуальних. Результатом трансформації є перехід до мережевої взаємодії та утворення екосистем постачальників, партнерів, споживачів та конкурентів навколо компаній.

Боротьба з пандемією коронавірусу змусила багато країн ввести карантинні заходи та локдауни, що очікувано призвело до зниження обсягів ВВП. Спад світової економіки 2020 р. становив 3,5%, при цьому економіка США скоротилася на 3,4%, Японії - на 5,1%, Німеччини - на 5,4%, Франції - на 9,0%, Індії - на 8%. Серед найбільших економік світу лише у Китаї було відзначено зростання на 2,3%.

Однак результати могли б бути набагато гірші, якби не бурхливе зростання електронної комерції (e-commerce). Її розвитку сприяє високий рівень проникнення Інтернету, який у світі на початок 2021 р. склав 64,7%, при цьому у Європі - 87,1%, у Північній Америці - 89,9%, Азії - 62,6%, Африці - 46,2%, в Індії та Китаї відповідно - 47% та 56%.

Обсяги (e-commerce) у світі у 2020 р. зросли на 16% і досягли 4,2 трлн дол. Найбільша частка у цьому секторі належить Китаю - 1,94 трлн дол. Частка електронної торгівлі у загальному обсязі роздрібного продажу Китаю становила 35%. У США обсяги електронної торгівлі у 2020 р. збільшились на рекордні 44% і склали 861 млрд дол., 23,1% роздрібного обороту країни.

У 2020 році обсяг світового ринку технологічних сервісів та бізнес-послуг (бізнес-консалтинг та аутсорсинг основних бізнес-процесів) знизився на 1,16% порівняно з 2019 р., але в абсолютному вираженні показник залишився вищим за \$1 трлн. Глобальні витрати на ІТ бізнес-послуги в 2020 р. скоротилися не так відчутно, як очікувалося спочатку. Це сталося з кількох причин, серед яких:

- покращення економічних перспектив;
- зростаюча впевненість бізнесу;

- поява нової нормальності, за якої компанії починають практикувати більш довгострокові інвестиції в технологічні та бізнес-послуги.

Ринкові результати в 2020 році, особливо в третьому і четвертому кварталах, виявилися вищими за очікування.

У країнах Європи, Близького Сходу та Африки, а також Азіатсько-Тихоокеанського регіону позитивний вплив на ринок технологічних та бізнес-послуг здійснили великі державні проекти у сфері цифрових технологій та впевненість бізнесу в тому, що влада зможе впоратися з економічними проблемами та труднощами, які викликані пандемією коронавірусу COVID-19.

Крім того, більшість виробників впевнені, що криза підштовхнула організації та споживачів до цифрового світу, що в довгостроковій перспективі матиме більш ніж позитивний вплив, масштаби цієї міграції будуть вищими, а терміни її реалізації - меншими.

Згідно з прогнозом, витрати на ІТ та бізнес-послуги у Північній та Південній Америці у 2021 р. зростуть на 2,5%, у США на 2,4% (рис. 3.2).

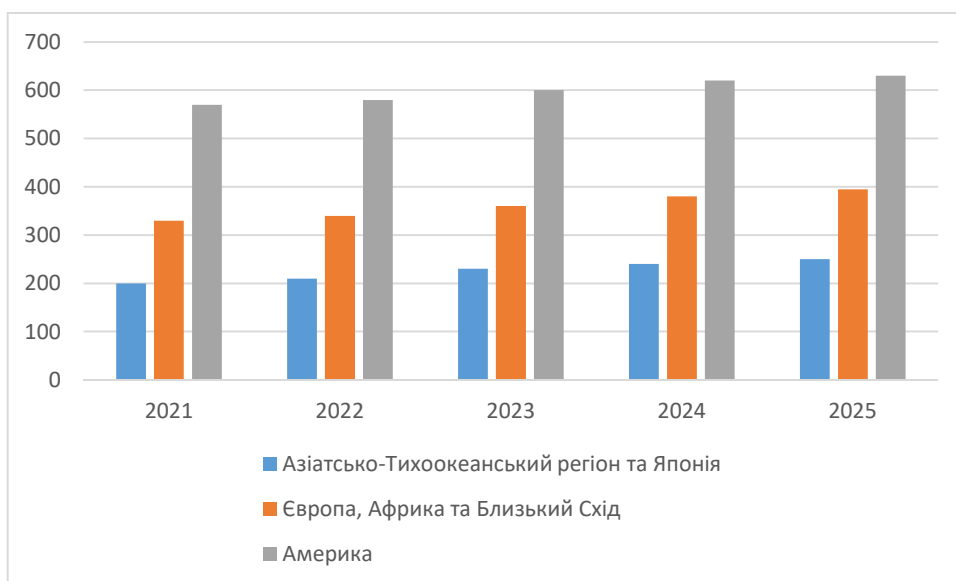


Рис. 3.2 Прогноз динаміки ІТ та бізнес-послуг у різних регіонах

Зростання американського ринку бізнес-консалтингу пов'язане з тим, що економіка країни почала відновлюватися швидше, ніж очікувалося. Крім того, в США спостерігається активне впровадження хмарних технологій, що сприятливо позначилося на сегменті управління (managed services).

У Європі обсяг цього ринку 2020 р. зріс більш ніж на 3%. Причому в Центральній та Східній Європі динаміка була вищою, хоча в абсолютному вираженні витрати на ІТ та бізнес-сервіси в цьому регіоні були нижчі, ніж у Західній Європі.

За останні три роки глобальний ринок інфраструктурних хмарних послуг безперервно демонстрував вражаюче зростання в доларах, додаючи щоквартально не менше 30% у річному вираженні.

У II кв 2021 р. також продемонстрував впевнене збільшення обсягів цього ринку - до 47,0 млрд дол. США, що більше на 5 млрд дол., ніж у першому кварталі 2020 р., і на 12 млрд більше, ніж у другому кварталі 2020 р.

В Азіатсько-Тихоокеанському регіоні загальне зростання ринку ІТ та бізнес-послуг у 2020 р. залишалось вищим, ніж в інших частинах світу. У зв'язку з коротко- і середньостроковими перспективами в цих країнах очікуються більш оптимістичні прогнози, ніж говорилося раніше.

Викликані коронавірусною пандемією проблеми створюють колосальні бізнес-можливості для інформаційно-комунікаційних технологій. Вони пов'язані з розвитком нових цифрових платформ, безконтактних платежів та технологій роботи з великими даними (Big Data), що дозволяють покращувати державні операції.

Інші можливості пов'язані з медичними онлайн-послугами, оскільки вірус стимулює прискорення цифрової трансформації у систему охорони здоров'я. Крім того, створюються нові можливості для впровадження роботів, дистанційного навчання та електронної комерції, а також розвитку розумних міст.

2020 р. був важким роком для постачальників сервісів як з погляду пропозиції, так і попиту, загальний ринок послуг залишався стійким, і основні

учасники повідомляють про збільшення кількості замовлень та поставок. Прогнозування відновлення буде нерівномірним на розвинених ринках і ринках, що розвиваються, загроза інфляції все ще існує, але прогнозується відновлення у 2021 і 2022 роках.

В міру зміцнення відновлення економіки у 2021 р. зростання світової торгівлі пришвидшиться до 8,4%, здебільшого внаслідок відновлення обсягів торгівлі товарами.

Обсяги міжнародної торгівлі послугами (туризм, транспорт), залишаються зниженими, доки темпи поширення пандемії не будуть контролюватися. Пов'язані з пандемією обмеження на міжнародні поїздки та загальний страх на подорожі здійснюватимуть довготривалий вплив на прибутки від експорту послуг.

На глобальному рівні дефіцит та профіцит рахунку поточних операцій скоротилися на ранньому етапі кризи, але згодом збільшилися при зростанні обсягів торгівлі та цін на біржові товари.

Потрясіння, спричинені пандемією COVID-19, продовжують серйозно негативно впливати на торгівлю послугами: після зниження у 2020 році туризму кількість прибуття туристів залишається незначною внаслідок збереження обмежень на міжнародний туризм.

Уряди різних країн прагнуть стримати поширення нових більш заразних штамів коронавірусу Covid-19, тому введення довідок, негативних тестів для поїздок та паспортів вакцинації від Covid-19 буде недостатньо для відродження туризму: відновлення галузі може відбутися лише у 2024 році.

Нинішній економічний спад розпочався у першому кварталі 2020 року, і це означає, що глобальна туристична активність та обсяг відповідних послуг можуть повернутися до докризового рівня, лише починаючи з другої половини 2022 року. Однак пандемія Covid-19 викликала безпрецедентну економічну кризу, яка супроводжується серйозними обмежувальними заходами, такими як введення карантину, а також суворими правилами, що обмежують поїздки та встановлюють комендантську годину.

Експерти вважають, що ситуація у міжнародній туристичній галузі нормалізується не раніше, ніж через два роки. Ця оцінка підтверджується результатами недавнього опитування представників галузі, проведеного Всесвітньою туристичною організацією ООН. Більшість опитаних заявили, що, на їх думку, міжнародний туризм повернеться на рівень, досягнутий до пандемії Covid-19, у кращому разі у 2023 році, 41% респондентів вважають, що нормалізація відбудеться лише 2024 року чи навіть пізніше (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Прогноз туристичного потоку у світі, 2021-2024 (млн. осіб)

	2021	2022	2023	2024
Світ	550	800	1200	1400
Європа	281	406	655	771
Азіатсько-Тихоокеанський регіон	119	178	267	326
Північна Америка	71	94	112	136
Африка	27	38	51	63
Середній Схід	24	37	49	58

Європа за проведеним аналізом у порівнянні з іншими регіонами лідируватиме у відновленні туристичної галузі, хоча економіка загалом відновлюватиметься швидше у США та Азіатсько-Тихоокеанському регіоні. За прогнозом вже 2024 року Європу можуть відвідати 771 млн. іноземних туристів.

Для порівняння, у 2020 році таких було лише 227 млн., тобто втричі менше. У Європі кількість туристів, що прибувають, зростатиме випереджаючими темпами в порівнянні з іншими регіонами світу, оскільки в 2020 році саме Європа зазнала найбільшого спаду в цьому відношенні (в абсолютних цифрах кількість іноземних туристів, які відвідали Європу в 2020 році, скоротилася більш ніж на 500 млн. осіб. порівняно з 2019 роком). Крім того, країни ЄС співпрацюватимуть одна з одною, щоб найбільш оптимальним

чином скасовувати обмеження на поїздки: адже саме Європа найбільше виграє від відродження туризму.

Відновлення світового туризму може також зіткнутися з труднощами через тривалі обмеження на поїздки Азіатсько-Тихоокеанським регіоном і країнами Південної та Північної Америки у зв'язку з появою нових штамів коронавірусу, проти яких вакцини виявилися менш ефективними.

Кількість туристів, які відвідують ці регіони досягне у 2024 році, відповідно, 326 млн та 136 млн осіб. Аналіз по регіонах показує, що частка Європи на світовому туристичному ринку збільшиться у 2024 році до 55% (за кількістю туристів, що прибувають). Для порівняння, у 2019 році частка Європи становила 51%. При цьому на Північну Америку, як і раніше, припадатиме близько 10% ринку, а частка Азіатсько-Тихоокеанського регіону знизиться з 25% до 23%.

До 2022 року відновитися зможе лише внутрішній туризм. Проте відродження внутрішнього туризму не компенсує втрати для галузі загалом, через скорочення числа більш прибуткових міжнародних та ділових поїздок. Ці сегменти ринку можуть зазнавати негативного впливу до 2023 року. Туристи, які подорожують у межах своїх країн, зазвичай витрачають менше грошей, ніж міжнародні туристи. Очікується, що обсяг витрат туристів на міжнародні подорожі навіть у 2023 році буде на 8% меншим за докризову. Зростання безробіття також посилить проблеми для туристичної галузі, оскільки люди, скоротять витрати на турпоїздки.

Економічна криза, викликана коронавірусом, не оминула стороною логістичні компанії. Було припинено постачання сировини та готової продукції. Через зміну попиту та зупинення функціонування виробничих об'єктів стався дисбаланс вантажопотоків. Багато підприємств зазнали серйозних фінансових збитків через простої транспортних засобів і фактичне призупинення бізнесу. Деякі організації, переважно малий і середній бізнес, збанкрутували і змушені були залишити ринок.

Найменші втрати під час пандемії зазнали залізничні перевезення, які продовжували функціонувати. З їх допомогою здійснювали експорт та імпорт продукції між Азією та Євросоюзом. У Китаї залізничним транспортом перевозили медичні вантажі. Через пандемію спостерігається зниження вантажопотоку в усьому світі:

- Китай – перша країна, яка постраждала від коронавірусу, фінансових збитків зазнали всі види вантажоперевезень. Пік кризи пройдено, і сектор економіки поступово відновлює позиції;

- країни Євросоюзу. Через нестабільну ситуацію з коронавірусом європейська логістика зазнала серйозних проблеми. У країнах діють обмеження, попит на послуги падає, ринок логістики після кризи скоротиться від 40% і більше;

- на території України заблоковано морські транспортні перевезення, значні фінансові втрати зазнає авіаційна доставка. В країні виник брак товарів аграрного господарства та продовольства.

Багато транспортних компаній на межі банкрутства. Основний обсяг вантажопотоку відбувається залізничними шляхами.

Зміни, що відбуваються у світовій логістиці у 2021 році, спрямовані на максимально швидку адаптацію цього сегменту ринку до функціонування в умовах пандемії:

- демпінг цін. Зниження вартості послуг у сфері перевезень спостерігається ще більшою мірою, ніж зазвичай через відсутність попиту та простій транспортних засобів. Конкуренти змушені боротися за потенційних клієнтів шляхом демпінгу.

- Вести бізнес у логістиці зможуть лише сильніші. Пандемія безумовно «очистить» ринок вантажоперевезень від невеликих організацій. Залишитися на ринку вдасться лише сильним гравцям, які мають достатньо ресурсів, щоб перечекаати несприятливий період. Більшість малих та середніх компаній збанкрутує або стане частиною великих корпорацій.

- Об'єднання та колаборація. Співпраця логістичних підприємств один з одним під час кризи – інструмент для посилення позицій на ринку. Для деяких компаній він може стати єдиним варіантом не збанкрутувати, результатом взаємодії логістичних організацій стає розробка ексклюзивних пропозицій, залучення потенційних клієнтів та подолання кризового періоду з мінімальними втратами.

- Зростання попиту на ремонтні послуги. Спад на ринку світової логістики є відчутною перешкодою для купівлі нового транспорту. У період пандемії компанії воліють вкладати ресурси в ремонт та технічне обслуговування, підтримувати на високому рівні експлуатаційні характеристики наявних засобів.

- Послуга «збірні вантажі» стає популярною, падає попит на «партії вантажів, що доставляють», у 2021 році все більше клієнтів залишають заявки на «збірні вантажі» з Євросоюзу.

- ІТ-революція. Пандемія коронавірусу надала потужний поштовх для оптимізації та діджиталізації багатьох галузей економіки. Не став винятком і сектор світової логістики, в якому стрімкими темпами розвивається електронна революція.

- Мобільні перевізники. Для власників підприємств, у тому числі вантажовласників, дуже важливою є можливість оперативного вирішення питань, навіть якщо під рукою немає ноутбука та планшета. У 2021 році логістичні компанії, які пропонують мобільні програми для оформлення та контролю заявок, отримали потужну конкурентну перевагу. У клієнтів з'явилася можливість замовити вантажоперевезення за кілька опцій на телефоні. Зручний сервіс – важливий інструмент залучення та утримання клієнтів.

- Активний розвиток внутрішніх ринків. Міжнародний обмін товарами під час пандемії був заблокований і досі повною мірою не відновився. Щоб задовольнити попит населення, підприємств та держави, частину продукції почали виробляти у своїй країні.

- Підвищення попиту на доставку у віддалені регіони. Все частіше виникає необхідність перевезення товарів повсякденного попиту до селищ та інших віддалених населених пунктів.

- Безконтактна кур'єрська доставка. Турбота про здоров'я клієнтів стала обов'язковою умовою ведення бізнесу в період пандемії COVID-19. Компанії, які здійснюють доставку, змушені були шукати нові шляхи передачі товару, з такою необхідністю зіткнувся ритейл, інтернет-магазини, маркетплейси, підприємства громадського харчування. Майже всі впровадили в роботу безконтактну кур'єрську доставку.

- азіатські та європейські країни активно використовують передачу посилок за допомогою дронів.

- Додаткові фінансові витрати в період коронавірусу Для здійснення бізнесу в розпал пандемії логістичні компанії зобов'язані дотримуватися санітарних вимог, передбачених законом, і піклуватися про здоров'я клієнтів. Для цього вони повинні проводити дезінфекцію транспортних засобів, обладнання, офісів та пунктів видачі посилок, використовувати ЗІЗ та засоби для обробки рук.

- Збільшення вартості перевезення вантажу з Китаю. У січні 2021 року вартість перевезення одного контейнера з Китаю становила 10 000 доларів. У 2020 році тарифи на експортні вантажоперевезення з Китаю зросли більш ніж у 3 рази. Рекордне підвищення ставок фрахту - це наслідок призупинення діяльності логістичних компаній навесні 2020 року, та різке збільшення попиту послуги.

Китай - одна з небагатьох країн у світі, яка у 2020 році показала позитивне економічне зростання ВВП. У 2021 році сфера логістики Китаю впевнено розвивається, про це свідчать багато економічних показників: індекс ефективності – показник, який відображає зайнятість, обсяги бізнесу, кількість нових замовлень. Його величина з березня 2021 року збільшилася на 2,4% та у квітні склала 57,3%. Якщо індекс ефективності логістики більший за 50%, це говорить про розширення сфери ринку; активно зростають обсяги зовнішньої

торгівлі Китаю. З січня по квітень 2021 року обсяг вантажів, що експортуються та імпортуються, збільшився на 28,5%; багато світових підприємств у 2021 році не зможуть відновити достатні обсяги виробництва. Зростає попит на товари «зроблено у Китаї».

Одна з причин швидкого відновлення внутрішніх та міжнародних вантажних перевезень у Китаї – інвестиції в цифрові технології та максимальна автоматизація процесів. Пандемія змусила керівників логістичних компаній поглянути у бік діджиталізації та впровадити високотехнологічні рішення лише за кілька місяців. Для підвищення конкурентоспроможності великі китайські логістичні організації купують малі та середні компанії, які не здатні самостійно виживати у кризу. Ще одна точка зростання для сфери китайської логістики – зміцнення регіонального економічного співробітництва. У 2020 році Асоціація держав Південно-Східної Азії стала найбільшим торговим партнером Китаю, обійшовши країни Євросоюзу та США. В країні активно впроваджують інновації, покращують обслуговування та працюють над створенням технологічних продуктів, міжнародних брендів. Оперативне впровадження інновацій допомогло Китаю в стислий термін відновити сектор вантажоперевезень і зайняти лідируючі позиції на ринку. Можна припустити, що така тенденція збережеться протягом найближчих кількох років, і сектор логістики продовжить активно розвиватися.

Попит транспорту та логістики на цифрові технології у 2020 р. склав 89,4 млрд, а до 2030 року може зрости до 626,6 млрд. Завдяки цифровій трансформації продуктивність праці в галузі до 2030 р. збільшиться на 20%. У списку найпопулярніших технологій - безпаперовий документообіг, системи розподіленого реєстру, бездротовий зв'язок, штучний інтелект, доповнена та віртуальна реальність.

Висновок до розділу 3

Очікується, що світовий ринок послуг зросте з \$10814,49 мільярдів у 2020 році до 11780,11 мільярдів дол у 2021 році при сукупному річному темпі зростання 8,9%. Зростання в основному пов'язане з тим, що компанії перебудовують свою діяльність та відновлюються після впливу COVID-19, який раніше призвів до обмежувальних заходів, що передбачають соціальне дистанціювання, віддалену роботу та закриття комерційної діяльності, що призвело до операційних проблем. Очікується, що ринок досягне \$15683,84 мільярди в 2025 році при сукупному середньорічному темпі зростання 7%.

У другому кварталі 2021 р. світова торгівля послугами різко відновилася. Зареєстровано збільшення на 25,8% порівняно з 2 кварталом 2020 року, коли пандемія COVID-19 призупинила міжнародні подорожі та транспортні перевезення. Найбільше постраждали подорожі у 2020 році, у 2 кварталі 2021 році відбулося зростання на 67%. Експорт транспортних послуг збільшився на 44%. Інші види послуг, які надавалися віддалено, показали вищу стійкість до пандемії та зростають з 4 кварталу 2020 р. Тим не менш, протягом першої половини 2021 року світова торгівля послугами залишалася нижче рівня 2019 року.

Експорт туристичних послуг відіграв важливу роль у Латинській Америці та Карибському басейні. Подорожі становили 45% загального обсягу експорту послуг регіону до 2020 року. Латинська Америка та Карибський басейн відновили лише приблизно половину експорту подорожей у 2 кварталі 2021 року порівняно з 2 кварталом 2019 року. Проте, порівняно з тим же кварталом 2020 р. зафіксовано зростання на 588%.

В Європі, міжнародні туристичні потоки зросли на 92% у порівнянні з минулим роком. У всіх регіонах у 2 кварталі 2021 року з'явився відчутний результат відновлення транспортного експорту, що пов'язано з продовження активізації торгівлі товарами і зростання цін на транспорт.

ВИСНОВКИ

Основним сектором, який займає найбільший відсоток світового господарства, є сфера послуг. В кожній країні світу у цій сфері задіяно від 70% активного населення.

Сучасна міжнародна торгівля зростає та розвивається. Якщо раніше передумовою міжнародної торгівлі була нерівномірність розподілу ресурсів, то

на сьогоднішній день велике значення приділяється ефективності використання ресурсів і технологій.

Однією з найбільш актуальних проблем в даний час є скорочення обсягів світової торгівлі у зв'язку з пандемією коронавірусу COVID-19.

Світова торгівля послугами у другому кварталі 2020 року знизилася на рекордні 30%, причому найбільше постраждав туристичний сектор у зв'язку з обмеженнями. Зниження торгівлі послугами було зафіксовано у всіх регіонах та у більшості секторів послуг, за винятком комп'ютерних, чому сприяв перехід до віддаленої роботи та зростаючий попит на цифровізацію.

Скорочення торгівлі послугами стало найбільшим з часів фінансової кризи, коли у другому кварталі 2009 року світова торгівля комерційними послугами знизилася на 17%. Експорт послуг у другому кварталі 2020 року скоротився на 32% у Північній Америці, на 29% в Азії та на 26% у Європі. Більше зниження було для Латинської Америки та Карибського басейну -46% та наймен розвинених країн до -65%.

Особливо сильно постраждав туризм: витрати міжнародних мандрівників скоротилися на 81%, а витрати на транспорт – на 31%. Ці два сектори становлять 43% торгівлі послугами. Падіння транспорту збігається зі зниженням, зафіксованим під час фінансової кризи -29%, але причини інші.

Скорочення обсягу торгівлі транспортними послугами зумовлене головним чином обмеженнями на пасажирські перевезення та зниженням глобального попиту на міжнародні перевезення, а не різким скороченням обсягу вантажних перевезень.

Інші сектори міжнародної торгівлі послугами постраждали від пандемії нерівномірно. Різко впали сектори, що потребують фізичної близькості, такі як будівництво -25% та аудіовізуальні, художні та рекреаційні послуги -14%.

Архітектурні та інженерні послуги, тісно пов'язані з будівництвом, також інші бізнес-послуги також знизилися на 11%. Контрактні виробничі послуги також впали -22%, а виробництво зупинилося у багатьох країнах.

Таким чином, світова економіка та ринок торгівлі послугами з початку 2020 року перебувають у дуже складному становищі. Завдяки завершенню карантинних заходів, передбачених у різних державах, країни змогли вийти на оптимістичний прогноз найближчим часом.

До позитивних змін у цій ситуації можна віднести те, що комп'ютерні послуги, найшвидший зростаючий сектор послуг за останнє десятиліття, був єдиним, який зафіксував зростання експорту, збільшення на 4% через зростаючий попит на цифровізацію. Пандемія ще більше прискорила цю тенденцію. Також COVID-19 дав шанс віддаленій роботі довести свою ефективність, у тому числі для роботодавців.

Дистанційний менеджмент дозволив скоротити витрати на утримання офісів та відмовитися від бізнес подорожей на користь онлайн-зустрічей.

Зрештою, якщо оцінювати загалом стан світової торгівлі у 2020 - 2021 роках та її вплив на всю світову економіку, можна прогнозувати високу ймовірність появи нових точок зростання та нових спеціалізацій, як всередині окремих країн, і на глобальному рівні.

Торгівля послугами G20 у січні-березні 2021 р. також збільшилася: експорт зріс на 4,4%, імпорт на 2,5%. Проте темпи підйому сповільнилися порівняно на 9,7% та 7,1% у четвертому кварталі 2020 року.

Відновлення економіки та торгівлі послугами будь-якої країни визначатиметься термінами її вакцинації. Тому, відновлення економіки та торгівлі послугами у розвинутих країнах почнеться раніше, ніж у країнах, що розвиваються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. <https://unctad.org/>
2. <https://www.weforum.org/>
3. <https://www.wto.org/>

4. А. Мельник. Міжнародна торгівля послугами і створення глобального ринку послуг // Вісник Тернопільської академії народного господарства. - Вип. 8-1. - 2003
5. Антонюк К.В. визначальні фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами / Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск 6. 2015. С. 46-51
6. Апопій В.В. Організація і технологія надання послуг : навч. посіб. / В.В. Апопій, І.І. Олексин, Н.О. Шутовська. – К. : ВЦ «Академія», 2006. – 312 с
7. Белорус О. Г., Лукьяненко Д. Г. и др. Глобальные трансформации и стратегии развития : монография. Київ : Оріяни, 2000. 324 с.
8. Білоган О.І. Оптимізація структури зовнішньої торгівлі країн Центральної та Східної Європи: дис. канд. ек. наук: 08.00.02. Львів, 2015. 221 с.
9. Білорус О. Г., Лук'яненко Д. Г. та ін. Глобалізація і безпека розвитку: монографія ; кер. авт. кол. і наук. ред. О. Г. Білорус. Київ : КНЕУ, 2001. 378 с.
10. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе ; пер. с англ. М. : ДелоЛтд, 1994. 687 с.
11. Бочан І. О. Глобальна економіка / Бочан І. О., Михасюк І. Р. - К.: Знання, 2007. - 403 с.
12. Власюк Т. О. Стан і тенденції зовнішньоторговельної діяльності України. Стратегічні пріоритети. Серія «Економіка». 2015. № 4. С. 48–58.
13. Гарбера О. Теоретичні основи дослідження міжнародного ринку послуг в світовій економічній системі // Інвестиції: практика та досвід. - № 24. - 2009. - С. 52-56.
14. Горанін А. І. Побутові послуги/ А.І. Горанін. – Минск: Наука и техника, 1977. – 238 с.
15. Дюмулен И. И. Международная торговля в послекризисные годы (2010–2015 гг.) – новые тенденции и некоторые проблемы. Российский внешнеэкономический вестник. 2016. № 7. С. 3–12.

16. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3. / Редкол.: С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 952 с.
17. Єріна І.В. Міжнародна торгівля послугами: тенденції розвитку і структура українського ринку. Статистика та економіка, аналіз. 2012. № 4. С. 39–44.
18. Козак Ю.Г. та ін. Міжнародна торгівля: підручник. Київ – Катовіце – Краков: Центр учбової літератури, 2015. 272 с.
19. Кола І. М. Міжнародні економічні відносини / Школа І. М., Козменко В. М., Бабінська О. В. / За ред. І. М. Школи. — 2-ге вид., перероб, і доповн. — Чернівці: Книги—XXI, 2007. — 544 с.
20. Кудіна О.Ю. Розвиток електронної торгівлі в умовах становлення глобального інформаційного простору. Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. 2011. № 1 (4). С. 196–202.
21. Кулицький С. П. Питання трансформації української зовнішньої торгівлі на сучасному етапі. Україна: події, факти, коментарі. 2015. № 23. С. 49–59.
22. Куценко В., Трілленберг Г. Розвиток ринку послуг в умовах глобалізації (питання методології та методики) / Вісник ТАНГ. — № 5—1. — 2005
23. Лук’яненко Д.Г. Міжнародна економіка: підручник / Д.Г. Лук’яненко, А.М. Поручник, Я.М. Столярчук. – К.: КНЕУ, 2014. – 762 с.
24. Луцько М.Е. Факторы и особенности развития мирового рынка услуг / М.Е. Луцько – Экономические науки. – 2014. – № 24–1.
25. Маркович І.Б. Спеціалізація експортних товарних груп як одна з характеристик торговельного потенціалу держави. Актуальні проблеми економіки. 2015. № 10(172). С. 43–50.
26. Мойсей В.І. Функціональна роль міжнародної торгівлі в умовах глобалізації. Міжнародна економіка. 2010. № 4/12. С. 65–70.
27. Моргулець О.Б. Менеджмент у сфері послуг: навч. посіб. / О.Б. Моргулець – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 384 с.

28. Основи маркетингу. Ф. Котлер, Г. Армстронг . – К.: Видавництво «Діалектика», 2020.- 880 с.
29. Пенська І.О. Торгівельні орієнтири України на світових ринках. Зовнішня торгівля: право, економіка, фінанси. 2013. № 2. С. 5–11.
30. Пугачевська К.Й. Сфера послуг в Україні: особливості розвитку та стратегічні перспективи / К.Й. Пугачевська // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. С. 52-55.
31. Радзівська С.О. Торговельно-економічні зв'язки України з країнами ЄС та ЄУП: сучасний стан та перспективи розвитку. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2013. № 3. С. 42–62.
32. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. М. : Политиздат, 1940. 288 с.
33. Румянцева А. П. Міжнародна економіка / Румянцева А. П, Коваленко Ю. О. — К.: Центр учбової літератури, 2007. — 296 с.
34. Савельєв Є.В. Міжнародна економіка : [підручник] / Є.В. Савельєв – 3-тє вид., перероб. і доп. – К. : Знання, 2008. – 622 с.
35. Світовий ринок товарів і послуг: Підручник у 2 ч. Ч. 2. / А. А. Мазаракі, Є. В. Воронова, І. В Чаус та ін. // За заг. ред. А. А. Мазаракі. — Видавництво «Ранок», 2008. — 240 с.
36. Сібекіна А.Ю. Зона вільної торгівлі як найважливіший чинник ефективної динамізації економіко-інтеграційних процесів України. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2013. № 5–6. С. 59–67
37. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Классика экономической мысли. М. : ЭКСМО-Пресс, 2000. 896 с.
38. Соколов Э. Г. Международные экономические отношения. – Брест : Альтернатива, 2008. – 216 с
39. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія ; за ред. Д. Г. Лук'яненка. Київ : КНЕУ, 2001. 385 с.
40. Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України: колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук,

чл.-кор. НААН України Т.О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозів. НАН України». К., 2019. 350 с

41. Сучасний стан зовнішньої торгівлі товарами в Україні / Т.Л. Вишинська, О.В. Генералов, І.М. Севрук. ScienceRise. 2015. № 3/3(8). С. 41–45.
42. Тищук Т. А. Пріоритети забезпечення зовнішньої стійкості економіки України. Стратегічні пріоритети. 2013. № 1. С. 52–60.
43. Торопков В.М. Структурно-територіальна організація міжнародної торгівлі. Проблеми інформатизації та управління. 2009. Вип. 9. С. 108–112
44. Україна і світове господарство: взаємодія на межі тисячоліть / А. С. Філіпенко, В. С. Будкін, А. С. Гальчинський та ін. — К.: Либідь, 2002.
45. Фомичев В. И. Международная торговля. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2000.
46. Хасбулатов Р. И. Мировая экономика. — М.: ИНСАН, 1994.
47. Хмелевська Л.П. Особливості розвитку малого підприємництва у сфері побутового обслуговування населення України : дис. ... канд. екон. наук : 08.01.01 / Л.П. Хмелевська. — К., 2002. — 230 с
48. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посіб. — К.: КНЕУ, 2001
49. Чернега О.Б., Кожухова Т.В. Міжнародна торгівля як джерело та чинник сталого розвитку. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 12. Ч. 3. С. 32–38.
50. Шевчук В.О. Міжнародна економіка: теорія і практика : [підручник] / В.О. Шевчук. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К. : Знання, 2008. — 663 с.
51. Юрій С. І., Савельєв Є. Новий світовий економічний порядок: історія, теорія, напрямки формування. Структурні трансформації економіки: світовий досвід, інститути, стратегії для України : монографія. Тернопіль : Екон. думка ТНЕУ, 2011. С. 110–118.