

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Зовнішньоторговельна політика України на ринках послуг Північної Африки

(на матеріалах :Асоціація «Український національний комітет Міжнародної Торгової Палати (ICC Ukraine)», м. Київ)

Студента (ки) 4 курсу, 18 групи,
спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» Освітньої програми
«Міжнародна торгівля»

підпис

Остапенко Сергій
Анатолійович

Науковий керівник
доцент,
канд.екон.наук

підпис

Олейніков Юрій
Олександрович

Гарант освітньо-
професійної програми
доцент,
канд.екон.наук

підпис

Новак Олена
Володимирівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет _____ Кафедра світової економіки
292 «Міжнародні економічні відносини»
Освітня програма «Міжнародна торгівля»

Затверджую

Зав. кафедри Ганна Дугінець

«__» _____ 20__ р

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Остапенко Сергій Анатолійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Зовнішньоторговельна політика України на ринках послуг Північної Африки»
(на матеріалах :Асоціація «Український національний комітет Міжнародної Торгової Палати (ICC Ukraine)», м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. №__

2. Строк здачі студентом закінченого проекту (роботи)

3. Цільова установка та вихідні дані до проекту (роботи)

Мета проекту (роботи): восконалення зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки.

Об'єкт дослідження: є зовнішньоторговельна політика України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

Предмет дослідження теоретичні та прикладні аспекти зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки

4. Перелік графічного матеріалу:

Динаміка, структура, збалансованість зовнішньої торгівлі України послугами поштової та кур'єрської служби (Таблиці, діаграми, графіки.)

5. Консультанти по випускній кваліфікаційній роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом)

ВСТУП

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ
ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА РИНКАХ ПОСЛУГ**

1.1 Поняття послуг, їх ролі та місця у зовнішній торгівлі України.

1.2. Особливості проведення зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг.

Висновки до 1-го розділу

**РОЗДІЛ 2. ВОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ
УКРАЇНИ НА РИНКАХ ПОСЛУГ ПІВНІЧНОЇ АФРИКИ**

2.1. Дослідження стану зовнішньоторговельних відносин України у сфері послуг з країнами Північної Африки.

2.2. Аналіз та оцінка зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг з країнами Північної Африки.

2.3. Обґрунтування заходів підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

Висновки до 2-го розділу.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

ДОДАТКИ

7. Календарний план виконання випускної кваліфікаційної роботи.

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1	2	3	4
1	Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР	до 20.12.2022	20.12.2022
2	Узгодження плану ВКР з науковим керівником	до 10.02.2023	10.02.2023
3	Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР	до 28.02.2023	28.02.2023
4	Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР	до 26.04.2023	26.04.2023
5	Подача готової ВКР на кафедрі	до 23.05.2023	23.05.2023

8. Дата видачі завдання « » 20 р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи.

Олейніков Ю.О.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Керівник освітньо-професійної програми Новак О.В.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Завдання прийняв до виконання студент Остапенко С.А.

(прізвище, ініціали, підпис)

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи

Випускна кваліфікаційна робота виконана на тему, що затверджена у Завданні. При написанні ВКР, студентом було дотримана цільова установка керівника та вихідні дані до проекту (роботи) стосовно мети, предмету та об'єкту дослідження.

За своєю структурою випускна кваліфікаційна робота відповідає Змісту визначеному у Завданні керівником. Ступінь розгляду та розкриття питань змісту достатньо висока, що свідчить про досягнення студентом поставленої ним у Вступі мети та завдань. Перелік графічного матеріалу є достатнім. В роботі використовуються сучасні статистичні данні. Робота оформлена належним чином який відповідає положенням Методичних рекомендацій до виконання ВКР. В цілому, випускна кваліфікаційна робота має закінчений вигляд, логічна за структурою і може бути рекомендована до захисту з позитивною оцінкою.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи _____
(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу.

Випускна кваліфікаційна робота студента

Остапенко С.А.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту екзаменаційній комісії.

Керівник освітньо-професійної програми _____ Новак О.В. _____
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Дугінець Г.В. _____
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 20 _____ р.

АНОТАЦІЯ

Остапенко Сергій Анатолійович. Зовнішньоторговельна політика України на ринках послуг Північної Африки

У першому розділі досліджено теоретико-методологічні аспекти зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг, розглянуто поняття послуг, їх ролі та місця у зовнішній торгівлі України та особливості проведення зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг. У другому розділі визначені напрямки з вдосконалення зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки, досліджено стан зовнішньоторговельних відносин України у сфері послуг з країнами Північної Африки, проведено аналіз зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг з країнами Північної Африки та обґрунтовані заходи з підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

Ключові слова: послуги, зовнішня торгівля, експорт, Північна Африка.

ABSTRACT

Ostapenko Serhii Anatoliyovych. Foreign trade policy of Ukraine in the service markets of North Africa

In the first chapter, the theoretical and methodological aspects of the foreign trade policy of Ukraine in the service markets are examined the concept of services, their role and place in the foreign trade of Ukraine and the peculiarities of the foreign trade policy of Ukraine in the field of services. In the second chapter, directions for improving Ukraine's foreign trade policy in the service markets of North Africa are defined, the state of Ukraine's foreign trade relations in the field of services with North African countries is investigated, an analysis of Ukraine's foreign trade policy in the field of services with North African countries is carried out and substantiated measures to increase the effectiveness of Ukraine's foreign trade policy with North African countries in the service sector.

Key words: services, foreign trade, export, North Africa.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА РИНКАХ ПОСЛУГ.....	6
1.1. Поняття послуг, їх ролі та місця у зовнішній торгівлі України.....	6
1.2. Особливості проведення зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг.....	18
Висновки до 1-го розділу.....	27
РОЗДІЛ 2. ВОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА РИНКАХ ПОСЛУГ ПІВНІЧНОЇ АФРИКИ....	29
2.1. Дослідження стану зовнішньоторговельних відносин України у сфері послуг з країнами Північної Африки.....	29
2.2. Аналіз та оцінка зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг з країнами Північної Африки.....	41
2.3. Обґрунтування заходів підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України з країнами Північної Африки у сфері послуг.....	45
Висновки до 2-го розділу.....	49
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	51
ДОДАТКИ	

ВСТУП

У зв'язку зі стрімким розвитком глобалізації та інтеграції національних економік у світовий економічний простір, зовнішньоторговельна політика стає одним із найважливіших напрямків державної економічної стратегії. Україна не є винятком і використовує всі можливості для забезпечення своїх інтересів на міжнародних ринках. Північна Африка є одним з потенційно привабливих регіонів для розвитку зовнішньоторговельних зв'язків України, зокрема у сфері послуг. У рамках дипломної роботи будуть проаналізовані особливості зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки, виділені основні проблеми та перспективи співпраці, а також розглянуті можливі шляхи покращення взаємодії між Україною та країнами регіону.

Дослідженню проблем в проведенні зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг були присвячені роботи вітчизняних та іноземних науковців/ Серед них: П. Антонюк [1], М. Біда [2], Г. Богородицька [3], А. Дугінець [4], С. Марчук [8], О. Шеремет [11], К. Шиманська [12], С. Черемісіна [10]. Ці праці містять аналіз та оцінку зовнішньоторговельної політики України в різних сферах, включаючи послуги.

В той же час, питанням пов'язаним з проведенням ефективної зовнішньоторговельної політики в сфері послуг по відношенню до країн Північної Африки приділено досить мало уваги, що визначило актуальність та наукову обґрунтованість даної тематики.

Метою дослідження є аналіз зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки та визначення заходів щодо її вдосконалення.

Для досягнення мети дослідження потрібно вирішити наступні завдання:

1. Дослідити теоретичні аспекти зовнішньої торгівлі послугами та зовнішньоторговельної політики України.

2. Проаналізувати стан зовнішньоторговельних відносин України з країнами Північної Африки у сфері послуг.
3. Виявити основні перешкоди та проблеми, які виникають у процесі співпраці між Україною та країнами Північної Африки у сфері послуг.
4. Оцінити потенціал та перспективи розвитку зовнішньоторговельних відносин України з країнами Північної Африки у сфері послуг.
5. Запропонувати можливі шляхи покращення взаємодії між Україною та країнами Північної Африки у сфері послуг та розробити рекомендації щодо поліпшення зовнішньоторговельної політики України у регіоні.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти проведення ефективної зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки.

Об'єктом дослідження є зовнішньоторговельна політика України з країнами Північної Африки у сфері послуг. Також в рамках об'єкту дослідження розглядаються питання щодо правового регулювання зовнішньоторговельних відносин в сфері послуг, відповідність міжнародним стандартам та вимогам, а також перспективи розвитку співпраці між Україною та країнами Північної Африки у цій сфері.

Для досягнення мети дослідження та вирішення поставлених завдань використовуються наступні методи:

Аналітичний метод - для аналізу документів, статистичних даних, наукової літератури та інших джерел інформації щодо зовнішньоторговельної політики України на ринках послуг Північної Африки.

Експертний метод - для залучення експертів з питань зовнішньої торгівлі та міжнародних відносин, які нададуть свої рекомендації та оцінки стану відносин України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

Статистичний метод - для аналізу статистичних даних зовнішньоторговельних відносин України з країнами Північної Африки у

сфері послуг, включаючи дані щодо обсягів та динаміки торгівлі, структури товарів та послуг, а також взаємних інвестицій.

Компаративний метод - для порівняння зовнішньоторговельних відносин України з країнами Північної Африки з аналогічними відносинами інших країн, а також для визначення переваг та недоліків у співпраці України з цим регіоном.

Метод економічного прогнозування - для оцінки потенціалу та перспектив розвитку зовнішньоторговельних відносин України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

За своєю структурою Випускна кваліфікаційна робота складається з вступу, двох розділів, п'яти параграфів, списку використаних джерел та додатків. Зміст роботи викладено на 48 сторінках друкованого тексту, враховуючи 4 таблиць, 5 діаграм.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА РИНКАХ ПОСЛУГ.

1.1 Поняття послуг та їх ролі та місця у зовнішній торгівлі України.

Сектори послуг і торгівля послугами займають важливе місце, яке зростає як у національних економіках, так і в міжнародній торгівлі. Сфера послуг створює більше двох третин світового валового внутрішнього продукту (ВВП), залучає найбільшу частку працівників у переважній більшості країн і створює більшість нових робочих місць. Внесок послуг у національну економіку з часом зростає для країн на всіх рівнях розвитку. Навіть для країн з найнижчим рівнем доходу сфери послуг є центральними і з часом набувають все більшого значення. Частка послуг у ВВП ще більша в країнах з високим рівнем доходу, де в середньому досягає понад 70%.

Одним словом, для країн на всіх рівнях розвитку послуги зараз навіть важливіші, ніж у минулому. Важливість послуг у світовій торгівлі довгий час вважалася набагато більш обмеженою, ніж внесок сектора у національну економіку. Однак це сприйняття змінюється, оскільки покращується розуміння ролі послуг у світовій торгівлі. Важлива роль, яку відіграє торгівля послугами в економічному зростанні та розвитку, все більше підтверджується її внеском у диверсифікацію експорту, роллю послуг як фактору виробництва товарів і важливістю секторів послуг як місця призначення прямих іноземних інвестицій.

Послуги - це різноманітні економічні дії, які забезпечують споживачам певні корисні результати. Послуги можуть бути матеріальними, наприклад, транспортні, логістичні, будівельні, або нематеріальними, такими як фінансові послуги, консультування, туризм, охорона здоров'я та інші.

У зовнішній торгівлі послуги грають все більш важливу роль. З одного боку, це пов'язано з тим, що у багатьох розвинених країнах послуги стали найбільш важливим сектором економіки. З іншого боку, зростання

міжнародної торгівлі послугами сприяє інтеграції країн у глобальну економіку та збільшенню їх економічної взаємодії.

За даними Всесвітньої організації торгівлі (ВОТ), у 2019 році обсяг світової торгівлі послугами становив більше 6 трильйонів доларів США, що складає близько 25% від загального обсягу світової торгівлі. Таким чином, зовнішня торгівля послугами стала важливим чинником економічного зростання багатьох країн та міжнародної інтеграції в світову економіку.

Послуги можна визначити наступним чином:

«Послуга — це будь-яка діяльність або вигода, яку одна сторона може запропонувати іншій, яка по суті є нематеріальною та не призводить до володіння чим-небудь. Його виробництво може бути або не бути прив'язаним до фізичного продукту», – Котлер, Армстронг, Сондерс і Вонг.

«Послуги — це економічна діяльність, яка створює цінність і забезпечує переваги для клієнтів у певний час і в певному місці в результаті внесення бажаних змін у — або від імені — одержувача послуги.» — Крістофер Лавлок.

Маркетинг в цілому можна розділити на маркетинг товарів і маркетинг послуг. Хоча, за словами Філіпа Котлера, окрім товарів і послуг, маркетолог також продає вісім інших об'єктів, таких як події, досвід, особи, місця, власність, організації, інформація та ідеї; але це, як правило, об'єднане і широко відоме як товари та послуги. У маркетингу маркетинг послуг по суті має справу з продуктами, які є нематеріальними за своєю природою. Послуги створюються шляхом прямої взаємодії між постачальником послуг і клієнтами.

Товари — це фізичні, матеріальні предмети, тоді як *Послуги* є нефізичними та нематеріальними за своєю природою і також можуть задовольняти потреби, як і товари. Фінансові послуги – банківські, телекомунікаційні, ДТН, кур'єрські послуги, готелі, авіакомпанії, мультиплекси, потяги, лікарі, юристи, охорона здоров'я та консультування з управління – усе це приклади послуг.

З розвитком економіки країна переходить від країни-виробника товарів до країни, орієнтованої на послуги. Наприклад, США, які є однією з найрозвиненіших країн світу, мають 21% – 79% співвідношення товарів і послуг.

Підприємство, що надає послуги, — це бізнес, у якому уявна цінність пропозиції для покупця визначається в основному наданими йому послугами, ніж пропонованими продуктами. Це включає бізнес усіх нематеріальних послуг, що надаються клієнту. Деякі матеріальні послуги, де як товари, так і послуги надаються клієнтам, наприклад ресторани та супермаркети, також підпадають під сферу маркетингу послуг.

Спектр послуг коливається між ступенем невідчутності та відчутності пропозицій, які надаються користувачеві. Деякі пропозиції явно є послугами, як-от перегляд фільму, художня виставка чи спортивна подія. Деякі з пропозицій послуг також включають компонент продукту, як-от купівля контактних лінз також вимагає належного огляду очей і оцінки параметрів зору – це пропозиції послуги в процесі.

Послуги всі або переважно матеріальні. У деяких випадках наявні фізичні докази транзакції, яка відбулася, але робота, виконана для виконання транзакції, буде відчутною. Можна навести приклад послуг, наданих адвокатом у підготовці заповіту свого клієнта, оскільки відчутність може розглядатися як фізичний доказ під час підготовки документа, тоді як мозкова робота, виконана для його підготовки, може бути нематеріальною.

Нероздільність покупця та постачальника послуг можна побачити в багатьох випадках під час проектування та надання послуг. Це називається одночасністю. Послуги не можна зберігати, складати чи іншим чином зберігати під рукою протягом певного часу, коли попит високий. Послуги також чутливі до часу, оскільки їх не можна замовити назад. Послуги в основному базуються на потребах і вимагають негайної уваги або доставки клієнту.

Послуги лікаря потрібні, коли є пацієнти. Деякі послуги надаються для покриття ризику незалежно від його негайної необхідності. Можна навести приклад страхової компанії, яка обслуговує клієнта, поки він або його страхування життя живі, не шукаючи миттєвих або короткострокових вигод. Оскільки велика кількість послуг є дуже нематеріальними, важко вимірювати та контролювати якість, і вони не можуть бути стандартизовані, як продукти. Через це замовнику важко оцінити якість, а роботодавцям – вимірювати та контролювати якість. Якість послуг можна оцінити в основному за поведінковими параметрами клієнтів і постачальників послуг. Зважаючи на складність оцінки якості послуг, для замовника завжди ризиковано купувати їх.

Послуги в основному надаються за рецептом клієнта, на відміну від продуктів, які часто стандартизовані. Консультанти з питань інтер'єру, кравці, ресторани тощо надають індивідуальні послуги. Проте є деякі служби, які мають стандартизовані послуги, наприклад послуги банкоматів банків. Багато послуг є процесом, а не окремими транзакціями, і таланти та ставлення людини чи команди, які надають послуги, можуть кардинально змінити результат і рівень задоволення клієнтів.

Послуги є основним компонентом, на який так чи інакше впливають мотиви обслуговування будь-якого бізнесу. Послуги дуже необхідні для розвитку та захисту інтересів клієнтів. Крім того, послуги є додатковою частиною маркетингу, яка приймає рішення.

Експорт послуг - це продаж послуг за кордоном, тобто надання послуг іноземним споживачам. Як правило, це пов'язано з участю в міжнародному ринку послуг, де країни можуть взаємодіяти та обмінюватися своїми послугами. Експорт послуг може включати різноманітні сфери, такі як туризм, транспорт, фінанси, інформаційні технології, освіту, консалтинг, медичні та інші послуги.

Експорт послуг може мати важливе значення для економіки країни, оскільки може сприяти збільшенню валютних надходжень та підвищенню

рівня зайнятості. Крім того, експорт послуг може стимулювати розвиток інноваційних галузей, підвищувати конкурентоспроможність країни та залучати інвестиції.

Проте, експорт послуг також може бути складним процесом, особливо для менших країн з менш розвиненим ринком послуг. Країни можуть стикатися з різними перешкодами, такими як різні правила та норми регулювання в різних країнах, бар'єри мовної та культурної співпраці, складнощі в залученні інвестицій тощо. Тому важливо, щоб країни розробляли відповідну стратегію експорту послуг та підтримували розвиток секторів, які мають потенціал для експорту послуг.

Різноманітність послуг у міжнародній торгівлі досить широка. Ось лише деякі рубрики або категорії: підтримка бізнесу, інформаційні технології та комп'ютери, освіта та навчання, туризм, фінанси та право, охорона здоров'я, архітектура, інженерія, наука та екологія, транспортні послуги та роздрібна торгівля. Це лише деякі з широких заголовків для того, що ви б назвали «нематеріальними» пропозиціями.

Нематеріальний буквально означає, що ви не можете відчутти, побачити, торкнутися чи утримати його. Експортований товар є відчутним, тоді як послуга – це насамперед досвід. Послуга – це те, що ви відчуваєте в певний час і це не можна повторити, будь то телефонний дзвінок або робота з професіоналом, таким як бухгалтер чи юрист. У той час ви відчуєте щось нематеріальне – це послуга.

Оскільки він нематеріальний, його не можна класифікувати в традиційному розумінні. Експортери товарів знатимуть, що для імпорту або експорту своїх товарів у будь-яку частину світу існує цілий набір процесів і класифікацій, які мають бути виконані для їхнього товару, щоб дозволити імпорт.

У випадку послуг це не стосується. Єдина класифікація, яка на даний момент застосовна, стосується різноманітних спроб протягом багатьох років

спробувати кількісно оцінити послуги, що продаються, і таким чином було створено цілий ряд класифікаційних заголовків.

Усі представники сфери послуг можуть отримати код – 4-значний код стандартної промислової класифікації, який називається «код SIC». Коди SIC дозволяють кількісно оцінити бізнес з точки зору продуктивності, продажів тощо – переважно для вимірювання таких речей, як економічний вплив певних видів послуг. Наразі це єдина основна класифікація.

Кодування SIC дозволяє набагато детальніше проаналізувати, як працює кожна галузь послуг, тому, коли щороку уряд випускає свою Рожеву книгу з показниками торгівлі, у цій Рожевій книзі є інформація про те, як працюють сфери послуг.

Це суто класифікація для інформації про дані, однак вона не має нічого спільного з видами тарифів і мит, які застосовуються до товарів.

Послуги - це різноманітні види діяльності, що здійснюються з метою задоволення потреб споживачів. Експорт послуг - це міжнародна торгівля послугами, коли компанії з однієї країни надають свої послуги споживачам в інших країнах.

Основні види послуг, які експортуються з однієї країни в інші країни, включають:

1. ІТ-послуги: це комп'ютерні послуги, які включають програмні продукти, розробку програмного забезпечення, технічну підтримку та інші послуги, пов'язані з інформаційними технологіями.
2. Фінансові послуги: це банківські, страхові та інші фінансові послуги, які надаються компаніями з метою забезпечення фінансової стабільності та захисту фінансових інтересів своїх клієнтів.
3. Транспортні послуги: це послуги з перевезення вантажів та пасажирів, які надаються компаніями, що займаються авіа-, морським, залізничним та автомобільним транспортом.

4. Туристичні послуги: це послуги, пов'язані з подорожами, такі як бронювання готелів, квитків на транспорт, екскурсійні послуги та інші пов'язані послуги.
5. Освітні послуги: це послуги, пов'язані з навчанням та освітою, які надаються компаніями, що займаються дистанційним навчанням, міжнародними програмами обміну студентів та іншими.
6. Медичні послуги: це послуги, пов'язані з охороною здоров'я, які надаються компаніями,

Оскільки багато країн можуть скористатися перевагами цих технологічних досягнень, зростання експорту послуг не обмежується розвинутими економіками. Експорт послуг з країн, що розвиваються, зріс у десять разів з 1990 року, і вдвічі швидше, ніж експорт послуг з розвинутих економік; отже, частка країн, що розвиваються, зросла з 3 відсотків у 1970 році до майже 20 відсотків у 2014 році. Це збільшення пов'язано не лише зі збільшенням експорту традиційних послуг, таких як подорожі та транспорт, але також завдяки послугам, які базуються на сучасних технологіях, як добре, такі як бізнес-послуги (включаючи дослідження та розробки та консультації), комп'ютерні та інформаційні послуги, фінансові послуги та інтелектуальна власність.

Останні дані показують, що послуги, схоже, відчувають зростання продуктивності за допомогою тих самих механізмів, які традиційно робили виробництво ключовим рушієм зростання. Технологія дозволяє дедалі більше роз'єднувати послуги: одну послугу тепер можна розділити на завдання, які виконуються в різних географічних місцях, наприклад аутсорсинг бізнес-процесів і послуги онлайн-банкінгу. Як і у випадку з товарами, продуктивність послуг може зрости через спеціалізацію (тонший розподіл праці) і масштаб (зменшення витрат на одиницю продукції).

Ринок послуг грає важливу роль у міжнародних відносинах, оскільки послуги стали ключовим фактором в економічному зростанні багатьох країн.

Міжнародний ринок послуг включає в себе різні сектори, такі як фінанси, телекомунікації, транспорт, туризм, освіта, охорона здоров'я та інші. Однією з ключових переваг міжнародної торгівлі послугами є можливість доступу до нових ринків та клієнтів для компаній, що надають послуги. Крім того, торгівля послугами може сприяти інноваційному розвитку та покращенню якості послуг.

У міжнародних відносинах ринок послуг може бути також важливим інструментом для досягнення політичних цілей. Наприклад, країни можуть заохочувати інвестиції в свої послуги, що може збільшити їх вплив у світі. Крім того, відкриття ринку послуг може бути частиною міжнародних торговельних угод, таких як Угода про загальне зниження тарифів і торгівлю (GATT) та Всесвітня угода про торгівлю послугами (GATS).

Однак, міжнародна торгівля послугами може також стикатися з певними викликами, такими як неоднаковість у розвитку різних секторів, недостатня регуляторна згодність та інші перешкоди, що ускладнюють доступ до іноземного ринку.

Узагалі, ринок послуг є важливим елементом міжнародних відносин та може мати значний вплив на економіку та політику країн.

У міжнародних відносинах ринок послуг може мати різні форми взаємодії, включаючи транскордонні інвестиції, міжнародну торгівлю послугами, аутсорсинг та інші. Крім того, міжнародний ринок послуг може включати в себе також міжнародне співробітництво у сферах науки, технологій та освіти.

Одним з важливих секторів міжнародного ринку послуг є фінансові послуги. Банки, страхові компанії та інші фінансові установи здійснюють транскордонні інвестиції та надають послуги клієнтам з різних країн. У цьому секторі міжнародна конкуренція може бути дуже жорсткою, і країни можуть вживати заходів для захисту своїх національних інтересів та регулювання ринку.

Інший важливий сектор міжнародного ринку послуг - це туризм. Туристична галузь може бути дуже вигідною для країн, оскільки туристи приносять з собою значні доходи та стимулюють розвиток інфраструктури та інших секторів економіки. У той же час, туристична галузь також може мати негативний вплив на довкілля та культурну спадщину.

У сфері міжнародної освіти, ринок послуг може бути важливим для міжнародної співпраці та культурного обміну. Багато країн залучають іноземних студентів до своїх вищих навчальних закладів та надають можливості своїм студентам навчатися за кордоном. Це може мати позитивний вплив на міжнародну співпрацю та розвиток освіти та науки.

Узагалі, між народний ринок послуг може бути важливим фактором економічного зростання та співпраці між країнами. Він може створювати нові можливості для бізнесу, збільшувати виробництво та зайнятість, сприяти культурному обміну та співпраці в різних галузях.

Проте, міжнародний ринок послуг може також мати негативні наслідки, зокрема, призводити до зменшення рівня зайнятості в окремих секторах національної економіки, негативно впливати на середовище та культурну спадщину, та сприяти нерівності в розподілі багатства між країнами. Тому важливо, щоб країни розуміли та регулювали свої економічні відносини на міжнародному ринку послуг. Розроблення відповідної політики може допомогти забезпечити, що взаємодія на міжнародному ринку послуг буде взаємовигідною для всіх сторін, враховуючи економічні, соціальні та культурні аспекти.

Для сучасного світового господарства характерним є бурхливий розвиток сфери послуг. Для значної частини країн світу сфера послуг є однією із найважливіших і дедалі значніших складових економіки. Послуги є джерелом довгострокового економічного зростання країн, причому для деяких з них – важливішим, ніж промисловість [1, с. 35].

Зростання ринку послуг у міжнародному масштабі пояснюється дематеріалізацією виробництва, інтелектуалізацією праці, інформатизацією

господарських відносин, що збільшує споживання різних видів послуг. В таблиці 1.1 відображено обсяг експорту послуг України впродовж 2017-2021 років.

Таблиця 1.1

Обсяг експорту послуг Україною протягом 2017-2021рр.

Рік	Обсяг наданих послуг (мільярди доларів США)	Абсолютне відхилення (мільярди доларів США)	Відносне відхилення (%)
2017	11,79	-	-
2018	11,90	0,11	-0,97%
2019	15,60	3,70	31,09%
2020	11,50	-4,10	-26,28%
2021	12,30	0,80	6,96%

Джерело: [35].

За даними таблиці 1.1, можна зробити висновок, що в 2019 році відбулося значне зростання експорту послуг України. Обсяг наданих послуг збільшився на 3,7 мільярди доларів США порівняно з попереднім роком. Однак, у 2020 році було помітне зменшення експорту послуг на 4,1 мільярда доларів США. Це зменшення може бути пояснене пандемією, яка спалахнула по всьому світу. Пандемія значно вплинула на глобальну економіку та міжнародні послуги, що призвело до зменшення попиту на послуги та зниження міжнародної торгівлі. Далі розглянемо детальніше кожну сферу та можливі шляхи адаптації до нових умов.

З часів проголошення незалежності одним із головних аспектів зовнішньоторговельної діяльності України стало формування торгового режиму із подальшою інтеграцією до світового господарства. Зовнішня торгівля є системою економічних взаємовідносин між державами, основне завдання якої полягає у вивезенні та ввезенні послуг та товарів. До об'єктів зовнішньої торгівлі відносяться: сировина, готова продукція та напівфабрикати; послуги: страхові, транспортні, міжнародний туризм, посередницькі послуги; продукти інтелектуальної власності: ліцензії, патенти, фірмові знаки; будівельні операції тощо.

Зменшення експорту товарів відбулося до країн: Африки – на 18,6%; СНД – на 12,1%; Європи – на 10,4%. Збільшення експорту товарів відбулося до країн: Азії – на 19,9%; Австралії та Океанії – на 13,8%; Америки – на 5,5% [78]. В табл. 1.2 відображено обсяг імпорту послуг України на впродовж 2017-2021 років.

Таблиця 1.2.

Обсяг імпорту послуг України протягом 2017-2021 років, млрд. дол. США

Показник	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
Обсяг послуг, млрд. дол. США	5,47	5,8	6,9	5,7	7,01
Абсолютне відхилення відносно попереднього року, млрд. дол. США	-	0,33	1,1	-1,2	1,31
Відносне відхилення відносно попереднього року, %	-	0,87%	5,92%	-17,39%	22,98%

Джерело: [97]

Аналізуючи дані табл. 1.2 варто відмітити, що впродовж 2017-2019 років обсяг споживання послуг щорічно зростав, у 2020 році відбулося зменшення обсягу імпорту послуг на 17,39%, у 2021 році імпорт послуг до України становить 7,01 млрд. дол. США, що на 22,98% більше попереднього року. Незважаючи на зменшення імпорту у 2020 році, протягом аналізованого періоду обсяг споживання зріс на 1,54 млрд. дол. США.

У 2021 р. негативне сальдо склало 4727,5 млн. дол. (у 2020р. також негативне – 5144,3 млн. дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту становив 0,94 (у 2020 р. – 0,91). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 235 країн світу. У 2020р. експорт послуг становив 11167,1 млн. дол. США, або 71,5% порівняно із 2019 р., імпорт – 5209,2 млн. дол., або 75,0%. Темпи зростання (зниження) експорту послуг в Україні представлено на рис.1.1:

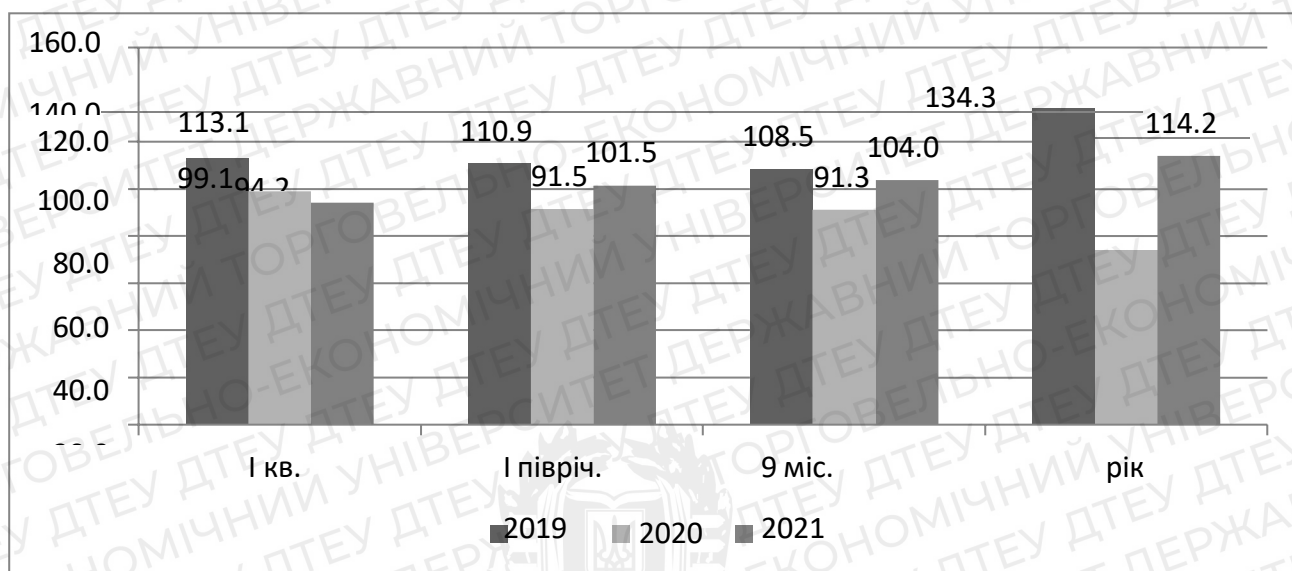


Рис. 1.1. Темпи зростання (зниження) експорту послуг в Україні (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком).

Джерело: Складено автором на основі [97]

Темпи зростання (зниження) імпорту послуг в Україні представлено на рис. 1.2.

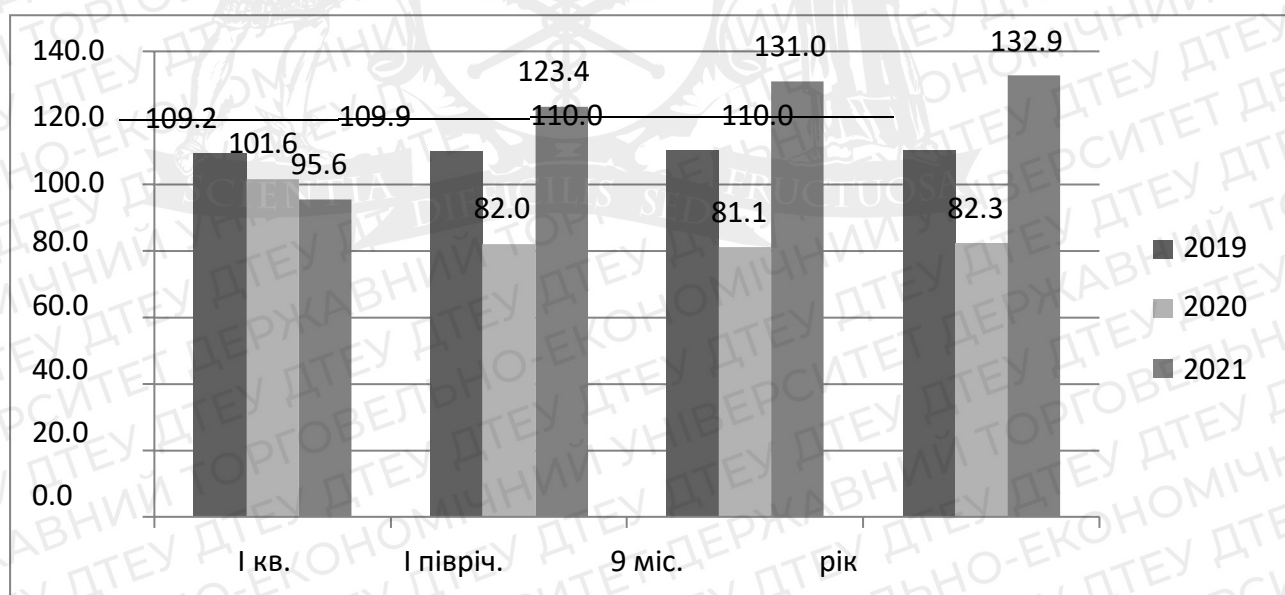


Рис. 2.3. Темпи зростання (зниження) імпорту послуг в Україні (у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком).

Джерело: Складено автором на основі [97]

На ефективність зовнішньоторговельної діяльності має вплив державна політика, оскільки саме вона регулює умови проведення політики та використовує відповідні інструменти державного впливу.

1.2. Особливості проведення зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг

Зовнішня торгівля відіграє вирішальну роль в економічному зростанні країни, а сектор послуг стає все більш важливим у сучасній глобалізованій економіці. Україна, як країна, що розвивається, визнала значущість послуг у своїй зовнішньоторговельній політиці. У цьому есе досліджуються особливості зовнішньоторговельної політики України у сфері послуг, висвітлюються її цілі, стратегії та ключові ініціативи.

Зовнішньоторговельна політика України у сфері послуг надає пріоритет лібералізації торгівлі з метою сприяння безперешкодному потоку послуг через кордон. Щоб досягти цієї мети, уряд запровадив кілька заходів для зменшення перешкод і створення сприятливого середовища для розширення діяльності постачальників послуг на міжнародному рівні.

Однією з ключових ініціатив у зовнішньоторговельній політиці України є спрощення адміністративних процедур. Уряд вжив заходів для оптимізації та спрощення процесів експорту послуг. Це включає в себе зменшення паперової роботи, мінімізацію бюрократичних перешкод і впровадження цифрових платформ для сприяння швидшим і ефективнішим транзакціям. Спрощуючи адміністративні процедури, Україна прагне спростити для постачальників послуг участь у транскордонній торгівлі та вихід на зовнішні ринки.

Ще одним важливим аспектом зовнішньоторговельної політики України є усунення дискримінаційного регулювання. Уряд визнає необхідність створення рівних умов для постачальників послуг, як вітчизняних, так і іноземних. Дискримінаційні норми, які надають перевагу вітчизняним постачальникам послуг перед іноземними конкурентами, поступово скасовуються. Такий недискримінаційний підхід забезпечує чесну конкуренцію та заохочує іноземних постачальників послуг виходити на український ринок, сприяючи інноваціям та покращуючи якість послуг, доступних споживачам.

Прозорість також є ключовим напрямком зовнішньоторговельної політики України у сфері послуг. Уряд прагне сприяти прозорості торговельних процедур, правил і політики. Така прозорість створює певність для постачальників послуг, дозволяючи їм приймати обґрунтовані рішення та ефективно планувати свою міжнародну діяльність. Надаючи чітку та доступну інформацію, Україна прагне залучити іноземних інвесторів і зміцнити довіру з міжнародними партнерами, зрештою покращуючи потік послуг через кордон.

Крім того, Україна визнає важливість створення міцної правової бази для захисту прав та інтересів постачальників послуг. Уряд запровадив заходи для посилення захисту інтелектуальної власності, що має вирішальне значення в секторі послуг, де активи інтелектуальної власності часто відіграють значну роль. Потужна нормативно-правова база та ефективне забезпечення дотримання прав інтелектуальної власності заохочують інновації, залучають іноземні інвестиції та створюють сприятливе середовище для торгівлі послугами.

Підсумовуючи, зовнішньоторговельна політика України у сфері послуг зосереджена на лібералізації торгівлі, зменшенні бар'єрів та сприянні прозорості. Спрощуючи адміністративні процедури, скасовуючи дискримінаційні правила та підвищуючи прозорість, Україна створює сприятливе середовище для розширення діяльності постачальників послуг на міжнародному рівні. Ці ініціативи спрямовані на залучення іноземних інвестицій, заохочення інновацій та підвищення конкурентоспроможності сектору послуг, що зрештою сприятиме загальному економічному зростанню України.

Доступ до ринку та недискримінація є ключовими складовими зовнішньоторговельної політики України у сфері послуг. Уряд приділяє значну увагу забезпеченню доступу українських постачальників послуг на ринок іноземних держав, одночасно забезпечуючи недискримінаційне ставлення до іноземних постачальників послуг на внутрішньому ринку. Цей

підхід спрямований на сприяння чесній конкуренції, підвищення ефективності та сприяння взаємовигідним торговим відносинам.

Щоб забезпечити українським постачальникам послуг доступ до ринку за кордоном, Україна активно бере участь у двосторонніх та багатосторонніх переговорах зі своїми торговими партнерами. За допомогою цих переговорів уряд прагне отримати вигідні умови, які сприятимуть виходу та діяльності українських постачальників послуг на зовнішніх ринках. Це включає пошуки зменшення бар'єрів, сприятливого регулювання та покращення умов входу на ринок. Прагнучи отримати доступ до ринку, Україна прагне створити можливості для своїх експортерів послуг для розширення їх охоплення, доступу до нових клієнтів і сприяння економічному зростанню.

Водночас Україна зобов'язується забезпечити недискримінаційне ставлення до іноземних постачальників послуг на внутрішньому ринку. Це означає, що іноземним постачальникам послуг надається такий самий режим, як і вітчизняним постачальникам послуг щодо нормативних актів, ліцензійних вимог, доступу до державних контрактів та інших відповідних сфер. Пропагуючи недискримінацію, Україна створює рівні умови для вітчизняних та іноземних постачальників послуг, сприяючи чесній конкуренції та заохочуючи іноземні інвестиції. Такий підхід підвищує загальну ефективність і конкурентоспроможність сектора послуг, приносячи користь споживачам і стимулюючи економічне зростання.

Прихильність України до недискримінації відображається в її приєднанні до міжнародних угод і зобов'язань, наприклад у рамках Світової організації торгівлі (СОТ). Дотримуючись принципів недискримінації, Україна прагне залучити на свій ринок іноземних постачальників послуг, що, у свою чергу, сприяє інноваціям, знанням.

Для сприяння експорту послуг Україна запровадила низку механізмів підтримки, спрямованих на допомогу постачальникам послуг у розширенні їх міжнародної присутності. Ці ініціативи спрямовані на підвищення їхньої конкурентоспроможності, надання фінансових стимулів і надання цінних

можливостей для спілкування. Уряд тісно співпрацює з галузевими асоціаціями та агентствами сприяння торгівлі для визначення цільових ринків, організації торгових місій та участі в міжнародних торгових ярмарках.

1. Фінансові стимули: Україна надає фінансові стимули для підтримки експорту послуг. Вони можуть включати гранти, субсидії або позики під низькі відсотки, щоб допомогти постачальникам послуг покрити витрати, пов'язані з виходом на ринок, рекламну діяльність або інвестиції в інфраструктуру та технології. Ці стимули допомагають зменшити фінансовий тягар і спонукають постачальників послуг до вивчення нових ринків.

2. Програми сприяння експорту: Уряд України запровадив програми сприяння експорту, спеціально розроблені для сфери послуг. Ці програми забезпечують керівництво, навчання та ресурси для постачальників послуг, зацікавлених у розширенні своїх експортних можливостей. Вони пропонують допомогу в дослідженні ринку, адаптації продукту, стратегіях виходу на ринок і експортній документації. Програми сприяння експорту спрямовані на те, щоб надати постачальникам послуг необхідні знання та навички, щоб успішно орієнтуватися на міжнародних ринках.

3. Ініціативи з розбудови потенціалу: Україна визнає важливість нарощування потенціалу постачальників послуг для ефективної конкуренції на світовому ринку. Уряд підтримує різні ініціативи з розбудови потенціалу, такі як навчальні програми, семінари та семінари. Ці ініціативи спрямовані на вдосконалення навичок, знань і професіоналізму в секторі послуг. Програми нарощування потенціалу можуть охоплювати такі сфери, як маркетингові стратегії, обслуговування клієнтів, управління якістю та технологічні досягнення, що стосуються сфери послуг.

4. Співпраця з галузевими асоціаціями та агентствами сприяння торгівлі: Уряд тісно співпрацює з галузевими асоціаціями та агентствами сприяння торгівлі, щоб використовувати їх досвід і ресурси. Ці організації відіграють вирішальну роль у визначенні ринкових можливостей, наданні

інформації про ринок і підключенні постачальників послуг до потенційних клієнтів і партнерів за кордоном. Вони також сприяють участі в міжнародних ярмарках і виставках, де українські постачальники послуг можуть продемонструвати свої можливості та встановити цінні ділові зв'язки.

Запроваджуючи ці механізми підтримки, Україна прагне підвищити готовність до експорту та конкурентоспроможність своїх постачальників послуг. Ці ініціативи не лише допомагають постачальникам послуг отримати доступ до нових ринків, а й допомагають підвищити загальний авторитет українського сектора послуг на міжнародній арені. Завдяки співпраці, нарощуванню потенціалу та фінансовим стимулам Україна створює сприятливе середовище, яке дає можливість постачальникам послуг ефективно просувати та експортувати свої послуги, сприяючи економічному зростанню та створенню робочих місць.

Підвищення кваліфікації та навчання є ключовими пріоритетами зовнішньоторговельної політики України, зокрема у сфері послуг. Уряд визнає важливість кваліфікованих фахівців для підвищення конкурентоспроможності галузі та залучення іноземних інвесторів і клієнтів. Для досягнення цих цілей Україна інвестує в навчальні заклади та центри професійної підготовки, зосереджуючись на покращенні якості освіти, пов'язаної з наданням послуг, і вихованні кваліфікованої робочої сили.

1. Інвестиції в навчальні заклади: український уряд виділяє ресурси для покращення якості та актуальності освіти у сфері послуг. Сюди входить фінансування університетів, коледжів і центрів професійної підготовки, які пропонують програми, пов'язані зі сферами послуг. Інвестуючи в навчальні заклади, Україна прагне озброїти студентів необхідними знаннями, навичками та кваліфікацією, яких вимагає сфера послуг.

2. Розробка навчальної програми: Уряд тісно співпрацює з навчальними закладами, щоб розробити та оновити зміст навчальної програми, яка відповідає потребам сфери послуг. Це включає в себе включення практичної підготовки, тематичних досліджень та галузевих

знань до навчальної програми. Мета полягає в тому, щоб забезпечити, щоб випускники володіли необхідними компетенціями та були краще підготовлені до роботи у сфері послуг.

3. Центри професійно-технічного навчання: Україна приділяє особливу увагу центрам професійно-технічного навчання, які забезпечують спеціалізовану підготовку професій, пов'язаних із обслуговуванням. Ці центри пропонують програми та курси, які зосереджені на конкретних навичках, необхідних для індустрії послуг, таких як обслуговування клієнтів, менеджмент гостинності, ІТ-навички, знання мови та інші відповідні сфери. Центри професійної підготовки допомагають подолати розрив між освітою та промисловими потребами, виробляючи кваліфікованих спеціалістів, які легко працевлаштовуються у сфері послуг.

4. Співпраця промисловості та академічних кіл: Уряд заохочує співпрацю між навчальними закладами та зацікавленими сторонами галузі. Ця співпраця сприяє обміну знаннями, стажуванням, навчанню та галузевим проектам, що дозволяє студентам отримати практичний досвід і познайомитися з реальними практиками індустрії послуг. Партнерство між галуззю та науковими установами допомагає узгодити освіту та навчання з потребами галузі, гарантуючи, що випускники добре підготовлені до працевлаштування та володіють навичками, яких вимагає ринок.

5. Навчання впродовж життя та безперервна освіта: Україна визнає важливість навчання впродовж життя та безперервної освіти у сфері послуг. Уряд підтримує ініціативи, які надають можливість професіоналам, які вже працюють у галузі, вдосконалювати свої навички та знання. Це може включати воркшопи, семінари, онлайн-курси та програми професійного розвитку, адаптовані до конкретних потреб спеціалістів у сфері послуг.

Зосереджуючись на програмах підвищення кваліфікації та навчання, Україна прагне підвищити конкурентоспроможність свого сектора послуг. Кваліфікована робоча сила не лише залучає іноземні інвестиції та клієнтів, але й сприяє загальному зростанню та розвитку сектора. Завдяки інвестиціям

у навчальні заклади, розробку навчальних програм, центри професійної підготовки, співпрацю між галуззю та науковими установами та можливості навчання протягом усього життя Україна гарантує, що її сфера послуг має необхідний людський капітал, щоб досягти успіху на світовому ринку.

Україна визнає важливість міцної нормативно-правової бази та ефективного захисту інтелектуальної власності (ІВ) у своїй зовнішньоторговельній політиці, особливо у сфері послуг. Уряд розуміє, що сприятливе регуляторне середовище та надійний захист інтелектуальної власності є ключовими факторами залучення іноземних інвестицій та сприяння розвитку сфери послуг.

1. Узгодження з міжнародними стандартами: Україна прагне привести свої національні нормативні акти у відповідність з міжнародними стандартами, нормами та найкращою практикою. Це гарантує, що нормативна база, яка регулює сектор послуг, є прозорою, передбачуваною та послідовною, зменшуючи невизначеність як для вітчизняних, так і для іноземних постачальників послуг. Узгодження з міжнародними стандартами також сприяє транскордонній торгівлі, оскільки дає змогу легше дотримуватись нормативних актів і заохочує іноземні компанії інвестувати в сектор послуг України.

2. Прозорість та передбачуваність: Україна наголошує на важливості прозорості та передбачуваності у своїй нормативній базі для послуг. Уряд працює над наданням чіткої та доступної інформації про правила, процедури та вимоги, що стосуються сфери послуг. Прозорі та передбачувані правила допомагають постачальникам послуг розуміти та дотримуватися правил, зменшуючи адміністративне навантаження та сприяючи більш плавній транскордонній транзакції.

3. Захист прав інтелектуальної власності: Посилення захисту прав інтелектуальної власності (ПІВ) є важливою складовою зовнішньоторговельної політики України. Уряд визнає, що надійний захист прав інтелектуальної власності сприяє інноваціям, креативності та розробці

цінних пропозицій послуг. Україна зробила кроки для вдосконалення правової бази щодо прав інтелектуальної власності, узгодивши її з міжнародними стандартами та зобов'язаннями. Це включає ефективні механізми забезпечення дотримання, чіткі процедури реєстрації та захисту активів інтелектуальної власності та створення спеціалізованих судів у сфері інтелектуальної власності. Посилений захист прав інтелектуальної власності заохочує іноземні компанії брати участь у транскордонній торгівлі послугами, оскільки вони можуть бути впевнені, що їхня інтелектуальна власність буде захищена.

4. Протидія порушенням прав інтелектуальної власності: Україна віддана боротьбі з порушеннями прав інтелектуальної власності та піратством. Уряд вжив заходів для вирішення проблеми, таких як посилення правоохоронних органів, проведення інформаційних кампаній та посилення співпраці з міжнародними організаціями. Ці зусилля допомагають захистити права постачальників послуг і сприяти створенню справедливого та конкурентного середовища в секторі послуг.

Зосереджуючись на міцній нормативно-правовій базі та ефективному захисті ІВ, Україна прагне створити середовище, яке сприятиме іноземним інвестиціям і зростанню сфери послуг. Приведення національного законодавства у відповідність з міжнародними стандартами, забезпечення прозорості та передбачуваності, а також посилення захисту прав інтелектуальної власності сприяють розвитку інновацій, залученню іноземних постачальників послуг та просуванню транскордонної торгівлі послугами. Ці ініціативи зрештою сприяють загальному розвитку та конкурентоспроможності сфери послуг України.

Зовнішньоторговельна політика України визнає зростаюче значення цифровізації та електронної комерції в секторі послуг. Уряд визнає потенціал цифрових технологій і платформ електронної комерції, які дозволяють українським постачальникам послуг виходити на глобальні

ринки, брати участь у цифровій економіці та стимулювати економічне зростання. Для підтримки цих цілей Україна запровадила декілька заходів:

Україна заохочує впровадження цифрових технологій постачальниками послуг. Уряд підтримує ініціативи, які сприяють цифровізації та використанню інноваційних технологій у наданні послуг. Це включає в себе сприяння використанню онлайн-платформ, хмарних обчислень, мобільних додатків та інших цифрових інструментів для підвищення ефективності та результативності надання послуг.

Україна визнає важливість електронної комерції як засобу сприяння транскордонній торгівлі послугами. Уряд підтримує розвиток платформ та інфраструктури електронної комерції, що полегшує українським постачальникам послуг створення онлайн-присутності та залучення до міжнародної електронної комерції. Це включає надання підтримки та ресурсів для розробки безпечних платіжних систем, логістичних мереж та іншої важливої інфраструктури електронної комерції.

Зовнішньоторговельна політика України сприяє транскордонним потокам даних, оскільки дані відіграють вирішальну роль у секторах цифрових послуг та електронної комерції. Уряд визнає важливість забезпечення передачі даних через кордони, що важливо для постачальників послуг, щоб охопити глобальних клієнтів і співпрацювати з міжнародними партнерами. Спрощуючи транскордонні потоки даних, Україна заохочує інновації, покращує доступ до ринку та сприяє зростанню цифрових послуг та електронної комерції.

Сприяючи транскордонним потокам даних, Україна також приділяє велике значення конфіденційності та безпеці даних. Уряд забезпечує наявність належної правової та нормативної бази для захисту конфіденційності та безпеки особистих і ділових даних. Це включає дотримання міжнародних стандартів захисту даних, впровадження механізмів сповіщення про порушення даних, а також розвиток культури захисту даних і відповідального поводження з ними.

Україна визнає необхідність підвищення цифрових навичок та обізнаності постачальників послуг. Уряд інвестує в ініціативи з розбудови потенціалу та освітні програми, щоб надати постачальникам послуг необхідні знання та навички для ефективного використання цифрових технологій та участі в електронній комерції. Це включає навчальні програми, семінари та інформаційні кампанії, які сприяють цифровій грамотності, кібербезпеці та найкращим практикам надання цифрових послуг.

Віддаючи пріоритет цифровізації та електронній комерції, зовнішньоторговельна політика України спрямована на використання потенціалу цифрових технологій та онлайн-платформ у секторі послуг. Ці заходи дозволяють українським постачальникам послуг виходити на глобальні ринки, розширювати свою клієнтську базу та брати участь у цифровій економіці. Підтримка урядом цифрових технологій, платформ електронної комерції, транскордонних потоків даних, конфіденційності даних і нарощування потенціалу створює сприятливе середовище для розвитку цифрових послуг і електронної комерції в Україні.

Висновки до першого розділу

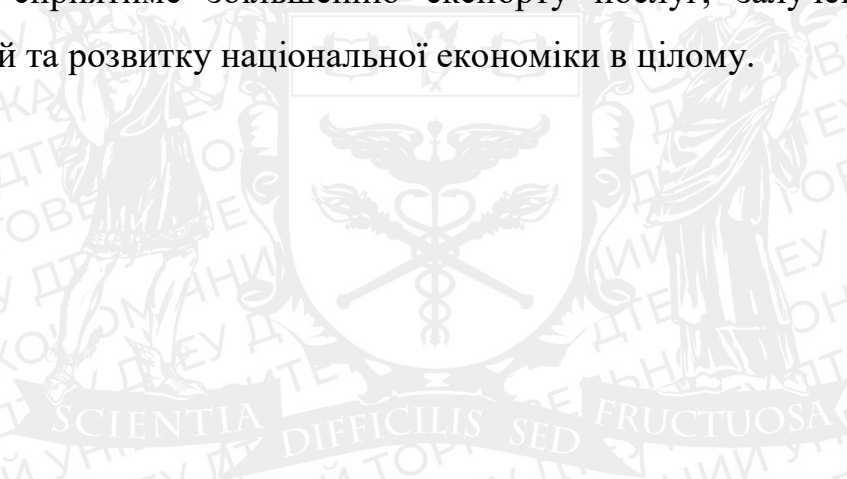
Зовнішньоторговельна політика України на ринках послуг має велике значення для розвитку національної економіки. Послуговий сектор стає все важливішим в глобальній економіці, тому активне впровадження та розвиток політики щодо послуг є необхідністю.

Ефективна зовнішньоторговельна політика в сфері послуг передбачає комплексний підхід та використання теоретико-методологічних інструментів. Це включає аналіз ринку, визначення конкурентних переваг, розробку стратегій просування та захисту інтересів національних компаній.

Політика України на ринках послуг повинна базуватися на принципах відкритості, взаємовигідності та регулювання. Для цього необхідно розробляти та укладати міжнародні угоди, сприяти легалізації та захисту інтелектуальної власності, а також створювати сприятливу бізнес-середу для національних та зарубіжних інвесторів.

Важливим аспектом зовнішньоторговельної політики в сфері послуг є сприяння експорту послуг та залучення іноземних інвестицій. Для цього необхідно проводити маркетингові дослідження, просувати українські послуги на міжнародних виставках та заходах, а також створювати сприятливі умови для зарубіжних компаній у вигляді податкових пільг чи інших стимулів.

Узагальнюючи, зовнішньоторговельна політика України на ринках послуг має враховувати глобальні тенденції, конкурентні переваги та національні інтереси. Вона повинна базуватися на аналізі ринку, стратегічному плануванні та розвитку людського капіталу. Ефективна політика сприятиме збільшенню експорту послуг, залученню іноземних інвестицій та розвитку національної економіки в цілому.



РОЗДІЛ 2. ВОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ НА РИНКАХ ПОСЛУГ ПІВНІЧНОЇ АФРИКИ.

2.1. Дослідження стану зовнішньоторговельних відносин України у сфері послуг з країнами Північної Африки.

Торгівля послугами України з країнами Північної Африки справді була відносно обмеженою порівняно з іншими регіонами. Хоча торгівля товарами була основною увагою, потенціал торгівлі послугами залишається невикористаним. Це дає Україні можливість розширити експорт послуг і зміцнити торговельні відносини в регіоні.

До складу регіону Північна Африка згідно до класифікатора Статистична класифікація країн світу відносяться наступні країни :Алжир, Єгипет, Західна Сахара, Лівія, Марокко, Судан, Туніс (Таблиця 2.1.)

Таблиця 2.1.

Країни Південної Африки за класифікатором СККС.

Код цифровий	Назва країн и (коротка)	Назва країни (офіційна)	Назва країни (коротка, англійською мовою)
DZ	Алжир	Алжирська Народна Демократична Республіка	Algeria
EG	Єгипет	Арабська Республіка Єгипет	Egypt
EH	Західна Сахара	Західна Сахара	Western Sahara
LY	Лівія	Лівія	Libya
MA	Марокко	Королівство Марокко	Morocco
SD	Судан	Республіка Судан	Sudan
TN	Туніс	Туніська Республіка	Tunisia

Джерело: Держкомстат

Африка є регіоном, який проявляє зростання і має одні з найвищих показників економічного зростання у світі. За даними Світового банку, три африканські країни входять до топ-10 найбільш динамічних економік світу.

Країни Північної Африки є важливими політичними та торговельними партнерами України. Арабська Республіка Єгипет, Алжир вже протягом останніх двадцяти років є важливими торговельно-економічними партнерами для України. Україна може використати потенціал цього регіону для розвитку своєї економіки і розширення географії торгівлі товарами та послугами, особливо замінюючи втрачені ринки Росії ринками країн Африки.

Зовнішня торгівля України з країнами Північної Африки поступово розвивається. Однією з найбільш актуальних проблем для країн даного регіону є саме забезпечення продовольчими товарами, потреба в яких існувала завжди, а нині загострюється як результат швидкого зростання чисельності населення і платоспроможного попиту. При недостатньому внутрішньому виробництві продуктів харчування в країнах Північної Африки продовольча проблема вирішується за рахунок імпорту, масштаби якого досить значні [12]. Україна має досить стійкі відносини з країнами даного регіону у сфері експорту, адже країни Північної Африки в експорті продуктів харчування з України займають третє місце після країн ЄС та Азії.

Товарний експорт до країн даного регіону є важливим не тільки з точки зору отримання валютної виручки але й значного позитивного сальдо. Ринки країн Північної Африки є надзвичайно цікавими для України, оскільки на даних ринках товари українського виробництва є затребуваними та конкурентоспроможними.

Про загальний рівень конкурентоспроможності товарів підприємств України на ринках країн Північної торгівлі свідчать, в першу чергу, показники збалансованості товарного експорту та імпорту во взаємній торгівлі: сальдо торговельного балансу, коефіцієнт покриття імпорту експортом та індек-

сом «чистої торгівлі».

Таблиця 2.2.

Збалансованість зовнішньої торгівлі України товарами з країнами Північної Африки у 2019–2021 роках

рік	Сальдо торговельного балансу (СТБ) млн. дол. США			Коефіцієнт покриття імпорту експортом (К покр.)			Індекс чистої торгівлі (І ч.т.)		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
За групою країн	2678,2	2219,9	2519,7	12,51	12,95	8,99	0,85	0,86	0,80
Єгипет	2141,0	1536,9	1795,5	19,93	20,00	13,04	0,90	0,90	0,86
Марокко	193,60	281,10	358,30	2,93	4,06	3,88	0,49	0,60	0,59
Туніс	343,60	401,90	365,90	19,08	32,16	9,82	0,90	0,94	0,82

Джерело: [18]

Аналізуючи дані табл. 2.2, можна помітити що експорт до країн Північної Африки перевищує імпорт, отже сальдо додатне, а торговельний баланс активний. Спостерігається тенденція до помітного збільшення сальдо торговельного балансу після пандемії 2020 року у Єгипті та Марокко, проте невелике зменшення в Тунісі.

Також можна бачити, що індекс покриття експортом імпорту по даним країнам перевищує 100, отже він має позитивне сальдо. Даний індекс показує, що доходи від експорту покривають витрати на імпорт, а це в свою чергу є досить добре для економіки нашої країни. У порівнянні з іншими торговими партнерами Україна відносно мало імпортує товарів з Північної Африки, в результаті чого коефіцієнт покриття імпорту експортом перевищує аналогічний показник в торгівлі з країнами ЄС чи Азії.

Індекс чистої торгівлі по даним країнам, за досліджуваний період є додатним, що свідчить про суттєве перевищення експорту над імпортом (як вже було зазначено раніше, Україна більше експортує до країн Північної Африки ніж імпортує).

Динамічне зростання експортних можливостей України сприяє розширенню її ринків збуту. Обсяги експортно-імпортних операцій з країнами Північної Африки поступово зростають. Україна зацікавлена у

збільшенні експорту до даних країн, а також імпорту товарів, аналогів яких немає в Україні чи є недостатньо. Товари з України є цілком конкурентними на ринку Північної Африки на якому відсутні обмеження, що існують на інших ринках, наприклад в країнах ЄС.

Характеризуючи порівняльну конкурентоспроможність України у межах двосторонніх торговельних відносин з країнами Північної Африки, варто відмітити що, Україна най-більше експортує в дані країни саме зернові культури тощо, проте імпортує інші товари які зазначені в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Спеціалізація України в торгівлі товарами з країнами Північної Африки у 2021 році

Країни	Вартісний обсяг експорту Млн. дол. США	Вартісний обсяг імпорту Млн. дол. США	Індекс торгової спеціалізації (TSI)
Всього			
Єгипет			
Чорні метали	198,5	3,2	0,97
Електричні машини	1,9	9,4	-0,66
Палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки	6,3	41,3	-0,74
Їстівні плоди та горіхи	0,05	40,1	-1,00
Марокко			
Пластмаси, полімерні матеріали	20,1	1,9	0,83
Електричні машини	6,1	7,6	-0,11
Реактори ядерні, котли, машини	2,4	1,6	0,20
Засоби наземного транспорту крім залізничного	0,03	22,2	-1,00
Туніс			
Вироби з чорних металів	0,7	0,2	0,56
Реактори ядерні, котли, машини	0,2	2,2	-0,83
Електричні машини	0,2	2,3	-0,84
Їстівні плоди та горіхи	0,03	1,4	-0,96

Джерело: [18]

В оцінці конкурентоспроможності українського експорту в країни Північної Африки використаємо показник Індекс торгової спеціалізації TSI (Trade Specialization Index), який характеризує порівняльну конкурентоспроможність країни у межах двосторонніх торговельних відносин. Індекс

торгової спеціалізації є найбільш використовуваним показником при оцінці взаємної порівняльної конкуренто- спроможності виробництва товарів двох країн.

Значення індикатора зосереджені на від- різку від -1 до 1. Про наявність конкурентної переваги, наслідком якої є спеціалізація країни на виробництві та експорті товару, свідчать додатні значення індикатора, що прямують до одиниці по мірі зростання порівняльної переваги.

Стосовно Єгипту, то лише чорні метали мають додатній індекс, інші категорії від'ємні (такі як електричні машини, палива мінеральні та їстівні плоди і горіхи), тобто це означає що Україна більше імпортує дані товари.

Схожа ситуація з Марокко, лише пластмаси та реактори ядерні мають більший експорт, отже індекс додатній, проте імпорт переважає експорт і спостерігається від'ємний індекс торгової спеціалізації: електричних машин та засобів наземного транспорту крім залізничного.

З Тунісом лише вироби з чорних металів мають додатній індекс, інші категорії товарів від'ємні: реактори ядерні, електричні машини, їстівні плоди та горіхи.

Тож як можна бачити, з країн Північної Африки імпортуються електричні машини, засоби наземного транспорту, крім залізничного, реактори ядерні, котли, машини, тощо. Дані групи товарів відносяться до категорії високотехнологічного експорту. Тобто Україна, яка прагне до зміцнення позицій на світовому ринку та включення до числа промислово розвинених країн, зацікавлена у тому, щоб перейти до політики імпортозаміщення за даними групами товарів [12].

Обсяг експорту послуг з України до країн Північної Африки за останні роки помірно зростає. Проте за масштабами вона все ще відстає від інших регіонів. Основні сектори, що сприяють експорту послуг, включають ІТ-послуги, туризм, консалтинг та освіту.

Незважаючи на прогрес, є можливості для подальшого розвитку та розширення експорту послуг до Північної Африки. Регіон, відомий своїм

швидким економічним зростанням і відносно неосвоєними ринками, відкриває перспективи для українських постачальників послуг.

Загальне уявлення про стан торгівлі послугами України з країнами Північної Африки можна побачити в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4.

Обсяги зовнішньої торгівлі України послугами з країнами Північної Африки у 2021 р.

	Експорт/ Exports		Імпорт/Imports		Сальдо
	тис.дол. США	у % до 2020	тис.дол. США	у % до 2020	
Алжир	8723,9	70,2	1081,6	69,8	7642,3
Єгипет	183029,5	530,1	169943,0	233,3	13086,5
Лівія	2039,1	238,9	416,7	66,4	1622,5
Марокко	22123,3	107,2	723,6	233,2	21399,6
Судан	839,3	73,1	6,4	32,9	832,9
Туніс	3036,6	152,1	1151,7	429,0	1884,9
Всього	219791,7		173323		46468,7

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

Аналіз збалансованості торгівлі України послугами з країнами Північної Африки протягом 2019-2021рр. наведено в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5.

Збалансованість торгівлі України послугами з країнами Північної Африки протягом 2019-21рр.

	СТБ (млн. дол. США)	К покр. (2019-2021)	І ч.т. (2019-2021)
За групою країн	2678,2	12,51	0,85
Єгипет	2141,0	19,93	0,90
Марокко	193,60	2,93	0,49
Туніс	343,60	19,08	0,90

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

У таблиці наведено дані про баланс торгівлі товарами між Україною та країнами Північної Африки (Єгипет, Марокко, Туніс) за 2019, 2020 та 2021 роки. СТБ (Сальдо торговельного балансу) являє собою профіцит або дефіцит торгового балансу в мільйонах доларів США.

К покр. (Коефіцієнт покриття імпорту експортом) позначає коефіцієнт покриття експортом імпорту, що вказує на можливість покриття імпорту експортом. І ч.т. (Індекс чистої торгівлі) показує індекс чистої торгівлі, який вимірює співвідношення експорту та імпорту.

Дані виявляють такі тенденції:

Торговельний баланс із групою країн Північної Африки скоротився з 2678,2 млн доларів США у 2019 році до 2219,9 млн доларів США у 2020 році, а потім дещо зріс до 2519,7 млн доларів США у 2021 році.

Покриття імпорту експортом залишалось відносно стабільним протягом трьох років і становило від 0,80 до 0,86.

Індекс чистої торгівлі вказує на те, що чистий експорт України до цих країн дещо знизився з 0,85 у 2019 році до 0,80 у 2021 році.

зокрема:

Єгипет мав найбільший торговий дефіцит з Україною з торговим балансом у 2141,0 млн доларів США у 2019 році, який зменшився до 1536,9 млн доларів США у 2020 році, а потім збільшився до 1795,5 млн доларів США у 2021 році.

Марокко продемонструвало постійний дефіцит торгівлі з Україною з торговим балансом у 193,60 млн доларів США, 281,10 млн доларів США та 358,30 млн доларів США у 2019, 2020 та 2021 роках відповідно.

У Тунісі спостерігалися коливання торгового балансу зі значеннями 343,60 млн доларів США, 401,90 млн доларів США та 365,90 млн доларів США у 2019, 2020 та 2021 роках відповідно.

Ці цифри дають загальне уявлення про сальдо торгівлі товарами України з країнами Північної Африки, що відображає динаміку імпорту-експорту та здатність покривати імпорт експортом.

Загальний обсяг торгівлі товарами та послугами між Україною та Єгиптом у 2021 році становив 2,43 млрд дол, причому експорт українських товарів становив 1,95 млрд дол, а послуг – 183 млн дол.

Відповідно до статистичних даних обсяг експорту послуг за період 2000-2001 року наведено в рисунках 2.1, 2.2, 2.3, 2.4.

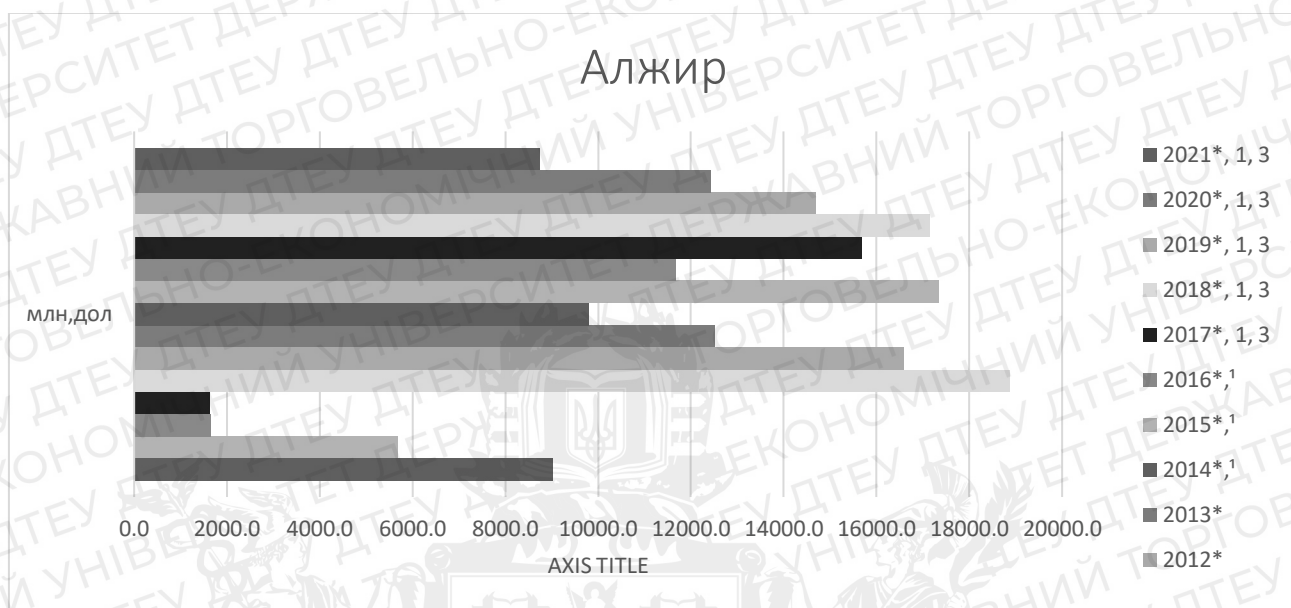


Рис. 2.1. Динаміка експорту послуг України до Алжиру у 2010-2021рр.

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

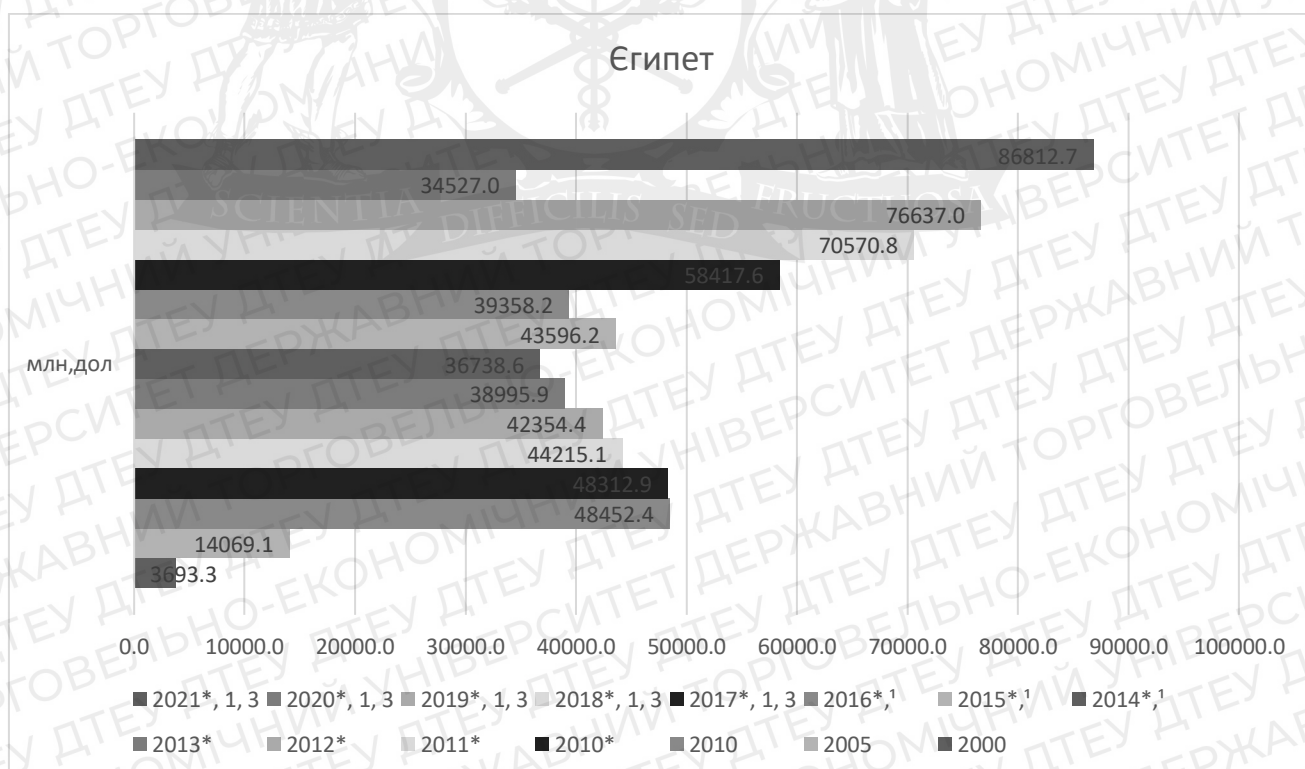


Рис. 2.2. Динаміка експорту послуг України до Єгипту у 2010-2021рр.

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

За даними, торгівля послугами між Україною та Єгиптом показує зростаючу динаміку протягом розглянутого періоду.

Період зростання (2000-2021): У 2000 році обсяг торгівлі послугами становив 3693,3 млн. доларів США, і протягом наступних років спостерігався стійкий ріст. Після суттєвого зростання до 14069,1 млн. доларів США в 2005 році, обсяг продовжив збільшуватися до 76637,0 млн. доларів США в 2020 році. Однак, в 2021 році відбувся спад до 34527,0 млн. доларів США.

Динаміка торгівлі має коливання, що може бути вплинуто різними економічними та політичними факторами. Зауважимо, що наведені дані є загальними показниками і не враховують специфіку окремих секторів та послуг. Додатковий аналіз та вивчення конкретних факторів можуть допомогти зрозуміти причини коливань та розвиток торговельних відносин між Україною та Єгиптом.

Торгівля послугами між Україною та Лівією показує змінну динаміку протягом розглянутого періоду.

Період змінної динаміки (2000-2005): У 2000 році обсяг торгівлі послугами становив 311,6 млн. доларів США, і протягом наступних п'яти років (до 2005 року) він суттєво зростає до 3264,7 млн. доларів США.

Період коливань (2010-2016): В цьому періоді спостерігаються значні коливання у торгівлі послугами. Після досягнення піку у 2654,7 млн. доларів США в 2010 році, обсяг знизився до 702,1 млн. доларів США в 2012 році. Протягом наступних років було певне коливання, з ростом до 1004,2 млн. доларів США в 2013 році, а потім знову зниженням до 703,9 млн. доларів США в 2016 році.

Період зростання (2017-2022): Починаючи з 2017 року, торгівля послугами між Україною та Лівією показує стабільне зростання. Обсяг збільшився з 973,2 млн. доларів США в 2017 році до 4325,8 млн. доларів США в 2020 році, після чого відбувся деякий спад до 853,4 млн. доларів США в 2021 році. Дані за 2022 рік не надані.

Загалом, торгівля послугами між Україною та Лівією відзначається коливаннями та змінною динамікою. Для зрозуміння причин цих коливань може знадобитися додатковий аналіз економічних, політичних та інших факторів, які впливають на торговельні відносини між країнами.

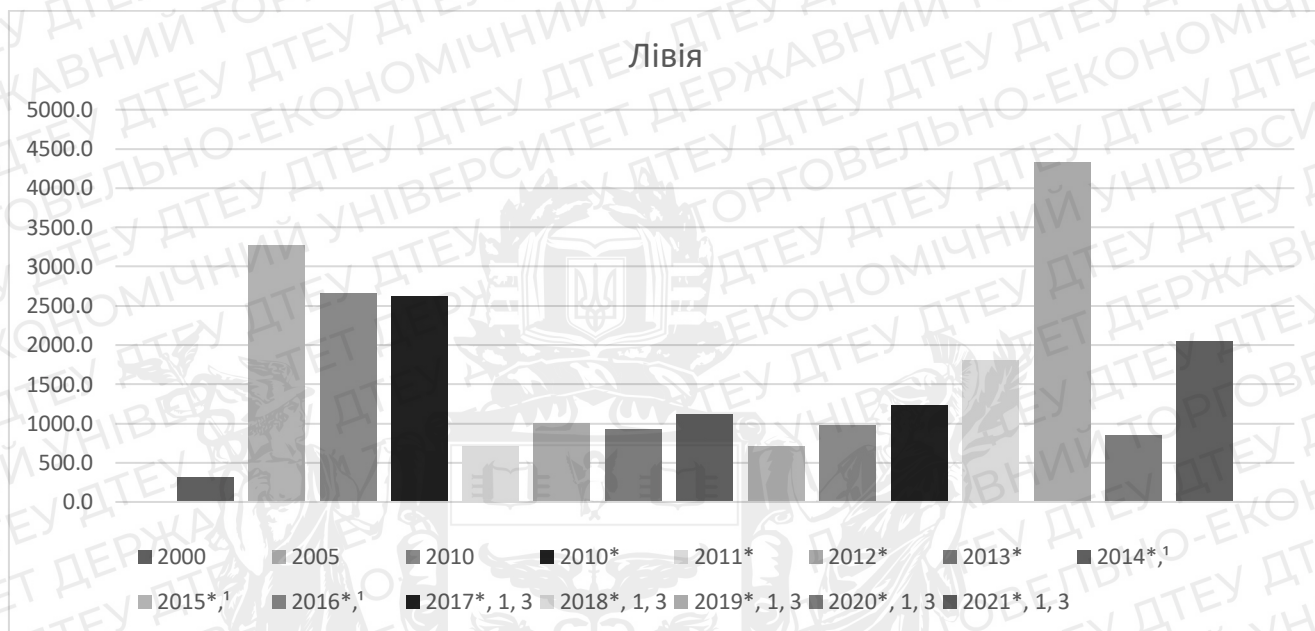


Рис. 2.3. Динаміка експорту послуг України до Лівії у 2010-2021рр.

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

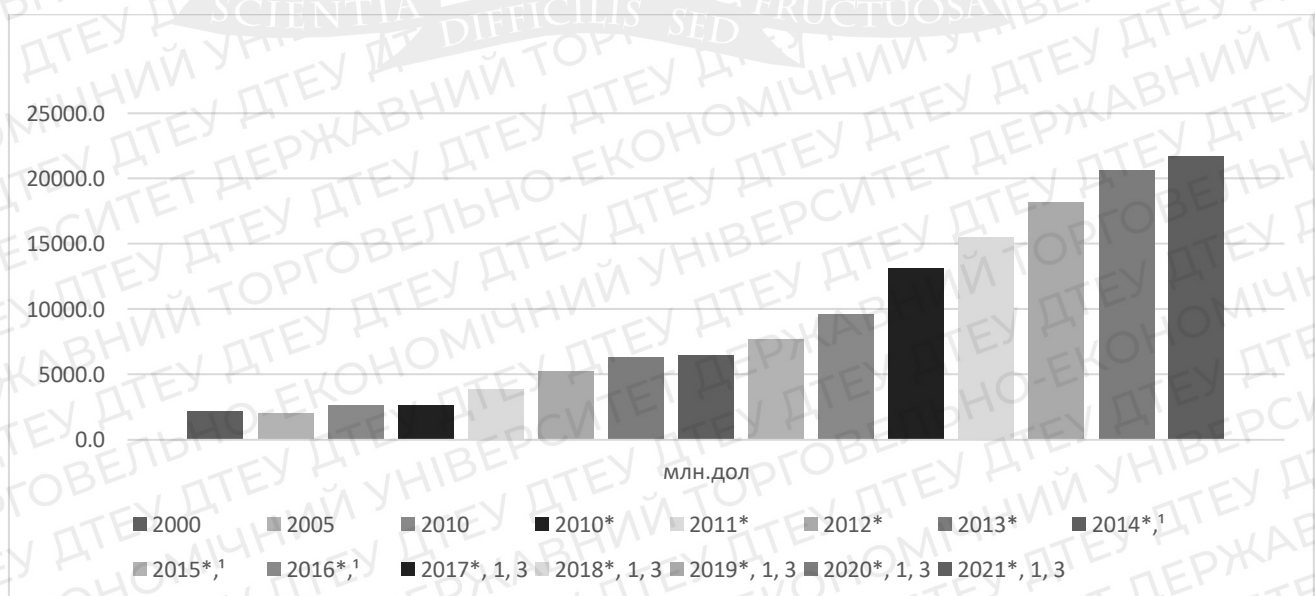


Рис. 2.4. Динаміка експорту послуг України до Марокко у 2010-2021рр.

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

За допомогою цих даних ми можемо проаналізувати динаміку зміни в торгівлі послугами між Україною та Марокко. Давайте переглянемо цю динаміку:

Загальна тенденція: За даними, торгівля послугами між Україною та Марокко показує стабільний ріст протягом розглянутого періоду.

Початок періоду (2000-2005): У 2000 році обсяг торгівлі послугами становив 2187,2 млн. доларів США, і протягом наступних п'яти років (до 2005 року) він зменшився до 2018,4 млн. доларів США.

Період росту (2005-2010): З 2005 року обсяг торгівлі послугами почав зростати, досягнувши 2692,5 млн. доларів США в 2010 році. Це свідчить про позитивну динаміку і збільшення торгівлі послугами між Україною та Марокко.

Період змінної динаміки (2011-2016): В цьому періоді була помітна змінна динаміка торгівлі послугами. У 2011 році обсяг склав 2680,5 млн. доларів США, а в 2012 році стрімко збільшився до 3857,4 млн. доларів США. Після цього спостерігалась подальша зростаюча тенденція до 7674,8 млн. доларів США у 2016 році.

Період інтенсивного зростання (2017-2021): З 2017 року торгівля послугами між Україною та Марокко виявляє вражаючий темп зростання. Обсяг зросло з 9635,7 млн. доларів США в 2017 році до 20632,5 млн. доларів США в 2021 році.

Загалом, дані свідчать про значний ріст торгівлі послугами між Україною та Мароко протягом розглянутого періоду. Це може вказувати на поглиблення економічних зв'язків, зростання співробітництва та підвищення взаємної зацікавленості в обох країнах.

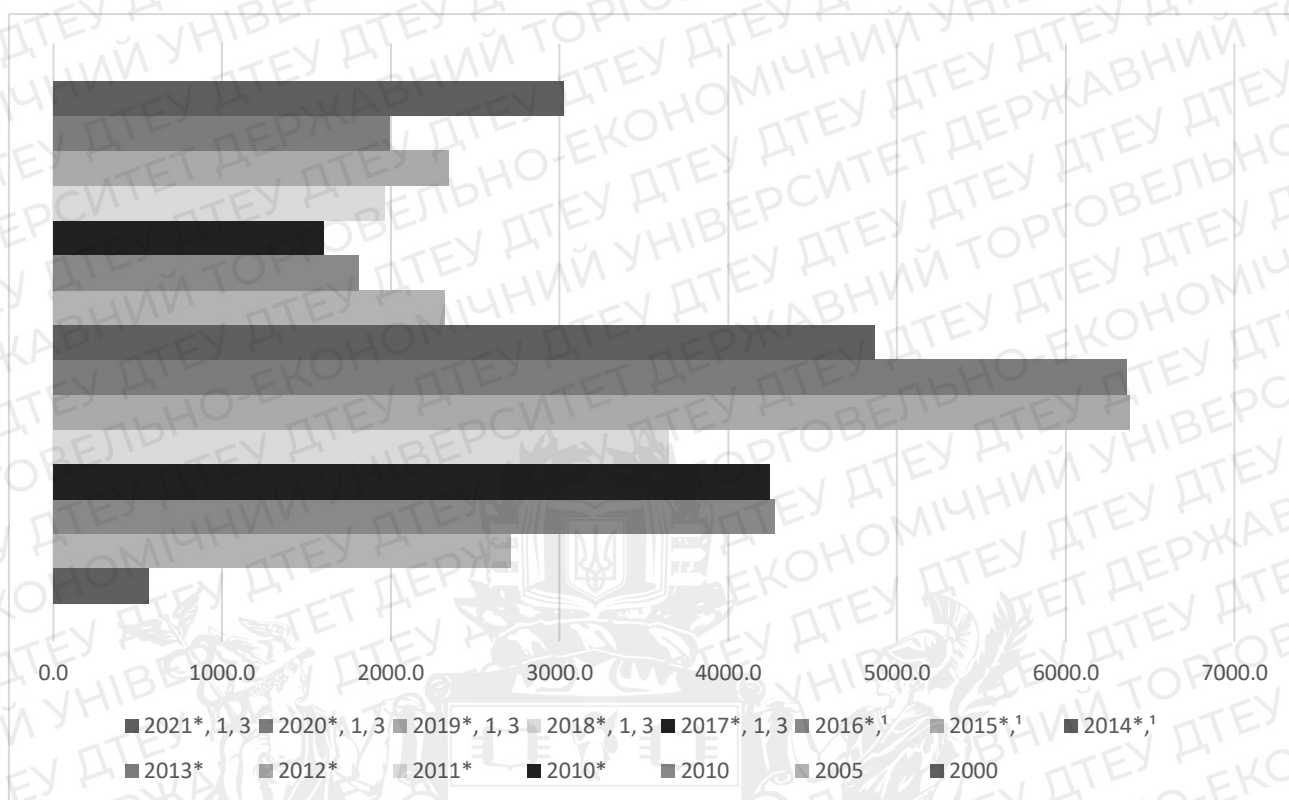


Рис. 2.5. Динаміка експорту послуг України до Тунісу у 2010-2021рр.

Джерело: розраховано автором за даними Держкомстату України.

Початок періоду (2000-2005): У 2000 році обсяг торгівлі послугами становив 567,6 млн. доларів США, і протягом наступних п'яти років (до 2005 року) він суттєво зріс до 2708,6 млн. доларів США.

Період змінної динаміки (2010-2016): В цьому періоді була помітна змінна динаміка торгівлі послугами. Після досягнення піку у 4278,4 млн. доларів США в 2010 році, обсяг зменшився до 3649,1 млн. доларів США в 2012 році. Протягом наступних років було певне коливання, з 2013 року він зросло до 6381,9 млн. доларів США, а потім знову зменшилося до 2324,4 млн. доларів США в 2016 році.

Період зниження (2017-2021): З 2017 року до 2021 року спостерігалось загальне зниження торгівлі послугами між Україною та Тунісом. Обсяг зменшився з 1812,6 млн. доларів США в 2017 році до 1997,0 млн. доларів США в 2021 році.

Загалом, на основі наданих даних можна зробити висновок, що торгівля послугами між Україною та Тунісом показує змінну динаміку

залежно від року. Важливо проаналізувати фактори, які впливають на цю динаміку, такі як економічні умови, політичні зміни та інші фактори, щоб зрозуміти причини коливань та виявити можливості для зміцнення торговельних відносин між Україною та Тунісом в сфері послуг.

2.2. Аналіз та оцінка зовнішньоторговельної політики України в сфері послуг з країнами Північної Африки.

Аналіз та оцінка зовнішньоторговельної політики України у сфері послуг з Північною Африкою:

Зовнішньоторговельна політика України у сфері послуг з країнами Північної Африки за останні роки зазнала значного розвитку. Ось аналіз та оцінка зовнішньоторговельної політики України в цьому контексті:

1. Ринковий потенціал і можливості зростання:

Північна Африка є регіоном зі значним економічним зростанням і невикористаним потенціалом. Це пропонує Україні можливості для розширення експорту послуг і встановлення міцніших торгових відносин. Зростання економіки та збільшення споживчого попиту в країнах Північної Африки створюють сприятливі умови для просування Україною своїх послуг та виходу на нові ринки.

2. Стимулювання торгівлі та доступ до ринку:

Зовнішньоторговельна політика України має віддавати пріоритет діяльності зі сприяння торгівлі та покращенню доступу на ринок послуг. Це передбачає активну участь у ярмарках, виставках і бізнес-конференціях у Північній Африці з метою демонстрації українських послуг і встановлення зв'язків з потенційними клієнтами. Крім того, переговори та впровадження торговельних угод, які усувають бар'єри та сприяють торгівлі послугами, можуть розширити доступ до ринку та створити основу для розширення співпраці.

3. Диверсифікація послуг:

Незважаючи на те, що Україна продемонструвала зростання експорту послуг до Північної Африки, існує потреба в диверсифікації в більш широкому діапазоні секторів. Незважаючи на те, що ІТ-послуги, туризм, консалтинг і освіта є важливими секторами, Україні слід дослідити інші сфери послуг з експортним потенціалом, такі як фінансові послуги, охорона здоров'я, машинобудування та відновлювана енергетика. Диверсифікація зменшить залежність від окремих секторів і розширить сферу експорту послуг.

4. Навички та розвиток потенціалу:

Щоб підвищити конкурентоспроможність українських постачальників послуг, важливо інвестувати в навички та розвиток потенціалу. Це включає в себе надання навчальних програм і можливостей професійного розвитку для окремих осіб і підприємств у сфері послуг. Удосконалюючи навички, знання та досвід, українські постачальники послуг можуть краще відповідати специфічним вимогам ринків Північної Африки та пропонувати високоякісні послуги.

5. Нормативно-правова база та правове забезпечення:

Зовнішньоторговельна політика України має бути зосереджена на створенні сприятливої нормативно-правової бази та правовому забезпеченні торгівлі послугами. Це передбачає оптимізацію правил, спрощення бюрократичних процесів і забезпечення прозорості та чесності торговельних процедур. Чіткі та послідовні правила вселять довіру серед постачальників послуг і сприятимуть безперебійній торгівлі.

6. Розвиток інфраструктури та підключення:

Розвиток інфраструктури та підключення відіграють вирішальну роль у сприянні торгівлі послугами. Україна повинна інвестувати в покращення транспортних мереж, у тому числі повітряного та морського сполучення, щоб покращити доступність та зменшити логістичні бар'єри. Надійна та ефективна транспортна інфраструктура дозволить спростити пересування людей, послуг і товарів між Україною та країнами Північної Африки.

7. Двостороннє співробітництво та партнерство:

Україна має активно шукати двостороннє співробітництво та партнерство з країнами Північної Африки у сфері торгівлі послугами. Це може включати створення спільних підприємств, співпрацю та ініціативи з обміну знаннями. Участь у діалозі та зміцнення відносин із відповідними державними установами, галузевими асоціаціями та місцевими підприємствами допоможе створити сприятливе середовище для торгівлі послугами.

Підсумовуючи, зазначимо, що зовнішньоторговельна політика України у сфері послуг із Північною Африкою досягла прогресу, але ще є можливості для покращення. Зосереджуючись на ринковому потенціалі, сприяттні торгівлі, диверсифікації, розвитку навичок, регуляторній підтримці, зміцненні інфраструктури та двосторонньому співробітництві, Україна може зміцнити свої позиції на ринку послуг Північної Африки. Використання переваг економічного зростання та невикористаних можливостей регіону принесе користь як Україні, так і країнам Північної Африки.

Український національний комітет ІСС є національним відділенням Міжнародної торгової палати, яка є глобальною діловою організацією, що сприяє міжнародній торгівлі та інвестиціям. Комітет є платформою для участі українського бізнесу в міжнародній торгівлі та сприяє розвитку торговельної політики.

Щодо розвитку торгівлі послугами між Україною та країнами Північної Африки Український національний комітет МТП може здійснювати такі заходи:

1. Адвокація та вплив на політику: Комітет може брати активну участь в обговоренні політики та виступати за сприятливу торговельну політику та угоди, які сприяють торгівлі послугами між Україною та країнами Північної Африки. Вони можуть співпрацювати з урядовцями, торговельними організаціями та іншими зацікавленими сторонами для просування інтересів українського бізнесу в секторі послуг.

2. Обмін інформацією та створення мереж: Комітет може організувати конференції, семінари та бізнес-форуми для надання інформації про можливості торгівлі у сфері послуг між Україною та країнами Північної Африки. Ці заходи можуть сприяти налагодженню контактів між українським та північноафриканським бізнесом, розвитку партнерства та співпраці.

3. Торговельні місії та ділові контакти: Комітет може організувати торговельні місії до країн Північної Африки, що дозволяє українським компаніям у секторі послуг досліджувати потенційні можливості для бізнесу, зустрічатися з місцевими партнерами та налагоджувати ділові контакти. Також можна організувати ділові зустрічі, щоб зв'язати українських постачальників послуг із потенційними клієнтами в Північній Африці.

4. Розбудова потенціалу та навчання: Комітет може запропонувати навчальні програми, семінари та тренінги для покращення навичок та знань українських підприємств у сфері послуг, озброївши їх необхідними інструментами для участі в міжнародній торгівлі з країнами Північної Африки. Це може включати навчання стратегіям виходу на ринок, культурне розуміння та дотримання правил міжнародної торгівлі.

5. Дослідження та аналіз ринку: Комітет може проводити дослідження та аналіз сектору послуг у країнах Північної Африки, надаючи цінну інформацію та аналіз ринку українським підприємствам. Ця інформація може допомогти українським компаніям визначити ринкові можливості, зрозуміти вподобання споживачів і пристосувати свої послуги до конкретних потреб ринків Північної Африки.

Важливо зазначити, що конкретні заходи та ініціативи Українського Національного Комітету ІСС можуть відрізнятися залежно від їхніх пріоритетів, наявних ресурсів та розвитку торгівлі між Україною та країнами Північної Африки.

2.3. Обґрунтування заходів підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

Для підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України з країнами Північної Африки у сфері послуг можна розглянути декілька заходів:

Дослідження та аналіз ринку. Проведення всебічного дослідження ринку та аналізу сфери послуг у країнах Північної Африки має вирішальне значення. Це включає визначення ринкових тенденцій, уподобань споживачів і попиту на конкретні послуги. Такі дослідження дозволять українському бізнесу узгодити свої пропозиції з потребами ринку Північної Африки.

Дослідження та аналіз ринку відіграють важливу роль у підвищенні ефективності зовнішньоторговельної політики України з країнами Північної Африки у сфері послуг. Ось кілька основних причин, чому дослідження ринку є вирішальним:

1. Розуміння динаміки ринку. Дослідження ринку допомагає українським підприємствам отримати повне розуміння сфери послуг у країнах Північної Африки. Він надає інформацію про розмір ринку, потенціал зростання та ключових гравців галузі. Це розуміння дозволяє підприємствам приймати обґрунтовані рішення та розробляти цілеспрямовані стратегії для ефективного проникнення на ринок.

2. Визначення ринкових тенденцій. Аналізуючи ринкові тенденції, українські підприємства можуть залишатися на випередженні та визначати нові можливості в північноафриканському секторі послуг. Це включає визначення нових категорій послуг або варіантів існуючих послуг, які користуються попитом. Узгодивши свої пропозиції з цими тенденціями, компанії можуть позиціонувати себе як інноваційні та актуальні на ринку.

3. Оцінка споживчих уподобань. Дослідження ринку допомагає зрозуміти вподобання, потреби та очікування споживачів у країнах Північної Африки. Він дає уявлення про такі фактори, як ціна, якість, обслуговування

клієнтів і культурні особливості, які впливають на прийняття споживачем рішень. Українські підприємства можуть використовувати цю інформацію, щоб адаптувати свої послуги відповідно до конкретних переваг цільового ринку.

4. Оцінка конкурентів: завдяки дослідженню ринку українські підприємства можуть отримати уявлення про конкурентне середовище в країнах Північної Африки. Це включає визначення прямих і непрямих конкурентів, їхніх сильних і слабких сторін, а також позиціонування на ринку. Розуміючи конкурентне середовище, підприємства можуть розробляти стратегії, щоб виділитися та отримати конкурентну перевагу.

5. Оцінка ринкового попиту: дослідження ринку допомагає оцінити попит на певні послуги в країнах Північної Африки. Розуміючи існуючу динаміку попиту та пропозиції, підприємства можуть визначити прогалини на ринку, де їхні послуги можуть задовольнити потреби. Це дозволяє їм зосередити свої зусилля на сферах з високим потенціалом зростання та сприятливими ринковими умовами.

6. Зменшення ризиків. Дослідження ринку допомагають українським підприємствам визначити потенційні ризики та проблеми під час виходу на ринок Північної Африки. Це включає нормативні вимоги, юридичні міркування, культурні бар'єри та політичну стабільність. Розуміючи ці ризики заздалегідь, підприємства можуть розробляти стратегії зменшення ризиків і приймати обґрунтовані рішення, щоб мінімізувати потенційні перешкоди.

Загалом комплексне дослідження та аналіз ринку дають українським підприємствам цінну інформацію про сектор послуг Північної Африки. Ця інформація дозволяє їм узгоджувати свої пропозиції, розробляти цілеспрямовані маркетингові стратегії та приймати обґрунтовані рішення, щоб максимізувати свої шанси на успіх на ринку.

Сприяння торгівлі та створення мереж: активне просування українських послуг через ярмарки, ділові виставки та мережеві заходи в

країнах Північної Африки може допомогти підвищити обізнаність і зацікавити потенційних клієнтів і партнерів. Цьому може сприяти співпраця з організаціями сприяння торгівлі та бізнес-асоціаціями як в Україні, так і в Північній Африці.

Політичний діалог і двосторонні угоди: Участь у політичному діалозі з урядами Північної Африки для усунення торговельних бар'єрів і укладання сприятливих торгових угод може покращити доступ на ринок для українських постачальників послуг. Зміцнення дипломатичних та економічних зв'язків з країнами Північної Африки через двосторонні угоди може створити сприятливіше середовище для торгівлі та інвестицій.

Розбудова потенціалу та навчання: Забезпечення цільових програм розвитку потенціалу та навчання українських постачальників послуг може підвищити їхню конкурентоспроможність і здатність відповідати міжнародним стандартам і вимогам. Це включає в себе навчання з управління якістю, сертифікації, відповідності нормам і передового досвіду надання послуг.

Фінансування та страхування експорту: Полегшення доступу до фінансування експорту та схем страхування, спеціально розроблених для сфери послуг, може допомогти зменшити ризики та надати фінансову підтримку українським підприємствам у їхній торгівлі з країнами Північної Африки. Для розробки спеціалізованих фінансових рішень можна розглянути можливість співпраці з фінансовими установами та експортно-кредитними агентствами.

Культурне розуміння та локалізація. Розвиток глибокого розуміння культурних, соціальних та ділових звичаїв у країнах Північної Африки є важливим для успішного виходу на ринок. Українські підприємства повинні адаптувати свої послуги до місцевих уподобань і норм, забезпечуючи їх культурну чутливість і адаптацію до потреб цільового ринку.

Цифровізація та електронна комерція: використання цифрових технологій і використання платформ електронної комерції може значно

підвищити охоплення та ефективність українських постачальників послуг на ринках Північної Африки. Створення зручних онлайн-платформ, інвестиції в стратегії цифрового маркетингу та створення безпечних систем онлайн-платежів можуть сприяти торгівлі послугами.

Державно-приватне партнерство: співпраця між урядовими установами, галузевими асоціаціями та організаціями приватного сектора може сприяти скоординованому та ефективному підходу до сприяння торгівлі. Державно-приватне партнерство може об'єднувати ресурси, ділитися досвідом та спільно реалізовувати ініціативи для покращення торгових відносин України з країнами Північної Африки у сфері послуг.

Важливо, щоб зовнішньоторговельна політика України була динамічною, адаптивною та чутливою до змін ринкових умов і тенденцій. Слід проводити регулярну оцінку та моніторинг ефективності впроваджених заходів для внесення необхідних коригувань та покращень.

Для повного використання потенціалу експорту послуг до Північної Африки Україні вкрай важливо активно просувати свої послуги, налагоджувати ділові зв'язки та зміцнювати дипломатичні та економічні зв'язки з країнами регіону. Це може включати участь у торгових ярмарках, бізнес-конференціях і двосторонніх угодах для сприяння торгівлі та інвестиціям.

Крім того, покращення транспортної та логістичної інфраструктури, а також усунення регуляторних бар'єрів і торговельних обмежень можуть полегшити ведення бізнесу та полегшити потік послуг між Україною та країнами Північної Африки.

Підсумовуючи, хоча обсяг послуг, які Україна експортує до Північної Африки, відносно невеликий порівняно з іншими регіонами, існують перспективні сектори для подальшого зростання. Використовуючи свої переваги в ІТ-послугах, туризмі, консалтингу та освіті, Україна може розширити експорт послуг до країн Північної Африки та налагодити взаємовигідні торговельні відносини.

Висновки до 2-го розділу.

Надані дані відображають динаміку зміни в торгівлі послугами між Україною та різними країнами Північної Африки протягом певного періоду часу. Загальний аналіз цих даних дозволяє зробити наступні висновки:

1. Зростаюча тенденція: В цілому, у багатьох випадках, можна спостерігати зростаючу динаміку в торгівлі послугами між Україною та країнами Північної Африки протягом розглянутого періоду. Це свідчить про потенціал та можливості для подальшого розвитку торговельних відносин у сфері послуг.

2. Різноманітність динаміки: У різних країнах Північної Африки можуть спостерігатися різні тенденції та коливання в торгівлі послугами з Україною. Деякі країни можуть мати стійкий ріст, тоді як інші можуть зазнавати змін у обсягах торгівлі з року в рік

3. Економічні та політичні фактори: Зміна обсягів торгівлі послугами може бути вплинута різними факторами, такими як економічний стан країн, політична стабільність, торговельні угоди та інші міжнародні фактори.

4. Потенціал розвитку: Деякі країни Північної Африки, такі як Єгипет, Марокко та Туніс, мають значний потенціал для розвитку торгівлі послугами з Україною. Це може бути сприятливим фактором для українських підприємств, які бажають розширити свою присутність на ринках Північної Африки.

Враховуючи ці висновки, Україна може вживати заходів для посилення своєї зовнішньої торгівлі в сфері послуг з країнами Північної Африки. Такі заходи можуть включати збільшення інвестицій у розвиток інфраструктури, проведення маркетингових досліджень та аналізу ринків, підтримку українських підприємств у входженні на ринки Північної Африки, а також створення сприятливого регуляторного середовища для розвитку послугового сектору.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, зовнішньоторговельна політика України на ринках послуг Північної Африки представляє як можливості, так і виклики. Незважаючи на те, що в останні роки спостерігається деяке зростання експорту послуг до країн Північної Африки, обсяг залишається відносно невеликим порівняно з іншими регіонами. Однак існує невикористаний потенціал для розширення своєї присутності та встановлення міцніших торгових відносин у цьому регіоні.

Основними секторами експорту послуг з України до Північної Африки є ІТ-послуги, туризм, консалтинг та освіта. Ці сектори відповідають зростаючим економікам і зростаючому споживчому попиту в країнах Північної Африки, створюючи сприятливі умови для українських компаній для просування своїх послуг і виходу на нові ринки.

Для підвищення ефективності зовнішньоторговельної політики України у сфері послуг з країнами Північної Африки можна розглянути декілька заходів. Це включає проведення всебічного дослідження та аналізу ринку для виявлення ринкових тенденцій і споживчих уподобань, узгодження українських пропозицій з потребами північноафриканського ринку та сприяння зміцненню торгових відносин через двосторонні угоди та співпрацю.

Крім того, активна участь у міжнародних організаціях, таких як Український національний комітет Міжнародної торгової палати, може надати цінні можливості для налагодження контактів, обміну знаннями та адвокації розвитку торгівлі послугами між Україною та країнами Північної Африки.

Загалом, стратегічно використовуючи ринковий потенціал, проводячи ретельні дослідження та впроваджуючи цілеспрямовані заходи, Україна може посилити свою зовнішньоторговельну політику на ринках послуг Північної Африки та позиціонувати себе як конкурентоспроможного гравця в економіках регіону, що розвиваються.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Антонюк П. О., Антонюк О. П., Ступницька Т. М., Баранюк Х. О. Аналіз сучасного стану торгівлі України і країн Африки агропродовольчими товарами. *Економіка харчової промисловості* 2019 Т. 11. С. 3–12. DOI: <https://doi.org/10.15673/fie.v11i2.1388>.
2. Біда М. Б. Неоднорідний вплив міжнародної торгівлі на економічне зростання регіонів світу. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/12/dis_Bida.pdf.
3. Богородицька Г. Є. Проблеми та перспективи зовнішньоекономічних відносин України та країн Африки. URL: <https://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/1010/979>.
4. Duginets, G., Omran, H. Z. (2022) Assessment of the effectiveness of Ukraine's foreign trade policy with the Middle East and Africa countries. *Access to science, business, innovation in digital economy*, ACCESS Press, 3(2): 147–158. DOI: [https://doi.org/10.46656/access.2022.3.2\(5\)](https://doi.org/10.46656/access.2022.3.2(5)).
5. Vlasenko L. Complementarity of Trade between Ukraine and the People's Republic of China as an Indicator of the Effectiveness of Bilateral Cooperation. *«Modern Economics»*. 2019. № 15. Р. 57–61. 6. Гасім Салах. Африка в сучасній моделі світової економіки: QUO VADIS? *Ефективна економіка*. 2015. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4078>.
7. Економіка Марокко. URL: <https://export.gov.ua/country/215-morocco>.
8. Економіка Тунісу. URL: <https://export.gov.ua/country/264-tunisia>. 9. Марчук С.І. «Три кити» економіки Єгипту. URL: <https://www.naurok.com.ua/doslidzhennya-tri-kitiekonomiki-giptu-sueckiy-kanal-nafta-turizm-geografiya-10-klas-115858.html>. 10. Mikic, M. & Gilbert, J. (2007). *Trade Statistics in Policymaking: A Handbook of Commonly Used Trade Indices and Indicators*. Bangkok United : Nations ESCAP, pp. 80–81.
11. G. Smaliychuk. The main tendencies and prospects of interaction of Ukraine with the countries of the Middle East and North Africa. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/10_2020/17.pdf.

12. Черемісіна С. Г. Стан та перспективи розвитку експорту зернових культур з України до країн Африки. Економіка АПК. 2021. № 3. С. 33. URL: http://www.eapk.org.ua/sites/default/files/eapk/2021/03/ekonomikaapk_2021_03_p_33_43.pdf.
13. Шеремет О. В. Структура та тенденції диверсифікації зовнішньої торгівлі ЄС з країнами Північної Африки. URL: [http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2015_2\(3\)_37.pdf](http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2015_2(3)_37.pdf).
14. Шиманська К. В. Стан та перспективи зовнішньої торгівлі України з країнами Північної Африки. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/262.pdf>.
15. Сучасний стан економіки та розвитку Марокко. URL: <https://svitppt.com.ua/geografiya/marokko1.html>.
16. Оцінка впливу лібералізації режиму торгівлі Тунісу. URL: <https://ukrlegprom.org/wp-content/uploads/presentation-tunisia-ukraine-2021.pdf>.
17. Георгій Ерман. Недооцінена. Як Африка може врятувати майбутнє України. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-52988666>
18. Державна служба статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/zd/ztt/arh_ztt2021.html.
19. Торговельно-економічне співробітництво між Україною та Арабською Республікою Єгипет. URL: <https://egypt.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/397-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-tajegiptom/torgovelyno-ekonomichne-spivrobitnictvo>.
20. Торговельно-економічне співробітництво України з Марокко. URL: <https://morocco.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/3235-trade/torgovelyno-ekonomichne-spivrobitnictvo-z-marokko>.
21. Торговельно-економічне співробітництво між Україною і Тунісом. URL: <https://tunis.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/torgovelyno-ekonomichne>

spivrobitnictvo/562-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizhukrajinoju-i-tunisom.

22. Статистична база даних Всесвітньої торгівельної організації (WTO) URL: https://www.wto.org/english/tratop_e/region_e/rta_participation_map_e.htm.

23. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

24. Закон України «Про митну справу в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

25. Закон України «Про єдиний митний тариф» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

26. Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

27. Закон України «Про операції з давальницькою сировиною» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

28. Закон України «Про режим іноземного інвестування» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>

29. Зверяков М. І. Банківський капітал: вимоги Базеля III / М. І. Зверяков, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2011. – № 6. – С. 13-23.

30. Зверяков М. І. Формування системи індикаторів фінансової стійкості банківської системи [Текст] / М. І. Зверякова, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2012. - № 4. – С. 3 – 12.

31. Зверяков М. І. Національна економічна система: проблеми теорії / М. І. Зверяков. – Одеса : Астропринт, 2012. – 320 с.

32. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран: Учебник / Под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Колесова и д-ра экон. наук, проф. М.Н. Осьмовой – 3-е изд. –М.: Флинта: Московський психолого-соціальний інститут, 2001 – 480 с.

33. Рилач, Н. М. Зовнішня торгівля України: сценарії інтеграції [Текст] / Н. М. Рилач // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2011. – Вип. 103, ч. 2. – с. 80.

33. Самошенко О. В. Економічна статистика : навчальний посібник / О. В. Самошенко, Ю. О. Ольвінська. – Одеса : ОДЕУ, 2010. – 182 с



ДОДАТКИ

Структура зовнішньої торгівлі послугами¹ за видами у 2022 році/Structure of foreign trade by types services¹ in 2022

Найменування послуги згідно із КЗЕП	Експорт/Exports			Імпорт/Imports			Сальдо/ Balance
	тис.дол. США/ <i>thsd.</i> USD	У % до 2021/ <i>in</i> % of 2021	у % до загально го обсягу/ <i>in % of</i> the total volume	тис.дол. США/ <i>thsd.</i> USD	У % до 2021/ <i>in</i> % of 2021	у % до загального обсягу/ <i>in</i> % of the total volume	
Усього	9166030,3	71,7	100,0	3015092,9	37,8	100,0	6150937,4
у тому числі							
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	921943,8	59,9	10,1	4228,1	42,3	0,1	917715,7
Послуги для переробки товарів з метою реалізації у внутрішній економіці	1609,3	24,7	0,2	1181,6	170,7	28,0	427,7
Послуги для переробки товарів з метою реалізації за кордоном	920334,5	60,1	99,8	3046,5	32,8	72,1	917288,0
Послуги з ремонту та технічного обслуговування, що не віднесені до інших категорій	129879,0	42,9	1,4	47042,9	61,4	1,6	82836,1
Транспортні послуги	2963197,0	63,6	32,3	1040300,3	58,5	34,5	1922896,7
Послуги морського транспорту	256081,2	41,5	8,6	416961,6	69,8	40,1	-160880,4
Послуги річкового транспорту	48438,8	133,0	1,6	к/с	к/с	к/с	к/с
Послуги повітряного транспорту	374149,2	35,8	12,6	171404,2	30,2	16,5	202744,9
Послуги залізничного транспорту	145433,9	31,5	4,9	116790,9	43,2	11,2	28643,0
Послуги автомобільного транспорту	406670,3	98,4	13,7	223767,9	94,6	21,5	182902,4
Послуги трубопровідного транспорту	к/с	к/с	к/с	к/с	к/с	к/с	к/с
Інші допоміжні та додаткові транспортні послуги	202608,0	57,7	6,8	82365,9	169,9	7,9	120242,2
Послуги поштової та кур'єрської служби	к/с	к/с	к/с	24008,9	42,6	2,3	к/с
Послуги, пов'язані з подорожами	146248,6	42,6	1,6	188331,9	11,8	6,3	-42083,3
Послуги з будівництва	26247,4	44,7	0,3	17871,9	26,5	0,6	8375,5
Будівництво за кордоном	22242,0	46,4	84,7	7991,2	19,4	44,7	14250,8
Будівництво у внутрішню економіку	4005,4	37,1	15,3	9880,7	37,8	55,3	-5875,3
Послуги зі страхування	22727,3	18,3	0,3	68923,8	50,5	2,3	-46196,5
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю	162411,1	176,7	1,8	366659,3	71,7	12,2	-204248,2
Роялті та інші послуги, пов'язані з використанням інтелектуальної власності	31681,5	51,3	0,4	292952,8	46,8	9,7	-261271,3
Послуги франшизи та використання торгової марки	4071,0	44,9	12,9	113365,1	48,9	38,7	-109294,0
Послуги, пов'язані з ліцензійною діяльністю	19044,3	47,0	60,1	137700,1	47,3	47,0	-118655,7
Послуги, пов'язані з патентною діяльністю	1355,8	35,3	4,3	236,8	32,0	0,1	1119,0
Інші роялті	7210,3	86,6	22,8	41650,9	41,0	14,2	-34440,6
Послуги у сфері телекомунікації, комп'ютерні та інформаційні послуги	3712947,2	92,1	40,5	414222,2	58,1	13,7	3298725,1
Телекомунікаційні послуги	124207,7	121,7	3,4	91177,2	85,0	22,0	33030,6
Комп'ютерні послуги	2751703,0	87,0	74,1	239966,2	59,8	57,9	2511736,7
Інформаційні послуги	837036,6	109,0	22,5	83078,8	40,6	20,1	753957,8
Ділові послуги	1026021,4	68,2	11,2	537301,2	47,0	17,8	488720,1
Послуги дослідження та розробки	98222,5	63,6	9,6	23273,2	64,3	4,3	74949,3
Професійні та консалтингові послуги	540703,7	70,6	52,7	378035,8	58,6	70,4	162668,0
Наукові та технічні послуги	212095,1	64,3	20,7	48070,9	36,5	9,0	164024,2
Послуги з обробки та усунення забруднення навколишнього середовища	-	-	-	21,9	13,4	0,0	-21,9
Послуги сільського господарства та послуги видобутку	1975,5	50,1	0,2	1778,9	32,6	0,3	196,6
Послуги операційного лізингу	25839,3	52,1	2,5	49356,8	21,5	9,2	-23517,5
Послуги, пов'язані з торгівлею, та посередницькі послуги	31569,1	60,6	3,1	12852,1	52,4	2,4	18717,0
Інші ділові послуги	115616,3	78,5	11,3	23911,9	33,9	4,5	91704,4
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	21487,4	43,6	0,2	17257,6	79,1	0,6	4229,8
Аудіовізуальні та пов'язані з ними послуги	11471,7	60,2	53,4	12256,9	77,5	71,0	-785,2
Культурні та рекреаційні послуги	1663,3	84,2	7,7	3476,2	128,9	20,1	-1812,9
Інші особисті послуги	8352,4	29,6	38,9	1524,5	46,3	8,8	6827,9
Державні та урядові послуги	1238,6	13,3	0,0	20000,9	1,8	0,7	-18762,4

