МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ІНСТИТУТ ПІСЛЯДИПЛОМНОГО НАВЧАННЯ

**КУРСОВА РОБОТА**

з дисципліни **«Міжнародна економіка»**

на тему **«Сучасні тенденції міжнародної торгівлі послугами»**

Виконав:

Студент 1-го курса

спеціальність «Міжнародна економіка»

специализация 8.050103

**Шаль Эдуард Альбертович**

Науковий керівник

**Кочергина Наталя Леонідівна**

Київ – 2007

**ЗМІСТ**

Вступ.

1. Теоретичні основи формування світового ринку послуг

1.1 Суть та передумови формування світового ринку послуг

1.2 Особливості міжнародних послуг

1.3 Види послуг в міжнародній економіці

Висновки до розділу 1

2. Дослідження світового ринку послуг

2.1 Географічна структура міжнародної торгівлі послугами

2.2 Регулювання міжнародної торгівлі послугами

2.3 Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації

Висновки до розділу 2

3. Україна в міжнародній торгівлі послугами

3.1 Передумови вступу України до Світової організації торгівлі

3.2 Аналіз динаміки міжнародної торгівлі послугами України.

3.3 Тенденції розвитку окремих видів послуг в Україні

Висновки до розділу 3

Висновки.

Список використаних джерел

Додатки.

**ВСТУП**

Формування ринкової економічної системи в Україні потребує її інтегрування до світового економічного простору. Це можливо тільки за умов створення високоефективного механізму функціонування суб’єктів зовнішньоекономічної діяльності, належної підготовки фахівців у даній галузі.

Слід зазначити, що товари й послуги в міжнародній торгівлі тісно взаємозалежні й взаємодіють один з одним, і в цьому одна з причин включення послуг у коло ведення СОТ.

Багато видів послуг виділилися в самостійні сектори міжнародної торгівлі на певному шаблі розвитку обміну товарами. Так виникли міжнародний транспорт, банківська справа й страхування, логістика й багато інших. З одного боку, багато видів послуг затребувані, оскільки вони обслуговують торгівлю, тому при обслуговуванні міжнародної торгівлі товарами міжнародний обмін послугами залежить від темпів зростання, структури й географічного розподілу товарних потоків у міжнародній торгівлі. З іншого боку, було б серйозною помилкою не зазначити, що розвиток міжнародної торгівлі товарами залежить від ряду загальних глибинних, глобальних процесів, що відбуваються у світі.

***Мета*** написання курсової роботи – показати, що в умовах сьогодення міжнародна торгівля послугами як складова частина міжнародної торгівлі дуже важлива як для світового співтовариства в цілому так і для України в окремості.

***Предмет*** роботи – міжнародні економічні відносини в галузі торгівлі послугами.

***Об’єкт*** роботи – міжнародна діяльність України в сфері торгівлі послугами.

У написанні даної роботи були використані сучасні роботи як відомих українських спеціалістів із галузі міжнародної економіки, так і роботи російських фахівців.

Робота підкріплена даними із статистичних збірників стосовно міжнародної торгівлі та міжнародного менеджменту.

**1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ**

**1.1 Суть та передумови формування світового ринку послуг**

Під широким терміном “міжнародна торгівля” можна розуміти не тільки відносини купівлі продажу товарів, а й послуг.

***Світовий ринок послуг*** – це система міжнародних відносин обміну, де основним товарним об’єктом виступають різноманітні види послуг і яка існує на основі міжнародного поділу праці [17, c. 23].

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

Визначення змісту ринку зустрічаються різні. Тому приведемо одне з них, що відбиває найбільш адекватно його вміст. Отож, ринок - це засіб або механізм реалізації і придбання товарів і послуг, у якому беруть участь продавці і покупці, тобто він являє собою систему співвідношення пропозиції і попиту різних власників.

Виникнення і становлення ринку обумовлено розвитком суспільного поділу праці і товарного виробництва. З ростом товарного виробництва розвивається і ринок - засіб обміну продуктів, що призначені для продажу, а не споживання самими виробниками [55, с. 41].

При рабовласницькому ладі товарне виробництво і товарне обертання усередині окремих країн були розвинуті слабко. Відповідно до цого на зовнішній ринок відправлялася лише незначна частина продукції. І усе ж при рабовласницькому засобі виробництва виник світовий ринок.

Протягом довгого часу і при феодалізмі також не спостерігалося широкого поширення товарного виробництва, оскільки пануючим було натуральне господарство. Купецький капітал, виступаючи посередником між товаровиробниками, поступово втягував в обмін усі нові райони й області. Але в умовах їх політичної і виробничої роз'єднаності товарний обмін носив нерегулярний характер: був відсутнім єдиний національний ринок, суспільні потреби задовольнялися переважно продукцією місцевого виробництва [47, c. 65].

Проте саме при феодалізмі древній світовий внутриконтинентальний ринок переріс у міжконтинентальний. Справді, середньовічний Китай торгував не тільки в Індією, але і з Аравією і Південної Африкою. Венеція і Генуя вели торгівлю як із феодальними країнами Європи, так і з Єгиптом і державами Ближнього Сходу. Подорож Васко да Гама з'єднала ці два регіональні міжнародних ринки, а відкриття Америки Колумбом і кругосвітня подорож Магелана об'єднала всі регіональні ринки в єдиний ланцюг. Так що світовий ринок виник не в XIX в., а значно раніше.

В умовах капіталістичного товарного виробництва, що розвивається, кожна з галузей промисловості і сільського господарства поступово стають ринком один для одного. Диференціація виробництва на спеціалізовані галузі являє собою процес поглиблення і розширення суспільного поділу праці. Коли ж процес спеціалізації капіталістичного виробництва виходить за рамки окремих країн, тоді вона доповнюється міжнародним обміном і на цій основі розвивається новий світовий ринок. Таким чином, світовий ринок являє собою сукупність ринків окремих країн, що пов'язані між собою товарообміном.

Вирішальний вплив на формування єдиних національних ринків, а потім і подальший розвиток світового міжконтинентального ринку зробила значна капіталістична промисловість. У результаті промислового перевороту, що відбувся в Англії в останній третині XVIII в., а потім протягом XIX в. і в інших країнах Європи й Америки, стала швидко розвиватися значна промисловість, що і прискорило формування національних ринків і призвело до утворення світового капіталістичного ринку.

Світовий ринок міг досягти свого повного розвитку лише при капіталістичному машинному виробництві і викликаному їм широкому міжнародному поділі праці. Тільки в умовах капіталістичного засобу виробництва світовий ринок стає цілком розвинутою економічною категорією, створюється грунт для широкого розвитку регулярного і всебічного міжнародного товарообігу, що спирається на постійне і масове виробництво товарів для продажу на світових ринках, на розвиток мережі міжнародних засобів транспорту і зв'язку.

Світовий капіталістичний ринок проходить у своєму розвитку три стадії, обумовлені розвитком капіталістичного засобу виробництва: стадію підготування капіталістичного засобу виробництва (епоха мануфактури), стадію машинного виробництва окремих підприємств і корпоративної стадії капіталізму. Кожна стадія розвитку світового капіталістичного ринку має свої особливості, обумовлені самим капіталістичним засобом виробництва.

Світовий ринок на стадії підготування капіталістичного засобу виробництва знаходився ще в зародковому, нерозвиненому стані. Визначальною рисою зовнішньої торгівлі на цій стадії була переважна роль купецького капіталу, що виступав у якості посередника в процесі обертання товарів, вироблених переважно дрібними товаровиробниками і частково капіталістичними мануфактурами.

Світовий ринок *на другій стадії капіталізму* охоплює період від промислового перевороту в Англії наприкінці XVIII в. до кінця 70-х рр. XIX в., коли світова капіталістична торгівля набула цілком розвинутих рис. Для цього етапу характерна перемога значної машинної промисловості в Англії і встановлення нею промислової і торгової гегемонії. Вирішальну роль на світовому ринку починає грати промисловий капітал, що підкоряє собі торговий капітал.

*Корпоративна стадія капіталізму* охоплює період із 80-х рр. XIX в. і до наших днів. коли виявлявся перехід від капіталізму вільної конкуренції окремих підприємств до різних форм панування корпорацій. На цьому етапі завершилося формування світового ринку, на основі утворення єдиної капіталістичної системи господарства і всесвітнього панування фінансового капіталу та зародження ринку послуг.

Наприкінці XX ст. та на початку XXI ст. обсяги експорту послугами провідних ринкових країн зростали вдвічі швидше за обсяги товарного експорту.

Різноманітність міжнародних послуг відповідають характеру сучасного розвитку людства, економічних систем, науково-технічного прогресу.

Об’єктом купівлі – продажу є більш ніж 600 видів послуг.

Умови розвитку світового ринку послуг:

* науково-технічний прогрес (інтелектуальні послуги);
* ускладнення виробництва;
* насичення ринків товарами (торгівельні послуги);
* інформаційний бум;
* нові наукові відкриття (ноу-хау);
* зростання кількості компаній по наданню послуг;
* прискорений розвиток нових видів транспорту;
* підвищення частки нових видів послуг (банківських, страхових, посередницьких).

**1.2 Особливості міжнародних послуг**

***Послуги на світовому ринку*** - споживчої вартості, які переважно не здобувають упредметненої форми.

Переглянемо основні характеристики послуг:

1. Послуги не відчутні;
2. Послуги невидимі;
3. Послуги не підлягають зберіганню;
4. Місце виробництва і споживання послуг співпадає — експорт послуг обов’язково передбачає їх виробництво за кордоном;
5. Експорт послуг не вимагає обов’язкового виведення за митну територію країни.

Особливості міжнародного ринку послуг:

* + більшість міжнародних контактів у цій сфері базується на прямих зв’язках між виробниками та споживачами;
	+ міжнародна торгівля послугами припускає більшої наявності зарубіжних партнерів;
	+ МРП тісно пов’язан із товарним ринком, але розвивається більш високими темпами;
	+ сфера послуг більш захищена державою, ніж сфера товарного виробництва, тому що вище питома вага державних капіталовкладень (транспорт і його інфраструктура, зв'язок, охорона здоров'я, наука, освіта та ін., перебувають, як правило, в частковій, а інколи навіть у переважаючій державній власності);
	+ ступень концентрації на ринку сучасних послуг значно більша, ніж на ринку товарів;
	+ ряд послуг практично не включається до міжнародного обігу [57, c. 146].

МРП сформувався у 80 рр., а об’єктом купівлі–продажу є більш ніж 600 видів послуг.

Розширення міжнародної торгівлі послугами та диверсифікація світового ринку послуг посилюють потребу розвивати відповідні механізми регулювання та сприяти їх адаптації до сучасної специфіки цієї сфери міжнародної економічної діяльності. Для цього вживаються заходи на різних рівнях, як зусиллями окремих урядів, так і в міжнародному масштабі, а саме:

* на національному рівні — у вигляді правової діяльності та нормативної регламентації, організаційно-інституційної політики держав;
* на рівні двосторонніх угод, наприклад, щодо поліпшення транспортного обслуговування рухомим складом пасажирів, вантажів, а також перекачування газу, нафти трубопроводами,
* у рамках багатосторонніх, регіональних проектів, наприклад, лібералізація торгівлі послугами в межах зони вільної торгівлі в Північній Америці — НАФТА,
* на рівні світових організацій — передусім у рамках системи ГАТТ/СОТ, укладення Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС).

Існує різноманіття теоретичних класифікаційних підходів за якими розмежують міжнародні види послуг, так вагомі міжнародні організації по різному проводять класифікацію.

**1.3 Види послуг в міжнародній економіці**

Згідно з підходом, який прийнятий ЮНКТАД (конференція ООН по торгівлі та розвитку), виділяють наступні види послуг [27, c. 20]:

1. Торгівля транспортними послугами за межами національних кордонів;
2. Торгівля туристичними послугами;
3. Послуги поштового, кур’єрського, телефонного, телеграфного зв’язку між резидентами та нерезидентами;
4. Будівництво (об’єкти за кордоном, що здійснені на тимчасовій основі резидентами);
5. Страхування (нерезидентів страховими компаніями-резидентами);
6. Фінансові послуги;
7. Комп’ютерні та інформаційні послуги;
8. Роялті та ліцензійні послуги;
9. Франчайзинг;
10. Лізинг;
11. Інжиніринг;
12. Управлінський контракт.

Існує різноманіття теоретичних класифікаційних підходів за якими розмежують міжнародні види послуг, так вагомі міжнародні організації по різному проводять класифікацію. Міжнародний валютний фонд виділяє наступні послуги (таблиця 1.1). Світовий банк виділяє такі послуги:

* факторні послуги, які пов'язані з рухом капіталів, робочої сили й інших компонентів та інструментів виробничого процесу;

Таблиця 1.1.

**Класифікація послуг згідно МВФ\***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид | Підвид | Характеристика |
| 1. Транспорт | Пасажирський | Міжнародне перевезення пасажирів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг  |
| Вантажний | Міжнародне перевезення вантажів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг  |
| 2. Поїздки | Ділові | Товари і послуги, придбані нерезидентами, що мандрують по справі (відрядження)  |
| Особисті | Товари і послуги, придбані нерезидентами, що мандрують з особистих питань (туризм)  |
| 3. Зв'язок |  | Послуги поштового, кур'єрського, телефонного та іншого зв'язку між резидентами і нерезидентами  |
| 4. Будівництво |  | Будівництво об'єктів за рубежем, що здійснюється на тимчасовій основі резидентами  |
| 5. Страхування |  | Страхування нерезидентів страховими компаніями-резидентами  |
| 6. Фінансові послуги |  | Фінансове посередництво між резидентами і нерезидентами (комісія за відкриття акредитивів, за обмін валюти, брокерські послуги і т.д.)  |
| 7. Комп'ютерні та інформаційні послуги |  | Консультації у області комп'ютерних програм, інформаційні послуги (обробка даних, користування базами даних, підписка на інформаційні лінії) |
| 8. Роялті і ліцензійні платежі |  | Користування правами власності (торгова марка, патент, копірайт і т.д.) і використовування оригіналів або прототипів (фільмів, рукописів) на основі ліцензії  |
| 9. Інші бізнес-послуги | Посередницькі | Комісія за посередництво  |
| Лізинг  | Лізинг і фрахт судів, літаків без екіпажів та іншого транспортного устаткування  |
| Інші ділові, професійні і технічні послуги  | Правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні і інші послуги, а також послуги з проектування, картографії, нагляду за будівництвом, захисту урожаю, розвідки корисних копалин |
| 10. Особисті, культурні і рекреаційні послуги | Аудіовізуальні послуги  | Виробництво фільмів, радіо - і телепередач, компакт-дисків, гонорари артистів  |
| Інші  | Показ виставок, проведення спортивних і інших заходів  |
| 11. Урядові послуги |  | Поставку товарів в посольства, консульства, представництва міжнародних організацій, операції ООН по підтримці миру  |

\* - джерело – [24, c. 102]

* нефакторні послуги, які мають нефінансовий характер. Це транспортні, туристичні та інші нефінансові послуги.

***Міжнародний лізинг*** — це складна фінансова операція, при якій спеціальна лізингова фірма (орендонадавач) у відповідності з домовленістю з офіційним орендарем купує у виробника відповідне устаткування, обладнання, машини, наймає людей і передає на визначений час за встановлену плату орендарю.

Це одна із форм міжнародних послугових відносин, яка має вигляд кредитування експорту й імпорту товарів, що полягає в довгостроковій оренді машин, устаткування, транспортних засобів, будівель виробничого призначення тощо.

Отже, лізинг є своєрідним симбіозом кредиту та оренди, при якому споживач бере в оренду необхідний товар чи об'єкт оренди не безпосередньо у виробника, а у спеціальної компанії, котра і займається такою специфічною послугово-кредитною діяльністю. Виграють від цього усі три суб'єкти: виробник, реалізуючи товар, відразу ж отримує гроші; споживач не виплачує повну суму за товар відразу, а тільки здійснює незначні виплати протягом досить тривалого періоду; лізингова компанія, як правило, отримує стабільні значні прибутки від своєї діяльності.

Якщо суб'єкти лізингу належать до двох і більше країн, то такий лізинг є міжнародним. Обсяг лізингових операцій у світі за рік дорівнює в середньому 300 — 500 млрд. доларів США.

Загальна цінність міжнародного лізингу полягає в тому, що в такий спосіб споживачеві полегшується доступ до високих технологій, вдається оперативно заміняти старе обладнання на нове, прогресивніше направляти зекономлені кошти на інші цілі, що в кінцевому результаті призводить до оптимального розвитку світової економіки.

***Міжнародний факторинг*** — це вид міжнародної діяльності у сфері міжнародного фінансування, при якому постачальник товарів віддає короткотермінові вимоги за товарними угодами факторинговій компанії з метою негайного отримання більшої частини платежу (як правило, 70-90% платежу уже за 2 — 3 дні), гарантії повного погашення заборгованості, зниження витрат при проведенні розрахунків. Іншими словами, суть міжнародного факторингу зводиться до того, що фактор-фірма погоджується звільнити експортера від фінансового тягаря експортної угоди, особливо від очікування платежу від закордонних покупців, для того, щоб експортер зміг зосередитися на своїй безпосередній діяльності: виробництво, продаж і маркетинг товарів.

Якщо факторинг функціонує у сфері короткотермінових кредитів, то форфейтингова стихія — це середньострокові кредити (до 7 років).

***Міжнародний форфейтинг*** є таким видом послугової діяльності у сфері міжнародного фінансування, при якому експортер продає форфейтеру (форфейтинговій компанії) без права регресу боргове зобов'язання іноземного покупця, яке виступає у формі комерційного переказного або простого векселя з авалем (письмовим фінансовим поручительством, тобто формою гарантії банку, фірми або іншого закладу, яка сприяє підвищенню довіри до фінансових можливостей володаря обігового кредитно-грошового документу, на якому зазначене таке поручительство).

Отже, суть міжнародного форфейтингу полягає в тому, що зобов'язання імпортера-боржника, термін виконання якого ще не настав, може бути експортером-кредитором перетворене у валютне надходження шляхом продажу цього зобов'язання форфейтеру, котрий погоджується його купити на беззворотній основі тільки при умові наявності гарантії з боку якоїсь відомої фінансової установи у країні імпортера.

Надзвичайно ефективним міжнародний форфейтинг є при експорті засобів виробництва, коли договір купівлі-продажу може передбачати сплату купівельної ціни частинами протягом 2—5 років.

***Міжнародний франчайзинг*** — це система міжнародних послугових відносин, що виникають з приводу надання дозволу відомою великою фірмою однієї країни бізнесмену чи фірмі (як правило, малому підприємству) іншої країни на використання її торгової марки або на експлуатацію її готового підрозділу. При цьому фірма, котра віддає право на користування своїм підрозділом або іменем, називається франчайзером, а мале підприємство чи бізнесмен, що придбав дозвіл на таке користування, має назву франчайзі. І нарешті сам дозвіл, що виступає об'єктом купівлі-продажу, зветься франшизою.

У відповідності з міжнародною френчайзинговою угодою франчайзер зобов'язується надавати франчайзі допомогу у підготовці персоналу, організаційних питань, реклами, у постачанні (пошук постачальників й отримання від них сировини за пільговими цінами) тощо. Франчайзі за ці послуги вносить одноразову плату при організації бізнесу і здійснює періодичні платежі, а також зобов'язується вкласти в цю компанію частину свого капіталу й надавати послуги в області маркетингу та менеджменту.

Виділяють три типи франчайзингу:

* виробничий франчайзинг, за якого материнська структура надає оператору необхідні засоби виробництва, весь комплекс обладнання або його суттєві елементи, а також технології;
* торговельний франчайзинг, предметом якого є товарні поставки від франчайзера,
* ліцензійний франчайзинг, за якого материнська структура надає право користуватися її маркою, товарним знаком та дозвіл на відкриття комерційних структур франчайзі; така форма франчайзингу є найбільш поширеною, причому особливо у сферах масового харчування, торгівлі, прокату автомобілів.

***Міжнародний консалтинг***— це вид міжнародної послугової діяльності, яку здійснюють спеціалізовані фірми одних країн у вигляді надання порад державам, виробникам, продавцям і покупцям інших країн з широкого кола питань економічної діяльності, а також яку здійснюють спеціалізовані фірми одної країни у вигляді порад з питань зовнішньоекономічної діяльності фірмам з цієї ж країни. Іншими словами, міжнародний консалтинг є такою системою послуг міжнародного рівня, при якій спеціалізовані фірми проводять аналіз, дослідження і видають рекомендації стосовно об'єкта консультацій, отримуючи за це певну винагороду.

Досить часто консалтингові послуги проводяться паралельно чи разом з наданням інших видів послуг, а тому суто консультаційних фірм у світі не так уже й багато, ніж таких, котрі спеціалізуються на виданні змішаних видів послуг. Консалтингові послуги надають і фірми, що спеціалізуються на далеко не послугових видах діяльності. Досить відомі гіганти нафтового, автомобільного та електронного бізнесу створюють свої філії, дочірні компанії, які спеціалізуються в консалтинговому бізнесі.

Консалтинг передбачає також організацію й проведення консультантом навчання та професійної підготовки спеціалістів замовника, що надзвичайно підсилює практичне застосування порад консультанта, тобто підвищує ефективність використання цих порад.

Попередня оцінка консультативних послуг, як правило, здійснюється саме з урахуванням професійної цінності та досвіду практичної діяльності, а також із врахуванням економічного ефекту, що передбачається отримати від втілення поради.

***Інжиніринг*** — це комплекс інженерно-консультаційних послуг, які пов'язані зі створенням об'єктів промисловості та сільського господарства, а також забезпеченням діяльності підприємств за широким спектром цілей їх маркетингової діяльності (від виробництва до збуту).

Ці послуги містять комплекс робіт, який включає передпроектні техніко-економічні дослідження та обґрунтування, лабораторні або експериментальні дороблення технології чи прототипу, розроблення детальних структур проекту від ескізного варіанта до видання специфікації на обладнання, технологічне супроводження в процесі освоєння технології чи обладнання, консультування в процесі реалізації проекту тощо.

Об'єктами інжинірингу можуть бути цілі проекти або окремі заходи, спрямовані на підвищення ефективності виробництва. Повний комплекс послуг і поставок, необхідних для спорудження нового об'єкта, називається комплексним інжинірингом. Складовими його є: проектно-консультаційний інжиніринг, технологічний інжиніринг, будівельний (загальний) інжиніринг, управлінський інжиніринг.

*Проектно-консультаційний інжиніринг* передбачає надання послуг у проведенні техніко-економічного обґрунтування проекту, проектуванні об'єкта, розробленні планів будівництва і контролю за проведенням робіт, підготовці торгів на інженерно-будівельні роботи.

*Технологічний інжиніринг* — це надання замовнику технології або технологій для будівництва та експлуатації об'єктів, розроблення проектів водопостачання, енергопостачання та транспорту.

*Будівельний інжиніринг* — це надання консультаційних послуг при підготовці і здійсненні проекту: здійснення від імені замовника нагляду за будівництвом; проведення переговорів з проектантами і підрядниками; консультування і навчання спеціалістів; виконання за бажанням замовника функцій генерального підрядника; поставка обладнання і монтаж установок.

Управлінський інжиніринг — послуги з організації виробничої структури і системи управління підприємством.

Інжинірингові послуги надають інжинірингові фірми різних типів: проектні фірми в будівництві; інженерно-консультаційні фірми широкого профілю також у будівництві; фірми інформаційного інжинірингу; інжинірингові фірми з питань управління; маркетингові фірми.

***Міжнародний туризм***.Серед найрентабельніших видів бізнесу твердо зарекомендував себе міжнародний туризм, котрий об'єднує досить широкий набір послуг. Тому міжнародний туризм можна визначити, як багатопланову систему послугових заходів, що направлені на задоволення потреб осіб, котрі є представниками одних країн і знаходяться з короткотерміновими відвідуваннями в інших країнах.

***Страхування***— це особлива форма економічних відносин, що мають послуговий характер, і виникають в результаті створення (за рахунок внесків учасників економічних відносин) цільових фондів для відшкодування збитків, які сталися в результаті стихійних і випадкових дій природи та людини.

Якщо стається страхова подія, то визначається величина збитків і в залежності від страхової суми виплачується потерпілому страхове відшкодування.

Державні страхові компанії, як правило, створюються для проведення специфічних видів страхування або для запобігання відпливу валюти по каналах страхування й перестрахування. Наприклад, у багатьох країнах спеціалізовані державні компанії здійснюють страхування експортних кредитів з метою заохочення експорту.

***Міжнародні транспортні послуги*** *-* це перевезення різними видами транспорту (морським, річковим, залізничним, автомобільним, авіаційним, трубопровідним), які здійснюються в процесі міжнародної торгівлі та/або резидентами однієї країни в економічно виражених інтересах резидентів іншої країни.

Найбільш універсальним і ефективним засобом транспортування великих обсягів товарів (вантажів) є морський транспорт. Його частка становить близько 80 % від загального обсягу міжнародних перевезень.

У міжнародних пасажирських перевезеннях лідирує повітряний транспорт, який забезпечує перевагу у швидкості перевезень.

***Міжнародні інформаційні послуги*** – це продажі інформації, суб’єктами, що володіють нею в одній країні споживачам інших країн.

Міжнародний інформаційний обмін — це передача і отримання інформаційних продуктів та надання інформаційних послуг одній країні через державний кордон іншої країни.

Об'єктами міжнародного інформаційного обміну є:

- документована інформація;

- інформаційні продукти та інформаційні ресурси;

- інформаційні послуги;

- засоби інформаційного обміну.

**Висновки до розділу 1**

Отже, як ми розглянули у першому розділу курсової роботи, що послуга– це продукт праці, створений в результаті угоди про купівлю-продаж, у якого відсутня речова форма.

Послуги характерні наступними характерними рисами: послуги не відчутні; послуги невидимі; послуги не підлягають зберіганню; експорт послуг не вимагає обов’язкового виведення за митну територію країни.

Виникнення і становлення ринку послуг обумовлено розвитком суспільного поділу праці і товарного виробництва, промисловим розвитком країн.

Міжнародний ринок послуг представлений понад 600 видами послуг, найпоширенішими серед яких є: торгівля транспортними послугами за межами національних кордонів; торгівля туристичними послугами; послуги поштового, кур’єрського, телефонного, телеграфного зв’язку між резидентами та нерезидентами; будівництво (об’єкти за кордоном, що здійснені на тимчасовій основі резидентами); страхування (нерезидентів страховими компаніями-резидентами); фінансові послуги; комп’ютерні та інформаційні послуги; роялті та ліцензійні послуги; франчайзинг; лізинг; інжиніринг; управлінський контракт.

Умови розвитку світового ринку послуг є такі: науково-технічний прогрес (інтелектуальні послуги); ускладнення виробництва; насичення ринків товарами (торговельні послуги); інформаційний бум; нові наукові відкриття (ноу-хау); зростання кількості компаній по наданню послуг; прискорений розвиток нових видів транспорту; підвищення частки нових видів послуг (банківських, страхових, посередницьких).

У наступному розділі буде розглянута географічна структура світового ринку послуг, ми дізнаємось, які міжнародні організації контролюють ринок послуг, та визначимо тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації.

**2. ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ**

**2.1 Географічна структура міжнародної торгівлі послугами**

Всі сфери міжнародного співробітництва потребують розвинених послуг, що є продовженням і розвитком сучасного виробництва. Основна відмінність торгівлі послугами від торгівлі товарами, з якої витікають особливості міжнародної торгівлі послугами, в тому, що послуги не мають властивості накопичуватися. Обсяг ринку послуг складає приблизно 25% світового товарного обігу, причому темп росту даного сектору світової економіки значно перевищує темп росту світового товарного обігу. Також торгівля послугами впливає на зайнятість населення національної економіки в значно більшому ступені, ніж товарний ринок.

Міжнародний ринок послуг складається з: послуг фрахту; інших транспортних послуг; туризму; інших послуг, що надають державні організації (банківські, страхові, біржові, посередницькі, з експорту технологій тощо); інших послуг, що надаються приватним сектором.

Основну роль в міжнародній торгівлі послугами грають туризм та транспортні послуги. Оцінку розвиненості країни часто зводять до оцінки дохідності сектору послуг. Є країни, в яких сфера послуг дає до 60% ВНП і вище. Наприклад, в США — 73%, у Франції — 69%, в Японії — 65%, в Англії — 69%, в Германії — 64%, в Італії — 61%. (табл. 2.1) [26, c. 30].

***Фінансово-кредитна сфера*** виступає провідною для всіх розвинених країн. Рух капіталів і його обслуговування стоїть завжди на першому місці. По цьому показнику виділяють три центри: США, Японія, Західну Європу. У сфері послуг зайнято понад 50% сукупної робочої сили.

До сервісного центру відносять транспорт, зв’язок, торгівлю та обслуговування, фінансову систему, освіту, науку, культуру, охорону здоров’я, спорт, туризм. Саме ця галузь зумовила нову назву країн цієї групи – постіндустріальні, тобто такі, де у структурі ВВП та трудових ресурсів домінують сервісні галузі.

Табл. 2.1.

**Питома вага зайнятих у сфері послуг у країнах-лідерах\***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Назва країни | Рік | Питома вага зайнятих у сервісних галузях у структурі сукупної робочої сили, % |
| США | 1999 | 73 |
| Великобританія | 1994 | 69 |
| Італія | 1996 | 61 |
| Франція | 1995 | 69 |
| ФРН | 1998 | 64 |
| Японія | 1999 | 65 |
| Канада | 1997 | 75 |

\* - Джерело – [3, с. 32].

***Інформаційні послуги***. З кінця 80-х років швидкими темпами почав створюватися світовий ринок інформаційних послуг, і у 1995 р. обсяг виробництва засобів інформації у світі становив 1197 млрд дол. США.

***Міжнародний транспорт***. Підприємствами транспорту у 2005 р. перевезено 809,3 млн. т вантажів (на 2,3% менше ніж у 2004 р.), послугами пасажирського транспорту скористалися 4,3 млрд. осіб (на 2,7% більше), пасажирооборот зріс на 11,4% [3, с. 30].

У 2005 р. на розвиток залізничного транспорту освоєно 2414,8 млн.дол. США капітальних вкладень. На модернізацію рухомого складу та колії спрямовано 1042,2 млн.дол. США [3, с. 30].

Автотранспортом у 2005 р. перевезено 15,6% вантажів та 89,3% пасажирів. При цьому, обсяги перевезень автомобільним транспортом стабільно зростали: перевезено 126,5 млн. т вантажів (на 1,7% більше ніж у 2004р.) та 3,8 млрд. пасажирів (на 3,2%) [3, с. 31].

Одним із основних чинників, що впливають на розвиток автомобільного транспорту, є відсутність на ринку автопідприємств державної форми власності. У той же час, цей сектор ринку залишається достатньо відкритим, що сприяє утвердженню конкурентного середовища, підвищенню рівня якості транспортних послуг при перевезенні вантажів та пасажирів автомобільним транспортом.

***Міжнародний туризм*.** В останні двадцять років середньорічні темпи зростання кількості іноземних туристів у світі становили 5,1 %, валютних надходжень — 14 %. За прогнозами експертів очікується, що при збереженні таких темпів зростання, кількість міжнародних подорожей на 2005 р. досягне 900 млн чол., а на 2010 р. — 937 млн чоловік [3, с. 40].

Міжнародний туризм входить у трійку найбільших галузей-експортерів, поступаючись лише нафтовій промисловості та автомобілебудуванню, частка яких у світовому експорті становить 11 % та 8,6 % відповідно. Сумарний дохід країн світу від міжнародного туризму становить 7 % від загального обсягу світового експорту і 3 % від світового експорту послуг [3, с. 42].

За числом туристів, які відвідують країну, передує Франція (до 40 млн. чоловік за рік), яка має від туристичного бізнесу біля 6 млрд. доларів США позитивного сальдо. А Іспанія має, хоч і меншу, кількість туристів, що її відвідує (біля 30 млн. чоловік за рік). Також має позитивне сальдо між експортом та імпортом туристичних послуг до 13 млрд. доларів і при цьому доходи від туризму складають третину усього експорту країни. Таку ж долю в експорті мають доходи від туризму в Австрії. Найгірше з розвинених країн у плані експорту туристичних послуг стоять Японія (до 20 млрд. доларів негативного сальдо) і Німеччина (до 15 млрд. доларів негативного сальдо). У Японії, до того ж, дуже низька відвідуваність (усього до 2- млн. чоловік за рік) [3, с. 43].

Частка туристичного бізнесу становить близько 6 % світового ВНП, 7 % сумарних капітальних вкладень та 5 % всіх податкових послуг. Це обумовлює особливу увагу до розвитку цієї сфери бізнесу. Туризм як товар реалізується у формі послуг (матеріальних і нематеріальних). Туризм не є товаром першої необхідності, тому він стає потребою людини лише при певному рівні її доходів та певному рівні багатства суспільства.

Класифікація Всесвітньої організації з туризму (ВОТ) передбачає поділ усіх країн на дві групи:

— країни — постачальники туристів, або країни, які імпортують туристичні послуги. До цих країн ВОТ відносить США, Бельгію, Данію, Німеччину, Голландію, Нову Зеландію, Швецію, Канаду, Англію;

— країни, які приймають туристів, або країни, які експортують туристичні послуги. До цих країн ВОТ відносить Австралію, Грецію, Кіпр, Італію, Іспанію, Мексику, Туреччину, Португалію, Францію, Швейцарію [3, с. 45].

**2.2 Регулювання міжнародної торгівлі послугами**

Розширення міжнародної торгівлі послугами та диверсифікація світового ринку послуг посилюють потребу розвивати відповідні механізми регулювання та сприяти їх адаптації до сучасної специфіки цієї сфери міжнародної економічної діяльності. Для цього вживаються заходи на різних рівнях, як зусиллями окремих урядів, так і в міжнародному масштабі, а саме:

* ***на національному рівні*** — у вигляді правової діяльності та нормативної регламентації, організаційно-інституційної політики держав;
* ***на рівні двосторонніх угод***, наприклад, щодо поліпшення транспортного обслуговування рухомим складом пасажирів, вантажів, а також перекачування газу, нафти трубопроводами,
* ***у рамках багатосторонніх, регіональних проектів***, наприклад, лібералізація торгівлі послугами в межах зони вільної торгівлі в Північній Америці — НАФТА,
* ***на рівні світових організацій*** — передусім у рамках системи ГАТТ/СОТ, укладення Генеральної угоди з торгівлі послугами (ГАТС).

Суттєву роль відіграють двосторонні угоди, як галузеві (частіше за все про транспортне сполучення, перевезення, та комунікації), так і торгово-економічні, в яких розглядаються окремі аспекти торгівлі послугами і капіталовкладень у цю сферу [17, с. 42].

Іншою формою є багатостороннє регулювання торгівлі послугами в рамках міжнародних організацій. Підготовкою угод з цих питань займаються спеціалізовані міжурядові організації, наприклад ІКАО (Організація міжнародної цивільної авіації), ІМО (Міжнародна морська організація), ВОТ (Всесвітня організація з туризму) та ін. Усе більш важливе місце питанням регулювання ринку послуг відводиться у роботі такої найвідомішої організації, як ООН (Організація Об’єднаних Націй) і спеціалізованих структурних підрозділів, що входять до її складу, таких як ЕКОСОР (Економічна і соціальна рада), ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі і розвитку), ЮНСІТРАЛ (Комісія ООН з прав Міжнародної торгівлі) та ін. Важливий внесок у регулювання вищезгаданої сфери вносять також Міжнародна торгова палата, Міжнародний валютний фонд (МВФ), Група Світового банку та велика кількість інших організацій. Однак найбільш потужною і широкою за сферою системою глобального регулювання торгівлі послугами є ГАТС/СОТ (Генеральна угода з торгівлі послугами в рамках Світової організації торгівлі) [35, с. 39].

Розглянемо і охарактеризуємо найбільш впливові з перелічених вище міжнародних організацій, які беруть участь у регулюванні послуг та окремих її секторів на національному, галузевому, регіональному та міжнародному рівнях.

На національному рівні регулювання торгівлі послугами мало чим відрізняється від методів регулювання торгівлі товарами, а отже підпадає і під ті ж самі обмеження, які містять:

- засоби прямого регулювання (квотування, мито, субсидії та ін.);

- засоби непрямого регулювання (ліцензування, сертифікування, урядова закупівля).

На галузевому рівні, питанням регулювання того чи іншого сектора послуг займається велика кількість різноманітних організацій.

У сфері транспортних перевезень велику роль у вирішенні багатьох технічних питань міжнародного морського транспорту відіграє ***Міжнародна морська організація*** (ІМО), яка була заснована в 1958 р. ІМО входить до числа спеціалізованих установ ООН і знаходиться в Лондоні. Основні завдання ІМО – розвиток співпраці між усіма країнами з питань морського судноплавства, розробка міжнародного права в цій сфері, зміцнення безпеки судноплавства на морі та захист морського середовища [17, с. 42].

***ІКАО*** була заснована у 1944 р. у Чикаго. Її членами є більш ніж 180 держав. Вона є міждержавним утворенням, яке здійснює розробку питань, пов’язаних юридичними, економічними і технічними аспектами регулювання процесів функціонування систем повітряного транспорту (СПТ), а також бере участь у розробці міжнародних стандартів у даній сфері і забезпечує їх виконання. ***ІАТА*** (Міжнародна асоціація повітряного транспорту) є асоціацією авіаперевізників, яка була заснована у 1945 р. у Гавані. Вона визначає міжнародну тарифну політику, бере участь у створенні повітряної торгівлі і вирішенні пов’язаних із цим проблем, представляє інтереси авіакомпаній в різних міжнародних організаціях тощо [17, с. 43].

Серед туристичних організацій найбільш впливовою є ***Всесвітня організація з туризму*** (ВОТ), яку створено в 1975 р. Протягом багатьох років ця організація була відома як Міжнародний союз офіційних туристичних організацій, який не входив до системи спеціалізованих органів ООН, але з ініціативи Економічної і Соціальної Ради ООН (ЕКОСОС) 2 січня 1975 р. ВОТ отримала офіційний статус спеціалізованого органу ООН і своє нинішнє найменування.

Основною метою і завданнями ВОТ є:

* прискорення і розширення сприяння розвитку туризму в різних країнах і регіонах;
* координація туристських інтересів країн-членів ВОТ;
* розробка міжнародних документів і контроль за їх дотриманням;
* сприяння зміцненню взаєморозуміння, здоров’я і процвітання людей у всьому світі;
* сприяння у встановленні постійних взаємовідносинах між різними об’єднаннями туроператорів;
* участь у вирішенні проблем міжнародних туристичних розбіжностей;
* сприяння розвитку туризму шляхом впливу на уряди окремих країн по спрощенню візових та інших формальностей;
* надання регулярних звітів про стан світового туризму, в яких аналізуються позитивні і негативні сторони розвитку у всіх регіонах планети.

Глобальний рівень регулювання міжнародної торгівлі послугами містить широкий спектр принципів, правил, міжнародних договорів та угод, що розробляються різноманітними міжнародними організаціями.

***ООН*** є типовою глобальною системою. Вона є однією з найвідоміших міжнародних організацій сучасності, яка функціонує понад півстоліття. Останнім часом, поряд із головними політичними проблемами, все більше місця в її діяльності відводиться вирішенню економічних, соціальних та фінансових питань. Економічна діяльність ООН містить чотири головні напрями:

* + вирішення загальних для всіх країн глобальних економічних проблем;
	+ сприяння господарському розвитку країн, що розвиваються;
	+ сприяння економічній співпраці держав із різними рівнями соціально-економічного розвитку;
	+ вирішення проблем регіонального економічного розвитку.

При ООН створено ряд міжнародних організацій:

Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД);

Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ).

У кінці 1964р. Генеральна Асамблея ООН прийняла резолюцію, якою заснувала ***ЮНКТАД*** як автономний орган ООН по сприянню міжнародній торгівлі, веденню переговорів і для розробки міжнародних договорів та рекомендацій у цій сфері.

***ЮНСІТРАЛ*** відповідає за діяльність, спрямовану на гармонізацію та уніфікацію міжнародного торгівельного законодавства, зокрема міжнародних платежів, міжнародного комерційного арбітражу та врегулювання спорів, міжнародного транспортування товарів, питань автоматизованої обробки даних.

***Світова організація торгівлі*** створена згідно з рішенням Уругвайського раунду багатосторонніх переговорів та почала діяти 1 січня 1995 р. та є наступницею Генеральної угоди з тарифів та торгівлі (ГАТТ), яка була організована в 1947 р. між 23 країнами. Членами СОТ є 148 країн.

Головними завданнями СОТ є: лібералізація міжнародної торгівлі шляхом її регулювання переважними тарифними методами при послідовному скороченні рівня імпортного мита, усуненні кількісних та інших нетарифних бар’єрів у торгівлі, а також підтримка справедливої конкуренції в національному та міжнародному економічному просторі.

Система угод СОТ складається з:

* багатосторонніх угод з торгівлі товарами, до яких належить Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ 1994) та пов’язані з нею угоди;
* Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС);
* Угоди про торгівельні аспекти прав інтелектуальної власності (Угода ТРІПС).

У 1994 р. Була прийнята угода ГАТС, яка стала одним з трьох основних компонентів світової торгівельної системи (СОТ).

У сфері регулювання торгівлі послугами в рамках СОТ можна виділити наступні частини:

- загальні положення, в яких викладені концепції, принципи та правила стосовно заходів, які впливають на торгівлю;

- додатки, що стосуються регулювання специфічних сфер послуг та специфічних об’єктів;

- перелік конкретних зобов’язань країн-членів СОТ відносно окремих видів послуг.

Повна структура ГАТС складається з 6-ти основних елементів, 29 статей і 8 додатків. У додатках до тексту ГАТС встановлює певні вилучення в сфері фінансових телекомунікацій, авіа - і морського транспорту, переміщення фізичних осіб – постачальників послуг.

У найближчому майбутньому ГАТС потрібно розглядати як дуже важливу, але все ж початкову ланку в створенні багатосторонніх міждержавних правил поведінки урядів у сфері міжнародної торгівлі послугами.

**2.3 Тенденції розвитку міжнародної торгівлі послугами в умовах глобалізації**

Жодна із сучасних країн не може ефективно просуватися по шляху економічного прогресу без інтеграції із світовим господарством. Стан національної економіки дедалі більше залежить не від внутрішніх, а від зовнішніх виробничих факторів, в тому числі міжнародного поділу праці, загального світового науково-технічного розвитку, наявності сировинних ресурсів. Спроби побудови економіки лише на основі самозабезпечення зазнають неминучого краху.

Інтеграцією охоплені не тільки основні галузі економіки, а й фінансова сфера. Так, наприклад, країни — члени ЄС вводять спільну грошову одиницю — євро. Вже в 2002 році вона стане основною для всіх членів європейського валютного союзу.

Сучасні інтеграційні процеси відзначаються динамічністю. Якщо, наприклад, в 1997 p. до "Спільного ринку" входило 12 країн, то в 1998 p. — 15, а в 1999 p. — їх буде 20. У перші ж роки XXI століття майже вся Європа становитиме одне економічне ціле. Подібні явища відбуваються на всіх континентах земної кулі. Інтернаціоналізація господарського життя набирає глобального характеру [17, с. 41].

Подібні зміни простежуються в розвитку науки, техніки. Еволюційні процеси, що тривали до 60-х pp. XX ст., змінилися в кінці 90-х pp. революційними перетвореннями у технології всіх галузей матеріального виробництва та сфери послуг. З'явилася електронно-обчислювальна техніка, промислові роботи і матеріали нового покоління, ведеться розробка та впровадження нових джерел енергії і т.д.

Постійно зростають капіталовкладення у наукові дослідження. Якщо Великобританія на ці цілі у XIX ст. витратила 1 млн фунтів ст., то сьогодні лише щорічно — 1,5—2 млн. Річні витрати США на науку ще більші — 300—400 млрд дол. щорічно. Відповідно різко зросла чисельність наукових працівників. Якщо в кінці XIX ст. їх було близько 50 тис., то сьогодні — 6 млн. [17, с. 42].

Велику роль у глобалізацій них процесах відіграє зростаючий обсяг послуг. Тенденції розвитку міжнародної торгівлі показують: в останнє десятиріччя швидко зростає значимість та обсяги різного роду послуг.

Країни, що розвиваються, можуть активно використовувати й вже використовують свої можливості на цьому шляху. Наприклад, туризм і трудові послуги, експорт робочої сили переважно для виконання некваліфікованих робіт.

Для багатьох країн, що розвиваються, туризм давно став одним з найважливіших джерел надходження іноземної валюти. Так, для Єгипту туристичні послуги є третьою за значенням статтею отримання вільно конвертованої валюти через валютні перекази робітників, що працюють за кордоном, та іноземної допомоги. Особливо бурхливо в останні роки розвивається іноземний туризм у Туреччині (8% щорічно порівняно з 4% загальносвітового зростання туризму). Очікується, що до 2005 р. ця країна за розмірами доходів від туризму посяде шосте місце у світі. Туреччина виграє у конкуренції з основними суперниками - Грецією та Іспанією завдяки меншій вартості рекреаційних послуг.

Прагнення вийти із "заклятого кола бідності", стимулювати розвиток передових галузей економіки, надати динамізму усій економіці загалом вимагає активного залучення іноземного капіталу у країни, що розвиваються.

Переважна більшість країн, що розвиваються, є чистими імпортерами як прямих іноземних інвестицій, так і позикового капіталу. На групу держав "третього світу" припадало у 1980 - 1985 рр. 25% сукупних вкладень прямих іноземних інвестицій у світі, у 1986 - 1990 рр. - 17%. Водночас частка країн, що розвиваються, у світовому експорті капіталу у підприємницькій формі становила у 1980 - 1985 рр. - 2%, у 1986 - 1990 рр. - 3% [17, с. 42].

Для збільшення кількості залучених інвестицій у державах, що розвиваються, вдосконалюється інвестиційний клімат, формується потрібна інфраструктура, створюються спеціальні економічні зони з особливо пільговим режимом функціонування для іноземного підприємницького капіталу. Зусилля багатьох з країн, що розвиваються, дають відчутний результат. За даними Всесвітнього банку, потік приватного капіталу в економіку країн, що розвиваються, у 1994 р. досягнув рекордної суми у 173 млрд. дол., незважаючи на значне зниження темпів його зростання порівняно з періодом 1990 - 1993 рр. Самі ж країни, що розвиваються, у 1993 р. вивезли за кордон капіталу на суму 14 млрд. дол.

За оцінками американської консалтингової фірми "Ернст енд Янг", у найближчі роки найпривабливішими з країн, що розвиваються, для капіталовкладень будуть: Китай, Індія, Мексика, Бразилія.

Приватний капітал прямує переважно у країни з динамічною економікою, що зростає: 80% приватних інвестицій надходить всього у 20% країн, що розвиваються, здебільшого держави Східної та Південно-Східної Азії й Латинської Америки.

Конкретніший аналіз дає змогу виділити десять найбільших реципієнтів прямих іноземних інвестицій у світі, що розвивається. Це Аргентина, Бразилія, Гонконг, Єгипет, КНР, Малайзія, Мексика, Сінгапур, Тайвань, Таїланд. На дані 10 країн і територій у 1980-1990 роках припадало 13% усіх вкладень прямих іноземних інвестицій у світі і 68% усіх прямих іноземних інвестицій у країнах, що розвиваються. Серед зазначених країн лідерами із залучення прямих закордонних капіталовкладень були Сінгапур, Мексика, Бразилія і Китай з часткою у сукупних світових вкладеннях прямих іноземних інвестицій відповідно у 2,3%, 1,9%, 1,8%, 1,7%. Найменше прямих закордонних інвестицій надходило у найменш розвинені країни Азії, Африки та Латинської Америки. Їхня частка у сукупних світових вкладеннях прямих інвестицій знизилася з 0,5% у 1970-1979 рр. до 0,1% у 1986.1990рр. [26, с. 89].

Прямі іноземні інвестиції відіграють відчутну роль у внутрішньому капіталоутворенні лише у тих з країн, що розвиваються, які мають достатньо високі доходи на душу населення. Так. частка іноземних інвестицій у валовому внутрішньому капіталоутворенні держав-нафтовиробників Західної Азії, а також Гонконгу й Сінгапуру становила у другій половині 80-х років майже 20%. Одночасно аналогічний показник у країнах з низьким рівнем доходу на душу населення, у середньому за той самий період був 1,5. Наприклад, у Гані й Уганді він дорівнював 0,9, у Судані - 0,2% [26, с. 90].

Експортерами прямих іноземних інвестицій виступає дуже невелика група держав, що розвиваються, розташованих переважно у Східній. Південно-Східній Азії та Латинській Америці. Найбільшими експортерами прямих інвестицій є Південна Корея, Тайвань і Китай. У Південній Кореї та Тайвані вивезення капіталу у підприємницькій формі у 1990 р. перевищувало його ввезення, що характерно, як правило, для промислове розвинених країн [26, с. 100].

Ще одна складова взаємин промислове розвинених держав і країн, що розвиваються, у системі світової економіки, - це міжнародна фінансова допомога слаборозвиненим країнам "третього світу".

За даними аналітиків МВФ, у 1994 р. у світі на офіційну допомогу по урядових каналах було виділено 56 млрд. дол. Порівняно з 1990 р., коли сприяння з боку ПРК країнам, що розвиваються, досягло свого максимуму, ця цифра зменшилася на 12 млрд. дол. Допомога з боку країн Організації економічної співпраці та розвитку (ОЕСР) становить всього 0,3% їхнього сукупного валового національного продукту (мета, поставлена ООН, - 0,7%) [26, с. 102].

Також великого значення у рості обсягу послуг грає розвиток транспортні послуги, розширення видів транспорту та логістичних шляхів. Провідні позиції за рівнем розвитку та соціально-економічною організацією функціонування транспортної інфраструктури займають індустріально розвинені країни, які представляють перший тип транспортних систем. Їх частка у світовому вантажообігу становить більше 70%. Другий тип транспортних систем представляють країни, в тому числі нові індустріальні держави. Третій тип транспортних систем функціонує в країнах з перехідною економікою.

Інтеграційні процеси в Європі почалися внаслідок політичних змін у міжнародному ландшафті, але подальший розвиток цих процесів відбувся вже значною мірою у відповідь на виклики глобалізації, зокрема, метою підвищення конкурентоспроможності країн-членів ЄС ту убезпечення їх від негативних наслідків глобалізаційних процесів. Відповідно, регіональні утворення можуть бути ефективним засобом регулювання та структурування сучасних глобалізованих міжнародних економічних відносин.

**Висновки до розділу 2**

Отже у другому розділі ми з’ясували, що Міжнародний ринок послуг складається з: послуг фрахту; інших транспортних послуг; туризму; інших послуг, що надають державні організації (банківські, страхові, біржові, посередницькі, експорт технологій тощо); інших послуг, що надаються приватним сектором. Основну роль в міжнародній торгівлі послуг грають туризм та транспортні послуги. Оцінку розвиненості країни часто зводять до оцінки дохідності сектору послуг. Є країни, в яких сфера послуг дає до 60% ВНП і вище.

Підготовкою угод з питань торгівлі послугами займаються спеціалізовані міжурядові організації, наприклад ІКАО (Організація міжнародної цивільної авіації), ІМО (Міжнародна морська організація), ВОТ (Всесвітня організація з туризму) та ін. Усе біль важливе місце питанням регулювання ринку послуг відводиться у роботі такої найвідомішої організації, як ООН (Організація Об’єднаних Націй) і спеціалізованих структурних підрозділів, що входять до її складу, таких як ЕКОСОР (Економічна і соціальна рада), ЮНКТАД (Конференція ООН з торгівлі і розвитку), ЮНСІТРАЛ (Комісія ООН з прав Міжнародної торгівлі) та ін. Важливий внесок у регулювання вищезгаданої сфери вносять також Міжнародна торгова палата, Міжнародний валютний фонд (МВФ), Група Світового банку та велика кількість інших організацій. Однак найбільш потужною і широкою за сферою системою глобального регулювання торгівлі послугами є ГАТС/СОТ.

В останній період міжнародна торгівля послугами придбала важливе значення в умовах інтеграційних процесів. Найважливіше значення у розвитку цих процесів має розвиток транспортної інфраструктури, логістичних ланцюгів та фінансового ринку, ринку факторингових та форфейтингових послуг. Велике значення також має розширення ринку лізингових послуг. Найбільший розвиток цих послуг мають постіндустріальні країни.

В наступному розділі ми розглянемо роль і місто України у міжнародному ринку послуг.

**3. УКРАЇНА В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ**

**3.1 Передумови вступу України до Світової організації торгівлі**

З перших днів здобуття Україною незалежності уряд нашої держави здійснює послідовну політику входження в міжнародне співтовариство. І на цьому шляху надзвичайно важливим завданням є формування нового торговельного режиму, інтегрованого у світовий економічний простір.

Зважаючи на те, що в сфері реформування економіки нашої держави першочерговим є вирішення питань поглиблення структурної перебудови промислового виробництва, пожвавлення інвестиційних процесів, підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності, основними пріоритетами є:

— підтримка вітчизняних товаровиробників шляхом використання можливостей міжнародно-правового механізму захисту їх інтересів як на вітчизняному, так і на світовому ринках;

— прискорення економічних реформ шляхом гармонізації економічного законодавства відповідно до загальновизнаних міжнародних стандартів;

— взаємне зменшення технічних бар'єрів у торгівлі з провідними торговельними партнерами України.

Одним із шляхів забезпечення вищезгаданих пріоритетів має стати повноправне членство України в міжнародній торговельній системі, найвпливовішим інститутом якої є Світова організація торгівлі (СОТ).

Сучасні процеси глобалізації вимагають від України якомога активнішого входження в міжнародну торговельну систему. В ситуації, коли експорт є одним з найважливіших важелів розвитку окремих галузей національної економіки, стає дедалі очевидніше, що неможливо ефективно діяти в системі міжнародної торгівлі, не маючи повноправного членства у Світовій організації торгівлі.

І в цій ситуації певна невідповідність нашого законодавства нормам СОТ призводить до того, що Україна опиняється на узбіччі світових потоків товарів, послуг, інвестицій.

Натомість членство в СОТ, яку часто називають “торговельно-економічною ООН”, надасть Україні значні економічні переваги, зокрема [55, с. 89]:

1) Суттєве зменшення тарифних і нетарифних обмежень доступу українських товарів практично на всі світові ринки дасть змогу збільшити експорт вітчизняної продукції

2) Підвищення ефективності структури експорту за рахунок розвитку виробництва високотехнологічної наукомісткої продукції.

3) Одночасне поліпшення умов торгівлі з 135 країнами світу, на долю яких припадав понад 90% світової торгівлі. Приєднання до системи ГАТТ/СОТ дасть можливість одержати режим найбільшого сприяння у торговельному просторі всіх країн-членів СОТ.

4) Членство в СОТ забезпечує справедливе розв'язання торговельних спорів. Навіть країна з невеликим потенціалом у міжнародній торгівлі може розраховувати на справедливий розгляд та розв'язання потенційних торговельних спорів з великими торговельними партнерами.

5) Вступ до СОТ пов'язаний із системною трансформацією українського економічного законодавства відповідно до принципів, норм і стандартів СОТ, що довели свою ефективність протягом десятиріч у найрозвиненіших країнах світу.

6) Вирішуючи питання щодо темпів приєднання України до системи СОТ, слід пам'ятати, що наш основний торговельно-економічний партнер Росія та інші країни СНД також перебувають на шляху вступу у Світову організацію торгівлі. В умовах, коли Росія та Україна будуть розвивати торгівлю в міжнародно-правових рамках СОТ, виграватимуть обидві сторони.

7) Членство в СОТ має стати ще одним потужним інструментом захисту національних виробників від недобросовісного імпорту.

На сьогоднішній день, вступ України до СОТ є одним з пріоритетів зовнішньоекономічної політики України і розглядається як системний фактор розвитку національної економіки, лібералізації зовнішньої торгівлі, створення передбачуваного та прозорого середовища для залучення іноземних інвестицій, що відповідає національним інтересам України. На початку 2005 року Президент проголосив вступ України до Світової організації торгівлі одним із першочергових пріоритетів зовнішньоекономічної політики на 2005 рік. Членство в СОТ є також умовою Європейської комісії для початку переговорів щодо створення спільної торгівельної зони. Очікується, що Україна вступить до СОТ в червні 2007 року.

Загалом процес вступу України до СОТ передбачає дві головні складові:

* проведення двосторонніх та багатосторонніх переговорів та підписання угод з доступу до ринків товарів та послуг з країнами-членами Робочої групи СОТ;
* гармонізація законодавства України відповідно до вимог угод СОТ.

Процес приєднання України до системи ГАТТ/СОТ розпочався 17 грудня 1993 року, коли було прийнято рішення про створення Робочої групи (РГ) з розгляду заявки України щодо приєднання до ГАТТ/СОТ.

Наступним кроком, відповідно до процедури приєднання, стало подання на розгляд Робочої групи 28 червня 1994 року Меморандуму про зовнішньоторговельний режим України. Після ознайомлення членів РГ з Меморандумом та завершення етапу запитань та відповідей розпочалися переговори про вступ у багатосторонньому форматі. З того часу відбулося шістнадцять офіційних засідань РГ (останнє – у червні 2006 року), а з 1997 року розпочався процес двосторонніх переговорів з країнами-членами РГ. В цілому до складу РГ з розгляду заявки України щодо приєднання до СОТ входить 42 країни (країни ЄС ведуть переговори як один учасник РГ) [55, с. 129].

За станом на 16 березня 2007 року підписано 49 двосторонніх протоколів з країнами-членами СОТ. Завершено переговори з більшістю країн-членів РГ щодо доступу до ринку послуг.

У 2003 - 2006 рр. було значно активізовано переговорний процес між Україною до СОТ. Зокрема, протягом цього періоду було забезпечено: проведення 7-ти засідань Робочої групи з розгляду заявки України про вступ до СОТ; проведення двосторонніх переговорів з 35 країнами-членами СОТ.

Протягом 2003–2006 років підписано 35 з 49 двосторонніх протоколів з доступу до ринків товарів та послуг [55, с. 109]:

* у 2003 році (11) з Бразилією, Болгарією, Естонією, ЄС, Ізраїлем, Кубою, Польщею, Словаччиною, Таїландом, Чехією, Угорщиною;
* у 2004 році (10) з Аргентиною, Гондурасом, Домініканською Республікою, Литвою, Малайзією,Монголією, Парагваєм, Туреччиною, Швейцарією, Шрі-Ланкою;
* у 2005 році (9) з Сальвадором, Молдовою, Норвегією, Індонезією, Японією, Ісландією, Хорватією, Еквадором та Китаєм;
* у 2006 році (5 протоколів) з США, Панамою, Австралією, Єгиптом та Колумбією.

Також завершено переговори із Перу, Вірменією та Тайванем. Тривають переговори з Киргизстаном.

Протягом 2005 - 2006 рр. було вирішено низку проблемних питань, які уповільнювали переговори між Україною та РГ СОТ [55, с. 109].

Зокрема, було:

* усунуто податкові пільги, що надавались окремим підприємствам промисловості;
* встановлено однакові ставки акцизного збору на вітчизняні та імпортні транспортні засоби відповідно до принципу національного режиму;
* усунено звільнення від ПДВ та податку на прибуток, платежів у Державний інноваційний фонд, від ПДВ та митних зборів на імпорт сировини, матеріалів, обладнання та товарів (не вироблених в Україні), які призначались для використання в межах технологічних парків;
* усунено пільги у спеціальних економічних зонах та особливі режими для інвестиційної діяльності. Зокрема, всі звільнення від сплати мита на імпорт, ПДВ, акцизних зборів, квот та ліцензій, податку на прибуток, платежів у фонд соціального страхування безробіття, збору у Державний інноваційний фонд та обов’язкового продажу валютних надходжень;
* скасовано вимогу продажу Національному банку України 50% валютної виручки суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності при реалізації зовнішньоторговельних контрактів;
* скасовано дискримінаційний підхід до іноземних компаній щодо використання податкових векселів при розрахунках з бюджетом;
* скасовано режим ліцензування і квотування експорту деяких видів продукції;
* встановлено фіксовану плату за видачу експортних ліцензій, що відповідає вартості надання зазначеної послуги замість плати в адвалерному еквіваленті до вартості контракту;

Вступ України до СОТ дав би змогу зменшити вартість українських товарів на польському ринку в середньому на 10 - 15%, а на турецькому — на 7 - 12% [55, с. 180].

Проблема підвищення конкурентоспроможності національної економіки в умовах приєднання у стратегічній перспективі України до ЄС повинна вирішуватися шляхом здійснення політики багатовекторної, різношвидкісної різнорівневої інтеграції як на макро- так і на мікрорівнях, виходячи з наявних і створюваних додаткових конкурентних переваг. Основу цієї політики має становити бігравітаційна модель, яка дає змогу використати певні позитивні сторони євразійського вектору інтеграції при збереженні і домінуванні європейського вектора, який у довгостроковій перспективі має забезпечити досягнення Україною своєї стратегічної мети – вступу до Європейського Союзу.

В сучасних умовах розвитку світогосподарських процесів перспективним стає розробка механізму підвищення ефективності інтеграційних факторів конкурентоспроможності економіки України.

**3.2 Аналіз динаміки міжнародної торгівлі послугами України**

Розглянемо тенденції міжнародної торгівлі за даними статистичних даних. Як ми можемо бачити із додатків 1 – 5 та графіків на рис. 3.1, 3.3 спостерігається зріст статей експорту та імпорту у періоді із 2002 по 2006 роки. Обсяги експорту України із країнами СНД звеличилися із 2430,10 млн.дол. США у 2002 році до 3451,30 млн.дол. США у 2006 році, тобто темп приросту експорту за п’ять років 42,02% [37, с. 89].

Обсяги експорту із інших країн світу звеличились за п’ять років із 1625,20 млн.дол. США у 2002 році до 4054,20 млн.дол. США у 2006 році, тобто темп приросту за п’ять років 149,46%.

За п’ять років відбулись і структурні зміни. Так у 2002 році експорт до країн СНД ставив 59,9% від загальної величини імпорту. У 2006 році величина експорту до країн СНД ставив 46,0% (рис. 3.2). Тобто ми бачимо за п’ять років структурне зменшення експорту послуг до країн СНД 13,9% [37, с. 90].



2002 2003 2004 2005 2006 Роки

Рис. 3.1. Динаміка розвитку експорту послуг України за п’ять років (розроблено автором на основі даних додатку 1)

Експорт до інших країн звеличився. Це може свідчити про зростання орієнтації України до Європейського співтовариства. В загалом це звеличення відбулося за рахунок транспортних та туристичних послуг.



Рис. 3.2. Структура експорту послуг у 2006 році (розроблено автором на основі даних додатку 1)

Обсяги імпорту за п’ять років також звеличилися (додатки 1 – 5 та рис. 3.4). Маємо по СНД ріст із 295,6 млн.дол. США у 2002 році до 702,3 млн.дол.США, тобто темп росту 237,6%. По іншим країнам рост із 896,0 млн.дол. у 2002 році до 3110,1 млн.дол. у 2006 році, тобто темп росту 347,1%. (данні на основі даних додатку 1 [34])



 2002 2003 2004 2005 2006 Роки

Рис. 3.3. Динаміка розвитку імпорту послуг України за п’ять років (розроблено автором на основі даних додатку 1)

Також відбулися і структурні зміни У 2002 році імпорт до країн СНД у структурі загального імпорту складав 24,8%, 2006 році – 18,6% (рис. 3.4). Отже структурна зміна у бік інших країн 6,2%. Відбувається переорієнтація України у бік Європейського співтовариства.



Рис. 3.4. Структура імпорту у 2006 році

Розглянемо, які з країн являються найбільшими імпортерами та експортерами послуг. Найбільшими країнами експорту для України є Великобританія (9,6% від загальних підсумків), Швейцарія (8,9%), Кіпр (8,0%),США (7,8%) та Німеччина (6,3%). Найбільшими імпортерами для України є Великобританія (17,4%), Швейцарія (5,2%), Кіпр (9,0%),США (8,9%) та Німеччина (7,8%) (данні на основі даних додатку 1 [34]).

У наступному підрозділі ми розглянемо за рахунок яких видів послуг ведеться торгівля України.

**3.3 Тенденції розвитку окремих видів послуг в Україні**

Розглянемо структуру українського ринку послуг та тенденції розвитку окремих видів послуг (додатки 6 - 10).

Як бачимо з додатків, найважливішу частину у структурі торгівлі послугами мають транспортні послуги. Ми спостерігаємо стійкий зріст як статей експорту так і імпорту. Але все ж таки експорт переважає у загальному обсязі транспортних послуг (рис 3.4).

За період із 2002 року по 2006 ми маємо темп росту експорту транспортних послуг 158,2% при загальному темпу росту ринку послуг 185,1%. Отже відбулися структурні зрушення. Це пов’язано із структурним ростом таких статей послуг, як туристичні послуги. У таблиці 3.1 ми можемо більш детально розглянути вантажообіг за видами транспорту.



 2002 2003 2004 2005 2006 Роки

Рис. 3.4. Темпи росту транспортних послуг

Найбільшу частку у експорті транспортних послуг займає трупопровідний, залізничний, морський та авіаційний. У імпорті переважає залізничний, авіаційний та морський транспорт.

Табл. 3.1.

**Відправлення (перевезення) вантажів за видами транспорту, тис. тон\***

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  Роки | залізничний: відправлення | залізничний: перевезення | морський | річковий | автомо-більний | авіаційний | трубопро-відний |
| 2002 | 313096,6 | 370199,1 | 8231,6 | 6969,8 | 977268,8 | 26,9 | 218447,7 |
| 2003 | 330187,8 | 392592,0 | 8785,7 | 7608,3 | 947263,8 | 90,3 | 201274,6 |
| 2004 | 363364,8 | 445534,7 | 8851,4 | 9974,9 | 973283,0 | 148,4 | 216699,9 |
| 2005 | 388295,0 | 462367,6 | 8793,6 | 11858,5 | 1027396,3 | 101,0 | 220927,0 |
| 2006 | 379926,7 | 450277,3 | 8575,2 | 12868,6 | 1120715,3 | 126,3 | 212556,8 |

\* - Джерело - [50, с. 120]

Одним із основних чинників, що впливають на розвиток автомобільного транспорту, є відсутність на ринку автопідприємств державної форми власності. У той же час, цей сектор ринку залишається достатньо відкритим, що сприяє утвердженню конкурентного середовища, підвищенню рівня якості транспортних послуг при перевезенні вантажів та пасажирів автомобільним транспортом.

Постійно проводиться робота щодо встановлення взаємовідносин у міжнародному автомобільному сполученні. Зокрема, у вересні 2005 р. Україна приєдналась до ЄУТР (Закон від 07.09.05 № 2819 “Про приєднання України до Європейської угоди щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення”).

Кількість перевезень вантажів автомобільним транспортом у міжнародному сполученні (за даними Мінтрансзв’язку) у 2005 р. зросла на 13,7%. Разом з тим, конкурентоспроможність українських перевізників обмежується дефіцитом дозволів на міжнародні автомобільні перевезення за окремими напрямками і недосконалим механізмом їхнього розподілу між перевізниками.

На 2006 р. повністю вирішено проблему забезпечення українських перевізників дозволами на виконання міжнародних автоперевезень з 43 країнами — Україна отримала 1436 дозволів ЄКМТ (Європейської Конференції Міністрів Транспорту), що на 59,4% більше ніж у 2005 році.

Серед рухомого складу перевізників України, членів АсМАП (Асоціації міжнародних автомобільних перевізників), 9,5% відповідають вимогам Євро-1; 46,8% — Євро-2; 14,2% — Євро-3. Досить важливу частину у експорті та імпорті послуг займають туристичні послуги. У 2002-му році ми спостерігаємо 2,5% у експорті та 4,2% у імпорті; у 2006-му році ми спостерігаємо 3,3% та 6,0% відповідно. У таблиці 3.2 ми спостерігаємо загальні туристичні потоки в Україні [58., c. 23].

Динаміка туристичного потоку зазначена у таблиці 3.2. Із даних таблиці ми бачимо, з року в рік як кількість громадян України, які виїзжають за кордон, так і кількість іноземних туристів з року в рік звеличується. Але за останні роки кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України зменшилася.

Це пов’язано с недостатньо розвинутою туристичною інфраструктурою України та неспроможністю сприйняти численні туристичні потоки. Крім того це пов’язано із екологічними негараздами кримського півострова.

Таблиця 3.2.

**Туристичні потоки, осіб**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Роки | Кількість громадянУкраїни, які виїжджализа кордон –усього\* | Кількість іноземнихгромадян, які відвідали Україну- усього\* | Кількість туристів,обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України– усього\*\* | Із загальної кількості туристів:\*\* |
| Іноземнітуристи | туристи-громадяниУкраїни,які виїжджали за кордон | Внутрішнітуристи | Кількістьекскурсантів\*\* |
| 2002 | 14729444 | 10516665 | 2265317 | 417729 | 302632 | 1544956 | 1991688 |
| 2003 | 14794932 | 12513883 | 2856983 | 590641 | 344 332 | 1922010 | 2690810 |
| 2004 | 15487571 | 15629213 | 1890370 | 436311 | 441798 | 1012261 | 1502031 |
| 2005 | 16453704 | 17630760 | 1825649 | 326389 | 566942 | 932318 | 1704562 |
| 2006 | 16875256 | 18935775 |   |   |   |   |   |

\* Включно з одноденними відвідувачами (за даними Адміністрації Держприкордонслужби України)

\*\* - Джерело - [50, с. 120]

На жаль, з численного потоку туристів, що приїжджають сьогодні до нас, туристичними компаніями обслуговуються всього частина. Тому доводиться займатися й розвитком інфраструктури, і рекламно-інформаційною роботою. Раніше ніхто ні копійки не виділяв на рекламно-інформаційну діяльність. Зараз на ці мети в бюджеті заплановані 3 млн. дол. США. Звичайно, це дуже мало в порівнянні з іншими державами. Так, Туреччина виділяє 100 млн. дол. США. Потрібно проводити виставки, організовувати прес-тури. Причому не тільки для іноземних журналістів, але й для вітчизняних, показувати їм свою країну. Все це робиться. Але, звичайно, не в тих масштабах, у яких хотілося б.

У нас є Національна рада по туризму, Рада туристичних громадських організацій. Наприклад, гостурадміністрація може компенсувати 50% видатків компаній, пов'язаних з участю у виставці.

Можливе застосування в Україні досвіду Туреччини по створенню туристичної інфраструктури й залученню туристів, де у свій час були створені умови, сприятливі механізми, які сприяли будівництву готелів і розвитку інфраструктури. Дуже важливу частину у загальній частині торгівлі послугами мають рiзноманітнi дiловi, професiйнi та технiчнi послуги. Їх структурна частину у загальному імпорті виросла із 15,0% у 2006 р. до 18,4%, тобто темп росту за п’ять років 122,7%. У експорті із 5,7% у 2006 р. доля цих видів послуг виросла до 11,3% у 2006 р., тобто темп росту 198,2%. Також ми бачимо, що Україна за п’ять років підвищила показники у торгівлі діловими послугами [58., c. 23].

**Висновки до розділу 3**

Отже, як ми визначили у третьому розділі, на сьогоднішній день, вступ України до СОТ є одним з пріоритетів зовнішньоекономічної політики України і розглядається як системний фактор розвитку національної економіки, лібералізації зовнішньої торгівлі, створення передбачуваного та прозорого середовища для залучення іноземних інвестицій, що відповідає національним інтересам України.

Світовий досвід свідчить, що членство в СОТ стає визначальним чинником стабільного та передбачуваного розвитку економіки більшості країн. Непрямі загальноекономічні наслідки від реформування зовнішньоторговельного режиму та набуття Україною членства в СОТ сприятимуть сталому економічному, розвитку за рахунок забезпечення доступу до світових ринків товарів, робіт і послуг, отримання відповідних прав для захисту своїх інтересів на цих ринках.

Таким чином, вступ України до Світової організації торгівлі позитивно позначиться передусім на прибутках національного товаровиробника, що, в свою чергу, сприятиме подальшим перетворенням в економіці України.

Отже, приєднуватися до системи СОТ треба, використовуючи ті переваги, які при цьому можуть бути отримані, і шукаючи механізм поступового переведення власного виробництва в інший режим господарсько - економічного функціонування.

Регулювання міжнародної торгівлі послугами має певну специфіку. Це пов’язано з тим, що послуги, які відрізняються крайньою розмаїтістю форм і змісту, утворюють єдиний ринок, якому властиві не загальні риси, а загальні тенденції, які надають можливість регулювати його на глобальному рівні навіть із урахуванням нових моментів у його розвитку. Через ці причини дослідження системи регулювання та функціонування світового ринку послуг в умовах глобалізації має не лише теоретичне, а й практичне значення.

**ВИСНОВКИ**

Міжнародний ринок послуг представлений понад 600 видами послуг, найпоширенішими серед яких є: торгівля транспортними послугами за межами національних кордонів; торгівля туристичними послугами; послуги поштового, кур’єрського, телефонного, телеграфного зв’язку між резидентами та нерезидентами; будівництво (об’єкти за кордоном, що здійснені на тимчасовій основі резидентами); страхування (нерезидентів страховими компаніями-резидентами); фінансові послуги; комп’ютерні та інформаційні послуги; роялті та ліцензійні послуги; франчайзинг; лізинг; інжиніринг; управлінський контракт

Впродовж останніх п’яти років ми можемо спостерігати значний зріст усіх статей послуг. Найбільшу частину у загальній структурі послуг займають міжнародні транспортні послуги.

У роботі було досліджено основні види міжнародних послуг, їх розвиток і географічна структура, ринок послуг в Україні та тенденції його розвитку. Ми визначили, що розвиток ринку послуг є однією із загальних рис процесів інтернаціоналізації та глобалізації.

Ринок послуг в Україні не настільки розвинутий, як у постіндустріальних країнах. Багато проблем повстає на шляху розвитку ринку. Серед них – не достатньо розвинута інфраструктура ринку, екологічні та економічні проблеми, нестабільне політичне становище.

Останній час звеличується доля таких послуг, як різного роду бізнес-послуги, послуги зв’язку, туристичні послуги. Але для ефективного функціонування та розвитку туристичних послуг дуже важлива розвита туристична інфраструктура та підтримка з боку уряду та місцевих органів.

У зв’язку із недавнім виграшем України у жеребкуванні стосовно проведення чемпіонату Європи у 2012 році мають бути вирішені проблеми сервісного обслуговування, транспортної та туристичних інфраструктур.

Комплекс усіх цих заходів має бути вирішальним у розвитку ринку послуг в Україні на шляху до Світової організації торгівлі.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" від 16.04.91. № 959-ХІІ – Закон про ЗЕД.
2. Митний кодекс України: Чинне законодавство зі змінами та допов. Станом на 1 верес. 2005 р.: (відповідає офіц. текстові). – К.: Вид. Паливода А. В., 2005. – 160 с. – (Кодекси України).
3. Азарян Е.М., Шубин А.А. Жукова Н.Л. Международный маркетинг. Под ред. д-ра экон. Наук, проф. Азарян Е.М. К.: НМЦВО МОиН Украины, Студцентр, 2005, - 344 с.
4. Багрова І.В. Редіна Н.І. Власик О.О. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / За ред.. Багрової І.В. – К.: Центр навч.літ. – 2004. – 580 с.
5. Василенко Ю. “Роль зовнішньої торгівлі у платіжному балансі Україна”. Вісник НБУ. – 1999, №9.
6. Воронова Є.М., Мазаріні А.Л. “Експортний потенціал та розвиток зовнішньої торгівлі України // Конспект лекцій – К., 1994р.
7. Гребенюк О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Підручник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 384 с.
8. Гордеев Г.Д. Иванова Л.Я. и др. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Основы: Учебник для вузов.; под ред. Проф.. Стровского Л.Е. М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996. – 408 с.
9. Державний комітет статистики http://www.ukrstat.gov.ua
10. Дідівський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб. – К.: Знання, - 2006. – 462 с.
11. Доронин И., Загашвили В., Приписнов В. Мировая хозяйственная конъюнктура в 2000- 2001 г. // Мировая экономика и международные отношения. – 2001. – № 8. – С. 19.
12. Дяченко А.В. Контракти міжнародної купівлі-продажу. – К.: УМЦ „Бета”, 1991, - 108 с.
13. Елагин В.Т. Внешнеэкономическая деятельность предприятий. – К.: КМУГА, 1998. – 136 с.
14. Кириченко А.В., Шевчук В.Я., Мазарук А.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / К.: Знання, 2005. – 493 с.
15. Козак Ю.Г., Логвинова Н.С., Сіваченко І.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: ЦНЛ, 2006. – 792 с.
16. Козик. Міжнародні економічні відносини. – Львів, 1999 р.
17. Костина К.В. Система регулювання торгівлі послугами на глобальному рівні/Зовнішня торгівля: право та економіка. - №1/2007. – с. 41-47.
18. Кредисов А.И., Березовченко С.Н., Волошин В.В. и др. Управление внешнеэкономической деятельностью: Учеб. пособие / Под общ. ред. А.И. Кредитова. – К., 1996.
19. Кудлай В.Г. Особливості експортно-імпортної діяльності у зовнішньоекономічної діяльності України//Економіка. Фінанси. Право. – 2006. - №3. – с. 3-9.
20. Кузьминський Ю.А. Облік та аналіз зовнішньоекономічної діяльності: Навч.-метод. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. – 179 с.
21. Левада А.Н. Експорт-імпорт промислових товарів України у І півріччі 2005 р.// Діловий вісник.- 2005. - №9, - с.11.
22. Левковець П.Р. Міжнародні перевезення і транспортне право. – К.: „Арістей”, 2005. – 140 с.
23. Ломакин В.К. Мировая экономика. М.: Финансы. 1999 г.
24. Лугінін О.Є. Статистика національної економіки та світового господарства: Навч. посіб./ Лугінін О.Є., Фомішин С.В. – К.: ЦНЛ, 2006. – 502 с.
25. Луць О.В. Контракти у підприємницькій діяльності. – К.: Юрінком Інтер, 2001 – 560 с.
26. Мазаракі А.А. Світовий ринок товарів та послуг: товарна структура – К.: 1996р. – 206 с.
27. Макогон Ю.В. Внешнеэкономическая деятельность: организация, управление, прогнозирование: Учебник. – Донецк: Альфа-пресс, 2004. – 344 с.
28. Мережко О.О. Право міжнародних договорів: сучасні проблеми теорії та практики: Монографія. – К.: Таксон, 2002. – 344 с.
29. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 2002. – 704 с.
30. Новицький В.С., Пашко П.В. Міжнародна економічна діяльність України: Підручн. – КНЕУ, 2003. – 948 с.
31. Осика С.Г. Універсальні міжнародно-правові засади регулювання демпінгового імпорту: Монографія. – К.: Центр дослідження СОТ, розвитку торгового права і практики, 2005. – 256 с. 45.
32. Парахонський Б.О., Місце та роль України у сучасному геополітичному просторі // www.niss.gov.ua.
33. Парахонський Б.О., Гончаренко О.М., Стан і перспективи СНД // www.niss.gov.ua.
34. Підсумки зовнішньоекономічних відносин з країнами Європейського Союзу за 2002 - 2006 роки // www.kmu.gov.ua.
35. Покрещук О.О. Правове регулювання міжнародної торгівлі у контексті норм і правил ГАТТ/СОТ: Монографія. – К: Зовнішня торгівля, 2003. – 512 с.
36. Попов В.М. Внешнеэкономическая деятельность фирмы: Особенности менеджмента и маркетинга: Учеб. пособие. – 3-е узд., доп. – М.: Ось-89, 2000. – 288 с.
37. Романенко С.И. Импортная экспансия Европы в Украину // Інвестиції: практика та досвід. – 2006. Тернопіль: Економічна думка. 2004. – 416 с.
38. Румянцев А.П., Климко Г.Н., Рокоча В.В., та ін. Міжнародна економіка: підручник – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2006. – 479 с.
39. Семенов Л.Д. Международные экономические отношения. – М.: 1998 г. – 302 c.
40. Сиденко В., Ще раз про відносини України з ЄврАзЕС // Дзеркало тижня // № 20 (395), 1 - 7 червня, 2002 року.
41. Солошенко Л.В. Внешнеэкономическая деятельность: организация и документальное оформление. – Х. – Фактор, 2001. – 173 с.
42. Соколенко С.І. Глобалізація і економіка України. – К.: Логос, 1999.
43. Страны мира: Краткий полит.-экон. справочник. - М.: Политиздат. 1989.
44. Стрекаль О.В., Країни Західної Європи та проблеми європейської інтеграції // www.niss.gov.ua.
45. Сухарський В.С., Сухарський В.В., Охота В.І., Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика. Навчальний посібник (курс лекцій). Тернопіль: Астон, 2005. – 464 с.
46. Томпсон А.А. , Стрикленд III, А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации: 12-е издание: Пер. с англ. - М.: ИНФРА-М, 2005 – 928 с.
47. Україна на ринку Європейського Союзу (Аналітична доповідь Центру Разумкова) // Національна безпека і оборона // №11 (47), 2003.
48. Україна та Євразійське Економічне Співтовариство: інтеграція чи співробітництво? (Аналітична доповідь Центру Разумкова) // Національна безпека і оборона // №12 (36), 2002.
49. Фомін І.В. До питання вдосконалення системи тарифного регулювання імпорту в Україні // Економіка України. – 2005. - №10. – с. 25-33.
50. Фомишин С.В. Международные экономические отношения на рубеже тысячелетий: Учебное пособие / - Херсон: Олди плюс, 2002, - 560с.; ил.
51. Внешнеэкономическая деятельность: Новая бухгалтерия/декабрь 2004.– 128 с.
52. Внешнеэкономические операции: Новая бухгалтерия / март 2005. – 144 с.
53. Чужиков В.І. Економіка забіжних країн: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 308 с.
54. Чумак В.М., Нікішенко С.О., Проблема перспективного партнерства України у регіонах Далекого Сходу та Південно-Східної Азії // www.niisp.gov.ua
55. Чуприна О.Б. Історія розвитку інтеграційних процесів в Європі та аналіз їх взаємозв’язку з процесами глобалізації /Зовнішня торгівля: право та економіка. - №1/2007. – с. 41-47.
56. Школа І.М., Козьменко В.М. “Міжнародні економічні відносини “Червона “Рута” 1996 ст.146-160.
57. Щербина Л.В. Експорт та імпорт товарів: особливості податкового і бухгалтерського обліку // Баланс. – 2006. -№33. – с. 51-53.
58. Экономическое партнерсво Украины со странами Евросоюза в 2002 -2005 годах // Обзор украинского рынка // №5 (57), 2003.
59. Яремко Л.А. Імпорт та його вплив на макроекономічні процеси // Фінанси України. – 2005. - №7.-с. 75-82.
60. World Development Report 2000/2001: A Hacking Poverty, table 21, WB, Washington, 2001.
61. World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness, New York and Gеneva. 2002.

**ДОДАТОК 1**

Таблиця 1.1.

**Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами за 2002 рік\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країни | Експорт | Імпорт | Сальдо |
| млн.дол.США | у % до 2001р. | млн.дол.США | у % до 2001р. |
| Країни СНД  | 2430,1 | 112,9 | 295,6 | 126,9 | 2134,5 |
| Інші країни світу | 1625,2 | 116,7 | 896,0 | 98,0 | 729,2 |
| Австрiя | 57,0 | 113,3 | 27,5 | 147,2 | 29,5 |
| Багами | 9,1 | 220,0 | 2,6 | 139,4 | 6,5 |
| Бельгiя | 72,4 | 93,8 | 14,4 | 94,2 | 58,0 |
| Болгарiя | 36,5 | 115,3 | 5,5 | 113,1 | 31,0 |
| Вiргiнськi острови (Брит.) | 36,6 | 260,0 | 9,6 | 360,0 | 27,0 |
| Грецiя | 44,3 | 105,9 | 6,2 | 80,1 | 38,1 |
| Єгипет | 12,8 | 220,0 | 3,4 | 190,0 | 9,4 |
| Iзраїль | 21,7 | 118,7 | 12,8 | 137,5 | 8,9 |
| Iндiя | 26,0 | 100,1 | 1,1 | 57,5 | 24,9 |
| Iрландiя | 12,4 | 49,3 | 2,7 | 120,0 | 9,7 |
| Iспанiя | 11,0 | 99,3 | 3,9 | 83,7 | 7,1 |
| Iталiя | 38,2 | 114,2 | 6,7 | 68,7 | 31,5 |
| Кiпр | 68,5 | 94,7 | 13,8 | 113,7 | 54,7 |
| Канада | 7,2 | 98,6 | 15,2 | 93,2 | -8,0 |
| Китай | 14,4 | 93,9 | 2,1 | 110,2 | 12,3 |
| Латвiя | 14,4 | 122,9 | 6,4 | 31,8 | 8,0 |
| Литва | 16,2 | 140,8 | 3,5 | 160,0 | 12,7 |
| Мальта | 40,1 | 105,6 | 0,7 | 88,2 | 39,4 |
| Об’єднані Арабські Емірати | 7,2 | 105,5 | 1,9 | 102,3 | 5,4 |
| Нiдерланди | 39,2 | 146,7 | 22,4 | 82,3 | 16,8 |
| Нiмеччина | 107,8 | 101,6 | 58,0 | 91,8 | 49,8 |
| Норвегiя | 9,4 | 110,7 | 2,2 | 180,0 | 7,2 |
| Панама | 12,4 | 115,0 | 1,2 | 460,0 | 11,2 |
| Польща | 29,7 | 105,1 | 32,1 | 94,1 | -2,4 |
| Сiрiйська Арабська Республiка | 8,0 | 31,5 | 1,0 | 96,4 | 7,0 |
| Словаччина | 52,0 | 490,0 | 13,9 | 220,0 | 38,1 |
| Великобританія | 217,0 | 160,0 | 100,3 | 113,3 | 116,7 |
| Сполученi Штати Америки | 134,1 | 108,1 | 210,0 | 75,4 | -75,9 |
| Туреччина | 42,2 | 113,7 | 16,3 | 128,1 | 25,9 |
| Угорщина | 39,4 | 142,0 | 8,2 | 94,7 | 31,2 |
| Фінляндія | 7,6 | 230,0 | 3,1 | 149,6 | 4,5 |
| Францiя | 35,1 | 135,6 | 11,0 | 51,8 | 24,1 |
| Чеська Республiка | 7,8 | 112,2 | 17,7 | 290,0 | -9,9 |
| Швейцарiя | 54,5 | 106,7 | 25,5 | 122,7 | 29,0 |
| Швецiя | 7,1 | 160,0 | 22,2 | 190,0 | -15,1 |
| Всього | 4055,3 | 114,4 | 1191,6 | 103,8 | 2863,7 |

\* - Джерело - [34].

Таблиця 1.2

**Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами за 2003 рік\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країни | Експорт | Імпорт | Сальдо |
| млн.дол.США | у % до2002р. | млн.дол.США | у % до2002р. |
| Країни СНД | 2323,5 | 95,6 | 336,7 | 113,9 | 1986,8 |
| Iншi краiни свiту | 1924,5 | 118,4 | 1051,7 | 117,4 | 872,8 |
| Австрiя | 79,5 | 139,5 | 31,9 | 116,1 | 47,6 |
| Алжир | 6,1 | 170,0 | 0,6 | 126,9 | 5,5 |
| Багами | 6,1 | 67,2 | 2,2 | 85,4 | 3,9 |
| Белiз | 6,5 | 190,0 | 0,0 | 530,0 | 6,5 |
| Бельґiя | 98,7 | 136,3 | 20,5 | 142,4 | 78,2 |
| Болґарiя | 24,6 | 67,3 | 5,6 | 101,0 | 19,0 |
| Вiрґiнськi Острови | 23,0 | 62,9 | 2,8 | 28,8 | 20,2 |
| Грецiя | 51,6 | 116,6 | 5,1 | 81,4 | 46,5 |
| Данiя | 4,9 | 110,4 | 7,8 | 180,0 | -2,9 |
| Естонiя | 4,4 | 74,4 | 4,6 | 115,4 | -0,2 |
| Єгипет | 12,2 | 95,5 | 6,5 | 190,0 | 5,7 |
| Iзраїль | 24,9 | 114,4 | 14,0 | 109,1 | 10,9 |
| Iндiя | 15,0 | 57,5 | 1,4 | 127,0 | 13,6 |
| Iрландiя | 21,0 | 170,0 | 3,1 | 116,5 | 17,9 |
| Iспанiя | 16,1 | 146,4 | 5,3 | 133,8 | 10,8 |
| Iталiя | 45,0 | 117,8 | 12,8 | 190,0 | 32,2 |
| Канада | 13,3 | 180,0 | 18,3 | 119,9 | -5,0 |
| Кiпр | 114,7 | 170,0 | 24,5 | 180,0 | 90,2 |
| Китай | 18,7 | 129,8 | 1,7 | 83,1 | 17,0 |
| Латвiя | 20,2 | 140,7 | 20,4 | 320,0 | -0,2 |
| Лiван | 8,7 | 86,2 | 0,8 | 94,4 | 7,9 |
| Литва | 9,3 | 57,6 | 19,0 | 540,0 | -9,7 |
| Мальта | 43,7 | 108,8 | 1,0 | 129,2 | 42,7 |
| Oб’єднанi Арабськi Емiрати | 8,9 | 122,3 | 2,7 | 140,2 | 6,2 |
| Нiдерланди | 39,6 | 101,1 | 24,6 | 109,9 | 15,0 |
| Нiмеччина | 110,9 | 102,8 | 97,6 | 1,70 | 13,3 |
| Норвеґія | 11,1 | 117,9 | 6,2 | 280,0 | 4,9 |
| Панама | 13,9 | 111,3 | 0,1 | 8,0 | 13,8 |
| Польща | 31,2 | 104,9 | 46,2 | 143,8 | -15,0 |
| САР | 8,0 | 100,3 | 1,0 | 92,1 | 7,0 |
| Словаччина | 87,7 | 170,0 | 10,8 | 77,7 | 76,9 |
| Сполученi Штати Америки | 178,9 | 133,5 | 253,8 | 120,9 | -74,9 |
| Сполучене Королiвство | 220,2 | 101,5 | 84,3 | 84,1 | 135,9 |
| Туреччина | 44,6 | 105,8 | 18,6 | 114,3 | 26,0 |
| Угорщина | 73,6 | 190,0 | 13,0 | 160,0 | 60,6 |
| Фiнляндiя | 9,6 | 127,3 | 4,0 | 128,0 | 5,6 |
| Францiя | 33,3 | 94,8 | 14,8 | 134,7 | 18,5 |
| Чеська Республiка | 8,7 | 111,9 | 7,3 | 41,3 | 1,4 |
| Швейцарiя | 103,3 | 190,0 | 37,6 | 147,1 | 65,7 |
| Швецiя | 8,2 | 115,1 | 37,3 | 170,0 | -29,1 |
| Всього | 4248,0 | 104,8 | 1388,4 | 116,5 | 2859,6 |

\* - Джерело - [34].

Таблиця 1.3

**Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами за 2004 рік\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країни | Експорт | Імпорт | Сальдо |
| млн.дол.США | у % до2003р. | млн.дол.США | у % до2003р. |
| Країни СНД | 2515,6 | 108,3 | 407,2 | 120,9 | 2108,4 |
| Iншi краiни свiту \*\* | 2792,3 | 145,1 | 1600,9 | 142,8 | 1191,4 |
| Австрiя | 84,7 | 106,5 | 68,6 | 210,0 | 16,1 |
| Багами | 11,0 | 180,0 | 8,7 | 390,0 | 2,3 |
| Бельґiя | 115,2 | 116,8 | 22,5 | 108,9 | 92,7 |
| Болґарiя | 26,1 | 106,5 | 6,4 | 115,0 | 19,7 |
| Вiрґiнськi Острови | 75,0 | 330,0 | 12,2 | 440,0 | 62,8 |
| Гонконґ | 5,5 | 148,5 | 14,4 | 625,0 | -8,9 |
| Грецiя | 63,8 | 123,5 | 10,5 | 210,0 | 53,3 |
| Данія | 13,6 | 280,0 | 5,0 | 58,0 | 8,6 |
| Естонiя | 12,6 | 290,0 | 5,8 | 124,8 | 6,8 |
| Єгипет | 6,7 | 55,2 | 11,7 | 180,0 | -5,0 |
| Iзраїль | 31,0 | 124,6 | 19,5 | 141,5 | 11,5 |
| Iндiя | 17,1 | 114,0 | 3,1 | 210,0 | 14,0 |
| Iспанiя | 17,7 | 109,9 | 7,8 | 142,3 | 9,9 |
| Iталiя | 47,4 | 105,3 | 19,5 | 150,0 | 27,9 |
| Кiпр | 149,8 | 130,5 | 111,8 | 450,0 | 38,0 |
| Канада | 26,9 | 200,0 | 21,4 | 116,8 | 5,5 |
| Китай | 25,4 | 135,7 | 4,3 | 144,2 | 21,1 |
| Латвiя | 25,1 | 124,1 | 18,9 | 92,6 | 6,2 |
| Литва | 10,9 | 116,3 | 48,8 | 260,0 | -37,9 |
| Мальта | 38,9 | 89,1 | 2,1 | 220,0 | 36,8 |
| Нiдерланди | 51,7 | 130,4 | 38,2 | 160,0 | 13,5 |
| Нiмеччина | 140,9 | 127,0 | 141,5 | 141,4 | -0,6 |
| Норвеґія | 13,9 | 124,6 | 5,3 | 85,0 | 8,6 |
| Oб’єднанi Арабськi Емiрати | 12,4 | 140,5 | 7,4 | 260,0 | 5,0 |
| Панама | 26,8 | 190,0 | 0,5 | 510,0 | 26,3 |
| Польща | 41,9 | 134,5 | 65,3 | 141,5 | -23,4 |
| Сiрiйська Арабська Республiка | 14,4 | 180,0 | 1,7 | 180,0 | 12,7 |
| Словаччина | 89,1 | 101,7 | 18,6 | 170,0 | 70,5 |
| США | 242,8 | 135,7 | 202,9 | 85,0 | 39,9 |
| Великобританія | 306,5 | 139,2 | 146,9 | 170,0 | 159,6 |
| Таїланд | 6,4 | 290,0 | 5,6 | 180,0 | 0,8 |
| Туреччина | 71,9 | 160,0 | 42,8 | 230,0 | 29,1 |
| Угорщина | 210,2 | 290,0 | 39,3 | 300,0 | 170,9 |
| Францiя | 44,5 | 133,7 | 20,3 | 136,1 | 24,2 |
| Чеська Республiка | 13,2 | 150,0 | 19,8 | 270,0 | -6,6 |
| Швейцарiя | 198,9 | 190,0 | 77,9 | 210,0 | 121,0 |
| Швецiя | 15,1 | 180,0 | 59,8 | 160,0 | -44,7 |
| Всього | 5307,9 | 125,0 | 2008,1 | 137,7 | 3299,8 |

\* - Джерело - [34].

\*) Включаючи нерозподілену частину

Таблиця 1.4

**Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами за 2005 рік\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країни | Експорт | Імпорт | Сальдо |
| млн.дол.США | у % до 2004р. | млн.дол.США | у % до 2004р. |
| Країни СНД | 2849,2 | 113,3 | 520,7 | 127,9 | 2328,5 |
| Iншi країни свiту \*\* | 3285,5 | 117,7 | 2390,2 | 144,8 | 895,3 |
| Австрiя | 94,9 | 112,1 | 127,4 | 190,0 | -32,5 |
| Багами | 19,0 | 170,0 | 5,9 | 67,3 | 13,1 |
| Бельґiя | 145,5 | 126,3 | 28,5 | 126,2 | 117,0 |
| Болґарiя | 32,3 | 123,6 | 10,4 | 160,0 | 21,9 |
| Вiрґiнськi Острови | 69,5 | 92,7 | 38,0 | 310,0 | 31,5 |
| Гонконґ | 4,3 | 77,7 | 72,9 | 510,0 | -68,6 |
| Грецiя | 69,3 | 108,6 | 12,5 | 119,2 | 56,8 |
| Данія | 48,6 | 360,0 | 14,1 | 280,0 | 34,5 |
| Естонiя | 12,9 | 101,8 | 8,5 | 147,8 | 4,4 |
| Єгипет | 14,1 | 210,0 | 18,0 | 150,0 | -3,9 |
| Iндiя | 17,1 | 100,0 | 3,2 | 102,2 | 13,9 |
| Iспанiя | 20,1 | 113,6 | 16,4 | 210,0 | 3,7 |
| Iталiя | 74,1 | 160,0 | 19,1 | 98,4 | 55,0 |
| Iзраїль | 40,9 | 131,9 | 18,9 | 97,6 | 22,0 |
| Кiпр | 242,4 | 160,0 | 213,6 | 190,0 | 28,8 |
| Канада | 39,6 | 146,8 | 25,8 | 120,4 | 13,8 |
| Китай | 24,0 | 94,6 | 8,9 | 210,0 | 15,1 |
| Латвiя | 39,8 | 160,0 | 13,0 | 68,7 | 26,8 |
| Литва | 12,6 | 116,4 | 6,7 | 13,8 | 5,9 |
| Мальта | 35,2 | 90,5 | 1,4 | 67,0 | 33,8 |
| Нiдерланди | 73,3 | 141,7 | 68,5 | 180,0 | 4,8 |
| Нiмеччина | 185,8 | 131,9 | 170,7 | 118,7 | 15,1 |
| Норвеґія | 13,5 | 97,0 | 6,9 | 129,1 | 6,6 |
| Oб’єднанi Арабськi Емiрати | 26,0 | 210,0 | 10,7 | 140,3 | 15,3 |
| Панама | 34,1 | 127,1 | 1,8 | 360,0 | 32,3 |
| Польща | 62,2 | 148,4 | 76,9 | 117,6 | -14,7 |
| Сiрiйська Арабська Республiка | 22,1 | 150,0 | 1,3 | 77,0 | 20,8 |
| Словаччина | 49,2 | 55,2 | 17,5 | 93,8 | 31,7 |
| США | 281,4 | 115,9 | 312,7 | 138,1 | -31,3 |
| Великобританія | 300,2 | 98,0 | 280,0 | 190,0 | 20,2 |
| Таїланд | 5,5 | 86,1 | 8,1 | 145,4 | -2,6 |
| Туреччина | 90,2 | 125,5 | 93,7 | 220,1 | -3,5 |
| Угорщина | 128,2 | 61,0 | 49,8 | 126,7 | 78,4 |
| Францiя | 57,4 | 128,9 | 53,2 | 260,0 | 4,2 |
| Чеська Республiка | 21,2 | 160,0 | 17,6 | 88,7 | 3,6 |
| Швейцарiя | 296,2 | 148,9 | 114,1 | 146,4 | 182,1 |
| Швецiя | 16,5 | 109,1 | 96,1 | 160,0 | -79,6 |
| Всього | 6134,7 | 115,6 | 2910,9 | 141,4 | 3223,8 |

\* - Джерело - [34].

\*) Включаючи нерозподілену частину

Таблиця 1.5

**Географічна структура зовнішньої торгівлі послугами за 2006 рік\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Країни | Експорт | Імпорт | Сальдо |
| млн.дол. США | у % до 2005 | млн.дол. США | у % до 2005 |
| Країни СНД | 3451,3 | 121,1 | 702,3 | 134,9 | 2749,0 |
| Інші країни світу \*\* | 4054,2 | 123,4 | 3110,1 | 128,8 | 944,1 |
| Австрiя | 126,5 | 133,3 | 213,3 | 167,2 | -86,8 |
| Бельґiя | 171,2 | 117,7 | 35,7 | 123,4 | 135,5 |
| Болгарiя | 35,0 | 108,3 | 17,3 | 166,9 | 17,7 |
| Вiрґiнськi Острови | 85,8 | 123,4 | 29,9 | 78,5 | 55,9 |
| Грецiя | 64,9 | 93,8 | 18,4 | 146,2 | 46,5 |
| Данiя | 78,4 | 161,5 | 22,3 | 167,4 | 56,1 |
| Естонія | 97,3 | 756,4 | 7,3 | 86,1 | 90,0 |
| Єгипет | 21,7 | 154,1 | 34,7 | 192,3 | -13,0 |
| Ізраїль | 44,4 | 108,5 | 14,7 | 78,5 | 29,7 |
| Іспанія | 24,3 | 120,9 | 17,4 | 105,7 | 6,9 |
| Iталiя | 92,8 | 125,1 | 27,9 | 142,8 | 64,9 |
| Кіпр | 322,6 | 133,1 | 279,1 | 130,7 | 43,5 |
| Канада | 64,9 | 164,0 | 27,7 | 107,4 | 37,2 |
| Китай | 24,7 | 102,9 | 9,7 | 128,8 | 15,0 |
| Латвiя | 40,4 | 101,4 | 13,3 | 102,9 | 27,1 |
| Мальта | 41,5 | 117,9 | 1,6 | 110,5 | 39,9 |
| Нідерланди | 89,6 | 122,4 | 83,2 | 126,7 | 6,4 |
| Німеччина | 254,0 | 136,7 | 242,6 | 141,6 | 11,4 |
| Oб’єднанi Арабськi Емiрати | 43,9 | 169,0 | 29,4 | 267,8 | 14,5 |
| Панама | 47,0 | 138,1 | 2,2 | 120,2 | 44,8 |
| Польща | 80,8 | 129,8 | 97,0 | 125,9 | -16,2 |
| Словаччина | 29,5 | 60,1 | 25,1 | 143,5 | 4,4 |
| США | 316,1 | 112,3 | 277,1 | 90,3 | 39,0 |
| Сполучене Королiвство Британії | 390,0 | 129,9 | 541,9 | 199,7 | -151,9 |
| Туреччина | 108,4 | 120,1 | 119,9 | 127,7 | -11,5 |
| Угорщина | 125,8 | 98,1 | 59,3 | 119,1 | 66,5 |
| Франція | 69,1 | 120,5 | 61,3 | 115,1 | 7,8 |
| Чеська Республіка | 29,7 | 140,2 | 28,3 | 160,4 | 1,4 |
| Швейцарiя | 361,5 | 122,0 | 162,3 | 146,1 | 199,2 |
| Швеція | 27,9 | 169,2 | 61,9 | 68,3 | -34,0 |
| Всього | 7505,5 | 122,3 | 3812,4 | 129,9 | 3693,1 |

\* - Джерело - [34].

\*) Включаючи нерозподілену частину

**ДОДАТОК 2**

Таблиця 2.1

**Структура експорту - імпорту послуг за 2002 рік\***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | Експорт | Імпорт | Сальдо | Питома вага дозагального обсягу,розділу, підрозділу, % |
| млн.дол.США | у % до 2001р. | млн.дол. США | у % до 2001р. | Експорт | Імпорт |
| Послуги - усього | 4055,3 | 114,4 | 1191,6\*) | 103,8 | 2863,7 | 100,0 | 100,0 |
| Транспортні послуги | 3385,6 | 114,4 | 266,0 | 116,7 | 3119,6 | 83,5 | 22,3 |
| в тому числі:  |
| Mopcький транспорт | 480,4 | 113,5 | 25,4 | 84,1 | 455,0 | 14,2 | 9,5 |
| з нього:  |
| Пасажирський | 1,6 | 138,3 | 0,1 | 41,1 | 1,5 | 0,4 | 0,6 |
| Вантажний | 60,2 | 139,4 | 9,5 | 128,5 | 50,7 | 12,5 | 37,3 |
| Інше | 418,6 | 110,5 | 15,8 | 70,3 | 402,8 | 87,1 | 62,1 |
| Повiтряний транспорт | 265,8 | 107,4 | 77,4 | 120,3 | 188,4 | 7,8 | 29,1 |
| з нього:  |
| Пасажирський | 113,6 | 112,5 | 27,7 | 101,8 | 85,9 | 42,7 | 35,8 |
| Вантажний | 58,2 | 124,0 | 1,9 | 86,5 | 56,3 | 21,9 | 2,5 |
| Інше | 94,0 | 94,4 | 47,8 | 137,0 | 46,2 | 35,4 | 61,7 |
| Залiзничний транспорт | 451,9 | 122,5 | 132,4 | 115,3 | 319,5 | 13,4 | 49,8 |
| з нього:  |
| Пасажирський | 85,7 | 118,6 | 63,6 | 120,3 | 22,1 | 19,0 | 48,0 |
| Вантажний | 226,7 | 118,5 | 10,3 | 51,9 | 216,4 | 50,1 | 7,8 |
| Трубопровiдний транспорт  | 1934,2 | 113,6 | - | - | 1934,2 | 57,1 | - |
| Iнший транспорт | 253,3 | 116,1 | 30,8 | 160,0 | 222,5 | 7,5 | 11,6 |
| з нього: |
| Пасажирський | 12,2 | 99,7 | 0,9 | 108,9 | 11,3 | 4,8 | 3,0 |
| Вантажний | 135,7 | 101,4 | 17,8 | у 2,6р.б. | 117,9 | 53,6 | 57,9 |
| Продовження таблиці 2.1. Структура експорту - імпорту послуг за 2002 рік |
| Інше | 105,4 | 146,2 | 12,1 | 110,4 | 93,3 | 41,6 | 39,1 |
| Подорожi | 102,3 | 127,6 | 50,3 | 125,1 | 52,0 | 2,5 | 4,2 |
| Послуги зв’язку | 89,1 | 96,6 | 98,9 | 97,8 | -9,8 | 2,2 | 8,3 |
| Будiвельнi послуги | 29,7 | 122,2 | 11,9 | 55,9 | 17,8 | 0,7 | 1,0 |
| Страховi послуги | 5,5 | 142,0 | 41,7 | 89,2 | -36,2 | 0,1 | 3,5 |
| Фiнансовi послуги | 18,5 | 106,7 | 56,2 | 170,0 | -37,7 | 0,4 | 4,7 |
| Комп’ютернi послуги | 10,4 | 136,1 | 15,9 | 92,4 | -5,5 | 0,2 | 1,4 |
| Роялтi та лiцензiйнi послуги | 3,2 | 92,4 | 13,9 | 147,8 | -10,7 | 0,1 | 1,2 |
| Iншi дiловi послуги | 19,2 | 97,8 | 21,9 | 111,0 | -2,7 | 0,5 | 1,8 |
| з них:  |
| Перепродаж товарiв за кордоном та iншi послуги | 1,8 | 59,4 | 14,6 | 111,1 | -12,8 | 9,5 | 66,6 |
| Операцiйний лiзинг | 17,4 | 104,9 | 7,3 | 110,9 | 10,1 | 90,5 | 33,4 |
| Рiзнi дiловi, професiйнi та технiчнi послуги | 229,9 | 124,0 | 178,9 | 121,8 | 51,0 | 5,7 | 15,0 |
| з них: |
| Юридичнi, бухгалтерськi та іншi послуги | 8,1 | 81,8 | 27,9 | 90,4 | -19,8 | 3,5 | 15,6 |
| Реклама, вивчення ринку, опитування громадської думки | 8,8 | 85,8 | 64,1 | 160,0  | -55,3 | 3,8 | 35,8 |
| Науково-дослiднi та дослiдно-конструкторськi послуги | 48,5 | 123,5 | 9,3 | 89,4 | 39,2 | 21,1 | 5,2 |
| Послуги приватним особам та послуги в галузi культури та вiдпочинку | 3,3 | 117,9 | 4,6 | 96,9 | -1,3 | 0,1 | 0,4 |
| Державнi послуги, які не вiднесенi до iнших категорiй | 2,0 | 132,4 | 419,3 | 90,2 | -417,3 | 0,1 | 35,2 |
| Послуги з ремонту | 156,6 | 106,0 | 12,1 | 92,1 | 144,5 | 3,9 | 1,0 |

\* - Джерело - [34].

Таблиця 2.2

**Структура експорту - імпорту послуг за 2003 рік\***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Експорт | Імпорт | Сальдо | Питома вага дозагальногообсягу, розділу,підрозділу, % |
| млн.дол.США | у % до2002р. | млн.дол.США | у % до2002р. |
| Експорт | Імпорт |
| Послуги - всього | 4248,0 | 104,8 | 1388,4 | 116,5 | 2859,6 | 100,0 | 100,0 |
| Транспортні послуги | 3514,0 | 103,8 | 325,3 | 122,3 | 3188,7 | 82,7 | 23,4 |
|  в тому числі: |
|  Mopcький транспорт | 486,4 | 101,3 | 24,0 | 94,1 | 462,4 | 13,8 | 7,4 |
|  з нього: |
|  Пасажирський | 1,4 | 87,8 | 0,6 | 370,0 | 0,8 | 0,3 | 2,4 |
|  Вантажний | 71,5 | 118,8 | 3,6 | 37,8 | 67,9 | 14,7 | 15,0 |
|  Інше | 413,5 | 98,8 | 19,8 | 125,2 | 393,7 | 85,0 | 82,6 |
|  Повiтряний транспорт | 369,1 | 138,9 | 95,8 | 123,7 | 273,3 | 10,5 | 29,5 |
|  з нього: |
|  Пасажирський | 154,8 | 136,3 | 32,9 | 118,9 | 121,9 | 41,9 | 34,4 |
|  Вантажний | 91,3 | 160,0 | 1,2 | 61,4 | 90,1 | 24,7 | 1,2 |
|  Інше | 123,0 | 130,9 | 61,7 | 129,1 | 61,3 | 33,4 | 64,4 |
|  Залiзничний транспорт | 555,6 | 122,9 | 167,9 | 126,8 | 387,7 | 15,8 | 51,6 |
|  з нього: |
|  Пасажирський | 101,4 | 118,3 | 71,5 | 112,4 | 29,9 | 18,2 | 42,6 |
|  Вантажний | 287,5 | 126,9 | 12,6 | 122,8 | 274,9 | 51,8 | 7,5 |
|  Трубопроводний транспорт  | 1825,0 | 94,4 | 0,7 | - | 1824,3 | 52,0 | 0,2 |
|  Iнший транспорт | 277,9 | 109,7 | 36,9 | 119,9 | 241,0 | 7,9 | 11,3 |
|  з нього: |
|  Пасажирський | 12,1 | 99,2 | 1,2 | 134,3 | 10,9 | 4,3 | 3,3 |
|  Вантажний | 150,8 | 111,1 | 17,6 | 98,4 | 133,2 | 54,3 | 47,5 |
|  Інше | 115,0 | 109,1 | 18,1 | 150,0 | 96,9 | 41,4 | 49,2 |
| Продовження таблиці 2.2. Структура експорту - імпорту послуг за 2003 рік |
| Подорожi | 117,0 | 114,3 | 58,9 | 117,2 | 58,1 | 2,8 | 4,2 |
| Послуги зв’язку | 83,2 | 93,3 | 79,1 | 79,9 | 4,1 | 2,0 | 5,7 |
| Будiвельнi послуги | 23,1 | 77,9 | 31,9 | 270,0 | -8,8 | 0,5 | 2,3 |
| Страховi послуги | 14,4 | 200,0 | 52,9 | 127,1 | -38,5 | 0,3 | 3,8 |
| Фiнансовi послуги | 19,8 | 107,0 | 61,6 | 109,8 | -41,8 | 0,5 | 4,5 |
| Комп’ютернi послуги | 12,2 | 117,7 | 33,1 | 210,0 | -20,9 | 0,3 | 2,4 |
| Роялтi та лiцензiйнi послуги | 4,2 | 130,4 | 29,9 | 210,0 | -25,7 | 0,1 | 2,2 |
| Iншi дiловi послуги | 23,2 | 120,6 | 29,1 | 132,8 | -5,9 | 0,5 | 2,1 |
|  з них: |
|  Перепродаж товарiв за кордоном та iншi послуги | 1,7 | 91,2 | 16,6 | 113,7 | -14,9 | 7,2 | 57,0 |
|  Операцiйний лiзинг | 21,5 | 123,7 | 12,5 | 170,0 | 9,0 | 92,8 | 43,0 |
| Рiзнi дiловi, професiйнi та технiчнi послуги | 251,7 | 109,5 | 192,2 | 107,5 | 59,5 | 5,9 | 13,8 |
|  з них: |
|  Юридичнi, бухгалтерськi та iншi послуги | 12,1 | 150,0 | 39,1 | 140,0 | -27,0 | 4,8 | 20,3 |
|  Реклама, вивчення ринку, опитування громадської думки | 14,3 | 160,0 | 81,4 | 127,0 | -67,1 | 5,7 | 42,4 |
|  Науково-дослiднi та дослiдно-конструкторськi послуги | 52,9 | 109,0 | 13,7 | 147,3 | 39,2 | 21,0 | 7,1 |
|  Послуги в архiтектурних, інженерних та ін. | 39,0 | 103,6 | 20,5 | 160,0 | 18,5 | 15,5 | 10,7 |
|  Послуги в галузi сiльського господарства, видобутку копалин, переробки продукцiї на мiсцях | 120,4 | 103,7 | 26,5 | 45,9 | 93,9 | 47,8 | 13,8 |
|  Іншi | 13,0 | 121,3 | 11,0 | 60,5 | 2,0 | 5,2 | 5,7 |
| Послуги приватним особам та послуги в галузi культури та вiдпочинку | 4,4 | 133,8 | 29,2 | 630,0 | -24,8 | 0,1 | 2,1 |
|  з них: |
|  Аудiо-вiзуальнi послуги та пов'язанi з ними послуги | 4,0 | 148,9 | 28,8 | 700,0 | -24,8 | 90,0 | 98,6 |
|  Іншi послуги приватним особам та послуги в галузi культури та вiдпочинку | 0,4 | 70,0 | 0,4 | 83,7 | 0,0 | 10,0 | 1,4 |

\* - Джерело - [34].

Таблиця 2.3

**Структура експорту - імпорту послуг за 2004 рік\***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Експорт | Імпорт | Сальдо | Питома вага дозагального обсягу,розділу, підрозділу, % |
| млн.дол. США | у % до 2003р. | млн.дол. США | у % до 2003р. |
| Експорт | Імпорт |
| Послуги - всього | 5307,9 | 125,0 | 2008,1 | 137,7 | 3299,8 | 100,0 | 100,0 |
| Транспортні послуги | 4041,8 | 115,0 | 457,2 | 140,6 | 3584,6 | 76,1 | 22,8 |
| в тому числі: |  |  |  |  |  |  |  |
| Mopcький транспорт | 653,2 | 134,3 | 44,4 | в 1,9 р.б. | 608,8 | 16,2 | 9,7 |
| з нього: |
| Пасажирський | 3,3 | 230,00 | 1,4 | 240,0.  | 1,9 | 0,5 | 3,2 |
| Вантажний | 64,2 | 89,8 | 3,8 | 105,1 | 60,4 | 9,8 | 8,5 |
| Інше | 585,7 | 141,6 | 39,2 | 200,0  | 546,5 | 89,7 | 88,3 |
| Повiтряний транспорт | 458,1 | 124,1 | 137,6 | 143,7 | 320,5 | 11,3 | 30,1 |
| з нього: |
| Пасажирський | 226,4 | 146,3 | 32,7 | 99,4 | 193,7 | 49,4 | 23,8 |
| Вантажний | 84,8 | 92,9 | 1,5 | 125,1 | 83,3 | 18,5 | 1,1 |
| Інше | 146,9 | 119,4 | 103,4 | 170,0 | 43,5 | 32,1 | 75,1 |
| Залiзничний транспорт | 717,3 | 129,1 | 226,3 | 134,8 | 491,0 | 17,7 | 49,5 |
| з нього: |
| Пасажирський | 124,7 | 123,0 | 84,3 | 117,8 | 40,4 | 17,4 | 37,2 |
| Вантажний | 336,9 | 117,2 | 25,0 | 200,0 | 311,9 | 47,0 | 11,1 |
| Трубопровідний транспорт | 1887,1 | 103,4 | 4,0 | 570,0 | 1883,1 | 46,7 | 0,9 |
| Iнший транспорт | 326,1 | 117,4 | 44,9 | 121,7 | 281,2 | 8,1 | 9,8 |
| з нього: |
| Пасажирський | 15,1 | 125,4 | 3,0 | 250,0 | 12,1 | 4,7 | 6,8 |
| Вантажний | 185,0 | 122,7 | 21,7 | 123,5 | 163,3 | 56,7 | 48,3 |
| Інше | 126,0 | 109,5 | 20,2 | 111,3 | 105,8 | 38,6 | 44,9 |
| Продовження таблиці. Структура експорту - імпорту послуг за 2004 рік |
| Подорожi | 162,3 | 138,8 | 100,4 | 170,0 | 61,9 | 3,1 | 5,0 |
| Послуги зв’язку | 125,3 | 150,0 | 106,1 | 134,1 | 19,2 | 2,4 | 5,3 |
| Будiвельнi послуги | 98,2 | 420,0 | 90,6 | 280,0 | 7,6 | 1,8 | 4,5 |
| Страховi послуги | 18,2 | 126,5 | 94,2 | 180,0 | -76,0 | 0,3 | 4,7 |
| Фiнансовi послуги | 23,9 | 120,5 | 125,3 | 200,0 | -101,4 | 0,4 | 6,2 |
| Комп’ютернi послуги | 21,1 | 170,0 | 74,7 | 230,0 | -53,6 | 0,4 | 3,7 |
| Роялтi та лiцензiйнi послуги | 24,6 | 580,0 | 92,2 | 310,0 | -67,6 | 0,5 | 4,6 |
| Iншi дiловi послуги | 30,8 | 132,8 | 61,5 | 210,0 | -30,7 | 0,6 | 3,0 |
| з них: |
| Перепродаж товарiв за кордоном та iншi послуги | 3,1 | 190, | 34,2 | 210,0 | -31,1 | 10,1 | 55,6 |
| Операцiйний лiзинг | 27,7 | 128,7 | 27,3 | 220,0 | 0,4 | 89,9 | 44,4 |
| Рiзнi дiловi, професiйнi та технiчнi послуги | 424,0 | 170,0 | 296,6 | 150,0 | 127,4 | 8,0 | 14,8 |
| з них: |
| Юридичнi, бухгалтерськi таiншi послуги | 20,1 | 170,0 | 76,0 | 190,0 | -55,9 | 4,7 | 25,6 |
| Реклама, вивчення ринку, опитування громадської думки | 44,6 | 310,0 | 94,1 | 115,6 | -49,5 | 10,5 | 31,7 |
| Науково-дослiднi та дослiдно- конструкторськi послуги | 78,1 | 150,0 | 17,9 | 131,0 | 60,2 | 18,4 | 6,0 |
| Послуги в архiтектурних, інженерних та інших технiчних галузях | 74,9 | 190,0 | 45,1 | 220,0 | 29,8 | 17,7 | 15,2 |
| Послуги в галузi сiльського господарства, видобутку копалин, переробки продукцiї на мiсцях | 176,2 | 150,0 | 51,3 | 190,0 | 124,9 | 41,5 | 17,3 |
| Іншi | 30,1 | 230,0 | 12,2 | 111,0 | 17,9 | 7,2 | 4,2 |
| Послуги в галузi культури та вiдпочинку | 10,3 | 230,0 | 40,1 | 137,6 | -29,8 | 0,2 | 2,0 |
| з них: |
| Аудiо-вiзуальнi послуги та пов'язанi з ними послуги | 9,0 | 230,0 | 38,4 | 133,8 | -29,4 | 87,5 | 95,9 |
| Іншi послуги приватним особам та послуги в галузi культури та вiдпочинку | 1,3 | 290,0 | 1,7 | 420,0 | -0,4 | 12,5 | 4,1 |

\* - Джерело - [34].

Таблиця 2.4

**Структура експорту - імпорту послуг за 2005 рік\***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|   | Експорт | Імпорт | Сальдо | Питома вага до загального обсягу, розділу, підрозділу, % |
| млн.дол. США | у % до 2004р. | млн.дол. США | у % до 2004р. |
| Експорт | Імпорт |
| Послуги - всього | 6134,7 | 115,6 | 2910,9 | 141,4 | 3223,8 | 100,0 | 100,0 |
| з них: |
| Транспортні послуги | 4480,3 | 110,9 | 627,1 | 137,2 | 3853,2 | 73,0 | 21,5 |
| в тому числі: |   |   |   |   |   |   |   |
| Mopcький транспорт | 779,8 | 119,4 | 89,1 | 200,0 | 690,7 | 17,4 | 14,2 |
| з нього: |
| Пасажирський | 4,9 | 146,5 | 1,5 | 106,4 | 3,4 | 0,6 | 1,7 |
| Вантажний | 59,2 | 92,2 | 39,2 | 10,4,0 | 20,0 | 7,6 | 44,0 |
| Інше | 715,7 | 122,2 | 48,4 | 123,3 | 667,3 | 91,8 | 54,3 |
| Повiтряний транспорт | 561,9 | 122,7 | 189,9 | 138,0 | 372,0 | 12,5 | 30,3 |
| з нього:  |
| Пасажирський | 268,6 | 118,6 | 47,9 | 146,3 | 220,7 | 47,8 | 25,2 |
| Вантажний | 92,7 | 109,4 | 5,0 | 330,0 | 87,7 | 16,5 | 2,6 |
| Інше | 200,6 | 136,6 | 137,0 | 132,6 | 63,6 | 35,7 | 72,2 |
| Залiзничний транспорт | 799,8 | 111,5 | 274,8 | 121,4 | 525,0 | 17,9 | 43,8 |
| з нього:  |
| Пасажирський | 129,4 | 103,8 | 99,5 | 118,0 | 29,9 | 16,2 | 36,2 |
| Вантажний | 310,0 | 92,0 | 32,7 | 130,4 | 277,3 | 38,7 | 11,9 |
| Інше | 360,4 | 141,0 | 142,6 | 121,9 | 217,8 | 45,1 | 51,9 |
| Трубопроводний транспорт  | 1959,8 | 103,9 | 5,9 | 148,1 | 1953,9 | 43,7 | 1,0 |
| з нього:  |
| Пасажирський | 15,2 | 100,6 | 1,4 | 47,5 | 13,8 | 4,0 | 2,2 |
| Вантажний | 213,4 | 115,3 | 27,9 | 128,6 | 185,5 | 56,3 | 41,3 |
| Продовження таблиці. Структура експорту - імпорту послуг за 2005 рік |
| Інше | 150,4 | 119,4 | 38,1 | 190,0 | 112,3 | 39,7 | 56,5 |
| Подорожi | 207,0 | 127,5 | 153,2 | 150,0 | 53,8 | 3,4 | 5,3 |
| Послуги зв’язку | 202,8 | 160,0 | 91,1 | 85,9 | 111,7 | 3,3 | 3,1 |
| Будiвельнi послуги | 158,1 | 160,0 | 158,5 | 170,0 | -0,4 | 2,6 | 5,5 |
| Страховi послуги | 24.9 | 136,6 | 60,3 | 64,0 | -35,4 | 0,4 | 2,1 |
| Фiнансовi послуги | 35,6 | 149,3 | 255,7 | 200,0 | -220,1 | 0,6 | 8,8 |
| Комп’ютернi послуги | 34,5 | 160,0 | 126,0 | 170,0 | -91,5 | 0,5 | 4,3 |
| Роялтi та лiцензiйнi послуги | 9,7 | 39,7 | 209,6 | 230,0 | -199,9 | 0,2 | 7,2 |
| Iншi дiловi послуги | 48,6 | 160,0 | 106,2 | 170,0 | -57,6 | 0,8 | 3,7 |
| з них:  |
| Перепродаж товарiв за кордоном та iншi послуги | 6,0 | 190,0 | 35,4 | 103,7. | -29,4 | 12,3 | 33,4 |
| Операцiйний лiзинг | 42,6 | 150,0 | 70,8 | 260,0 | -28,2 | 87,7 | 66,6 |
| Рiзнi дiловi, професiйнi та технiчнi послуги | 584,0 | 137,7 | 466,5 | 160,0 | 117,5 | 9,5 | 16,0 |
| з них: |
| Юридичнi, бухгалтерськi та інші послуги | 31,9 | 160,0 | 95,5 | 125,8 | -63,6 | 5,4 | 20,5 |
| Реклама, вивчення ринку, опитування громадської думки | 63,5 | 142,4 | 169,7 | 180,0 | -106,2 | 10,9 | 36,4 |
| Науково-дослiднi та дослiдно-конструкторськi послуги | 98,3 | 125,9 | 32,8 | 180,0 | 65,5 | 16,8 | 7,0 |
| з них: |   |   |   |   |   |   |   |
| Аудiо-вiзуальнi послуги та пов'язанi з ними послуги | 11,6 | 128,3 | 63,9 | 170,0 | -52,3 | 74,4 | 95,0 |
| Іншi послуги приватним особам та послуги в галузi культури та вiдпочинку | 4,0 | 310,0 | 3,3 | 200,0 | 0,7 | 25,6 | 5,0 |
| Послуги з ремонту | 331,6 | 101,8 | 21,2 | 104,9 | 310,4 | 5,4 | 0,7 |

\* - Джерело - [34].

Таблиця 2.5

**Структура експорту – імпорту послуг за 2006 рік\***

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Експорт | Імпорт | Сальдо |
| млн.дол. США | у % до загального обсягу | у % до 2005р. | млн.дол. США | у % до загального обсягу | у % до 2005р. |
| Послуги – всього | 7505,5 | 100,0 | 122,3 | 3812,4 | 100,0 | 129,8 | 3693,1 |
|  з них:  |
| Транспортні послуги | 5354,7 | 71,3 | 119,5 | 789,0 | 20,7 | 125,8 | 4565,7 |
| в тому числі:  |
|  Mopcький транспорт | 806,1 | 10,7 | 103,4 | 96,6 | 2,5 | 108,4 | 709,5 |
| з нього:  |
|  Пасажирський | 3,5 | 0,0 | 71,5 | 0,7 | 0,0 | 45,6 | 2,8 |
|  Вантажний | 59,5 | 0,8 | 100,6 | 27,6 | 0,7 | 70,5 | 31,9 |
|  Інше | 743,1 | 9,9 | 103,8 | 68,3 | 1,8 | 141,2 | 674,8 |
|  Повiтряний транспорт | 722,7 | 9,6 | 128,6 | 248,7 | 6,5 | 131,0 | 474,0 |
| з нього: |
|  Пасажирський | 355,6 | 4,7 | 132,4 | 63,9 | 1,7 | 133,5 | 291,7 |
|  Вантажний | 126,2 | 1,7 | 136,1 | 9,4 | 0,2 | 189,6 | 116,8 |
|  Інше | 240,9 | 3,2 | 120,1 | 175,4 | 4,6 | 128,0 | 65,5 |
|  Залiзничний транспорт | 860,2 | 11,5 | 107,6 | 338,0 | 8,9 | 123,0 | 522,2 |
| з нього: |
|  Пасажирський | 160,0 | 2,1 | 123,6 | 125,7 | 3,3 | 126,4 | 34,3 |
|  Вантажний | 327,8 | 4,4 | 105,8 | 63,1 | 1,7 | 193,0 | 264,7 |
|  Інше | 372,4 | 5,0 | 103,3 | 149,2 | 3,9 | 104,6 | 223,2 |
|  Трубопроводний транспорт  | 2500,6 | 33,3 | 127,6 | 5,2 | 0,2 | 87,5 | 2495,4 |
|  Iнший транспорт | 465,1 | 6,2 | 122,7 | 100,5 | 2,6 | 149,1 | 364,6 |
| з нього:  |
|  Пасажирський | 14,8 | 0,2 | 97,1 | 1,9 | 0,0 | 128,6 | 12,9 |
|  Вантажний | 250,3 | 3,3 | 117,3 | 37,2 | 1,0 | 133,6 | 213,1 |
| Продовження таблиці. Структура експорту - імпорту послуг за 2006 рік |
| Подорожi | 248,3 | 3,3 | 120,0 | 230,1 | 6,0 | 150,2 | 18,2 |
| Послуги зв’язку | 258,1 | 3,4 | 127,3 | 90,9 | 2,4 | 99,8 | 167,2 |
| Будiвельнi послуги | 164,3 | 2,2 | 103,9 | 181,7 | 4,8 | 114,7 | –17,4 |
| Страховi послуги | 70,5 | 0,9 | 283,5 | 103,6 | 2,7 | 171,8 | –33,1 |
| Фiнансовi послуги | 80,1 | 1,1 | 224,7 | 521,1 | 13,7 | 203,8 | –441,0 |
| Комп’ютернi послуги | 86,8 | 1,2 | 251,3 | 111,6 | 2,9 | 88,6 | –24,8 |
| Роялтi та лiцензiйнi послуги | 13,4 | 0,2 | 137,4 | 227,7 | 6,0 | 108,6 | –214,3 |
| Iншi дiловi послуги | 78,0 | 1,0 | 160,4 | 146,4 | 3,8 | 137,8 | –68,4 |
| з них: |
|  Перепродаж товарiв за кордоном та iншi послуги | 19,0 | 0,2 | 318,1 | 39,0 | 1,0 | 110,1 | –20,0 |
|  Операцiйний лiзинг | 59,0 | 0,8 | 138,3 | 107,4 | 2,8 | 151,7 | –48,4 |
| Рiзнi дiловi, професiйнi та технiчнi послуги | 846,9 | 11,3 | 145,0 | 700,7 | 18,4 | 150,2 | 146,2 |
| з них:  |
|  Юридичнi, бухгалтерськi та інші послуги | 70,0 | 0,9 | 219,8 | 174,5 | 4,6 | 182,7 | –104,5 |
|  Реклама, вивчення ринку, опитування громадської думки | 138,6 | 1,8 | 218,3 | 199,4 | 5,2 | 117,5 | –60,8 |
|  Науково–дослiднi та дослiдно–конструкторськi послуги | 113,2 | 1,5 | 115,1 | 64,3 | 1,7 | 196,3  | 48,9 |
|  Послуги в архiтектурних, інженерних та інших технiчних галузях | 155,1 | 2,1 | 108,8 | 95,8 | 2,5 | 130,0  | 59,3 |
|  Послуги в галузi сiльського господарства, видобутку копалин, переробки продукцiї на мiсцях | 329,8 | 4,4 | 150,8 | 134,0 | 3,5 | 173,4 | 195,8 |
| Послуги приватним особам та послуги в галузi культури та вiдпочинку | 22,2 | 0,3 | 142,4 | 114,4 | 3,0 | 170,3 | –92,2 |
| з них:  |
| Аудiо–вiзуальнi послуги та пов'язанi з ними послуги | 17,4 | 0,2 | 150,3 | 104,9 | 2,8 | 164,3 | –87,5 |
| Іншi послуги в галузi культури та вiдпочинку | 4,8 | 0,1 | 119,8 | 9,5 | 0,2 | 285,5 | –4,7 |
| Державнi послуги, які не вiднесенi до iнших категорiй | 3,2 | 0,1 | 160,7 | 563,0 | 14,8 | 95,0 | –559,8 |
| Послуги з ремонту | 279,0 | 3,7 | 84,2 | 32,2 | 0,8 | 151,9 | 246,8 |

\* - Джерело - [34]