

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МЕНЕДЖМЕНТУ
ТА АДМІНІСТРУВАННЯ**

**Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України ІТ-послугами в
умовах глобалізаційних тенденцій**

Кваліфікаційна робота (проект)
на здобуття ступеня вищої освіти “магістр”

Виконала: студентка 2 курсу 12-271М
групи

Спеціальності 051 Економіка

Освітньо-професійної (наукової)
програми Економіка

Бойко Яна Вікторівна

Керівник: к.е.н., ст. викл. Чмут А.В.

Рецензент: к.е.н., доц. Мельникова К.В.

Херсон – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ	5
1.1. Сутність та особливості зовнішньо економічної діяльності.....	5
1.2. Сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг	11
1.3. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі послугами України.....	19
РОЗДІЛ 2. МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ	22
2.1. Методичні засади аналізу зовнішньої торгівлі послугами України.....	22
2.2. Аналіз зовнішньої торгівлі послугами України.....	31
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПОСЛУГАМИ.....	40
3.1. Світові тенденції розвитку аутсорсингу.....	40
3.2 Місце України на міжнародному ринку ІТ послуг.....	47
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	55

ВСТУП

Актуальність теми полягає у тому, що ІТ-сфера є перспективним напрямком, який потенційно може стати провідним в економічній структурі України. Формування централізованої стратегії розвитку даної сфери є стратегічно важливим. Політика розвитку торгівлі ІТ-послугами полягає в аналізі тенденцій та подальшому створенні основ стійких конкурентних позиції, підвищення рівня якості послуг та створення відповідної інфраструктури. Таким чином, під ІТ-послугами слід розуміти широкий спектр інформаційних товарів різного типу складності, які базуються на найновіших ІТ-технологіях.

Отже, державна політика повинна бути орієнтована на розвиток ІТ-сектору економіки, оскільки це перспективний шлях, що дозволить стати активним та рівноправним учасником глобального економічного простору. На сучасному етапі розвитку економіки, що характеризується постійним зростанням важливо також звернути увагу й на посилення міжнародного розподілу праці.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота виконувалась у відповідності до науково-дослідної теми «Формування науково-практичних засад ефективного розвитку та управління економічною діяльністю підприємств в умовах зміцнення зовнішньоекономічних зв'язків» - номер державної реєстрації 0117U005022 (в рамках теми досліджено міжнародну торгівлю послугами, та форми міжнародних взаємовідносин суб'єктів господарювання на основі аутсорсингу)

Метою роботи є дослідження перспектив розвитку зовнішньої торгівлі України ІТ-послугами в умовах глобалізаційних тенденцій.

Відповідно до мети було окреслено наступне коло **завдань**:

- визначити сутність та особливості зовнішньої економічної діяльності;
- дослідити тенденції розвитку зовнішньої торгівлі послугами України;
- провести аналіз зовнішньої торгівлі послугами України;
- визначити перспективи розвитку зовнішньої торгівлі України ІТ послугами.

Об’єкт дипломної роботи: аналіз перспектив розвитку зовнішньої торгівлі України ІТ-послугами в умовах глобалізаційних тенденцій.

Предмет дослідження — теоретико-методичні та практичні аспекти розвитку зовнішньої торгівлі України послугами

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дослідження є системний підхід та діалектичний метод пізнання, які застосовувалися для вивчення фундаментальних положень економічної науки стосовно особливостей розвитку та функціонування зовнішньої торгівлі послугами України. З метою аналізу кількісних та якісних показників розвитку зовнішньої торгівлі послугами України використаний статистико-економічний метод, а саме його прийоми – графічний, порівняння. Важливою складовою магістерського дослідження було використання абстрактно-логічного методу (приймів індукції та дедукції, аналізу та синтезу, співставлення).

Апробація результатів дослідження. Основні результати дипломної роботи оприлюднено у матеріалах ІV Міжнародної науково-практичної «Стан зовнішньої торгівлі України», 17–19 жовтня 2019 р.

Структура роботи: робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

1.1. Сутність та особливості зовнішньоекономічної діяльності

В умовах глобалізації економіки, коли посилюється роль комунікації, інформації та інновацій незаперечним фактом є те, що зовнішньоекономічна діяльність вимагає постійного вдосконалення, а також диверсифікації і диференціації форм її фінансової підтримки. Вітчизняними і зарубіжними науковцями приділено досить багато уваги проблемам розвитку зовнішньоекономічної діяльності. Під зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) розуміють діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка заснована на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами [2, с. 31].

Загальна характеристика зовнішньоекономічної діяльності включає розгляд і обґрунтування співіснування різних форм та видів зовнішньоекономічних операцій, визначення змісту й особливостей укладення зовнішньоекономічних договорів (контрактів), а також виконання зобов'язань, що виникають з фінансово-кредитних відносин на зовнішньому ринку. Зовнішньоекономічну діяльність підприємств ототожнюють, передусім, зі здійсненням експортних та імпорتنих торговельних операцій. Це і зрозуміло, адже на такі операції припадає майже 80% усіх здійснюваних у зовнішньоекономічній діяльності операцій [5, с.21]. Побудова класифікації суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з позиції вимагає застосування

нормативного, поведінкового, процесного і системного науково-методичних підходів.

З позиції поведінкового і процесного науково-методичного підходу проводять класифікацію суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за рівнями [12, с.52]: 1) мікрорівень (рівень фізичних і юридичних суб'єктів господарювання) – підприємства, організації, які експортують чи імпортують товари, предмети, послуги; 2) мезорівень (рівень національних, галузевих і регіональних об'єднань) – міністерства і відомства, які безпосередньо здійснюють регулювання зовнішньоекономічних відносин (Міністерство економіки України, Національний банк України, Антимонопольний комітет України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі, Торгово-промислова палата України тощо); 3) макрорівень (рівень держави) – уряд країни та парламент; 4) метарівень (рівень становлення зовнішньоекономічних пріоритетів у процесі міжнародної регіональної інтеграції). Особливо це стосується співпраці органів управління на стадії створення і розвитку інтеграційних об'єднань; 5) мегарівень (рівень міжнародних об'єднань, організацій). Це передусім Генеральна угода з торгівлі і тарифів (ГАТТ), Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародна торгова палата, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Рада митного співробітництва та ін. (рис. 1.1)

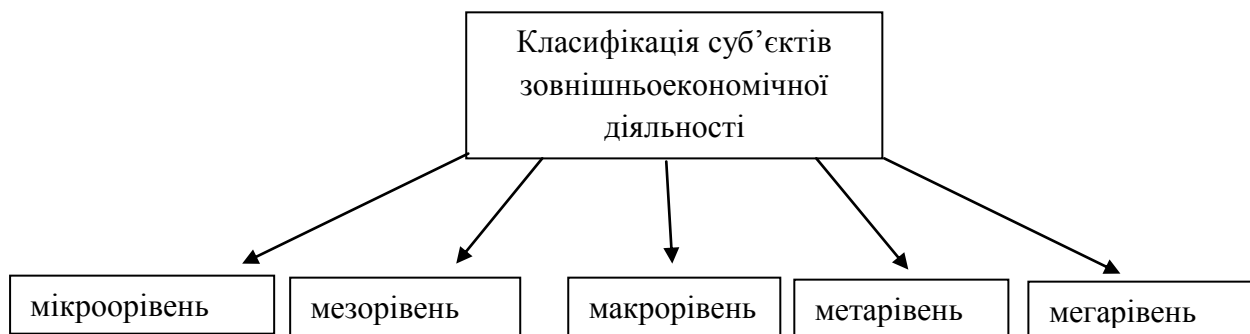


Рис. 1.1. Класифікація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності

Джерело: складено автором на основі [20]

«За дієздатністю суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності поділяються на фізичних та юридичних осіб» [17, с.8]. До фізичних осіб відносяться підприємці, наймані працівники, туристи, тобто ті, хто безпосередньо бере участь у здійсненні даного виду діяльності. До юридичних осіб відносяться підприємства різних організаційно-правових форм, корпорації, асоціації тощо.

За способом привласнення результатів діяльності суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності можна згрупувати таким чином: держава в особі не тільки державних органів регулювання, а й міждержавних та міжнародних організацій; власники, тобто безпосередні засновники підприємств та найманих працівників, які працюють за контрактами зовнішньоекономічної діяльності.

З позиції організаційних форм торгово-посередницьких операцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності можна виділити торговельні (суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які є торговельними підприємствами найчастіше проводять операції за свій рахунок і від свого імені. До цієї групи суб'єктів належать торговельні дома, експортні та імпорتنі фірми, підприємства оптової і роздрібною торгівлі, дистриб'юторські стокові компанії), комісійні (суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які є комісійними підприємствами – це представники продавців або покупців, які відповідальні за своєчасність постачання товарів, їх транспортування, документальне оформлення і технічне обслуговування виконання угоди, страхування), агентські (суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які є агентськими підприємствами – це компанії, які тривалий час підтримують тісний контакт із принципалами [7, с.20].

Вони поділяються на експортних і імпорتنих агентів), брокерські (суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які є брокерськими підприємствами – це великі компанії, які мають постійні зв'язки з

великими банками, що дозволяє їм фінансувати експортні та імпорتنі угоди під заставу товару) підприємства, а також вектори (суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, які є векторами – це торговельні посередники, котрі виконують широке коло посередницьких обов'язків від імені експортера: експортують продукцію, фінансують експортні операції, платять аванси виробникам, кредитують імпортерів, страхують торговельні операції) Доцільно виділяти за ознакою належності капіталу і контролю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на національні (до них належать підприємства, капітал яких належить підприємцям України), іноземні і змішані [9, с.10]. За обсягом реалізованих зовнішньоекономічних операцій виділяють також великі, середні і малі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності.

Проведені дослідження показали, що окрім вищенаведених класифікаційних ознак і видів зовнішньоекономічної діяльності необхідно також за ознакою виконуваної ролі у сфері зовнішньоекономічної діяльності виділяти суб'єкти, які виконують роль контролерів і регулювальників зовнішньоекономічної діяльності, суб'єктів, які виконують роль підприємців і суб'єктів, які виконують судову роль [13, с.16].

До першої групи суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності належать органи державного управління, які у відповідності до чинного законодавства встановлюють правила провадження зовнішньоекономічної діяльності, контролюють хід їх виконання, а також приймають і реалізують регулювальні рішення, якими впливають та ті явища і тенденції, які виникають у сфері зовнішньоекономічної діяльності країни [12, с.49].

До цієї групи суб'єктів належить Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. У його структурі створено департамент зовнішньоекономічної діяльності, у склад якого входить два керівник

підрозділи – управління зовнішньоекономічної політики і управління регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Перший з підрозділів включає відділ політики та інструментів розвитку зовнішньої торгівлі, відділ митно-тарифної та нетарифної політики, відділ розвитку експорту товарів та послуг, відділ прогнозування та моніторингу зовнішньої торгівлі. У свою чергу, другий підрозділ об'єднує відділ нетарифного регулювання, відділ контролю у сфері зовнішньоекономічної діяльності і відділ державного регулювання зовнішньоекономічних операцій [13, с.61]. Окрім Міністерства економічного розвитку і торгівлі України роль контролера, регулювальника виконує також Міністерство закордонних справ України, Національний банк України, Міністерство доходів і зборів України (Міністерство є правонаступником Державної податкової служби України та Державної митної служби України).

До суб'єктів, які виконують судову роль у сфері зовнішньоекономічної діяльності належать державні і третейські суди. Враховуючи те, що законодавчі акти щодо міжнародної торгівлі мають суттєві відмінності у різних країнах, то суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності здебільшого для розв'язання спорів звертаються у міжнародні організації, які розв'язують конфлікти керуючись положеннями міжнародного права. Так, Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) виробила типові правила доарбітражного врегулювання спорів і реалізації самого арбітражу: Правила про арбітраж 1976 року, Правила про доарбітражне врегулювання спорів 1980 року, Типовий закон про арбітраж 1985 року. Важливою основою формування і реалізації судових рішень у сфері зовнішньоекономічної діяльності є також Конвенція ООН 1958 року про визнання і виконання іноземних арбітражних рішень, яка регламентує порядок взаємодії державних і третейських судів у питання розв'язання конфліктів у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Застосування системного підходу до класифікації суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності вимагає ідентифікування ознак, які слугуватимуть виявленню спільного і відмінного у фінансових потребах та інтересах суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності [14, с.55]. В широкому розумінні терміни «інтерес» та «потреба» практично не відрізняються. Так в [10, с.19] розуміється: 1) увага до кого-, чого-небудь, зацікавлення кимсь, чимось; 2) вага значення; 3) те, що найбільше цікавить кого-небудь, що становить зміст чийхось думок і турбот; прагнення потреби; 4) те, що йде на користь кому-, чому-небудь, відповідає чийсь прагненням, потребам.

У свою чергу, термін «потреба» має такі значення: 1) необхідність у кому-, чому-небудь, що вимагає задоволення; потрібність. Необхідність або бажання робити щось, діяти певним чином; 2) те, без чого не можна обійтись; вимоги, які необхідно задовольнити; 3) умови, необхідні для когось, чогось.

Незважаючи на схожість цих двох термінів, між ними є певна різниця, яка важлива для ідентифікація видів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Більш очевидною ця різниця є тоді, коли порівнювати між собою фінансові потреби з фінансовими інтересами. Так, підприємці як основні суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності залежно від характеру виконуваних ними операцій можуть мати виключно дві фінансові потреби – потребу у фінансових ресурсах і потребу в гарантіях фінансових установ для реалізації тих чи інших зовнішньоекономічних операцій [20, с.54].

У свою чергу, дослідження показали, що інтереси підприємців, як суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності значною мірою є суб'єктивними. Джерелом суб'єктивізму є утилітарний підхід до виявлення економічної корисності прийнятих рішень. Базуючись на індивідуальних баченнях, переконаннях, власному досвіді,

індивідуальній поінформованості підприємці самостійно приймають рішення про те в чому їх вигода, якого розміру вона повинна бути, в які терміни вигода повинна бути отриманою. Враховуючи вищесказане, фінансові потреби базуються на фінансових інтересах суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Суб'єктивні рішення підприємців, які керуються певними фінансовими інтересами лягають в основу зовнішньоекономічних контрактів, як наслідок виникають об'єктивні фінансові потреби, які суб'єкт змушений виконати в конкретні, обумовлені контрактом і правовими актами терміни [13, с.59].

Запропонована класифікація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності із урахуванням їх фінансових потреб необхідна для ідентифікування раціональних шляхів удосконалення існуючих і вироблення нових механізмів фінансової підтримки суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. На відміну від існуючих, запропонована класифікацій базується на принципі декомпозиції і виключення подвійного рахунку у віднесенні того чи іншого суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності до певної групи.

1.2. Сучасні тенденції розвитку світового ринку послуг

В умовах зміни конкурентного середовища сфера послуг інтенсивно розвивається та стає одним із впливових чинників, від яких залежить зростання економіки, підвищення конкурентоспроможності країни на світових ринках, зростання добробуту населення.

Під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві, відбувається активний розвиток сфери послуг у більшості країн світу. Як показує практика, вона є однією з найважливіших і дедалі значніших складових світової економіки.

Так, у розвинутих країнах світу. частка сфери послуг у структурі ВВП перевищує 70 %, у ній зайнято приблизно 65 % працездатного населення планети (у США — до 75 %). Хоча протягом останніх трьох десятиріч обсяги світового експорту послуг збільшилися у понад 20 разів і продовжують зростати. На даний час сфера послуг у країні не набула адекватного розвитку — її частка у ВВП та у структурі зайнятості становить близько 50 %. Відносно обмеженою є частка України і в міжнародній торгівлі послугами, тоді як основними статтями експорту є продукція переважно з низько- та середньотехнологічним ступенем переробки.

Водночас у країні є потенціал для розвитку сфери послуг. Так, розвиток науки, технологій і висококваліфікована робоча сила є необхідними передумовами для динамічного поступу інформаційно-комунікаційних технологій, програмного забезпечення, туризму, електронної і мобільної торгівлі, які базуються на Інтернеті і можуть відіграти роль «локомотиву розвитку», тобто простимулювати розвиток усієї національної економіки, забезпечити міцні конкурентні переваги на світових ринках [20, с.23].

Сфері послуг властиві такі особливості, як високий динамізм, територіальна сегментація і локальний характер, висока швидкість обороту капіталу, вища норма прибутку і відносно коротші строки окупності інвестицій в порівнянні з багатьма «товарними» секторами виробництва, а ключовими категоріями є поняття «послуги» і «торгівля послугами».

В [18, с.43] визначено послугу як будь-який захід або вигоду, які одна сторона може запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не приводять до заволодіння чим-небудь. При цьому, виробництво послуг може бути, а може і не бути пов'язане з товаром у його матеріальному вигляді. Дослідження характеру послуг та їх ролі в

економічній системі можна знайти й у вітчизняній економічній літературі [14, 16, 20]. Крім того, послугу можна визначити як вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений [20, с.13]. Отже, існує велика кількість визначень терміну «послуги», що ускладнює дослідження даної проблематики.

Водночас окреслити загальні якісні ознаки послуги для можливості використання в практичних цілях, зокрема для прийняття конкретних соціально-економічних рішень, цілком реально. Так, послугам властиві такі специфічні риси, як невідчутність, невіддільність, непостійність та в більшості випадків нездатність до збереження. Невідчутність — на відміну від матеріальних товарів послуги не можна спробувати на смак, на дотик, їх не побачиш і не почувеш до моменту їх безпосереднього надання.

Це внеможливіє порівняння й оцінку послуги до її отримання. Порівнювати можна тільки вигоди очікувані й отримані. Невіддільність послуги від її джерела очевидна, тоді як товар у матеріальному вигляді існує незалежно від присутності або відсутності його джерел. На відміну від товарів послуги не можна виробити про запас і зберігати. З цього погляду виробництво і споживання послуг тісно взаємопов'язані і не можуть бути розірвані. Непостійність якості послуг коливається в широких межах залежно від їх постачальників, а також од часу і місця надання. На відміну від звичайного товару послуга взагалі не підлягає зберіганню чи складуванню. Виникає проблема досягнення рівноваги між попитом та пропозицією.

Незважаючи на наведені вище характеристики, іноді існують і винятки: так, деякі послуги можуть набувати уречевлених форм (наприклад, комп'ютерна програма), видимі (зачіска), піддаються

зберіганню (бази даних), не завжди вимагають прямої взаємодії продавця і покупця (видача грошей за допомогою дебіторської картки).

Взагалі ж, ринок послуг дуже різноманітний, а сфера їх застосування розширяється з кожним роком. «Економічна глобалізація, а також розвиток регіональних інтеграційних процесів дедалі більшою мірою стирають кордони між «внутрішніми» та «зарубіжними» послугами, стираються межі і в торгівлі ними» [15, с.33].

Термін «міжнародна торгівля послугами» охоплює міжнародний обмін багатьма видами послуг, кожній з яких притаманні свої особливості. Так до послуг, що надаються каналами міжнародної торгівлі, належать: комерційні послуги (професійні, управлінські, комп'ютерні і їм подібні), послуги у сфері НДДКР, продажу і оренди нерухомості, послуги з лізингу та оренди машин і обладнання без операторів, консультативні та ін.), послуги зв'язку (поштові, кур'єрські, телекомунікаційні тощо), послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги, послуги дистриб'юторів, послуги у сфері освіти, з охорони довкілля, фінансові послуги, послуги з організації відпочинку, культурних та спортивних заходів, ті що пов'язані з туризмом, транспортні та ін. На початку нового тисячоліття сфера послуг набуває розвитку в усіх регіонах світу. Це стосується також країн, що розвиваються, й найменш розвинутих країн. Їх роль у міжнародній торгівлі послугами зростає як з погляду експорту, так і імпорту.

У міжнародній торгівлі послугами важливу роль відіграє Європейський союз, який є провідним регіоном у світовій торгівлі послугами, на який припадає близько половини світового експорту та імпорту послуг. Друге та третє місця, відповідно, посідають такі регіони як Азія та Північна Америка. Регіонами, що демонструють зростання в міжнародній торгівлі послугами, є країни Європи, Азії, СНД та Африки. Водночас, країни Центральної та Південної Америки втрачають свої

позиції на світових ринках послуг, як в експорті, так і в імпорті. Отже, можна зробити висновки, що на десятку країн світу припадає понад половини обсягів світового експорту та імпорту комерційних послуг. Основні позиції в рейтингу належать високо розвинутим країнам (насамперед, США, Великій Британії, Німеччині, Японії, Франції), але в десятці представлено і країни, що розвиваються, — Китай та Індію. Частка та роль цих країн в експорті послуг на міжнародні ринки щорічно зростає [10, с.73]. Спеціалізація країни на тому чи іншому виді послуг безпосередньо пов'язана з рівнем її економічного розвитку. У високорозвинутих країнах частка послуг збільшується внаслідок зростання продуктивності праці та скорочення зайнятості в промисловості, сільському господарстві, будівництві, а також за рахунок пропозиції нових послуг. Для цих країн притаманним є експорт фінансових, інформаційних і ділових послуг. Для країн, що розвиваються, основними видами експорту послуг є транспортні, туристичні та фінансові (офшорні).

Для країн, що розвиваються, характерною є наявність від'ємного сальдо у зовнішній торгівлі послугами; проте, це не виключає того, що деякі з них є великими експортерами послуг. Так, наприклад, Південна Корея спеціалізується на інженерно-консультаційних та будівельних послугах, Мексика — на туристичних, Сінгапур є великим фінансовим центром. Значна кількість невеликих острівних держав основну частину експортних доходів отримує за рахунок туризму. Необхідно зазначити, що в цілому країни Центральної та Східної Європи та СНД володіють потенційними резервами для розвитку потужного сектора послуг, передусім ІТ-сфери, транспортну та ін., але їх широкому експорту заважають недостатня матеріально-технічна база та створення нових основних фондів у цих сферах.

Індустрія послуг країн в Україні перебуває в стадії розвитку. Цей стан потребує зваженого підходу до стратегії розвитку, регулювання та особливо лібералізації сфери послуг. Так цілковита «відкритість» економіки може стати руйнівним чинником, якщо не супроводжуватиметься системою обґрунтованого протекціонізму, а торговельні відносини не базуватимуться на узгодженні та координації економічної політики. Останнім часом, швидко росте значення інформаційно-телекомунікаційних послуг, електронної торгівлі тощо. У товарній структурі світової торгівлі послугами в останні 20 років частка транспортних послуг збільшилися у два рази, обсяги міжнародного туризму майже у 4 рази, інші послуги — у понад 4,5 разу. Це пов'язано як з раціоналізацією перевезень і розміщенням виробництва в країнах споживання, так і з появою нових видів послуг на світовому ринку, зокрема розвитком ІТ-сфери.

Сталою тенденцією на сьогодні є збільшення частки туристичних послуг, але найбільш динамічно розвиваються ІТ-сфера та міжнародна торгівля діловими послугами, зокрема управлінськими, професійними, банківськими, страховими, аудиторськими послугами, що становлять до чверті всієї торгівлі послугами. Телекомунікаційні послуги, що передусім надаються на основі цифрового зв'язку, значною мірою впливають на інтенсифікацію світового товарообігу. Протягом останніх трьох десятиріч обсяги світового експорту послуг збільшилися у більше, ніж 20 разів і продовжують зростати. В останні десятиріччя у світовій економіці одержав розповсюдження аутсорсинг, тобто передача функцій внутрішнього підрозділу на зовні. У такому випадку ці функції виконуватиме стороння організація, яка спеціалізується на даному виді діяльності (її називають аутсорсером). Такі дії дозволяють підприємству відмовитися від непрофільних функцій, не характерних для його основної діяльності, проте необхідних для нормальної роботи. У

результаті підприємство може зосередитися на виконанні своїх основних функцій і виконувати їх більш ефективно [5, с.63].

Зокрема з розвитком міжнародної торгівлі особливо актуалізується ІТ-аутсорсинг – а саме, це розробка програмного забезпечення, обробка даних та послуги з роботи з базами даних, послуги з підтримки інформаційних технологій, розробка прикладних програм та їх підтримка, бізнес-аналіз, менеджмент контенту, електронні закупівлі та ринки, охорона підприємств, імплементація пакетів, інтеграція систем, інтеграція прикладних програм підприємства, аутсорсинг загальної інфраструктури, веб-послуги (підготовка Інтернет-контенту тощо), веб-хостінг тощо. Дослідження регіонів, що спеціалізуються на аутсорсингових послугах в Європі, Африці та на Близькому Сході, дає змогу зосередити увагу на таких країнах, як Болгарія, Чехія, Єгипет, Марокко, Польща, Румунія, Словаччина, Туреччина, Південна Африка, Україна. Використання аутсорсингу в країнах, що розвиваються дозволяє створювати нові робочі місця, що в свою чергу вимагає високого рівня знань, а відповідно підвищується попит на освітні послуги (особливо це стосується технічних спеціальностей).

Перше місце серед всіх країн світ, що використовуються аутсорсинг є ринок Північної Америки (США, Канада). Питома вага компаній США, які використовують у своїй діяльності аутсорсинг (переважно це виробничі або сервісні операції). Друге місце належить регіонами Західної Європи. Третій за величиною замовник послуг аутсорсингу – Японія. Економічна глобалізація, а також розвиток регіональних інтеграційних процесів дедалі більшою мірою стирають кордони між «внутрішніми» та «закордонними» послугами, стираються межі і в торгівлі ними. В такому ракурсі доцільно розглянути ще одну тенденцію, яка сприяє розвитку торгівлі послугами. Так набирає обертів розвиток аутстафінгу. Це специфічний процес залучення персоналу.

Аутстафінг – виведення працівників поза штат замовника із наступною передачею їх кадровому агентству, яке формально працевлаштовує їх та надає в користування замовнику. Фактично працівники продовжують працювати у своїй компанії, на своїх робочих місцях, та виконують ту саму роботу. Отже, тонка різниця між лізингом (орендою) персоналу та аутстафінгом полягає в тому, що у першому випадку працівники попередньо не перебували у штаті замовника, а кадрове агентство здійснює пошук та відбір персоналу згідно замовлення клієнта.

Сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, більш того, транспорт і зв'язок, фінансові та страхові послуги в багатьох країнах традиційно перебувають у цілковитій або частковій власності держави та суворо контролюються нею, внаслідок цього в міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар'єрів, ніж у торгівлі. На десять країн світу припадає більше половини обсягів світового експорту та імпорту комерційних послуг. Основні позиції в рейтингу належать високорозвинутим країнам світу (насамперед США, Великій Британії, Німеччині, Японії, Франції), але в десятці представлено і країни, що розвиваються, — Китай та Індія. Частка та роль цих країн в експорті послуг на міжнародні ринки щорічно зростає. Україна має значний потенціал для подальшого розвитку (зокрема в секторах транспортних, туристичних, професійних, комп'ютерних, послуг аутсорсінгу тощо

Спеціалізація країни на тому чи іншому виді послуг безпосередньо пов'язана з рівнем її економічного розвитку та географічним розташуванням.

1.3. Тенденції розвитку зовнішньої торгівлі послугами України

Стратегічні напрями розвитку вітчизняної економіки потребують наразі оптимального використання усіх існуючих конкурентних переваг вітчизняних підприємств у напрямі розвитку їх зовнішньоекономічної діяльності. Економічна інтеграція України – процес розвитку стійких взаємозв'язків з сусідніми державами, що веде до їх поступового економічного злиття, який заснований на проведенні злагодженої міждержавної економіки і політики [23, с. 83]. Іншими словами, економічна інтеграція це складний процес економічної взаємодії країн, який приводить до зближення господарських механізмів і надалі приймає чітку форму міждержавних угод і узгоджено регулюється міждержавними органами.

Участь країн в інтеграційних об'єднаннях забезпечує цілу низку переваг у процесі економічного розвитку, до найбільш значущих з яких варто віднести: ширший доступ господарюючих суб'єктів до різного роду важливих ресурсів – фінансових, трудових, матеріальних, новітніх технологій, а також можливість виробляти продукцію з розрахунку на більший ринок; можливість оперувати на ширшому міжнародному ринковому просторі; створення привілейованих умов та певною мірою гарантування захисту від конкуренції зі сторони фірм третіх країн; сумісне рішення країнами-учасницями складних соціальних, економічних, наукових, технічних, екологічних та інших проблем [6, с. 22]. Таким чином, найбільш простим видом інтеграції, де між країнами існує мінімум економічних зв'язків, є зони преференційної та вільної торгівлі. Зовнішня торгівля як вид діяльності надає можливість різним країнам продемонструвати свої сильні сторони. За цих умов споживачі мають великий вибір товарів, ціна та якість яких варіюється.

Міжнародну торгівлю варто розглядати як вид взаємовідносин між країнами, що являє собою обмін товарів та послуг між різними державами, зокрема, між товаровиробниками та споживачами. Відтак, змінюються умови і можливості співпраці вітчизняних підприємств із зарубіжними партнерами. Окремі напрями міжнародної торговельної співпраці стають тривалими, формують закономірності їх розвитку, інші носять короткостроковий характер, відображаючи певні тенденції співпраці. Зміна структури експорту в бік зростання частки послуг та товарів із більшою питомою вагою доданої вартості можливе за створення якісних конкурентоспроможних товарів та послуг, формування іміджу країни на світових ринках.

Аналіз закономірностей розвитку зовнішньої торгівлі товарами України, нажаль, підтверджує збереження сировинної спрямованості українського експорту, що вимагає суттєвих інвестицій в модернізацію виробничого обладнання експортерів та вирішення зазначених проблем на рівні держави. Політику державної підтримки експортерів, яка реалізована в Україні, на даний час, не можна назвати ефективною і оптимальною, оскільки вона не сприяла підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світових ринках, розвитку та впровадженню у виробництво передових технологічних та інноваційних досягнень, досконалої розбудови ринкової інфраструктури [5, с.61].

Згідно з дослідженнями [13, с.22], цей процес вимагає не тільки певного часу, (що регламентується Угодою про асоціацію з ЄС), але і додаткових фінансових ресурсів для забезпечення відповідності української продукції європейським стандартам. Тому нагальною необхідною є розробка Державної програми імплементації технічних стандартів та регламентів ЄС, а також залучення до фінансування цієї сфери цільових фінансових ресурсів, кредитів та грантів з боку

Європейського Союзу та інших міжнародних організацій. Варто відзначити, що Україна має суттєвий потенціал постачання ІТ-продуктів та програмного забезпечення на світовий ринок. Доцільним вбачається створення ефективного механізму регулювання ІТ сфери щодо організації та регулювання діяльності.

Слід зазначити, що галузь інформаційних технологій в Україні стрімко розвивається, має певні переваги та отримала світове визнання. Україна вже входить до трійки країн з Центральної та Східної Європи за обсягом ринку інформаційних послуг і кадровим потенціалом. Послуги українських ІТ спеціалістів активно використовуються міжнародними компаніями. Стратегічні напрями розвитку вітчизняної економіки потребують оптимального використання усіх наявних конкурентних переваг українських підприємств у напрямі розвитку їх зовнішньоекономічної діяльності. Необхідно об'єднати зусилля бізнесу та уряду для максимальної реалізації зовнішньоекономічного потенціалу України, підтримки експортоорієнтованих галузей народного господарства України та використовувати усі наявні методи та інструменти для нарощування експорту української продукції, знаходження нових ринків, розширення горизонтів поставок продукції.

Таким чином, можна стверджувати що успішний розвиток зовнішньої торгівлі України товарами у якості першочергових заходів потребує розробки та реалізації сучасної стратегії щодо збільшення експорту продукції та послуг з високою доданою вартістю, підвищення якості та технічних регламентів на продукцію, подальшої диверсифікації ринків збуту.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДИКА АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ В УКРАЇНІ

2.1 Методичні засади аналізу зовнішньої торгівлі послугами України

В сучасних умовах світового розвитку, що характеризується зростанням глобалізації виробництва та ринків, а також інтенсифікацією інтеграційних процесів торгівля послугами є одним з важливих напрямів розвитку економіки країни.

У процесі аналізу торгівельної діяльності важливі методичні підходи до її оцінки. Для формування методичного підходу до аналізу зовнішньоекономічної діяльності країни необхідно проаналізувати існуючі підходи до аналізу міжнародної торгівлі в цілому, з точки зору як зовнішньоекономічної діяльності країни так і окремої організації. Розгорнутий опис цих методичних підходів наведемо нижче.

Основні показники міжнародної торгівлі [6, с.83]: показники обсягу міжнародних торговельних відносин (експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг, фізичний обсяг МТВ, генеральна торгівля, спеціальна торгівля, реекспорт, реімпорт); результуючі показники (сальдо торговельного балансу, баланс послуг, баланс поточних операцій, індекси стану балансу, індекс «умови торгівлі», індекс концентрації експорту, коефіцієнт імпортової залежності, індекс чистої торгівлі); структурні показники (товарна структура експорту та імпорту, індекс диверсифікації, регіональна структура експорту та імпорту, індекс географічної концентрації експорту та імпорту); показники інтенсивності; показники ефективності (ефективність зовнішньоторговельного обороту, ефективність експорту та імпорту,

ефект експорту та імпорту, рентабельність експорту та імпорту); показники за критерієм структури МТВ; показники динаміки МТВ;

- показники результативності МТВ (сальдо торговельного балансу, сальдо балансу послуг, сальдо некомерційних операцій, сальдо балансу поточних операцій, експорт на душу населення, імпорт на душу населення);

- зовнішньоторговельний обіг на душу населення, імпортна квота, експортна квота, квота зовнішньоторговельного обігу) [1, с. 36–40].

Система аналітичних показників результативності міжнародної торгівлі [3, с.73]:

Група I. Абсолютні показники (експорт, імпорт, торговельне сальдо, зовнішньоторговельний обіг, генеральна (загальна) торгівля).

Група II. Відносні показники (індекси динаміки експорту та імпорту, коефіцієнт покриття імпорту експортом, індекс «умови торгівлі», індекс концентрації експорту, індекс імпортової залежності країни, індекс чистої торгівлі, індекс концентрації експорту).

Група III. Показники структури (структура експорту та імпорту, товарна структура експорту (імпорту), індекс диверсифікації експорту (імпорту), індекс географічної концентрації експорту (імпорту).

Група IV. Показники інтенсивності (експортна квота, імпортна квота, зовнішньоторговельна квота, обсяг експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обігу на душу населення, інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами).

Група V. Показники економічної ефективності (ефекту) зовнішньої торгівлі (макроекономічні показники – ефективність зовнішньоторговельного обороту, ефективність експорту, ефективність імпорту, бюджетна ефективність експорту, бюджетна ефективність імпорту, ефект державного бюджету від зовнішньоторговельного товарообміну; мікроекономічні показники – ефективність виробництва

фірмою продукції на експорт, ефективність використання імпортного товару або його споживання, економічний ефект від експорту, економічний ефект від імпорту, інтегральний економічний ефект фірми від експортно-імпортової діяльності [2, с. 36].

Показники міжнародної торгівлі [7, с.93]: 1 група. Показники, що характеризують напрям руху товарів (експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт). 2 група. Показники, що характеризують обсяг торгівлі в грошовому вираженні (зовнішньоторговий оборот, фізичний обсяг торгівлі, генеральна торгівля, спеціальна торгівля). 3 група. Показники, що характеризують динаміку розвитку міжнародної торгівлі (темпи зростання експорту, темпи приросту експорту, темпи зростання імпорту, темпи приросту імпорту, темпи приросту зовнішньоторгового обороту). 4 група. Показники, що характеризують результативність міжнародної торгівлі (сальдо торгового балансу, сальдо балансу послуг, сальдо балансу некомерційних операцій, сальдо балансу поточних операцій, експорт на душу населення, імпорт на душу населення, експортна квота, імпортна квота, квота зовнішньоторгового обороту) [3, с. 59].

Основні показники, що використовуються в аналізі міжнародної торгівлі [17, с.83]:

1. Показники обсягу міжнародних торгових відносин (МТВ): експорт, імпорт, зовнішньоторговий оборот, реекспорт, реімпорт.
2. Показники по структурі МТВ: товарна, географічна, інституційна.
3. Показники динаміки МТВ: темпи росту та темпи приросту експорту, імпорту і зовнішньоторгового обороту.
4. Показники результативності МТВ: сальдо балансу послуг, сальдо торгового балансу, обсяг експорту, імпорту та зовнішньоторгового обороту на душу населення, експортна, імпортна, зовнішньоторговельна квоти [4, с. 60].

Основні показники зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД [5, с.63]:

1. По критерію обсягу зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД виділяють: експорт суб'єктів ЗЕД, реекспорт суб'єктів ЗЕД, імпорт суб'єктів ЗЕД, реімпорт суб'єктів ЗЕД, зовнішньоторговельний оборот суб'єктів ЗЕД, фізичний обсяг зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД, генеральна торгівля суб'єктів ЗЕД, спеціальна торгівля суб'єктів ЗЕД.

2. По критерію структури виділяють такі показники ЗТ: товарна структура зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД, географічна структура зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД, інституціональна структура зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД.

3. По критерію динаміки зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД виділяють такі показники: темпи росту експорту суб'єктів ЗЕД, темпи росту імпорту суб'єктів ЗЕД, темпи росту зовнішньоторговельного обороту, темпи приросту експорту, темпи приросту імпорту, темпи приросту зовнішньоторговельного обороту.

4. По критерію результативності зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД виділяють такі показники: сальдо торговельного балансу суб'єктів ЗЕД, сальдо балансу послуг суб'єктів ЗЕД, умови зовнішньої торгівлі суб'єктів ЗЕД: показник умов експорту суб'єктів ЗЕД, показник умов імпорту суб'єктів ЗЕД [5, с. 76].

Економічне обґрунтування зовнішньоекономічної діяльності підприємств виконується на підставі аналізу показників ефективності, які поділяються на [11, с.21]: абсолютні – різниця між результатами зовнішньоекономічної діяльності та витратами на її здійснення (вартісна оцінка); відносні – співвідношення прибутку від зовнішньоекономічної діяльності підприємства до витрат на її здійснення.

Розрахунок показників ефективності ЗЕД базується на таких методичних положеннях: 1) всебічний облік всіх складових елементів витрат та результатів ЗЕД у документах оперативного, статистичного і бухгалтерського обліку; 2) зведення витрат і результатів для зіставлення

до однакових кількісних одиниць виміру та виключення дублювання даних; 3) дисконтування різних за терміном витрат, доходів та результатів ЗЕД; 4) зіставлення даних поточного періоду з даними базового періоду для оцінювання поточного стану зовнішньоекономічної діяльності суб'єкта господарювання та опрацювання пропозицій щодо поліпшення ситуації, яка склалася в періоді, що аналізується [6, с. 17].

Показники розвитку міжнародної торгівлі [20, с.27].:

Група 1. Обсягові (абсолютні) – експорт (реекспорт), імпорт (реімпорт), зовнішньоторговельний обіг, генеральна торгівля, спеціальна торгівля (експорт та імпорт), фізичний обсяг зовнішньої торгівлі.

Група 2. Результуючі – сальдо (торговельного балансу, балансу послуг, балансу поточних операцій), індекси стану балансу, індекс «умов торгівлі», індекс концентрації експорту, коефіцієнт імпортової залежності країни, індекс чистої торгівлі.

Група 3. Структурні – товарна структура (експорту та імпорту), індекс диверсифікації експорту, регіональні структури експорту та імпорту, індекс географічної концентрації (експорту та імпорту).

Група 4. Інтенсивності – обсяг експорту та імпорту або зовнішньоторговельного обігу на душу населення, квоти (експортна, імпортна, зовнішньоторговельна), інтенсивність і рівень внутрішньогалузевого обміну.

Група 5. Ефективності – макроекономічні (ефективність зовнішньоторговельного обміну, ефективність експорту, ефективність імпорту), зовнішньоторговельні операції (ефект експорту, ефективність експорту, рентабельність експорту, ефект імпорту, ефективність імпорту).

Група 6. Динаміки.

Група 7. Зіставлення.

Кінцевий результат зовнішньоекономічної діяльності визначається з урахуванням таких аспектів аналізу [8, с.203]: інституційний аналіз, який передбачає оцінку політичних, правових, організаційних умов здійснення зовнішньоекономічної діяльності; комерційний аналіз (аналіз ринку), який передбачає оцінку існуючої ринкової ситуації (насамперед попиту і цін) та оцінку імовірної зміни кон'юнктури; технічний аналіз, який передбачає вивчення сукупності прийомів, що дозволяють здійснити певну зовнішньоекономічну операцію або реалізувати проект та з'ясувати рівень досконалості технічного супроводження; фінансовий аналіз, який здійснюється з метою обґрунтування ефективності зовнішньоекономічної діяльності виходячи з інтересів власника; економічний аналіз, який відбувається через порівняння витрат і результатів і має за мету визначення користі, яку дістане суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, держава і суспільство у цілому у разі здійснення певного виду зовнішньоекономічної діяльності; до завдання такого аналізу входить також визначення ризику, з яким буде пов'язана зазначена діяльність; соціальний аналіз, який передбачає оцінку соціальних наслідків впливу зовнішньоекономічної діяльності; екологічний аналіз, за результатами якого робиться висновок про вплив певних зовнішньоекономічних операцій та проектів на навколишнє середовище і політику уряду щодо цього. Для оцінки ефективності зовнішньоекономічної діяльності виділяють дві групи показників: узагальнюючі показники, показники окремих спрямувань діяльності.

Основними абсолютними показниками, які характеризують зовнішню торгівлю країни, є: обсяги експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обороту, зовнішньоекономічне сальдо.

Для поглибленої аналітики використовується прийом співвідношення індексів, а саме: індексу зовнішньоторговельного

обороту та індексу ВВП – за результатами цієї дії обчислюється коефіцієнт співвідношення індексів. До загальних показників, які відображають роль зовнішньоекономічного фактору в національній економіці, можна віднести також показник зовнішньоторговельного обороту на душу населення. Розглянуті методичні підходи дають загальне уявлення про основи аналізу у сфері міжнародної торгівлі та зовнішньоекономічної діяльності. В їх основі абсолютні та відносні показники розділені за групами відповідно до напрямку дослідження. При здійсненні дослідження зовнішньоекономічної діяльності регіонів України ці методичні підходи мають стати основою аналізу, але мають бути доповнені з врахуванням специфіки дослідження, а саме можливістю дослідження трансформаційної динаміки регіону під впливом ЗЕД.

Таким чином аналіз розглянутих підходів та врахування сучасної ситуації щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності дозволяють сформулювати методичні підходи до аналізу зовнішньоекономічної діяльності регіонів України. Аналіз абсолютних показників зовнішньоекономічної діяльності регіонів дозволяє виявити основні тенденції розвитку. На цьому етапі необхідно дослідити основні показники зовнішньоекономічної діяльності, такі як обсяги експорту та імпорту товарів і послуг, зовнішньоторговельний оборот товарів і послуг.

Показники експорту, імпорту та зовнішньоторговельного обороту є показниками обсягу міжнародної торгівлі та дозволяють оцінити зовнішньоекономічну діяльність регіонів України з точки зору внеску кожного регіону у розвиток зовнішньої торгівлі товарами та послугами.

Аналіз відносних показників зовнішньоекономічної діяльності регіонів включає 3 групи показників [20, с.23]: 1 Група. Показники

результативності. 2 Група. Показники інтенсивності. 3 Група. Показники структури.

Зовнішньоекономічне сальдо це різниця між вартісним обсягом експорту та імпорту товарів (послуг) окремої країни (регіону). Показники експортної квоти товарів і послуг, імпортної квоти товарів і послуг та квоти зовнішньоторговельного обороту товарів і послуг є показниками інтенсивності міжнародної торгівлі. Показники експортної та імпортної квоти дозволяють оцінити рівень відкритості регіону у зовнішньоекономічній діяльності. При цьому експортна квота є основним показником для оцінки відкритості економіки регіону, вона дозволяє визначити рівень залучення регіону до світового господарства та здатність регіону конкурувати на зовнішньому ринку. Показники структури включають регіональну структуру експорту та імпорту товарів і послуг, видову структуру експорту та імпорту товарів і послуг, географічну структуру експорту та імпорту товарів і послуг. В загальному вигляді показник структури показує, яку питому вагу займають окремі частини в усьому явищі чи процесі. Розраховують його відношенням частини до цілого.

Видова структура експорту та імпорту дозволяє визначити розподіл торгівлі за видами товарного обміну, визначається для товарів і послуг. Географічна структура експорту та імпорту дозволяє визначити розподіл товарного потоку за країнами, групами країн та регіонами світу. На основі такого аналізу можна визначити які країни світу є основними торговельними партнерами України та її регіонів. Основою для розвитку країни та регіонів є впровадження досягнень науково-технічного прогресу в усіх сферах суспільного життя, це і проявляється у збільшенні інноваційної активності та розширенні інноваційної діяльності та ІТ сфери. Для аналізу ІТ сфери формується група показників та на їх основі здійснюється загальна оцінка інноваційної

активності регіонів України. Система показників має охоплювати три напрями аналізу[6, с.63]:

1. Кількісний аналіз ІТ сфери. До даного напрямку відносять – обсяг фінансування інновації, загальну кількість інновацій, кількість інновацій за видами (ноу-хау, патентів та ін.), обсяг виробництва інноваційної продукції в натуральному та вартісному вимірюванні, обсяг наукоємної продукції в натуральному та вартісному вимірюванні, обсяг експорту (імпорту) інноваційної продукції в натуральному та вартісному вимірюванні.

2. Якісний аналіз ІТ сфери. До даного напрямку відносять – частку новітніх технологій в загальній їх кількості, частку інноваційних видів продукції в загальному її обсязі, частку складної (високотехнологічної) наукоємної продукції в загальному обсязі виробництва, частку інноваційної продукції в ємності ринку.

3. Аналіз ефективності ІТ сфери. До даного напрямку відносять – приріст фінансового результату (прибутку), період окупності інновацій, середню тривалість реалізації інноваційного процесу, зменшення викидів, що забруднюють довкілля, частку робітників, у яких поліпшені умови праці.

Стимулювання економічного розвитку регіонів відбувається на основі активної інвестиційної діяльності. Активна інвестиційна діяльність дозволяє розвивати виробництво та інфраструктуру регіонів та збільшувати її участь у зовнішньоекономічній діяльності. З цією метою формується група показників та на їх основі здійснюється загальна оцінка інвестиційної активності регіонів України. Ці показники поділяють на дві групи кількісні та якісні. До якісних відносять показники, що формують інвестиційний клімат регіону та стимулюють надходження інвестицій у регіон. Традиційно це показники, що

характеризують інвестиційне середовище регіону, інвестиційні ризики регіону та інвестиційні можливості регіону.

Таким можна зробити наступні висновки. Існують різні методичні підходи до аналізу зовнішньої торгівлі в цілому, зовнішньоекономічної діяльності країни та підприємства. Всі вони мають свою специфіку та особливості.

2.2 Аналіз зовнішньої торгівлі послугами України

Європейська інтеграція є стратегічним завданням для України. Україна має значний потенціал для розвитку експортних послуг, як одного з перспективних напрямів євроінтеграційних заяв. Одна з переваг стратегічного потенціалу – це історичний досвід взаємних відносин і співпраці з країнами зі спільними кордонами. Україна знаходиться на динамічному шляху інтеграційних змін. І завдяки вигідному геополітичному положенню та географічному розташуванню, Україна є цінним стратегічним партнером як для західних країн, так і для східних сусідів. Знаходячись в центрі Європи, Україна має ряд стратегічних характеристик, і серед них: розвинений транзитний потенціал, а отже підвищення рівнів міжнародних торговельних контактів та конкурентоспроможності вітчизняної економіки на світовому ринку; міграції товарних, фінансових, інвестиційних та інших ринків. Це визначає важливість та особливість виконання міжнародної зовнішньоекономічної діяльності, що є ключовим фактором в євроінтеграційному процесі, створює фундамент для розвитку соціально-економічних складових держави та окремих підприємств. Тому проголошений курс на Євроінтеграцію – першочергове завданням зовнішньої політики України. Нині всі інструменти зовнішньої діяльності направлені на здобуття повноправного членства у ЄС.

Євроінтеграційний процес – це, перш за все, спільна ефективна економічна співпраця з країнами, що входять до складу Європейського Союзу на рівні загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. У контексті зовнішньої торгівлі України важливим та актуальним питанням є реалізація послуг на світовому ринку. Сфера послуг сьогодні – це саме та галузь народного господарства країни, яка має тенденцію до стрімкого розвитку за багатьма її окремими напрямками. Це є необхідною умовою для розроблення раціональної стратегії нарощування експортного потенціалу України на світовому ринку послуг. Таким чином, аналізуючи таблицю 2.1., ми можемо зробити відповідні висновки.

Таблиця 2.1

**Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі послугами в
2015-2019р.р., млн.дол. США**

	Усього	Країни СНД	Інші країни світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка
2015	9736,6	3544,8	6191,8	3521,4	2927,9	1120,3	145,1
2016	9868,0	3727,9	6140,1	3499,0	3004,9	1154,5	125,1
2017	10714,3	3763,9	6950,4	4019,5	3452,7	1301,9	149,3
2018	11637,9	3701,3	7936,6	4665,2	3979,9	1480,9	161,4
2019	15628,9	11610,6	4469,0	1951,3	178,6
2015	5523,0	839,6	4683,4	2749,1	2750,1	850,9	39,4
2016	5326,5	672,6	4653,9	2400,7	2421,6	888,8	40,7
2017	5476,1	650,4	4825,7	2558,6	2532,5	1086,3	80,8

Джерело: [16]

У 2018 р. експорт послуг становив 11854,8 млн.дол. США, або 110,6% порівняно із 2017 р., імпорт – 5806,2 млн.дол., або 106,0%. Позитивне сальдо становило 6048,6 млн. дол. (у 2017 р. також позитивне – 5238,2 млн. дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,04 (у 2017р. – 1,96). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 232 країн світу. Як можна бачити в таблиці 2.2, у 2019 р. експорт послуг становив 15237,5 млн.дол. США, або 130,9%

порівняно із 2018 р., імпорт – 6527,9 млн.дол., або 103,5%. Позитивне сальдо становило 8709,6 млн.дол. Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,33. Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 235 країн світу.

Як можна бачити в таблиці 2.2, у 2019 р. експорт послуг становив 15237,5 млн.дол. США, або 130,9% порівняно із 2018р., імпорт – 6527,9 млн.дол., або 103,5%. Позитивне сальдо становило 8709,6 млн.дол. Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,33. Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 235 країн світу.

Таблиця 2.2

Динаміка зовнішньої торгівлі послугами, тис.дол. США

	2015	2016	2017	2018	2019
Експорт	9736654,2	9867999,7	10714369,5	11854950,6	15237555,9
Імпорт	5523022,4	5326512,7	5476148,9	5838810,2	6942150,2

Джерело: [16]

У 2018 р. експорт послуг становив 11854,8 млн.дол. США, або 110,6% порівняно із 2017 р., імпорт – 5806,2 млн.дол., або 106,0%. Позитивне сальдо становило 6048,6 млн.дол. (у 2017 р. також позитивне – 5238,2 млн.дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,04 (у 2017р. – 1,96). Зовнішньоторговельні операції в 2018 р. проводились із партнерами із 232 країн світу.

Як можна бачити в таблиці 2.3, у 2019 р. експорт послуг становив 15237,5 млн.дол. США, або 130,9% порівняно із 2018р., імпорт – 6527,9 млн.дол., або 103,5%. Позитивне сальдо становило 8709,6 млн.дол. (у 2018р. також позитивне – 5329,1 млн.дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту в 2019 р. склав 2,33.

Таблиця 2.3

Структура зовнішньої торгівлі послугами у 2017-2019 рр., млн.дол.

США

	Експорт			Імпорт		
	млн.дол. США	у % до попередньо го року	у % до загального обсягу, розділу	млн.дол. США	у % до попередньо го року	у % до загального обсягу, розділу
2017 рік	10714,9	104,3	100,0	547661	101,3	100,0
2018 рік	11854,8	110,6	100,0	5806,2	106,0	100,0
2019 рік	15237,5	130,9	100,0	6527,9	103,5	1000

Джерело: [16]

Аналізуючи статистичні дані ми можемо досить точно оцінити, які зміни відбуваються в економіці України в цілому та зовнішній торгівлі зокрема в складний період світової пандемії. Ґрунтовний та детальний аналіз цих змін та оцінка внеску КОВІД-19 ще попереду, але вже зараз можна зробити відповідні висновки щодо економічних трендів та перспектив на основі статистики за березень-травень 2020 р.

Варто зауважити, що сповільнення економічної активності почалось до пандемії. Так, в 2019 р. зростання ВВП України зменшилось на 0,2%(3,2%) порівняно з 2018 р. (3,4%). При цьому промислове виробництво скоротилось на 1.8%, але окремі галузі (в тому числі виробництва-експортери) заявили навіть про кризу. Водночас, зовнішньоторговельний оборот товарів і послуг за підсумками 2019 р. зріс на 8,5% (+10,2 млрд дол.) порівняно з 2018 р. і становив 131,0 млрд дол.

Разом з тим, в першому кварталі 2020 р. обсяг товарного експорту практично не змінився, порівняно з аналогічним періодом 2019 р., але при цьому спостерігалось зростання експорту продовольчих і мінеральних продуктів. А от імпорт в першому кварталі 2020 р.

скоротився на 4,7%. Варто зазначити, що найбільшою мірою на обсяги імпорту вплинуло зниження цін на енергоресурси, що призвело до скорочення імпорту мінеральних продуктів на 16,5% порівняно з першим кварталом 2019 р.

В період карантину за попередніми даними Національного банку, імпорт товарів у квітні 2020 р. впав на 29,8% порівняно із квітнем 2019 р.. При цьому скорочення торкнулось практично всіх видів товарів, крім імпорту продовольчих продуктів, ввезення яких зросло на 2,1%. В це же час експорт товарів скоротився в цілому на 3,8%. Але спостерігалось зростання експорту продовольчих і мінеральних продуктів.

Травень виявився найскладнішими для зовнішньої торгівлі України. За попередніми даними аналізу, експорт товарів порівняно із травнем 2019 р. скоротився на 24,7%. Темпи скорочення імпорту більшості товарних груп були ще більшими. Так, крім імпорту продовольчих товарів, який знизився лише на 1,1%, імпорт продукції машинобудування та хімічної промисловості, металів, деревини, мінеральних продуктів та промислових виробів, на які в сумі припадає понад 78% українського товарного імпорту, скоротився більш ніж на 25% порівняно з травнем 2019 р. Що стосується торгівлі послугами, то в період пандемії негативні тенденції в ці сфері виявились в значно більших масштабах, ніж у торгівлі товарами. У торгівлі послугами, як і у торгівлі товарами, першим почав скорочуватись імпорт. Але на відміну від товарної торгівлі, імпорт послуг почав скорочуватись вже в березні цього року (рис. 2.1.).

На відміну від імпорту, обсяги експорту послуг в цілому залишались досить стабільними протягом всього першого кварталу поточного року. Зазначимо, скорочення експорту транспортних послуг, особливо в частині використання трубопроводів через скорочення транзиту енергоносіїв через Україну, компенсувалося значним

зростанням експорту комп'ютерних послуг порівняно з першим кварталом 2019 р.

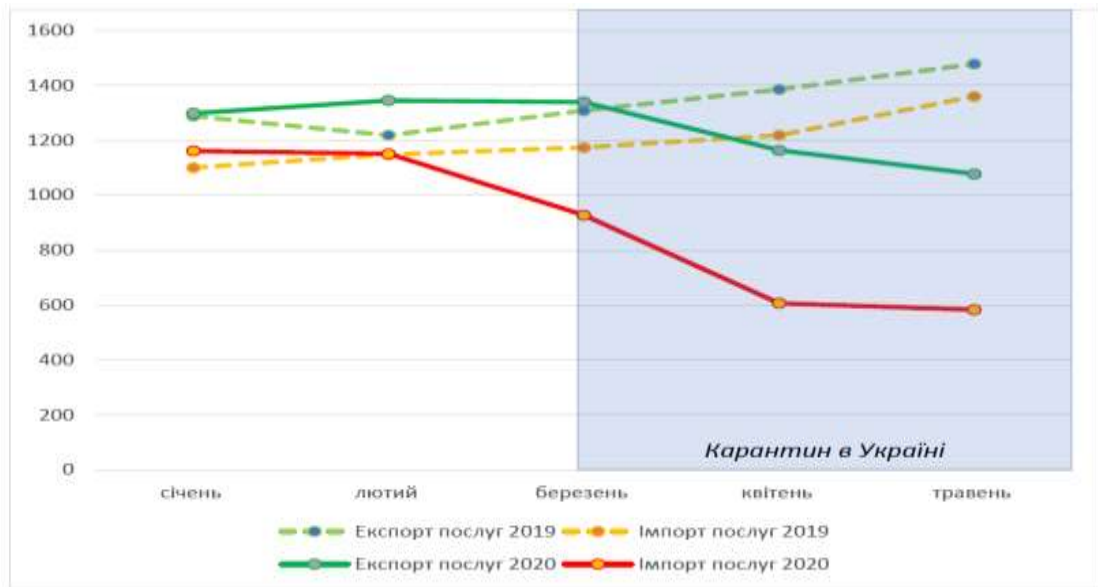


Рис. 2.1. Динаміка експорту та імпорту послуг за січень-травень 2019 та 2020 рр.

Джерело: [16]

У квітні-травні 2020 року експорт та імпорту послуг скорочувались, але імпорту падав набагато швидше, ніж експорт (рис. 2.1). Причина зрозуміла - скорочення торгівлі транспортними послугами (експорт та імпорту транспортних послуг синхронно скоротилися на 35,5%) та скорочення міжнародного туризму через закриття кордонів. Одним із небагатьох видів послуг, експорт яких зростає і до, і після початку карантину в Україні був експорт комп'ютерних послуг. Його обсяги зросли на 12% тоді, коли загальний експорт послуг з України скоротився на 12% порівняно з аналогічним періодом 2019 року. В цілому слід зазначити, що пандемія мала значний вплив на послуги, надання яких вимагає фізичного перетину кордону. Торгівля послугами, які так чи інакше постачаються через Інтернет, зростала навіть за умов карантину. Оскільки темпи поширення пандемії не скорочуються, а тільки

зростають, популярність торгівлі інтернет-послугами і надалі зростатиме.

Очевидно, що зростання цифрових послуг вимагає від держави адекватної відповіді на два виклики. Перший виклик – це регулювання цифрового ринку. Другий виклик – це оподаткування доходів компаній, які надають цифрові послуги. В цілому можна констатувати, що у період карантину Україна та її торговельні партнери стикнулись зі значним скороченням обсягів торгівлі товарами та послугами. Очевидно, що на міжнародну торгівлю негативно вплинуло як запровадження карантину, що ускладнило продаж багатьох товарів кінцевим споживачам, так і невизначеність щодо майбутніх доходів домогосподарств та підприємців. Ці чинники у комбінації із очікуванням другої хвилі коронавірусу негативно впливають на попит на всі товари крім продуктів першої необхідності.

Очевидно, що й рішення на кшталт прийняття у першому читанні закону про внесення змін до Закону України "Про публічні закупівлі", які прямо протирічать міжнародним зобов'язанням України, також вплинуть на стосунки з нашими партнерами. І наостанок. Вплив пандемії на економіку України в цілому та на зовнішню торгівлю зокрема потребує окремих фундаментальних досліджень. Найвищі обсяги експорту послуг Україна здійснює в такі країни, як Велика Британія, Ізраїль, Кіпр, Німеччина, Об'єднані Арабські Емірати, Польща, Росія, США, Туреччина та Швейцарія. При цьому намічається тенденція до щорічного зростання вартості експортованих послуг по основних країнах-партнерах. Найвищі обсяги імпорту послуг спостерігаються від цих же країн, окрім Ізраїлю та Арабських Еміратів. До найкрупніших імпортерів послуг можна додати ще Китай та Словаччину. Середня вартість імпорту послуг по групі від головних їх імпортерів в Україну в 2018 р. становила 319 456,6 тис дол., а в 2019 р. – 315 062,9 тис дол.

Зовсім незначні обсяги експорту послуг Україна здійснює до таких країн, як Боснія і Герцеговина, Гаяна, Гватемала, Гернси, Гондурас, Малі, Свазіленд та Чилі (в середньому по групі цих країн 109,5 тис дол. та 116,6 тис дол. у 2016 та 2017 рр. відповідно). Водночас дуже мало імпортують до України свої послуги Гватемала, Гондурас, Еквадор, Ємен, Ліберія, СанМарино, Сьєрра-Леоне і Того (1,3 тис дол. у 2016 р. та 3,2 тис дол. – у 2017 р. у середньому по групі країн). Структура відповідного імпорту демонструє відносну картину щодо того, які трудові ресурси країни не дають змоги надати потрібні послуги в достатній кількості для задоволення власних потреб сьогодні та на найближчу перспективу, а також певною мірою демонструє рівень конкурентоспроможності на світовому ринку послуг. У контексті експорту послуг найбільше Україна реалізує транспортні послуги. Найменше Україна експортує державні урядові послуги, послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги, послуги роялті та інші, пов'язані з використанням інтелектуальної власності, а також послуги, пов'язані зі страхуванням та фінансовою діяльністю.

Найменше Україна потребує імпорту послуг із переробки матеріальних ресурсів, а також послуг приватним особам, культурних та рекреаційних. Отже, найактуальнішою в контексті експортно-імпортової діяльності України щодо послуг є категорія «Транспортні послуги», найменш актуальною – «Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги». Аналіз проведено за 2015–2018 рр. Під час аналізу експорту послуг слід виділити такі регіони, як Закарпатська, Київська, Львівська, Миколаївська, Одеська, Харківська області та м. Київ. Це регіони з найвищими обсягами експорту послуг. Кількість підприємств, що експортують послуги, в 2019 р. по регіонах даної групи коливалася від 199 до 2 783 (Закарпатська область та м. Київ

відповідно), вартість експорту послуг – від 256,9 до 3 050,3 млн дол. (у цих же регіонах).

Середня питома вага експорту послуг указаних регіонів у загальному обсязі експорту послуг по країні невелика, не сягає і 8,0%, окрім м. Києва (28,5%). Тенденція щодо попереднього року в різному ступені зростаюча (окрім Одеської області, в якій відбулося зовсім незначне зменшення вартості експорту послуг). У групі регіонів із найнижчими обсягами експорту послуг (Кіровоградська, Хмельницька, Чернівецька та Чернігівська області) його максимальна вартість становила в 2019 р. 26,8 млн дол. (Хмельницька область).

Кількість підприємств – експортерів послуг по групі таких регіонів – від 29 до 84, середня питома вага експорту послуг у загальному їх обсязі по країні – 0,2%. Регіони з найвищими обсягами імпорту послуг – Дніпропетровська, Донецька, Київська, Одеська, Полтавська області та м. Київ. Наприклад, вартість імпорту тільки в м. Києві в 2019 р. становила 2 511,3 млн дол. за кількості підприємств – імпортерів послуг 2 050. Вартість імпорту послуг по інших регіонах у цьому ж році коливалася від 141,7 до 228,9 млн дол., але й кількість підприємств була відповідною (від 89 до 401). Щодо тенденції відносно попереднього 2019 р., то тут спостерігалось як зростання, так і зменшення вартості імпорту послуг. При цьому найвище зростання відбулося в Одеській області (на 43,3%), найбільше зменшення – у Дніпропетровській (на 27,3%).

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Отже, сьогодні Україна є активним учасником світового ринку послуг. Вона, як і будь-який суб'єкт ринку, має як свої слабкі сторони, так і конкурентні переваги у цій сфері, які зумовлені її фінансово-економічним і трудовим потенціалом, державною внутрішньою та зовнішньоторговельною політикою, конкуренцією з

боку інших країн та іншими обставинами. І незважаючи на те що країна не має достатньо стабільних позицій на світовому ринку послуг, вона має достатньо партнерів, намагається стрімко пристосуватися до євроінтеграційних умов та охопити нові зовнішні сегменти у сфері надання послуг.

РОЗДІЛ 3

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ПОСЛУГАМИ

3.1. Світові тенденції розвитку аутсорсингу

В умовах глобалізації економіки, зростання конкуренції між компаніями в межах країни і на міжнародному рівні, розширення діяльності транснаціональних корпорацій, керівники дедалі частіше задумуються над оптимізацією діяльності підприємств. Одним із сучасних інструментів, який входить у повсякденну практику успішних вітчизняних та зарубіжних підприємств, є аутсорсинг, який з'явився не так давно, у ХХ ст., але вже встиг зарекомендувати себе як перспективний інструмент, який відкриває доступ до багатьох ресурсів.

«Аутсорсинг набув значного розвитку в багатьох розвинених країнах, використання переваг якого дало змогу реалізувати успішні аутсорсинг-проекти, забезпечивши при тому зростання конкурентоспроможності підприємств як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках» [24]. «Аутсорсинг (від англ. «Outsourcing» – використання зовнішніх ресурсів) – форма співпраці, визначена договором підяду, коли співробітники однієї організації (постійні або спеціально найняті) працюють в іншій організації, підкоряючись менеджерам організації замовника. Згідно зі стандартом ISO 9001:2000, аутсорсинг – це процес передачі непрофільних функцій на виконання зовнішньою стороною» [24].

Аутсорсинг передбачає надання послуг компанією-аутсорсером компанії-клієнту, і саме з таких позицій ринок аутсорсингу досліджується західними аналітиками. Загальносвітова тенденцією є підвищення частки наукоємних високотехнологічних послуг в загальному обсязі послуг, що надаються, а також підвищення питомої ваги даного виду послуг в створенні доданої вартості готового товару.

Актуальність розгляду аутсорсингу та ІТ-аутсорсингу зокрема пов'язана з його широким розповсюдженням у світі, оскільки його застосування дозволяє в значній мірі підвищити конкурентоспроможність за рахунок зниження витрат, раціоналізації виробничої та управлінської діяльності, фокусування на інноваціях тощо. «ІТ-аутсорсинг та аутсорсинг бізнеспроцесів є домінуючими напрямками на загальному ринку аутсорсингу. Саме ця частина аутсорсингових послуг в Україні є найпривабливішою для приватного капіталу» [1, с.3].

Очевидним є реалізація вищезначених напрямів стикається в Україні та світі з певним набором складностей інституційного характеру. Аутсорсинг як послуга має низку відмінних рис. По-перше, він передбачає відмову компанії від самостійного виконання певного виду діяльності і передачу його сторонньому підряднику (незважаючи на те, що функція, яку організація передає на аутсорсинг, може виконуватися компанією самостійно і за рахунок власних ресурсів). По-друге, як правило, ця функція не є ключовою. По-третє, при аутсорсингу предметом купівлі-продажу є нестандартизований продукт. Компанія-провайдер аутсорсингової послуги здійснює відносно специфічні інвестиції для того, щоб надати товар або послугу, які відповідають вимогам фірми-замовника. По-четверте, відносини партнерів носять, як правило, довгостроковий характер.

Основна мета та завдання застосування аутсорсингу – використання передових технологій для здобуття та утримання конкурентних переваг у запеклій конкурентній боротьбі, яка дедалі більш загострюється. Економічний зміст аутсорсингу полягає в побудові системи відносин між установами та організаціями, які передають і приймають на себе виконання окремих робіт на основі укладених угод.

Основними ознаками аутсорсингу є довготривалі ділові зв'язки на основі контрактних договорів між підприємством і аутсорсером; для аутсорсера передана функція є основним видом діяльності [2, 3]. Керуючись одним з важливих аспектів аутсорсингу – побудовою бізнес-відносин на рівні "замовник – виконавець", виділяють такі моделі аутсорсингу як: горизонтальну (американську), пірамідальну (японську) та змішану. На відміну від горизонтальної моделі, за якої для вирішення одного поставленого завдання використовується більша кількість виконавців, пірамідальна модель передбачає більш довгострокову співпрацю на перспективу з можливістю розвитку галузевих і міжгалузевих кластерів.

Офшорний аутсорсинг – це аутсорсинг за участі аутсорсингових компаній за межами країни-замовника [4, с. 241]. При цьому продукт чи послуга не буде продаватися в межах країни аутсорсера, а лише на території замовника. Тобто це взаємовигідне співробітництво компаній, при якій фізичне розташування офісів кожної з них не має значення [5, с.44]. Окремі вчені [6, 7] визначають офшорний аутсорсинг як географічний, що є тотожними поняттями. Для розуміння глибини офшорного аутсорсингу необхідно розрізняти поняття "аутсорсинг", "офшоринг" і "офшорний аутсорсинг". Так, офшоринг – це переведення окремих функціональних сфер діяльності компанії за кордон, такий процес відбувається інтернально, в межах компанії. Якщо компанія

субпідряду знаходиться у тій самій країні, то офшоринг переходить в іншу форму – аутсорсинг.

Виокремлюють такі види офшорного аутсорсингу: винос другорядних служб підтримки інфраструктури (ІТО – infrastructure technology outsourcing); винос некритичних для бізнесу процесів, що потребують великого обсягу щодо некваліфікованої праці (ВРО – business process outsourcing); розроблення програмного забезпечення на замовлення (Software R&D, Application Development) [5].

Також з розвитком технологій з'являється такий інструмент, як краудсорсинг (англ. crowdsourcing: crowd – юрба і sourcing – використання ресурсів), коли до вирішення поставлених завдань може залучатися широке коло осіб за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій в усьому світі. Співробітники, що залучаються в межах краудсорсингу, не підкоряються вказівкам і розпорядженням замовника й вільні самостійно обирати місце та час, що виділяються для роботи. Співпраця відбувається в простій і не зобов'язуючій формі. Часто на краудсорсингових платформах прямо вказується, що краудсорсинг не тягне за собою встановлення постійного працевлаштування. Основними сегментами сучасного світового ринку аутсорсингу є аутсорсинг інформаційних технологій і аутсорсинг бізнес-процесів.

Аутсорсинг бізнес-процесів являє собою передачу сторонній організації всього комплексу діяльності окремих підрозділів компанії-замовника. Аутсорсинг бізнес-процесів може включати багато корпоративних функцій, такі як управління персоналом, закупівлі, логістику і т.п. Аутсорсинг інформаційних технологій – це передача спеціалізованій компанії функцій, повністю або частково, пов'язаних з інформаційними технологіями, а саме: обслуговування мережевої інфраструктури, проектування і планування автоматизованих бізнес-

систем з подальшим постійним розвитком і супроводом, системна інтеграція, офшорне програмування (Селіна, 2011). Середньорічні темпи зростання аутсорсингу бізнес-процесів складають 6,3%, ІТ-аутсорсингу – 5,9%.

Високий попит на послуги аутсорсингу в сфері високих технологій та НДДКР обумовлює поступову трансформацію аутсорсингу бізнес-процесів в аутсорсинг управління знаннями (Knowledge Process Outsourcing, КРО), поняття, яке включає в себе комплекс наукомістких високотехнологічних послуг. Аутсорсинг управління знаннями передбачає управління процесами, які вимагають глибокого вивчення або серйозної аналітичної обробки даних, формування і управління базами знань, які в подальшому можуть використовуватися, в тому числі для підтримки прийняття рішень. Він спрямований на створення високої доданої вартості за допомогою залучення більш кваліфікованих фахівців, що володіють глибокими знаннями в предметній області і досвідом.

На ранніх етапах становлення і розвитку аутсорсингових відносин уряди розвинених країн оцінювали міжнародний аутсорсинг як односторонньо спрямований процес, при якому вигоди отримувала тільки приймаюча країна. У зв'язку з цим реалізовувався ряд заходів, спрямованих на створення певних законодавчих бар'єрів для здійснення компаніями офшорингу і міжнародного аутсорсингу (наприклад, прийняття деякими штатами США законів, що обмежують передачу державними установами бек-офісних операцій та ІТ-рішень на аутсорсинг за межі США). Зміна характеру аутсорсингу, його еволюція від простих виробничих функцій до наукомістких високотехнологічних послуг обумовлює перегляд зазначеної позиції. Співпраця компаній різних країн в області НДДКР, сфері захисту прав інтелектуальної власності, маркетингових досліджень та фінансової аналітики дозволяє

компенсувати нестачу власних фахівців, заощадити кошти і час, а також спрямувати вивільнені фінансові та трудові ресурси в більш високотехнологічні галузі і забезпечити довгострокове економічне зростання.

За даними Sign Up for Free Basic Account, світовий ринок аутсорсингу протягом 2000 – 2019 рр. постійно зростає. У 2019 р. найбільша частка припала на контракти у сфері ІТ-аутсорсингу – 68,40 %, а на аутсорсинг бізнес-процесів – 31,6 %. Кількість контрактів ІТ-аутсорсингу щорічно зростає на 6-8 % до попереднього періоду. Вплив світової фінансово-економічної кризи на глобальний ринок аутсорсингу не може розглядатися однозначно. Незважаючи на деяке зниження темпів зростання ринку аутсорсингу (на 2-3%) в 2017-2019 рр., компанії в умовах кризи продовжували шукати шляхи скорочення витрат, в тому числі використовуючи стратегію аутсорсингу.

За прогнозами аналітиків Міжнародної асоціації професіоналів у сфері аутсорсингу, посткризове відновлення економік спричинить повернення на ринок поряд з великими компаніями невеликих компаній, що пред'являють попит на послуги аутсорсингу. Відповідно збільшиться число контрактів і їх вартість. На даний момент найбільшими споживачами послуг аутсорсингу бізнес-процесів є ринки Північної Америки (США, Канада). Другим за значенням ринком-споживачем даного виду послуг є регіон Західної Європи. Третій за величиною замовник послуги аутсорсингу – Японія.

Індія, Китай, країни Східної Європи продовжують домінувати на ринку в якості основних постачальників послуг. Проте в майбутньому їм можуть скласти серйозну конкуренцію Філіппіни, Росія, Україна, Польща, країни Південної Африки, Мексика, Коста-Ріка, Сінгапур, Ірландія, Канада. Провайдери послуг на світовому ринку можуть бути умовно розділені на дві категорії. До першої відносяться дочірні

компанії, основним мотивом створення яких виступає можливість передачі складної наукомісткої роботи висококваліфікованим фахівцям з країн з більш низькою заробітною платою. До другої категорії доцільно включити сторонніх постачальників, які надають аналогічні послуги, однак є незалежними юридичними одиницями. Останнім часом популярність на ринку набуває використання змішаної гібридної моделі, яка передбачає використання переваг роботи як з дочірньою компанією, так і зі сторонньою організацією, або стратегії мультисорсингу, коли дочірнє підприємство керує взаємовідносинами з незалежним постачальником.

Попит на послуги аутсорсингу також залежить від галузі. Галузь фінансових послуг, виробництво і телекомунікації виступають лідерами з використання аутсорсингу. Наразі виникла тенденція використання передових технологій, методів та інструментів управління для підвищення гнучкості і збільшення цінності і продуктивності. Однією з таких технологій виступають «хмарні» рішення (від англ. Cloud-based solutions), попит на які буде збільшуватися на світовому ринку аутсорсингу. Проте як і раніше залишаються актуальними питання конфіденційності даних та інформаційної безпеки в «хмарі». Клієнти вимагають, щоб послуги безпеки були за замовчуванням включені в «хмарні» послуги, а ринок, у свою чергу, виступає рушійною силою появи безпечних і надійних послуг подібного роду. На зміну громадським «хмарам» (від англ. Public clouds) приходять приватні «хмари» (від англ. Private clouds).

Однією з сучасних тенденцій розвитку ринку послуг аутсорсингу виступає його «рітейлізація» (від англ. Retailization). Інновації торкнулися світового ринку аутсорсингових послуг за двома напрямками. По-перше, організації розглядають аутсорсинг не тільки в якості стратегії зниження витрат, але і можливості підвищення своєї

інноваційності. По-друге, провайдери консолідуються і формують партнерства для створення спільними зусиллями більш інноваційних рішень.

Таким чином, світовий ринок аутсорсингу наукомістких високотехнологічних послуг являє собою глобальний механізм, що забезпечує взаємодію суб'єктів господарювання щодо здійснення угод, предметом яких виступають інтелектуальні послуги. Основними його сегментами є аутсорсинг інформаційних технологій і аутсорсинг бізнес-процесів.

Найбільший вплив на розвиток аутсорсингу у світовому масштабі виявили такі процеси [1, с.56]: комплексність, місце розташування та природа послуг, які можна використовувати на аутсорсингу; інтернаціоналізація – зросла політична та регуляторна стабільність, покращення освіти робочої сили, зниження опору (а іноді навіть і прагнення) до мобільності, впровадження хмарних і мобільних рішень; економічні та політичні чинники – необхідність дотримуватися встановленого бюджету в державних секторах економіки, посилення вимог для оцінки ризиків фінансових послуг, наприклад, прийняття Директиви 2004/39/ЄС Європейського Парламенту та Ради, що регулює ринки фінансових інструментів, прийняття законодавства про захист інформації, спрямованого на боротьбу з корупцією.

3.2 Місце України на міжнародному ринку ІТ послуг

В умовах стрімкого розвитку світового господарства та глобалізації економічних відносин, для України питання входження в світовий ринок є одним з найважливіших чинників розвитку національної економіки. При цьому пріоритетним завданням

залишається переорієнтація міжнародної спеціалізації від сировинних експортно-орієнтованих видів економічної діяльності до наукомістких.

З урахуванням економічних умов, у яких сформувалася сучасна міжнародна спеціалізація України, а також беручи до уваги тенденції і пріоритети розвитку лідерів світової економіки (ЄС, США, нові індустріальні країни), очевидні перспективи для нашої країни має розвиток ІТ-послуг. Згідно з даними Міністерства економічного розвитку і торгівлі у 2014-2019 р. в загальній структурі експорту послуг категорія ІТ-послуг займає друге місце після транспортних. Якщо досліджувати положення ІТ-послуг в загальній структурі експорту, то вони на дев'ятому місці, і значно поступаються багатьом традиційним для України напрямками торгівлі (сільське господарство, металургія та ін.).

В умовах глобалізації доцільно значну кількість видів економічної діяльності, і пов'язаних з ними процесів можуть бути передані на виконання аутсорсеру. Однак в Україні аутсорсингова діяльність, на відміну від трудових правовідносин, майже не врегульована, а відтак можливі суперечності між аутсорсерами та найманими співробітниками, які працюють на умовах трудового договору.

В такому ключі особливо актуальним є використання аутсорсингу в сфері ІТ-послуг, особливо в умовах пошуку оптимальних шляхів підвищення конкурентоспроможності економіки України через нові напрями спеціалізації національної економіки. Основними критеріями для потрапляння в рейтинг є прибутковість, темп формування команди, якість проектів, рекомендації замовників, рівень корпоративної соціальної відповідальності та інновації в схемі постачання послуг замовнику.

Відсутність офіційної статистики, яку, як правило, аналізує та систематизує Державна служба статистики України, – ще одна з

негативних рис на ринку аутсорсингових послуг. Головна причина цієї проблеми – відсутність аутсорсингової діяльності як виду економічної діяльності в КВЕД. Світ інформаційних технологій швидкими темпами змінюється, і як наслідок глобальних змін вимоги до виконавців послуг теж змінюються, а темпи розвитку ринку аутсорсингу поступово зростають.

Нові форми взаємодії «замовника-аутсорсера» стирають кордони та відкривають нові можливості, як для аутсорсерів, так і для їх працівників. Однією з позитивних рис аутсорсингу є можливість постійно підвищувати кваліфікацію та конкурентоспроможність на ринку. Також з'являється перспектива повністю відкрити свій талант, в тому числі за межами країни.

Після проведеного аналізу аутсорсингового ринку в Україні можливо підкреслити, що ринок аутсорсингових послуг динамічно розвивається та набирає обертів. За кордоном Україна асоціюється з аутсорсингом ІТ-послуг. Закордонним замовникам Україна надає 90% аутсорсингу ІТ-послуг. За темпами зростання ІТ аутсорсингу Україна займає друге місце у світі після Індії. За даними НБУ відбулось зростання експорту ІТ-послуг – телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних – із країни, на тлі загального падіння експорту. Частка ІТ в

До 2024 р. Україна має намір вийти в лідери в галузі ІТ-аутсорсингу. Новий проект, який передбачає створення 100 тис. робочих місць у цій сфері, запускає український уряд разом із представниками ІТ-компаній. Очікується отримання доходів понад 10 млрд дол. США від ІТ-послуг у США і ЄС, а також 1 млрд дол. США інвестицій у розширення і модернізацію освітньої системи [7, с.65].

Ринок ІТ-аутсорсингу є дуже жорстким і конкурентним. Він також характерний високим професіоналізмом у наданні послуг і динамічним

розвитком. У найближчі 5–6 років Україна, будучи сьогодні регіональним лідером у Центральній і Східній Європі в галузі ІТ, здатна зайняти унікальну нішу і на світовому ринку послуг.

В останні роки український сегмент бурхливо розвивався: щорічно фіксують приріст фірм і числа співробітників на третину. До того ж, ціни на послуги українських ІТ-спеціалістів значно нижче, ніж у сусідніх країнах, а якість послуг – одна з кращих у Європі. Тому у вітчизняному ІТ-ринку вкрай зацікавлені іноземні інвестори. А зміни в податковому законодавстві повинні привести до того, що багато фірм вийдуть із підпілля і почнуть платити податки, працюючи на замовників, які часом перебувають в інших країнах.

Найбільше українські аутсорсери працюють із США – на цю країну припадає близько 80% експорту ІТ-послуг, за ними країни Євросоюзу і Ізраїль. Серед конкурентних переваг України – широкий спектр технічних можливостей. Успіх українських розробників на міжнародних технологічних виставках також піднімає рейтинг країни. Проте можна стверджувати, що українська ІТ-індустрія може втратити як темпи розвитку, так і вагу в міжнародній кооперації. Причина таких загроз:

1. Українська ІТ-індустрія не є замовником кінцевого продукту, не є власником кінцевого продукту, а є «сировиною», тимчасовим партнером.

2. Привабливість української, як і індійської ІТ-індустрії будується на низьких витратах на оплату праці фахівців, проте ця перевага тоне на очах.

3. Дефіцит програмістів явище тимчасове і насичення із розвитком big data настане дуже скоро. За деякими підрахунками у 2020–2025 рр.

4. Знання та час програмістів є ресурсом для виробництва продукту, користь якого має не українська ІТ-індустрія.

Щоб Україна не втратила накопичені переваги все сьогодні потрібно:

1. Визначити, що саме в епоху Інтернету речей ми будемо виробляти, підтримувати, апгрейдити, та які кінцеві сервіси будуть корисними для споживачів усього світу протягом хочаб 5–10 років.

2. Визначити, як зберегти за собою ноу-хау та отримувати плату (приклад Nokia), та не бути поглиненим ТНК.

3. Визначити, яка виключна роль української ІТ-індустрії може аансована та підтримана на певний проміжок часу: накопичення, убезпечення даних для глобального споживання; інтеграційні, комунікативні роботи програмного та фізичного характеру; побудова важкої інфраструктури; наукоємні роботи з робототехніки, надпровідників; дослідження, що мають неоднозначні етичні відгуки, інтеграційні дослідження з роботизації людини, дослідження людина-софт, людина-техніка, людина-інтернет.

Безумовно, ІТ-аутсорсинг і офшорне програмування є дуже цікавий, можливо навіть – єдиний прагматичний шлях для країн, які починають створення індустрії з нуля. Але з цієї причини цей шлях мало прийнятний для України з її історичними традиціями самостійного опрацювання ІТ-систем усіх рівнів складності. З якоїсь точки зору можна стверджувати, що увагу до сектору офшорного програмування в Україні є результатом інерційного розвитку ряду концепцій, які сформувалися в 1990-і рр. в умовах слабкого внутрішнього попиту і нестачі компетенцій у створенні продуктів, конкурентоспроможних на світовому ринку. Отже, розвиток спеціалізації України в напрямі ІТ-аутсорсингу не повинен ставитися як самостійне завдання поза контекстом загальних можливостей і ризиків національної ІТ-індустрії.

У будь-якому з варіантів розвитку в новому світовому і внутрішньому контексті, галузь безпосередньо аутсорсингу буде грати, швидше, допоміжну роль. Перед Україною не стоїть завдання прискореного створення національної школи в галузі інформаційних технологій, набагато актуальніше питання інтеграції існуючої школи у світовий ринок та успішної комерціалізації результатів її роботи. На тлі глобальних спостережень, які говорять про те, що бізнес аутсорсингу перейшов у фазу зрілості.

Україна повинна, швидше, прагнути до створення індустрії більш високого рівня, націленої на розробку готових продуктів, ефективних як на внутрішньому ринку (де частка вітчизняного програмного забезпечення поки що не перевищує 25%), так і у світовому масштабі. Серйозні глобальні перспективи відкриває переорієнтація з західних ринків на країни, які ще розвиваються, і перехід в ідеологію розробки, засновану на створенні масових і доступних рішень, які можна застосувати в країнах із невисоким рівнем відносного доходу, але швидким економічним зростанням. Цей шлях може дозволити українським компаніям переміститися з периферійних позицій на світовому ринку програмного забезпечення на ролі концептуальних лідерів глобальної цифрової трансформації.

ВИСНОВКИ

На цій стадії проведеного дослідження зроблено такі висновки:

Встановлено, що під зовнішньоекономічною діяльністю (ЗЕД) розуміють діяльність суб'єктів господарської діяльності України (частіше підприємств) та іноземних суб'єктів господарської діяльності (іноземних підприємств), яка заснована на взаємовідносинах і здійснюється або на території України, або за її межами. Загальна характеристика зовнішньо економічної діяльності включає розгляд і обґрунтування співіснування різних форм та видів зовнішньоекономічних операцій, визначення змісту й особливостей укладення зовнішньоекономічних договорів (контрактів), а також виконання зобов'язань, що виникають з фінансово-кредитних відносин на зовнішньому ринку. Зовнішньоекономічну діяльність підприємств ототожнюють, передусім, зі здійсненням експортних та імпорتنих торговельних операцій.

Аналіз сучасних тенденцій показав, що найбільш динамічно розвиваються ІТ-сфера та міжнародна торгівля діловими послугами, зокрема управлінськими, професійними, банківськими, страховими, аудиторськими послугами, що становлять до чверті всієї торгівлі послугами. Телекомунікаційні послуги, що передусім надаються на основі цифрового зв'язку, значною мірою впливають на інтенсифікацію світового товарообігу. Протягом останніх трьох десятиріч обсяги світового експорту послуг збільшилися у більше, ніж 20 разів і продовжують зростати.

Визначено, що галузь інформаційних технологій в Україні стрімко розвивається, має певні переваги та отримала світове визнання. Україна вже входить до трійки країн з Центральної та Східної Європи за

обсягом ринку інформаційних послуг і кадровим потенціалом. Послуги українських ІТ спеціалістів активно використовуються міжнародними компаніями.

Аналіз зовнішньої торгівлі послугами дав зробити висновки, що у 2018 р. експорт послуг становив 11854,8 млн.дол. США, або 110,6% порівняно із 2017 р., імпорт – 5806,2 млн.дол., або 106,0%. Позитивне сальдо становило 6048,6 млн. дол. (у 2017 р. також позитивне – 5238,2 млн. дол.). Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,04 (у 2017 р. – 1,96). Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 232 країн світу. Як можна бачити в таблиці 2.2, у 2019 р. експорт послуг становив 15237,5 млн.дол. США, або 130,9% порівняно із 2018 р., імпорт – 6527,9 млн.дол., або 103,5%. Позитивне сальдо становило 8709,6 млн.дол. Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 2,33. Зовнішньоторговельні операції проводились із партнерами із 235 країн світу.

Таким чином визначено основні проблеми та перспективи зовнішньої торгівлі послугами та встановлено, що вагоме місце займає аутсорсинг.

Крім того, розвиток науки та технологій, порівняно високий рівень розвитку людського потенціалу, кваліфікована робоча сила є необхідним підґрунтям для розвитку інноваційного бізнесу та впровадження інформаційних-комунікаційних технологій, програмного забезпечення, електронної та мобільної торгівлі, поглиблення процесів інформатизації вітчизняної економіки. Дані фактори можуть стати потужними стимуляторами економічного розвитку України та забезпечити міцні конкурентні переваги на світових ринках

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна І. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / Амеліна І. В., Попова Т. Л., Владимиров С. В. – К. : ЦУЛ, 2013. – 256 с.
2. Міжнародна торгівля : підруч. / [за ред. Козака Ю. Г., Логвінової Н. С., Барановської М. І.]. – К. : ЦУЛ, 2011. – 512 с.
3. Кукурудза І. І. Міжнародна економіка : матеріали до лекцій та семінарів / І. І. Кукурудза. – Черкаси : РВВ ЧДУ, 2000. – 386 с.
4. Рум'янцев А. П. Зовнішньоекономічна діяльність : навч. посіб. / А. П. Рум'янцев, Н. С. Рум'янцева – К. : ЦУЛ, 2012. – 296 с.
5. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : навч. посіб. / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка. – К. : ЦУЛ, 2013. – 408 с.
6. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля : навч. посіб. / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – К. : КНЕУ, 2001. – 448 с.
7. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / [Шкурупій О. В., Гончаренко В. В., Артеменко І. А. та ін. ; за заг. ред. О. В. Шкурупія]. – К. : ЦУЛ, 2012. – 248 с.
8. Цимбалюк С.О. Технології управління персоналом: навч. посіб. / С.О. Цимбалюк. – К.: КНЕУ, 2009. – 399 с. .
9. Економіка підприємства: підручник / За ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2005. – 528 с.
11. Менеджмент персоналу: навч. посібник / Данюк В.М., Петюх В.М., Цимбалюк С.О. та ін.; За заг. ред. В.М. Данюка, В.М. Петюха. – К.: КНЕУ, 2006. – 398 с
12. Державна служба статистики України. Електронне джерело <http://www.ukrstat.gov.ua/>
13. Шнипко О.С. Національна конкурентоспроможність: сутність, проблеми, механізми реалізації. Київ: Наук. думка, 2003. 334 с.

14. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації / КНЕУ. Київ, 2004. 275 с.
15. Карберри Р. Создание возможностей сотрудничества по вопросам нормативного регулирования. Мосты. 2017. Вып. 6. С. 4–7.
16. Аронов И., Рыбакова А., Саламатов В. Техническое регулирование и политика импортозамещения. Мосты. 2017. Вып. 6. С. 14–19.
17. Іванов Л., Янушкевич Д. Технічні бар'єри у міжнародній торгівлі. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2016. № 2. С. 15–30.
18. Про Стратегію сталого розвитку «Україна – 2020» / офіц. сайт Верховної Ради України. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/5/2015_342
19. Гарасим Ю. Аналіз національної системи стандартизації і сертифікації у контексті Угоди про асоціацію України та ЄС. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2015. № 3 (80). С. 58–66.
20. Віткін Л., Луценко Д. Удосконалення державного ринкового нагляду за безпечністю нехарчової продукції відповідно до європейських підходів. Стандартизація, сертифікація, якість. 2012. № 5. С. 18–25.
21. Конкурентоспроможність національної економіки / за ред. д-ра екон. наук Б.Є. Кваснюка. Київ: Фенікс, 2015. 582 с
22. Гриценко А.А. Архітектоніка економічної безпеки: монографія / НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2017. 224 с.
23. Чмут А.В. Сутність аутсорсингу та тенденції його розвитку на міжнародних ринках Електронний ресурс/ А.В. Чмут, О.Д. Осадчий// Глобальні та національні проблеми економіки. -2017. -№17.- Режим доступу до статті: <http://global-national.in.ua/issue-17-2017>
24. Чмут А.В. Аутсорсинг як форма транскордонного співробітництва // Ю.В. Ушкаренко, А.В.Чмут, О.Д. Осадчий// Проблеми впровадження інформаційних технологій в економіці країн V-4. – Братіслава: School of Economics and Management, 2019. – С.224-231

25. Petrenko, V.S. & Karнаushenko, A.S. (2020). Assessment competitiveness of innovative enterprises with foreign investments. Bezpartochnyi, M. (scientific edited) New trends in the economic systems management in the context of modern global challenges: collective monograph (149 – 159). Sofia: VUZF Publishing House “St. Grigorii Bogoslov”, ISBN 978-954-8590-85-3
27. Petrenko, V., & Melnykova, K. (2018). Formation of vertically integrated agrarian enterprises with foreign capital. Technology transfer: innovative solutions in Social Sciences and Humanities, 13-15
28. Ihnatenko, M., Marmul, L., Petrenko, V., Karнаushenko, A. & Levaieva, L. (2020) Innovative Tools in the Methodology and Teaching of the Basic Principles of Enterprise Management. International Journal of Management, (11, 6), 847-854 Вилучено з <http://www.iaeme.com/IJM/issues.asp?JType=IJM&VType=11&IType=6>
29. Rusnak, A. V., Karнаushenko, A. S. & Petrenko, V. S. (2018). Legislative support of innovation activity in Ukraine: problems and ways to overcome them”, *Efektivna ekonomika*, (10), <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.10.2>
30. Tanklevska, N., Petrenko, V., Karнаushenko, A., & Melnykova, K. (2020) World corn market: analysis, trends and prospects of its deep processing. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 6(3), 96-111. Retrieved from <https://are-journal.com/index.php/are/article/view/339>
31. Руснак, А.В. Аналіз фундаментальних методів бюджетування з метою розроблення організаційної бюджетної політики / Руснак, А.В., Петренко, В.С., Карнаушенко, А.С. // Науковий журнал «Причорноморські економічні студії» – 2018. – Вип. 33. – С. 203-208.

32. Руснак, А.В. Страхування ризиків сільськогосподарських підприємств в Україні / В.С. Петренко, А.В. Руснак, А.С. Карнаушенко // Інвестиції: практика та досвід. Серія "Економічні Науки". – № 19. – 2018. – С. 5-11.
33. Мармуль Л.О. Стратегічне позиціонування підприємств з іноземними інвестиціями в аграрній сфері економіки / Л.О. Мармуль, В.С. Петренко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2017. – № 4 (40). – С. 43-48
34. Федорчук О.М. Агропромислові кластери: проблеми, переваги та перспективи / О.М. Федорчук, В.С. Петренко, А.С. Карнаушенко // Проблеми системного підходу в економіці. – Вип. 4 (78). – 2020. – С. 63-70.
35. Федорчук О.М., Інноваційна інфраструктура як основа формування конкурентоспроможності підприємств регіону / О.М.Федорчук, В.С. Петренко, А.С. Карнаушенко // Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту Серія: економіка і менеджмент. – Вип. 4 2 (27), - 2019. – С. 126-134
36. Петренко В. С. Фінансування інноваційного молодіжного підприємництва шляхом залучення венчурних коштів. / В.С.Петренко, А.С. Карнаушенко// Бізнес Інформ. – 2020. – №7. – С. 242–248. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-7-242-248>
37. Петренко В.С. Сучасний стан та перспективи розвитку доставки продуктів харчування в Україні /В.С. Петренко, А.С. Карнаушенко // Приазовський економічний вісник. – №1(18). 2020. – С. 132-138 <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-24>
25. Chmut A. Outsourcing in International Economic Relations / Y. Bilan, V. Nitsenko, I.Ushkarenko, A.Chmut, and O. Sharapa // Montenegrin Journal of Economics, Vol. 13, No. 3, (2017), 175-185.

26. Chmut A. Socio-economic institutions for development of cooperation / O. Sakovska, O. Shpykuliak, I.Ushkarenko, A.Chmut //Financial and credit activity: problems of theory and practice. – 2018. - Vol.4, No.27 (2018),.- P. 513-521.

27. Chmut A, Lahoiskyi A.. Development of outsourcing in Ukraine and the world// Proceedings book. 3 rd International Conference on Economic Research (24-25th October 2019, Alanya, Turkey)/ - 2019. - p 182-187/