

Міністерство освіти і науки України

Луцький національний технічний університет

(повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет бізнесу та права

(повне найменування факультету)

Кафедра міжнародних економічних відносин

(повна найменування кафедри)

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «БАКАЛАВР»
ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СВІТОВИЙ
РИНОК ПОСЛУГ**

спеціальність 292 Міжнародні економічні відносини
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма Міжнародні економічні відносини
(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
групи МЕВз-41
МАРТИНЮК Володимир Юрійович

(підпис)

Керівник:
к.е.н., доцент
Савош Лариса Вікторівна

(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2025 р.
Гарант освітньої програми:
д.е.н, професор
Лютак Олена Миколаївна

(підпис)

Луцьк – 2025 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет бізнесу і права

Кафедра міжнародних економічних відносин

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Галузь знань: 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини»

Освітня програма: «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин _____ к.е.н., доцент Олена БАУЛА
« _____ » _____ 2025 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ Мартинюка Володимира Юрійовича (прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема кваліфікаційної роботи: Вплив пандемії COVID-19 на світовий ринок послуг

Керівник роботи: к.е.н., доцент Савош Лариса Вікторівна

затвержені наказом закладу вищої освіти від «28» грудня 2024 року № 485/01-02

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи «03» червня 2025 р.

3. Вихідні дані до роботи: наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, що висвітлюють теоретичні засади та прикладні аспекти функціонування й розвитку світового ринку послуг; офіційні дані Світового банку та Державної служби статистики України; публікації у фахових періодичних виданнях, аналітичних оглядах та на спеціалізованих інтернет-ресурсах, які висвітлюють актуальні тенденції, проблеми та перспективи розвитку глобального ринку послуг.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):

ВСТУП. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ. 1.1. Сутність світового ринку послуг. 1.2. Основні сегменти ринку послуг та їх характеристика. 1.3. Фактори, що впливають на функціонування ринку послуг. РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ. 2.1. Основні зміни світового ринку послуг під впливом пандемії. 2.2. Вплив COVID-19 на ринок послуг України. 2.3. Перспективи відновлення та трансформації світового ринку послуг. ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.

5. Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу: Лист 1. Мета, об'єкт, предмет і завдання дослідження. Лист 2. Визначення сутності поняття «ринку послуг» в науковій літературі. Лист 3. Основні сегменти ринку послуг. Лист 4. Фактори, що впливають на світовий ринок послуг. Лист 5. Частка світового ринку послуг у ВВП за 2015-2024 рр. Структура обсягу світового ринку послуг за регіонами за 2015-2024 рр., %. Лист 6. Структура обсягу світового ринку послуг за типами за 2015-2024 рр., %. Лист 7. Структура обсягу світового ринку послуг за типами за 2015-2024 рр., %. Лист 8. Частка ринку послуг України у світовому за 2015-2024 рр. Динаміка обсягу експорту послуг з України за 2015-2024 рр. Лист 9. Динаміка обсягу експорту послуг з України за 2015-2024 рр. Лист 10. Висновки. Лист 11. Перспективи відновлення та трансформації світового ринку послуг.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Теоретичний розділ</i>	доцент Савош Л.В.		
<i>Аналітичний розділ</i>	доцент Савош Л.В.		
<i>Висновки та пропозиції</i>	доцент Савош Л.В.		
<i>Нормоконтроль</i>	доцент Савош Л.В.		

7. Дата видачі завдання 28.12.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Примітка
1	<i>Обґрунтування теми</i>	<i>до 28.12.2024</i>	
2	<i>Огляд літератури із досліджуваної теми</i>	<i>до 16.01.2025</i>	
3	<i>Теоретичний розділ</i>	<i>до 14.02.2025</i>	
4	<i>Аналітичний розділ</i>	<i>до 14.03.2025</i>	
5	<i>Висновки та пропозиції</i>	<i>до 11.04.2025</i>	
6	<i>Формування списку використаних джерел</i>	<i>до 25.04.2025</i>	
7	<i>Формування додатків</i>	<i>до 02.05.2025</i>	
8	<i>Оформлення ілюстративного матеріалу</i>	<i>до 09.05.2025</i>	
9	<i>Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра</i>	<i>до 16.05.2025</i>	
10	<i>Нормоконтроль</i>	<i>до 23.05.2025</i>	
11	<i>Інструментальна перевірка на академічний плагіат</i>	<i>до 28.05.2025</i>	
12	<i>Представлення кваліфікаційної роботи бакалавра до захисту</i>	<i>до 03.06.2025</i>	

Здобувач вищої освіти

_____ Мартинюк В.Ю.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ Савош Л.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Мартинюк В.Ю. Вплив пандемії COVID-19 на світовий ринок послуг. Рукопис.

Кваліфікаційна робота бакалавра ОП «Міжнародні економічні відносини» спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини». Луцький національний технічний університет. Луцьк, 2025.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел.

У Розділі 1 розглядаються сутність світового ринку послуг, виділено основні сегменти ринку послуг та їх характеристика, а також проаналізовано фактори, що впливають на його функціонування. Розділ 2 присвячений аналізу основних змін світового ринку послуг під впливом пандемії, вивченню її впливу на ринок послуг України та окресленню перспектив відновлення та трансформації світового ринку послуг.

Метою роботи є виявлення ключових трансформацій, які відбулися на світовому ринку послуг під впливом пандемії COVID-19, а також оцінка довгострокових наслідків та перспектив відновлення галузі.

Об'єктом дослідження виступає світовий ринок послуг як складна система економічних взаємодій.

Предмет дослідження – це соціально-економічні та інституційні механізми трансформації світового ринку послуг у контексті пандемії COVID-19.

У дослідженні було застосовано комплекс методів: системний підхід для визначення структури та функціонування ринку послуг як цілісного механізму; історико-логічний метод для аналізу етапів розвитку ринку в контексті пандемії; методи порівняльного аналізу для співставлення показників діяльності до та під час пандемії; аналітичний метод для обробки статистичних даних; дедуктивний і індуктивний методи для формулювання висновків та узагальнень.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання результатів дослідження для формування адаптаційних стратегій підприємств сфери послуг, розробки рекомендацій для органів державної політики щодо підтримки постраждалих галузей, а також для подальших наукових розвідок у сфері глобальної економічної стійкості.

Загальний обсяг роботи 54 сторінки. Робота містить 7 таблиць, 7 рисунків. Список використаних джерел включає 45 позицій.

Ключові слова: послуги, пандемія COVID-19, економічний вплив, трансформація, світовий ринок послуг, ринок послуг України.

ABSTRACT

Martyniuk V.Yu. Impact of the COVID-19 Pandemic on the Global Services Market. Manuscript.

Bachelor's qualification work OP «International Economic Relations» specialty 292 «International Economic Relations». Lutsk National Technical University. Lutsk, 2025.

The bachelor's qualification work consists of an introduction, two chapters, conclusions and proposals, a list of sources used.

Section 1 examines the essence of the global services market, identifies the main segments of the services market and their characteristics, and analyzes the factors affecting its functioning. Section 2 is devoted to the analysis of the main changes in the global services market under the influence of the pandemic, studying its impact on the services market of Ukraine and outlining the prospects for the recovery and transformation of the global services market.

The purpose of the work is to identify key transformations that have occurred in the global services market under the influence of the COVID-19 pandemic, as well as assessing the long-term consequences and prospects for the recovery of the industry.

The object of the study is the global services market as a complex system of economic interactions.

The subject of the study is the socio-economic and institutional mechanisms of transformation of the global services market in the context of the COVID-19 pandemic.

The study used a set of methods: a systemic approach to determine the structure and functioning of the services market as a holistic mechanism; a historical-logical method to analyze the stages of market development in the context of the pandemic; comparative analysis methods to compare performance indicators before and during the pandemic; an analytical method for processing statistical data; deductive and inductive methods for formulating conclusions and generalizations.

The practical significance of the work lies in the possibility of using the research results to form adaptation strategies for service enterprises, develop recommendations for state policy bodies to support affected industries, as well as for further scientific research in the field of global economic sustainability.

The total volume of the work is 54 pages. The work contains 7 tables, 7 figures. The list of sources used includes 45 items.

Keywords: services, COVID-19 pandemic, economic impact, transformation, global services market, Ukrainian services market.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ	9
1.1. Сутність світового ринку послуг	9
1.2. Основні сегменти ринку послуг та їх характеристика	16
1.3. Фактори, що впливають на функціонування ринку послуг	21
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ	27
2.1. Основні зміни світового ринку послуг під впливом пандемії	27
2.2. Вплив COVID-19 на ринок послуг України	34
2.3. Перспективи відновлення та трансформації світового ринку послуг	39
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	50

ВСТУП

Пандемія COVID-19 стала безпрецедентним глобальним викликом, який кардинально трансформувач всі сфери економіки, особливо ринок послуг, що виявився найбільш вразливим до обмежень мобільності, змін споживчих моделей і нових санітарно-епідеміологічних вимог. В умовах кризи, спричиненої пандемією, відбулося глибоке порушення структури надання та споживання послуг, що призвело до значного падіння обсягів національних та транскордонних операцій у таких галузях, як туризм, транспорт, освіта, сфера дозвілля, громадське харчування та роздрібна торгівля. Водночас пандемія стала катализатором пришвидшеної цифрової трансформації, відкривши нові вектори розвитку для сектору послуг. Ця тема є актуальною, оскільки розуміння механізмів впливу пандемії на глобальний ринок послуг дозволяє оцінити його вразливість, потенціал адаптації та напрями відновлення.

Проблема впливу пандемії COVID-19 на сферу послуг стала об'єктом уваги вітчизняних і зарубіжних науковців. Серед досліджень варто виділити роботи таких учених, як Судірджо Ф., Кроніна Д., Нагеля Д.М., Захура Н., Ву Д. та інших, а також низки українських економістів: Кібік О. М., Корнілової О. В., Савченко Т. В., Родіни О. В., Пилипенко Г. М., Федотової Т. А. та інших. Їхні праці висвітлюють загальні характеристики ринку послуг, адаптаційні стратегії бізнесу, а також перспективи відновлення. Проте, незважаючи на достатню глибину аналізу окремих аспектів проблеми, більшість досліджень мають фрагментарний характер, здебільшого фокусуючись на короткострокових наслідках кризи або окремих секторах.

Метою роботи є виявлення ключових трансформацій, які відбулися на світовому ринку послуг під впливом пандемії COVID-19, а також оцінка довгострокових наслідків та перспектив відновлення галузі.

Для досягнення мети було поставлено низку завдань:

- дослідити сутність світового ринку послуг;
- виділити основні сегменти ринку послуг та їх характеристика;

- визначити фактори, що впливають на функціонування ринку послуг;
- охарактеризувати основні зміни світового ринку послуг під впливом пандемії;
- проаналізувати вплив COVID-19 на ринок послуг України;
- виявити перспективи відновлення та трансформації світового ринку послуг.

Об'єктом дослідження виступає світовий ринок послуг як складна система економічних взаємодій.

Предмет дослідження – це соціально-економічні та інституційні механізми трансформації світового ринку послуг у контексті пандемії COVID-19.

У дослідженні було застосовано комплекс методів: системний підхід для визначення структури та функціонування ринку послуг як цілісного механізму; історико-логічний метод для аналізу етапів розвитку ринку в контексті пандемії; методи порівняльного аналізу для співставлення показників діяльності до та під час пандемії; аналітичний метод для обробки статистичних даних; дедуктивний і індуктивний методи для формулювання висновків та узагальнень.

Інформаційну базу дослідження становлять аналітичні та наукові джерела, що охоплюють як вітчизняну, так і зарубіжну літературу з питань функціонування та трансформації ринку послуг в умовах глобальних кризових явищ. Важливим компонентом інформаційного забезпечення виступають статистичні матеріали, зокрема офіційні дані Світового банку, які надають можливість простежити глобальні макроекономічні тенденції та динаміку змін у секторі послуг. Крім того, використано дані Державної служби статистики України для аналізу національного контексту змін у сфері послуг.

Практичне значення роботи полягає у можливості використання результатів дослідження для формування адаптаційних стратегій підприємств сфери послуг, розробки рекомендацій для органів державної політики щодо підтримки постраждалих галузей, а також для подальших наукових розвідок у сфері глобальної економічної стійкості.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СВІТОВОГО РИНКУ ПОСЛУГ

1.1. Сутність світового ринку послуг

Світовий ринок послуг є важливою складовою глобальної економіки, що стрімко розвивається в умовах інтернаціоналізації господарських процесів. Його формування обумовлене зростаючою роллю нематеріального виробництва у задоволенні потреб населення та бізнесу. Послуги охоплюють широкий спектр видів діяльності, що мають велике значення для забезпечення стабільності та конкурентоспроможності країн. Вивчення сутності світового ринку послуг дозволяє краще зрозуміти сучасні економічні тенденції та особливості розвитку глобальної торгівлі.

Розгляд поняття «ринок» у межах загальної теми дозволяє окреслити базові теоретичні підходи до аналізу економічних процесів (табл.1.1).

Таблиця 1.1. – Визначення сутності поняття «ринок» в науковій літературі

Автор	Визначення
Федотова Т.А.	Система економічних відносин між продавцями та покупцями, під час якої встановлюється ринкова ціна об'єкта обміну і відбувається зміна його власника [1, с.22].
Кібік О.М., Корнілова О.В.	Організована структура, де «зустрічаються» виробники і споживачі, продавці та покупці, де в результаті взаємодії попиту споживачів і пропозиції виробників встановлюються ціни товарів та обсяги продажів [2, с.6].
Савченко Т. В., Родіна О.В.	Саморегульований механізм, що координує процеси обміну на конкурентних засадах; механізм взаємодії покупців та продавців, який регулюються державними інститутами [3, с.104].
Пилипенко Г.М.	Форма взаємозв'язку між продавцями і покупцями товарів, яка виникає на основі суспільного поділу праці [4, с.43].
Судірджо Ф.	Сукупність економічних відносин між продавцями та покупцями, що виникають у процесі обміну товарами, послугами чи іншими цінностями для задоволення потреб споживачів [5, с.64].

Джерело: сформовано автором на основі [1-5].

Аналізуючи різні підходи до визначення сутності поняття «ринок» у науковій літературі, можна спостерегти варіативність акцентів, що роблять автори залежно від теоретичної позиції або прикладного контексту. Так, Федотова Т.А. визначає ринок як систему економічних відносин між продавцями та покупцями, в межах якої відбувається встановлення ринкової ціни об'єкта обміну і зміна його власника [1, с. 22]. Перевагою цього визначення є чітке акцентування на акті обміну та механізмі ціноутворення як ключових компонентах ринкової взаємодії. Водночас недоліком є обмеженість визначення лише комерційною функцією ринку, без врахування інституційного або організаційного аспекту.

Визначення, запропоноване Кібік О. М. та Корніловою О. В., підкреслює організовану структуру ринку як місця зустрічі виробників і споживачів, де формується ціна й обсяг продажів через взаємодію попиту та пропозиції [2, с.6]. Це трактування є комплекснішим, оскільки включає не тільки сторони ринкових відносин, а й механізми, що впливають на рівновагу між ними. Водночас автори не приділяють належної уваги регуляторному чиннику, який відіграє значну роль у сучасних ринкових системах.

Савченко Т. В. і Родіна О. В. розглядають ринок як саморегульований механізм, що координує обмін на конкурентних засадах і підпорядковується державному регулюванню [3, с.104]. Це визначення має перевагу в поєднанні класичних ринкових принципів із визнанням ролі держави у забезпеченні стабільності й справедливості функціонування ринку. Недоліком можна вважати дещо загальний характер визначення, що ускладнює його прикладне застосування.

Пилипенко Г. М. акцентує на ринку як формі взаємозв'язку, що виникає на основі суспільного поділу праці [4, с.43]. Це визначення цінне з точки зору історико-економічного контексту виникнення ринку. Проте воно не враховує сучасної складності ринкових структур, де важливу роль відіграють цифрові технології, глобальні ланцюги поставок і нестандартні форми конкуренції.

Судірджо Ф. визначає ринок як сукупність економічних відносин між продавцями і покупцями, що виникають у процесі обміну товарами, послугами чи іншими цінностями [5, с.64]. Це одне з найбільш узагальнених визначень, яке охоплює не лише товари, а й послуги та інші нематеріальні активи. Перевагою такого підходу є його універсальність і широта охоплення, однак недоліком є надмірна абстрактність, що ускладнює його конкретизацію в аналітичному дослідженні.

Узагальнюючи наведені підходи, доцільно запропонувати власне визначення поняття «ринок»: ринок – це динамічна система економічних і соціальних відносин між продавцями та покупцями, що функціонує в умовах попиту і пропозиції, регулюється інституційними чинниками, й забезпечує обмін товарами, послугами чи іншими цінностями для задоволення потреб учасників. Таке визначення поєднує класичну ринкову теорію з сучасним підходом до аналізу ринку як багатовимірного явища.

Дослідження поняття «ринок послуг» є ключовим для глибшого розуміння структури світового ринку послуг (табл.1.2).

Таблиця 1.2. – Визначення сутності поняття «ринок послуг» в науковій літературі

Автор	Визначення
Камінська Т. М.	Сегмент загальної ринкової системи економіки, що забезпечує зв'язки між надавачами та споживачами послуг, а також торговими посередниками, які зумовлені їхніми економічними інтересами [6, с.17].
Дикань О. В., Глушенко Т. М., Гарасв М. В.	Система відносин, що виникає в процесі купівлі-продажу споживчих послуг (послуг суспільного харчування, охорони здоров'я, освіти, побутових та ін.) і виробничих (маркетингових, аудиторських, інженерно-технічних та ін.) послуг [7, с.10].
Бакаєв Л. О., Соколова Е. О.	Сукупність економічних відносин з приводу надання, споживання і купівлі-продажу послуг [8, с.9].
Кронін Дж., Нагель Д.М.	Сфера економіки, де здійснюється обмін нематеріальними благами для задоволення потреб споживачів [9, с.3].
Спікер П.	Система взаємодії продавців та покупців, що охоплює надання різноманітних нематеріальних послуг для задоволення попиту [10, с.283].

Джерело: сформовано автором на основі [6-10].

Аналіз наукових підходів до визначення поняття «ринок послуг» дозволяє виявити різноманітність трактувань, що відображають складну структуру цього сегмента економіки. Камінська Т. М. розглядає ринок послуг як сегмент загальної ринкової системи економіки, який забезпечує взаємозв'язки між надавачами, споживачами послуг та торговими посередниками на основі їхніх економічних інтересів [6, с.17]. Перевагою цього визначення є акцент на ролі економічних інтересів усіх сторін у формуванні ринкових зв'язків. Водночас визначення дещо обмежене, оскільки зосереджується переважно на організаційній структурі, залишаючи поза увагою особливості самого об'єкта обміну – послуг як нематеріального продукту.

Дикань О. В., Глушенко Т. М. і Гараєв М. В. підходять до трактування ринку послуг з позиції класифікації самих послуг, поділяючи їх на споживчі та виробничі [7, с.10]. Це дозволяє охопити широкий спектр послуг, що функціонують у ринковому середовищі. Таке визначення є цінним із практичної точки зору, оскільки враховує особливості ринків різних типів послуг. Проте зазначена орієнтація на приклади послуг частково знижує рівень абстрагування, що може обмежити універсальність цього визначення в теоретичному аналізі.

Бакаєв Л. О. і Соколова Е. О. пропонують стисле, але ємне визначення, трактуючи ринок послуг як сукупність економічних відносин з приводу надання, споживання і купівлі-продажу послуг [8, с.9]. Головна перевага полягає у лаконічності формулювання та охопленні всіх основних фаз взаємодії – від надання до споживання. Однак саме через стислість це визначення не деталізує механізми чи специфіку взаємозв'язків, що характерні для сфери послуг.

Кронін Дж. і Нагель Д. М. розглядають ринок послуг як сферу економіки, де здійснюється обмін нематеріальними благами для задоволення потреб споживачів [9, с.3]. Таке визначення цінне тим, що акцентує увагу на нематеріальному характері послуг, що суттєво відрізняє їх від товарів. Проте його недоліком є надмірна узагальненість – воно не окреслює суб'єктів чи механізми обміну, які є невід'ємними складовими ринку.

У визначенні, запропонованому Спікером П., ринок послуг розглядається як система взаємодії продавців і покупців, що охоплює надання різноманітних нематеріальних послуг для задоволення попиту [10, с.283]. Це формулювання є збалансованим – воно поєднує характеристику взаємодії суб'єктів ринку з уточненням виду товару (нематеріальні послуги) та його функціональної мети (задоволення попиту). Водночас визначення не враховує роль інституційного чи державного регулювання, що важливо для сучасного ринку послуг.

Узагальнюючи наукові підходи, доцільно запропонувати власне визначення поняття «ринок послуг»: ринок послуг – це структурно організована система економічних відносин між суб'єктами, що виникають у процесі надання, обміну та споживання нематеріальних благ, яка функціонує на основі попиту і пропозиції, з урахуванням специфіки послуги як результату діяльності, що не набуває матеріальної форми, але задовольняє індивідуальні або колективні потреби. Це визначення поєднує у собі елементи, притаманні як економічній, так і соціальній природі послуг, та враховує їхню нематеріальність, функціональну спрямованість і багатосторонні форми взаємодії між учасниками ринку.

Порівняння ринку товарів і ринку послуг дозволяє виявити спільні риси та відмінності між цими формами економічної діяльності (табл.1.3).

Таблиця 1.3. – Порівняння ринку товарів та послуг

Критерій	Ринок товарів	Ринок послуг
1. Матеріальність	Матеріальні (фізичні) об'єкти.	Нематеріальні (не мають фізичної форми).
2. Можливість зберігання	Можна зберігати та складувати.	Неможливо зберігати, споживається на місці.
3. Виробництво і споживання	Відокремлені у часі й просторі.	Відбуваються одночасно.
4. Однорідність	Як правило, стандартизовані.	Часто індивідуалізовані.
5. Вимірюваність якості	Легко виміряти (вага, розмір, технічні параметри).	Суб'єктивна та складна для вимірювання.
6. Взаємодія з клієнтом	Мінімальна або відсутня.	Висока, послуга часто створюється разом з клієнтом.

Джерело: сформовано автором на основі [11-13].

Порівняння ринку товарів та ринку послуг є важливим аспектом у вивченні сучасної економіки, оскільки ці два сегменти функціонують за різними логіками

і мають суттєві відмінності, що впливають як на поведінку споживачів, так і на стратегії виробників. Однією з найочевидніших відмінностей є матеріальність об'єкта обміну: на ринку товарів реалізуються фізичні, матеріальні продукти, тоді як послуги є нематеріальними і не мають фізичної форми [11, с.369]. Ця характеристика безпосередньо впливає на інші властивості, зокрема на можливість зберігання – товари можна складувати, зберігати, транспортувати в часі й просторі, а послуги, як правило, споживаються у момент надання, не допускаючи відтермінування чи накопичення.

Ще одна суттєва відмінність полягає в часовій та просторовій організації процесу виробництва і споживання. У випадку товарів ці процеси чітко розмежовані: виготовлення може відбуватися у будь-який момент і незалежно від безпосередньої присутності споживача. Натомість послуги, як правило, створюються й споживаються одночасно, що обумовлює необхідність тісної взаємодії між надавачем та споживачем у режимі реального часу [12, с.65]. Це породжує вищий рівень персоналізації – якщо товари зазвичай стандартизовані та мають однорідну форму, то послуги значно частіше набувають індивідуального характеру, пристосованого до конкретних потреб клієнта.

Щодо якості, товари мають чіткі, вимірювані характеристики, такі як вага, об'єм, технічні параметри, що спрощує процес контролю якості. У сфері послуг якість має більш суб'єктивний характер і часто визначається емоційним або психологічним сприйняттям клієнта. Ця специфіка значно ускладнює стандартизацію та вимагає застосування гнучких підходів до управління якістю.

Важливою відмінністю є рівень взаємодії між виробником і споживачем. На ринку товарів така взаємодія може бути мінімальною або навіть повністю відсутньою, що дозволяє автоматизувати та масштабувати процеси [13, с.6]. Водночас у сфері послуг клієнт часто бере безпосередню участь у процесі створення цінності – наприклад, під час консультацій, навчання або процедур у сфері охорони здоров'я. Такий рівень залученості формує вищі вимоги до якості комунікації, професіоналізму персоналу та здатності адаптуватися до змінних очікувань споживача.

Загалом, ринки товарів і послуг відрізняються не лише за предметом обміну, але й за структурою взаємодії, характеристиками процесу виробництва, механізмами формування вартості та способами оцінки якості. Ці особливості зумовлюють різні підходи до маркетингу, організації бізнес-процесів, регуляторної політики та аналізу споживчої поведінки, що вимагає комплексного підходу до їх вивчення в межах загального ринкового середовища.

Світовий ринок послуг є важливим елементом глобальної економіки, який охоплює сукупність міжнародних економічних відносин, що виникають у процесі надання, обміну та споживання послуг між різними країнами. Його сутність полягає у забезпеченні транснаціонального руху нематеріальних благ, спрямованих на задоволення різноманітних потреб – від побутових до професійних [14]. Цей ринок відзначається високим рівнем динаміки, гнучкості та чутливості до технологічних змін, що зумовлює його активне зростання у таких сферах, як інформаційні послуги, туризм, фінанси, логістика та освіта. Світовий ринок послуг має специфічну структуру, що відрізняється від товарного ринку тим, що послуги не мають матеріальної форми, зазвичай не підлягають зберіганню та створюються одночасно зі споживанням. Його функціонування визначається попитом і пропозицією, рівнем міжнародної конкуренції, ступенем регуляторної відкритості країн і рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій.

Таким чином, дослідивши сутність світового ринку послуг, можна зробити висновок, що він виступає складовою частиною загального ринкового простору, однак має низку унікальних рис, які відрізняють його від товарного ринку. Неможливість зберігання, одночасність виробництва і споживання, а також нематеріальний характер послуг зумовлюють специфіку механізмів функціонування цього ринку. Важливим є те, що послуги часто створюються у процесі безпосередньої взаємодії з клієнтом, що потребує високого рівня персоналізації та гнучкості. Світовий ринок послуг є складною, але перспективною системою, що формує нові можливості для економічного зростання.

1.2. Основні сегменти ринку послуг та їх характеристика

Ринок послуг є динамічною складовою економіки, яка охоплює широкий спектр діяльності, спрямованої на задоволення потреб як окремих споживачів, так і бізнесу. Його структура включає численні сегменти, що відрізняються за функціональним призначенням, характером взаємодії зі споживачами та рівнем спеціалізації. Розгляд основних сегментів ринку послуг дозволяє виявити ключові напрямки розвитку, тенденції попиту і особливості пропозиції в кожній галузі. Це, своєю чергою, є важливою основою для аналізу ефективності їх функціонування на внутрішньому та міжнародному рівнях.

Статистична організація Європейської комісії класифікує послуги за таким основними категоріями, що наведені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4. – Основні сегменти ринку послуг

Категорія послуг	Опис	Приклади
1	2	3
Послуги з переробки матеріальних ресурсів	Обробка або трансформація сировини, матеріалів або напівфабрикатів.	Контрактне виробництво, фасування, обробка сільгосппродукції.
Послуги з технічного обслуговування та ремонту	Відновлення функціональності або забезпечення справної роботи техніки.	Ремонт автомобілів, електроніки, побутових приладів.
Транспортні послуги	Перевезення пасажирів чи вантажів, пов'язані логістичні послуги.	Авіа, залізничні, морські перевезення, пошта, кур'єри.
Туристичні послуги	Організація подорожей та обслуговування туристів.	Готелі, туроператори, екскурсії, туристичні пакети.
Послуги з будівництва	Проектування, спорудження та реконструкція будівель і споруд.	Житлове будівництво, ремонт доріг, інфраструктурні об'єкти.
Страхові та пенсійні послуги	Захист від фінансових ризиків та накопичення на пенсію.	Автостраховання, медичне страхування, пенсійні програми.
Послуги, пов'язані з фінансовою діяльністю.	Операції з капіталом, кредитування, інвестування.	Банківські послуги, фондовий ринок, обмін валют.

Продовження табл.1.4

1	2	3
Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги	Передача даних, IT-сервіси, обробка інформації.	Мобільний зв'язок, хостинг, кібербезпека, розробка ПЗ.
Інші бізнес-послуги	Професійна підтримка бізнесу з різних напрямів.	Консалтинг, реклама, інжиніринг, бухгалтерія, юридичні послуги.
Культурні та рекреаційні послуги	Послуги у сфері культури, дозвілля, мистецтва.	Театри, кіно, музеї, виставки, спорт, фестивалі.
Державні та урядові послуги	Функції державного управління, безпека, соціальні сервіси.	Адміністрації, податкові органи, поліція, державні школи та лікарні.

Джерело: сформовано автором на основі [15].

Послуги з переробки матеріальних ресурсів становлять важливий сегмент ринку, оскільки вони забезпечують цінність у виробничому ланцюзі шляхом обробки сировини або напівфабрикатів. Цей вид послуг має проміжний характер між виробництвом і кінцевим споживанням, оскільки не створює новий товар, але значно змінює його властивості або форму [16, с. 94]. Такі послуги, як контрактне виробництво, фасування або обробка сільськогосподарської продукції, дозволяють підприємствам оптимізувати витрати, сконцентруватися на основних компетенціях і зменшити потребу в інвестиціях у власні виробничі потужності.

Сегмент послуг з технічного обслуговування та ремонту відіграє ключову роль у забезпеченні довготривалого функціонування технічних систем, устаткування та побутових приладів. Основне завдання таких послуг полягає у відновленні справності або підтримці робочого стану техніки, що дозволяє споживачам та підприємствам уникати дорогих заміन обладнання [17, с. 138]. Приклади таких послуг включають ремонт автомобілів, побутової електроніки, промислових машин і обладнання. Цей сегмент є важливим чинником зменшення кількості відходів та сприяє сталому споживанню, адже продовження строку експлуатації техніки скорочує потребу у виробництві нової.

Транспортні послуги формують один із найважливіших секторів ринку послуг, забезпечуючи просторовий зв'язок між виробниками, споживачами та

ринками збуту. Вони включають перевезення пасажирів і вантажів різними видами транспорту, а також супутні логістичні послуги. Завдяки транспорту можливе функціонування глобальних ланцюгів постачання, своєчасне забезпечення ресурсами, реалізація товарів і мобільність населення [18, с.154]. Авіаційні, залізничні, морські та автомобільні перевезення, а також поштові й кур'єрські сервіси активно використовуються як у внутрішньому, так і в міжнародному обігу.

Туристичні послуги охоплюють широкий спектр діяльності, пов'язаної з організацією та супроводом подорожей, що спрямовані на відпочинок, пізнання чи ділові поїздки. Цей сегмент поєднує різні види послуг – від бронювання готелів і роботи туроператорів до проведення екскурсій і створення туристичних пакетів. Туризм є джерелом значних доходів для економіки багатьох країн, стимулюючи розвиток суміжних галузей – транспорту, харчування, культури та розваг [19, с.27]. Зростання мобільності, розвиток цифрових технологій і зміна споживчих уподобань сприяють індивідуалізації туристичних продуктів та розширенню форм подорожей.

Послуги з будівництва охоплюють діяльність із проектування, спорудження та реконструкції об'єктів житлового, промислового та інфраструктурного призначення. Цей сегмент ринку послуг має велике значення для економічного розвитку, оскільки безпосередньо впливає на якість життя населення та інвестиційну привабливість територій. Будівництво житлових будинків, ремонт доріг, зведення шкіл, лікарень та інших об'єктів інфраструктури формують матеріальну базу для функціонування суспільства.

Страхові та пенсійні послуги створені для забезпечення фінансової безпеки громадян і підприємств у разі непередбачених подій або у довгостроковій перспективі. Вони охоплюють широкий спектр інструментів, які дозволяють мінімізувати ризики, пов'язані зі здоров'ям, власністю чи професійною діяльністю, а також формувати пенсійні накопичення. Серед основних прикладів – автострахування, медичне страхування, програми страхування життя та пенсійне забезпечення [20, с.89]. Ці послуги відіграють

критичну роль у соціальній стабільності, особливо в умовах економічної нестабільності або демографічних викликів.

Фінансові послуги охоплюють складну систему операцій, пов'язаних з управлінням капіталом, наданням кредитів, інвестуванням, обміном валют та іншими грошовими інструментами. Вони є ключовим елементом ринкової економіки, оскільки забезпечують рух фінансових ресурсів між усіма секторами господарства [21, с.206]. Банківські операції, робота на фондовому ринку, кредитно-інвестиційна діяльність – усе це сприяє розвитку бізнесу, підтримці споживчої активності та реалізації великих інфраструктурних проєктів.

Телекомунікаційні, комп'ютерні та інформаційні послуги є одним із найдинамічніших сегментів ринку, що охоплює широке коло діяльності – від забезпечення мобільного зв'язку до розробки програмного забезпечення та захисту інформаційних систем [22, с.143]. Ці послуги є критично важливими для цифрової трансформації економіки та суспільства, оскільки забезпечують швидкий і надійний обмін даними, доступ до інформаційних ресурсів та ефективну взаємодію між суб'єктами ринку. У межах цього сегмента активно розвиваються сервіси хостингу, кібербезпеки, обробки великих масивів даних, хмарних технологій, а також ІТ-консалтингу. Високий попит на такі послуги зумовлений не лише розвитком бізнесу, а й потребами державного сектору, освіти, охорони здоров'я та культури.

Інші бізнес-послуги охоплюють широкий спектр професійної підтримки підприємств, спрямованої на забезпечення ефективного функціонування організацій у різних сферах. До цього сегмента належать консалтинг, реклама, бухгалтерські, юридичні та інжинірингові послуги, які відіграють важливу роль у стратегічному розвитку компаній. Такі послуги надають доступ до спеціалізованих знань, сприяють оптимізації бізнес-процесів, управлінню ризиками та формуванню позитивного іміджу бренду. Вони є особливо важливими в умовах глобалізації, коли бізнес-середовище стає дедалі складнішим і конкурентнішим.

Культурні та рекреаційні послуги мають важливе значення для розвитку суспільства, оскільки задовольняють духовні, естетичні та соціальні потреби

населення. До цієї групи належать театри, музеї, кінотеатри, виставки, фестивалі, а також спортивні й оздоровчі заходи, які створюють умови для повноцінного відпочинку та самореалізації. Їхній вплив виходить за межі індивідуального задоволення, оскільки вони сприяють формуванню національної ідентичності, соціальній інтеграції та культурному обміну [23, с.50]. Водночас культурні та рекреаційні послуги мають і важливу економічну функцію, зокрема через розвиток креативної індустрії, туризму та суміжних сфер. Цей сегмент ринку є високозалежним від державної підтримки, соціальної політики та рівня добробуту громадян, що визначає його вразливість до криз.

Державні та урядові послуги є основою функціонування суспільства, оскільки забезпечують реалізацію публічної влади, надання соціальних гарантій і підтримку безпеки. Ці послуги охоплюють діяльність органів державного управління, поліції, податкових органів, а також установ охорони здоров'я й освіти. На відміну від приватного сектору, державні послуги спрямовані не на отримання прибутку, а на задоволення базових потреб громадян і забезпечення суспільного добробуту. Їхня ефективність визначає рівень довіри населення до влади, стабільність політичної системи та якість життя в країні. Особливе значення мають цифрові трансформації у сфері державних послуг, що дозволяють зробити їх більш доступними, прозорими та оперативними. В умовах глобальних викликів – таких як пандемії чи міграційні кризи – роль державних сервісів значно зростає, оскільки саме вони координують зусилля щодо подолання кризових ситуацій.

Таким чином, дослідивши основні сегменти ринку послуг, можна стверджувати, що кожна категорія має своє чітке функціональне призначення та відіграє специфічну роль у задоволенні соціально-економічних потреб. Від переробки ресурсів до цифрових сервісів – ці сегменти формують складну і взаємопов'язану систему. Їх розвиток залежить від технологічного прогресу, інновацій та змін у структурі попиту. Така класифікація є корисною для аналітики, планування та прийняття управлінських рішень на різних рівнях.

1.3. Фактори, що впливають на функціонування ринку послуг

Функціонування світового ринку послуг визначається взаємодією широкого спектра факторів, які проявляються на різних рівнях – від глобального до внутрішньокорпоративного.

Глобальний рівень визначає загальні параметри функціонування світового ринку послуг через мережу політичних, економічних, технологічних та екологічних чинників. Їхня взаємодія формує систему правил і можливостей, у межах якої розвиваються національні економіки, галузі та окремі компанії, що спеціалізуються на наданні послуг. Одним із ключових чинників глобального рівня є глобалізація економічних процесів, яка забезпечує вільний рух послуг, капіталів, технологій та робочої сили між країнами [24, с.31]. Завдяки цьому створюються передумови для формування транснаціональних ланцюгів створення вартості, у яких послуги, наприклад ІТ-супровід, консалтинг, аутсорсинг і логістика, відіграють визначальну роль. Наприклад, компанії з країн ЄС або США можуть замовляти послуги програмування в Індії або Україні, знижуючи витрати та отримуючи високу якість.

Важливим глобальним регулятором є міжнародні торговельні угоди та організації, зокрема Світова організація торгівлі, Міжнародний валютний фонд, Організація економічного співробітництва та розвитку. Ці інституції встановлюють правила міжнародної торгівлі послугами, сприяють лібералізації ринків і створенню прозорих механізмів захисту інтересів постачальників і споживачів. Наприклад, Генеральна угода з торгівлі послугами (GATS) у межах СОТ регламентує доступ до національних ринків послуг іноземних компаній, забезпечуючи рівні умови конкуренції.

Суттєвий вплив на ринок послуг мають геополітична ситуація та міжнародна безпека. Конфлікти, санкції, обмеження на міжнародні розрахунки або логістичні маршрути здатні істотно змінити географію попиту й пропозиції послуг. Зокрема, війна в Україні спричинила перегляд ринкових пріоритетів для багатьох компаній, які перевели замовлення на ІТ-послуги з ринку рф в інші

країни Східної Європи або Азії. Крім того, питання кібербезпеки, яке стало частиною глобальної безпеки, дедалі більше визначає напрямок розвитку цифрових послуг.

Глобальні фінансові ринки та валютна стабільність є ще одним вагомим фактором. Коливання валютних курсів впливають на ціноутворення транснаціональних послуг, знижуючи чи підвищуючи їхню конкурентоспроможність [25, с.28]. Фінансова нестабільність у регіонах, таких як Латинська Америка або Південна Азія, обмежує можливості для експорту послуг, зокрема банківських, туристичних і освітніх. Разом із тим, стабільна валютна політика у країнах з розвиненими фінансовими системами, наприклад у США чи Швейцарії, створює передумови для масштабної міжнародної діяльності їхніх постачальників послуг.

Технологічні тренди – ще один вирішальний фактор, що впливає на структуру та динаміку світового ринку послуг. Інформаційні технології, штучний інтелект, автоматизація процесів та цифровізація обслуговування стимулюють зростання таких сегментів, як хмарні сервіси, кібербезпека, телемедицина, дистанційна освіта [26, с.47]. Наприклад, з початку пандемії COVID-19 попит на онлайн-консультації, віртуальні тури, електронні фінансові послуги зріс у рази. Це призвело до інтенсивного розвитку відповідної інфраструктури в таких країнах, як Ірландія, Сінгапур чи Естонія, які стали новими цифровими хабами.

Транснаціональні корпорації є активними гравцями світового ринку послуг. Їхній вплив проявляється у створенні глобальних мереж постачання послуг, стандартизації якості та впровадженні інновацій. Наприклад, такі компанії як IBM, Accenture чи Deloitte надають послуги у сфері бізнес-консалтингу, IT-інжинірингу, бухгалтерського аутсорсингу у більшості країн світу, формуючи глобальні стандарти. Вони також активно впливають на формування кадрової політики через створення систем сертифікацій, навчальних програм та професійної мобільності.

Міжнародні екологічні ініціативи та принципи сталого розвитку також впливають на трансформацію ринку послуг у напрямі більшої відповідальності, енергоефективності й соціальної орієнтації. Сучасні споживачі дедалі частіше обирають постачальників, які дотримуються принципів ESG (екологічне, соціальне та корпоративне управління), що особливо важливо у таких сферах, як транспорт, туризм, консалтинг або інжиніринг, де вплив на довкілля може бути значним. Наприклад, міжнародні туристичні компанії, що впроваджують стратегії «зеленого туризму», отримують значні конкурентні переваги на ринку Західної Європи.

Галузевий рівень факторів відіграє ключову роль у структурному розвитку ринку послуг, визначаючи не лише технічні та організаційні характеристики, але й стратегії адаптації до змін у глобальному середовищі. Зокрема, галузева конкуренція визначає здатність компаній до виживання, зростання й експансії в умовах відкритих ринків [27, с.64]. Наприклад, на глобальному ринку консалтингових послуг конкурують такі гіганти, як McKinsey, Deloitte та Boston Consulting Group, які мають представництва в десятках країн і формують високі стандарти якості. На регіональному рівні конкуренція може мати інший характер, часто зосереджуючись на локальних клієнтах та специфічних умовах. У сфері медичних послуг, наприклад, приватні клініки змагаються не тільки між собою, а й із державними структурами, що стимулює впровадження нових медичних технологій та покращення сервісу.

Галузеві технологічні інновації є рушієм модернізації послуг і підвищення їхньої ефективності. У телекомунікаційному секторі перехід від 4G до 5G трансформує спектр надаваних послуг, відкриваючи можливості для віддаленої хірургії, автономного транспорту та індустрії розумних міст. В освіті зростає використання штучного інтелекту та адаптивних платформ, таких як Coursera або Duolingo, які автоматизують процес навчання й аналізують поведінку користувача в реальному часі. У банківській сфері впровадження блокчейн-технологій та цифрових валют уже змінює традиційну модель надання фінансових послуг, зменшуючи витрати на транзакції та підвищуючи прозорість.

Галузеві асоціації та професійні об'єднання відіграють роль координаторів та центрів знань, що формують спільну політику розвитку галузі. Регулювання та стандартизація мають ключове значення для довіри до послуг і забезпечення рівних умов конкуренції [28, с.88]. Відсутність або нерозвиненість регуляторної бази, як, наприклад, у секторі цифрової реклами, призводить до домінування великих гравців і зловживання ринковою владою.

Циклічність розвитку галузі визначає періоди підйому та спаду попиту на певні види послуг. Наприклад, туристична галузь є надзвичайно чутливою до глобальних криз – пандемія COVID-19 призвела до тимчасового краху сектору, змусивши тисячі компаній закритися або трансформувати модель бізнесу. У той же час галузі, пов'язані з інформаційними технологіями або логістикою, навпаки, продемонстрували стійке зростання в період карантинних обмежень. Така циклічність вимагає від компаній гнучкої стратегії й готовності до адаптації через цифровізацію, зміну формату надання послуг або диверсифікацію бізнесу.

Національні чинники мають визначальний вплив на конкурентоспроможність ринку послуг, оскільки саме в межах країни формуються базові інституційні, інфраструктурні та людські передумови для його розвитку. Від економічної політики уряду залежить інвестиційна привабливість сервісного сектору, його конкурентоспроможність і здатність інтегруватися у глобальні ланцюги створення вартості. Наприклад, країни, які впроваджують програми податкових пільг або надають субсидії на розвиток цифрових послуг, сприяють зростанню кількості стартапів і компаній, що надають хмарні сервіси, онлайн-консультації чи цифровий супровід бізнесу.

Суттєвий вплив на ринок послуг має валютне регулювання. Стабільний курс національної валюти створює передбачувані умови для зовнішньоекономічної діяльності, зокрема для компаній, які експортують послуги. Не менш важливим чинником є розвиток інфраструктури та логістики. Наявність якісної транспортної мережі, логістичних хабів, міжнародних аеропортів та морських портів значною мірою визначає ефективність надання транспортних, туристичних, дистрибуційних та поштово-кур'єрських послуг.

Доступ до інтернету та цифрових технологій сьогодні є необхідною умовою для функціонування більшості секторів послуг – від банкінгу та освіти до охорони здоров'я й торгівлі. У країнах з високим рівнем цифровізації, таких як Південна Корея, Фінляндія чи Сінгапур, послуги інтенсивно переходять у цифрову форму, що знижує витрати, підвищує ефективність і забезпечує масштабування бізнесу.

Рівень освіти населення напряму впливає на якість та складність послуг, які країна може виробляти й експортувати. Освічене населення забезпечує зростання високотехнологічних послуг – у сфері ІТ, медичних досліджень, консалтингу, юридичного супроводу. Наприклад, Індія стала одним із лідерів світового ринку ІТ-послуг саме завдяки наявності великої кількості кваліфікованих інженерів і програмістів.

Рівень бюрократії та прозорість ведення бізнесу значною мірою визначають готовність підприємств інвестувати у розвиток послуг, а політична стабільність та правове середовище забезпечують впевненість інвесторів і бізнесу в довгострокових перспективах [29, с.101]. Прозорість судової системи, наявність механізмів захисту прав власності та контрактного права є передумовами сталого розвитку ринку послуг. Наприклад, у Швеції чи Німеччині розвинена правова система та стабільна політична ситуація дозволили створити потужні кластери послуг у сфері фінансів, інжинірингу та медицини.

Інвестиційний клімат – це узагальнюючий показник, який охоплює всі вищезгадані аспекти, від податкової політики до стабільності валютного курсу. Від нього залежить рівень участі іноземних та національних інвесторів у сервісних проектах, особливо в таких капіталомістких секторах, як туризм, телекомунікації, охорона здоров'я або освітні послуги [30, с.57].

На рівні підприємства функціонування на ринку послуг залежить від ефективної стратегії розвитку, якості сервісу, маркетингу, технологічного оснащення, управління персоналом і гнучкості до змін. Компанії, що інвестують у сучасні технології, клієнтоорієнтованість та корпоративну культуру, забезпечують стабільну якість і зростання. Наприклад, українські ІТ-компанії

активно впроваджують CRM-системи, а мобільні оператори адаптують тарифи під попит. Важливою є співпраця з партнерами й оптимізація витрат, що підвищує рентабельність. Репутація бренду формується через досвід клієнтів і присутність у медіа. Успішні підприємства демонструють здатність швидко адаптуватися до ринкових викликів, зберігаючи конкурентоспроможність у динамічному середовищі.

Таким чином, дослідивши фактори, що впливають на функціонування світового ринку послуг, можна дійти висновку, що вони мають багаторівневу природу і взаємозалежний характер. Найбільший вплив здійснюють глобальні процеси, однак їх ефективність проявляється через конкретні галузеві та національні умови. Важливою складовою є здатність підприємств швидко реагувати на виклики, адаптуючи стратегії до змін середовища. Стабільність та зростання ринку забезпечуються комплексом чинників, які включають політику, технології, освіту і якість управління.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ВПЛИВУ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СВІТОВИЙ РИНОК ПОСЛУГ

2.1. Основні зміни світового ринку послуг під впливом пандемії

Світовий ринок послуг зазнав суттєвих трансформацій під впливом пандемії COVID-19. Зміни торкнулися як структури попиту, так і характеру надання послуг. Обмеження мобільності, зростання ролі цифрових платформ та адаптація бізнесу до нових умов стали ключовими факторами цих змін. Наслідки пандемії продовжують впливати на глобальні тренди у сфері послуг навіть після пом'якшення карантинних заходів. Для розуміння глибини й масштабів цих змін доцільно розглянути динаміку ключових показників ринку послуг.

Аналіз динаміки обсягу світового ринку послуг дає змогу простежити загальні тенденції розвитку галузі до, під час та після пандемії (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. – Динаміка обсягу світового ринку послуг за 2015-2024 рр.

Рік	Обсяг ринку послуг, трлн дол	Приріст	
		трлн дол	%
2015	48,48	-	-
2016	49,73	1,25	2,6
2017	52,55	2,82	5,7
2018	55,66	3,11	5,9
2019	56,97	1,31	2,4
2020	55,79	-1,18	-2,1
2021	62,29	6,5	11,7
2022	62,86	0,57	0,9
2023	63,85	0,99	1,6
2024	65,42	1,57	2,5

Джерело: сформовано автором на основі [31].

У період з 2015 по 2019 рік обсяг світового ринку послуг демонстрував стабільне зростання, що свідчить про поступове розширення глобального попиту на послуги. Основними драйверами цього зростання були розвиток цифрових технологій, інтернаціоналізація бізнесу та зростання середнього класу в країнах, що розвиваються. Найбільше зростання було зафіксовано у 2018 році – 5,9%, що

відображає позитивну кон'юнктуру глобальної економіки. У 2019 році темп зростання сповільнився до 2,4%, що пов'язано з геополітичною напругою, торговими війнами та очікуваннями економічного сповільнення.

У 2020 році ринок зазнав першого серйозного скорочення – на 2,1%, що зумовлено пандемією COVID-19, масовим обмеженням мобільності та зупинкою частини сервісної інфраструктури. Найбільшого удару зазнали галузі, пов'язані з міжнародними перевезеннями, туризмом, громадським харчуванням та офлайн-освітою, де зникнення фізичної присутності клієнтів спричинило різке падіння попиту. Збої у глобальних ланцюгах постачання та перехід на дистанційний режим роботи ще більше посилили розрив між традиційними й цифровими моделями ведення бізнесу. У низці країн спостерігалось масове скорочення зайнятості в секторі послуг, що вплинуло на внутрішній попит і інвестиційну активність. У 2021 році відбулося зростання – на 11,7%, що пов'язано з ефектом відкладеного попиту, послабленням карантинних заходів та масовим переходом до цифрових форматів послуг. Активне впровадження онлайн-платформ, дистанційних сервісів і автоматизація бізнес-процесів стали відповіддю на нові умови ринку. Загалом, пандемія стала не лише причиною кризи, а й каталізатором глибокої цифрової трансформації глобального ринку послуг.

У 2022-2024 рр. темпи зростання були відносно помірними: коливалися в межах 0,9-2,5%, що свідчить про стабілізацію ринку після шокового періоду. Незважаючи на зростання, показники залишаються нижчими, ніж у передкризові роки, що є результатом структурних змін у глобальній економіці. Поступова адаптація бізнесу до гібридних форматів надання послуг і трансформація споживчих пріоритетів вплинули на нову норму темпів розвитку. Крім того, глобальна інфляція та нестабільність логістичних ланцюгів впливали на інвестиційну активність у сфері послуг.

Оцінка частки ринку послуг у структурі світового ВВП дозволяє зрозуміти, яке значення ця сфера має в глобальній економіці (рис. 2.1).

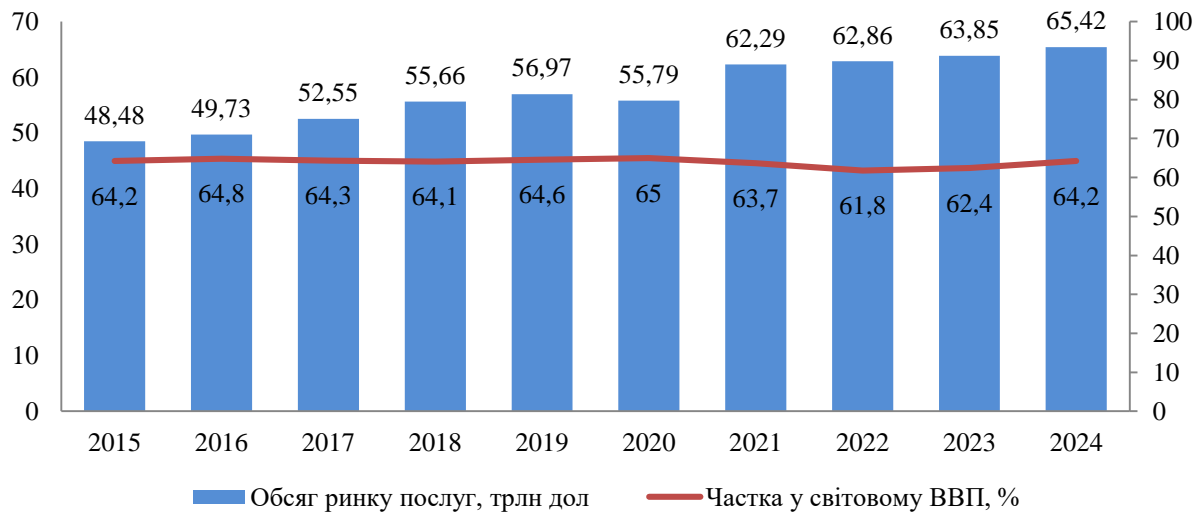


Рисунок 2.1 Частка світового ринку послуг у ВВП за 2015-2024 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [32].

У 2015-2019 роках частка ринку послуг у світовому ВВП коливалась у межах 64,1-64,8%, що вказує на стабільну роль сфери послуг у глобальній економіці. Незначні коливання зумовлені як макроекономічними трендами, так і змінами у структурі споживання та інвестицій. Пандемія COVID-19 у 2020 році призвела до зниження загального рівня економічної активності, проте частка послуг у ВВП зросла до 65%, що спричинено скороченням обсягів виробництва товарів при відносно меншому падінні послуг, особливо цифрових та фінансових. У 2021 році відбулося зниження частки до 63,7%, попри загальне зростання обсягу ринку – це свідчить про відновлення промисловості швидшими темпами порівняно з сектором послуг. У 2022 році спостерігається суттєве зниження частки до 61,8%, що пов'язано з новими хвилями економічної нестабільності та енергетичними кризами, які підвищили роль первинних та промислових секторів. У 2023-2024 роках частка послуг у ВВП знову зросла до 62,4% та 64,2% відповідно, що свідчить про повернення до допандемічних пропорцій. Таке відновлення демонструє стабільність сфери послуг як ключової складової економіки. Повернення попиту на міжнародні подорожі, розвиток телекомунікацій та стабілізація ділової активності також підтримували цей тренд. Водночас це відображає гнучкість сектору послуг і його здатність

відновлюватись навіть в умовах складного глобального середовища. Зміни в структурі ВВП свідчать про трансформацію моделі економічного зростання у бік більшої сервісоорієнтованості.

Розподіл обсягів ринку послуг за регіонами дозволяє виявити, які частини світу були найбільш стійкими або вразливими до пандемічних впливів (рис. 2.2).

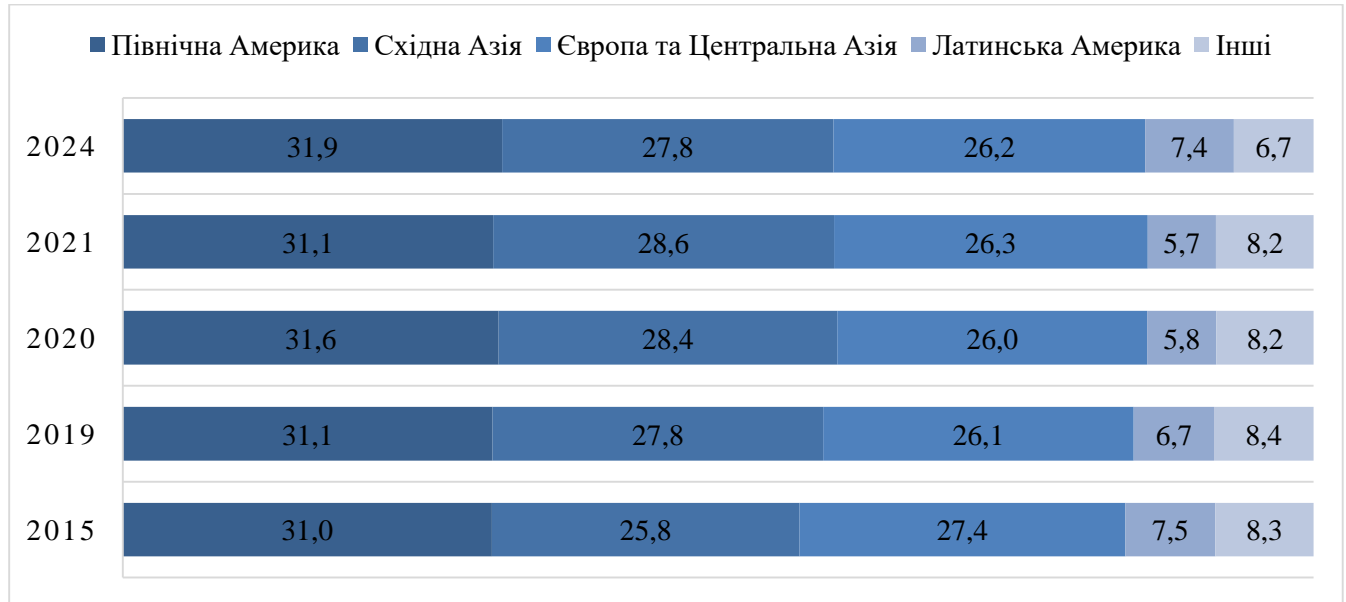


Рисунок 2.2 Структура обсягу світового ринку послуг за регіонами за 2015-2024 рр., %

Джерело: сформовано автором на основі [31].

Структура світового ринку послуг за регіонами зазнала помірних, але показових змін. Найбільшу і стабільну частку утримує Північна Америка, частка якої зросла з 31,0% у 2015 році до 31,9% у 2024 році, що вказує на збереження лідерства США та Канади в інноваційних сервісах. Східна Азія, представлена зокрема Китаєм, демонструвала поступове зростання до 28,6% у 2021 році, однак у 2024 році її частка знизилася до 27,8%, що пов'язано з уповільненням економіки Китаю, політичними ризиками та впливом регіональних криз. Частка Європи та Центральної Азії залишалася досить стабільною (близько 26%), незважаючи на зовнішньоекономічні виклики, включно з пандемією, енергетичними кризами та воєнними конфліктами. Латинська Америка втратила частину впливу на ринку, зменшивши свою частку з 7,5% у 2015 році до 5,7% у

2021 році, що свідчить про економічну вразливість регіону. Проте у 2024 році цей показник зріс до 7,4% через стабілізацію внутрішніх ринків та відновлення послуг, орієнтованих на туризм. Ці зміни демонструють загальну тенденцію до посилення регіональної поляризації у сфері послуг. Глобальні шоки, такі як пандемія та порушення ланцюгів поставок в умовах війни в Україні, вплинули на регіональні позиції по-різному, залежно від стійкості економічних систем. Структура ринку у 2024 році відображає переформатування регіональних пріоритетів і демонструє відносну стабільність основних гравців на тлі світових трансформацій.

Аналіз структури ринку за типами послуг дає змогу оцінити, які саме категорії зазнали найбільшого впливу (рис. 2.3).

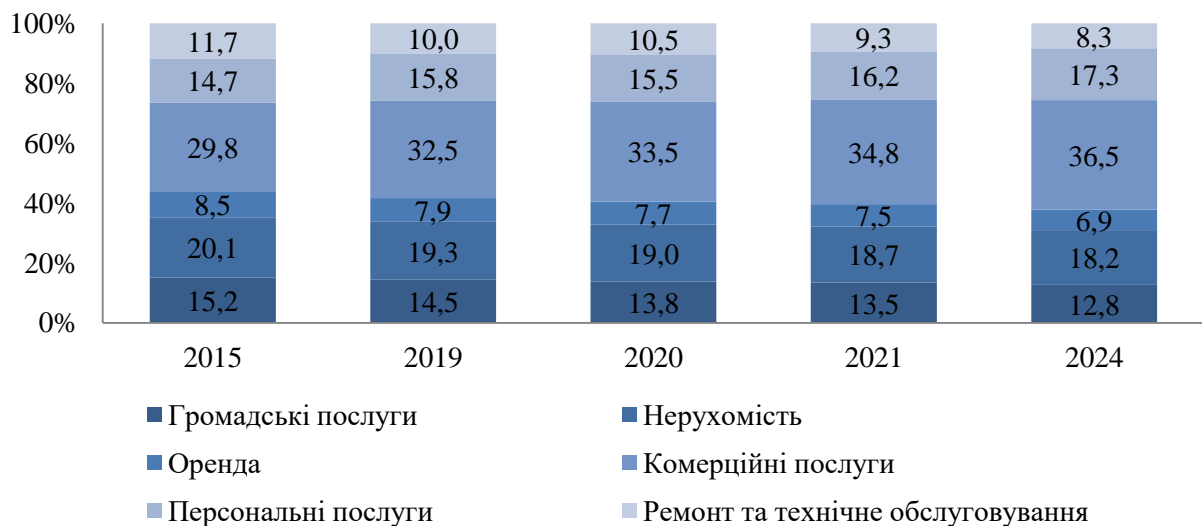


Рисунок 2.3 Структура обсягу світового ринку послуг за типами за 2015-2024 рр., %

Джерело: сформовано автором на основі [33].

У структурі світового ринку послуг за типами спостерігається чітка тенденція до зростання частки комерційних та персональних послуг на тлі зниження частки традиційних категорій. Частка комерційних послуг зросла з 29,8% у 2015 році до 36,5% у 2024 році, що свідчить про глобальне посилення попиту на бізнес-послуги, ІТ-рішення та професійні консультації. Персональні послуги, які охоплюють охорону здоров'я, освіту та інші індивідуальні сервіси,

також зросли з 14,7% до 17,3%, що зумовлено зростанням ролі соціально орієнтованих послуг у період після пандемії. Водночас частка громадських послуг зменшилася з 15,2% до 12,8%, що свідчить про зростання ролі приватного сектору та скорочення державних витрат у цій сфері. Категорії нерухомості та оренди поступово знижувалися, відповідно з 20,1% до 18,2% та з 8,5% до 6,9%, що пов'язано зі зміною моделей споживання та розвитком цифрових альтернатив. Ремонт і технічне обслуговування зменшилися з 11,7% до 8,3%, що є наслідком автоматизації, більшої надійності обладнання або зростання частки нематеріальних послуг. Загалом ці зміни відображають цифрову трансформацію ринку, перехід від матеріальних до інтелектуальних сервісів та зміну очікувань споживачів. Пандемія прискорила переорієнтацію попиту на послуги, які можуть надаватися дистанційно, що сприяло зростанню технологічного сектору.

Динаміка світового експорту послуг показує, як змінилася активність у міжнародному обміні послугами під впливом пандемії (рис.2.4).

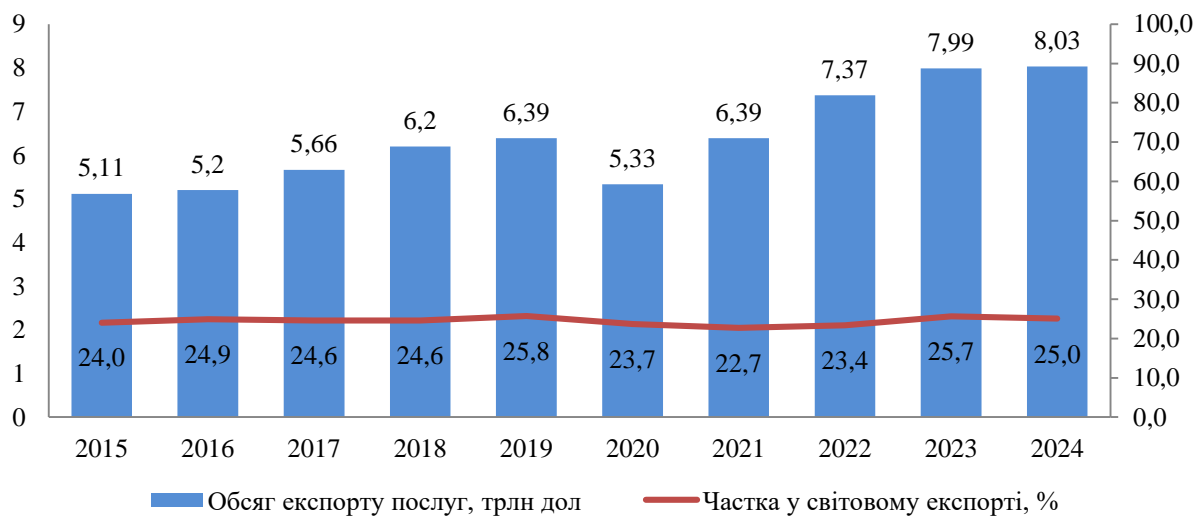


Рисунок 2.4 Динаміка обсягу світового експорту послуг за 2015-2024 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [34].

Обсяг світового експорту послуг зростав упродовж 2015-2019 років, збільшившись з 5,11 трлн дол до 6,39 трлн, що відображає поступову інтеграцію глобальних ринків і зростання попиту на міжнародні послуги. Частка послуг у загальному світовому експорті також зросла до 25,8% у 2019 році, свідчачи про

зміщення акценту від торгівлі товарами до обміну знаннями, технологіями та цифровими рішеннями. У 2020 році, під впливом пандемії, відбулося різке падіння обсягів експорту послуг до 5,33 трлн дол, а їх частка зменшилася до 23,7%, що було зумовлено глобальними обмеженнями на подорожі, зниженням попиту та порушенням ланцюгів надання послуг. Попри це, вже у 2021 році обсяг експорту повернувся до рівня 2019 року, що демонструє високу здатність сектору до відновлення. Проте частка у світовому експорті продовжила знижуватись, що вказує на швидше відновлення торгівлі товарами. У 2022-2024 роках світовий експорт послуг знову продемонстрував зростання – до 8,03 трлн дол у 2024 році, що є історичним максимумом. Частка послуг у світовому експорті відновилась до 25,0%, підтверджуючи відновлення глобального попиту та розширення цифрових каналів торгівлі. Цей ріст також був підтриманий розвитком електронної комерції, онлайн-освіти, ІТ-аутсорсингу та фінансових сервісів. Крім того, активна міжнародна співпраця та адаптація компаній до гібридних моделей надання послуг позитивно вплинули на динаміку експорту.

Таким чином, проаналізувавши основні зміни світового ринку послуг під впливом пандемії, можна зробити висновок, що COVID-19 став критичним чинником короткострокового спаду та довгострокової трансформації цієї сфери. Після падіння у 2020 році ринок продемонстрував здатність до швидкого відновлення, насамперед за рахунок цифровізації та глобального попиту на комерційні й персональні послуги. Частка ринку послуг у світовому ВВП залишилася відносно стабільною, попри загальноекономічні коливання. Зміни у структурі за типами та регіонами свідчать про посилення ролі технологічно розвинених країн і послуг, орієнтованих на індивідуальні потреби. Пандемія виступила каталізатором переформатування ринку в бік інноваційності, адаптивності та цифрової взаємодії.

2.2. Вплив COVID-19 на ринок послуг України

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на динаміку розвитку ринку послуг в Україні, змінюючи як внутрішню структуру, так і зовнішньоекономічні орієнтири. Карантинні обмеження, зниження мобільності населення та зупинка частини бізнесів стали серйозним викликом для надавачів послуг. Особливої уваги потребує аналіз основних макропоказників, що дозволяють виявити ключові тенденції.

Аналіз динаміки обсягу ринку послуг в Україні у довгостроковому періоді дає змогу простежити зміни, викликані пандемією, у контексті загальних економічних тенденцій (табл. 2.2).

Таблиця 2.2. – Динаміка обсягу ринку послуг в Україні за 2015-2024 рр.

Рік	Обсяг ринку послуг, млрд дол	Приріст	
		млрд дол	%
2015	46,58	-	-
2016	46,6	0,02	0,0
2017	57,12	10,52	22,6
2018	67,19	10,07	17,6
2019	83,84	16,65	24,8
2020	87,38	3,54	4,2
2021	103,69	16,31	18,7
2022	99,98	-3,71	-3,6
2023	109,66	9,68	9,7
2024	111,33	1,67	1,5

Джерело: сформовано автором на основі [35].

У 2015-2016 роках обсяг ринку послуг в Україні залишався практично незмінним, що можна пояснити післякризовою стабілізацією та низькими темпами економічного зростання. Починаючи з 2017 року, ринок увійшов у фазу активного зростання, що тривала до 2019 року включно. Цьому сприяло загальне економічне пожвавлення, розвиток внутрішнього попиту, інтеграція нових технологій у сфері послуг та активізація бізнес-активності. У 2020 році, попри пандемію, ринок продемонстрував помірне зростання – на 4,2%, що частково пояснюється ефектом адаптації та стабільного попиту на критично важливі послуги. У 2021 році темпи зростання знову різко підвищилися до 18,7%, що

стало наслідком відкладеного попиту, цифровізації сервісів та поступового послаблення карантинних обмежень.

Проте вже у 2022 році ринок послуг в Україні скоротився на 3,6%, що пов'язано з повномасштабною війною, дестабілізацією внутрішньої економіки та обмеженим доступом до ряду послуг. У цей період значна частина сервісного бізнесу була змушена зупинити або скоротити діяльність через воєнні дії, втрату ринків і релокацію персоналу. У 2023 році спостерігається зростання на 9,7%, що вказує на часткове відновлення економічної активності та пристосування підприємств до умов воєнного часу. Певну роль відіграли міжнародна допомога, зростання попиту на ІТ-послуги, а також зміщення попиту у бік дистанційних сервісів. У 2024 році темпи зростання сповільнилися до 1,5%, що свідчить про досягнення межі післякризового відновлення або про потребу в нових драйверах зростання. Загалом динаміка обсягу ринку послуг в Україні демонструє високу чутливість до зовнішніх криз, але також – значну адаптивність до змін.

Вивчення частки України у світовому ринку послуг дозволяє оцінити, наскільки національний сектор послуг інтегрований у глобальні процеси (рис. 2.5).

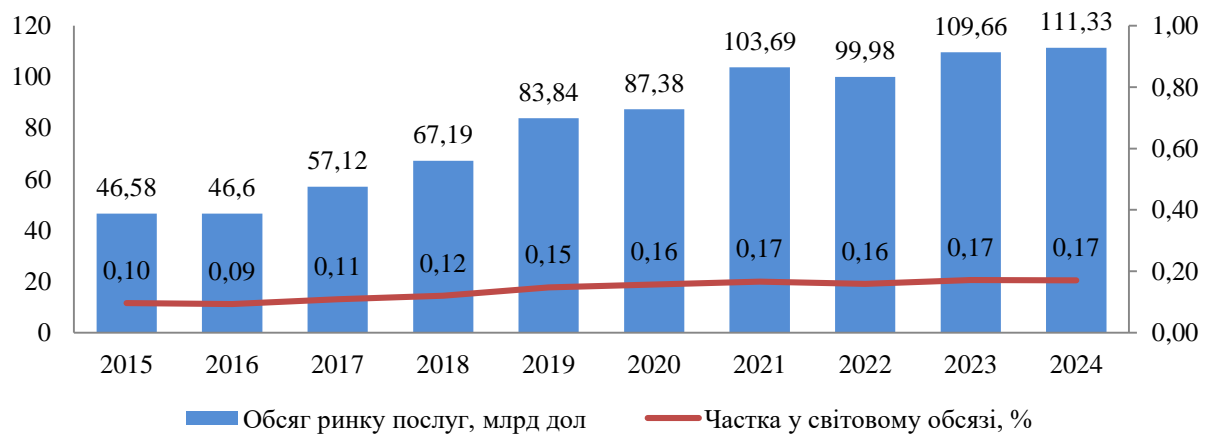


Рисунок 2.5 Частка ринку послуг України у світовому за 2015-2024 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [35].

Частка України в глобальному ринку послуг до 2017 року залишалася низькою й становила менше 0,1%, що відображає як загальний рівень розвитку національної економіки, так і слабку інтегрованість у світову сервісну систему.

З 2017 року почалося поступове зростання частки – до 0,12% у 2018 році та 0,15% у 2019-му. Це зростання пояснюється активізацією експорту послуг, насамперед у сфері ІТ, консалтингу, освіти й інжинірингу. Пандемія 2020 року, всупереч очікуванням, не зменшила частку України – навпаки, вона зростає до 0,16%, що пов'язано з відносною стійкістю українського сервісного сектору на фоні загальносвітового падіння. У 2021 році частка продовжила зростати до 0,17%, що стало результатом швидкої адаптації вітчизняного бізнесу до дистанційного формату, розвитку фрілансу та експорту цифрових послуг. У 2022 році, попри повномасштабну війну, частка залишилася на рівні 0,16%, що вказує на збереження частини позицій та перехід окремих сервісів в онлайн та свідчить про наявність стійких сегментів, які змогли втриматися на міжнародному ринку навіть в умовах кризи. У 2023-2024 роках частка зберігається на рівні 0,17%, що демонструє стабільність українського сервісного експорту, зокрема завдяки ІТ-сектору. Варто також враховувати, що світовий ринок у ці роки активно відновлювався, тож утримання позицій свідчить про конкурентоспроможність вітчизняного ринку послуг.

Експорт послуг є важливим індикатором конкурентоспроможності українського сектору послуг на зовнішніх ринках (рис.2.6).

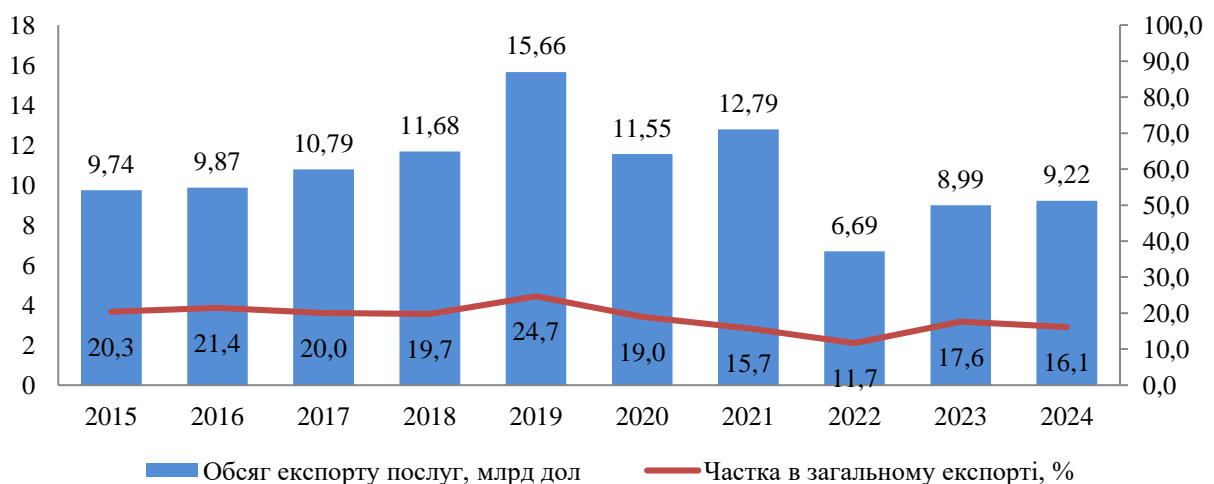


Рисунок 2.6 Динаміка обсягу експорту послуг з України за 2015-2024 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [36].

У період 2015-2019 років експорт послуг з України демонстрував позитивну динаміку, що пояснюється стабілізацією економічної ситуації, поступовим відновленням після кризи 2014 року та розвитком експортноорієнтованих секторів, зокрема ІТ, транспорту та інжинірингу. Пік показника припав на 2019 рік, коли експорт послуг сягнув 15,66 млрд дол, а частка в загальному експорті – 24,7%. У 2020 році обсяг зменшився до 11,55 млрд дол., що було наслідком пандемії COVID-19, призупинення міжнародних перевезень і загального скорочення глобального попиту на послуги. У 2021 році експорт дещо відновився, але частка у загальному експорті знизилась до 15,7%, що свідчить про переорієнтацію експорту України на товари, зокрема сільськогосподарські. Найрізкіше падіння відбулося у 2022 році – до 6,69 млрд дол. та 11,7% у загальному обсязі, що було прямим наслідком повномасштабного вторгнення, закриття ринків, релокації бізнесу та втрати інфраструктури. Частина експортерів була змушена призупинити діяльність або перемістити її за кордон. У 2023 році відбулося зростання до 8,99 млрд дол, що пов'язано з частковою адаптацією підприємств до умов війни та зусиллями з цифровізації. Проте повноцінне відновлення поки що ускладнене нестабільністю інфраструктури, валютними ризиками та зниженням купівельної спроможності зовнішніх ринків.

Імпорт послуг до України є показником зовнішньої залежності у сфері сервісного забезпечення (рис. 2.7).

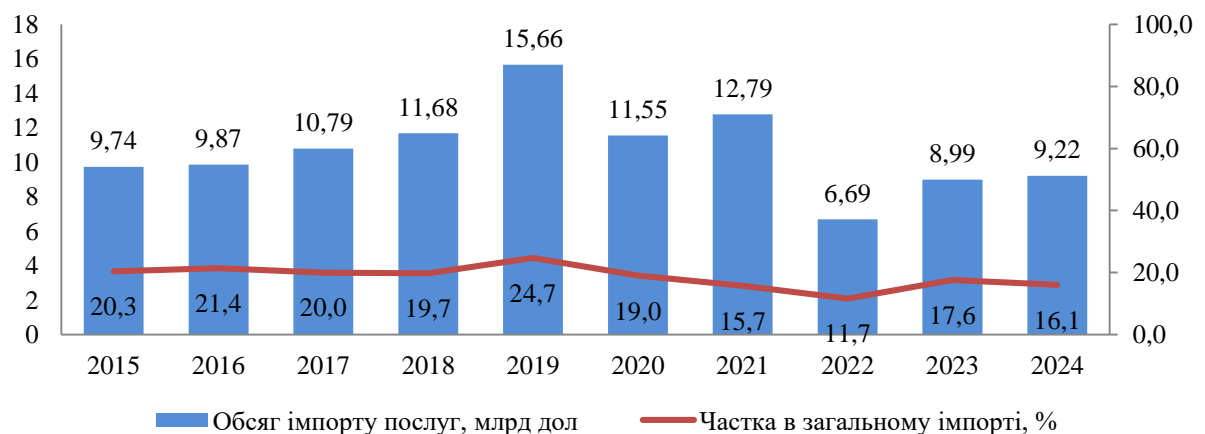


Рисунок 2.7 Динаміка обсягу імпорту послуг в Україну за 2015-2024 рр.

Джерело: сформовано автором на основі [36].

У 2015-2019 роках імпорт послуг в Україну зростав поступово – з 5,53 до 7,03 млрд дол, що відображало активізацію ділової активності, зростання попиту на іноземні сервіси, туристичні та освітні послуги. Частка в загальному імпорті залишалась відносно стабільною – в межах 9-11%, що відповідало характеру структури зовнішньої торгівлі України. У 2020 році обсяг імпорту знизився до 5,88 млрд дол. під впливом пандемії COVID-19, яка спричинила обмеження на міжнародні поїздки, дистанційний формат багатьох послуг і скорочення витрат як населення, так і бізнесу. У 2021 році спостерігалось швидке відновлення – до 7,98 млрд дол, що свідчить про повернення до допандемійної економічної активності. Водночас повномасштабне вторгнення у 2022 році призвело до майже дворазового скорочення імпорту – до 4,13 млрд дол та зменшення частки до 4,9% в загальному обсязі. Це пояснюється різким зниженням попиту, обмеженням комунікацій, міграційними змінами та девальваційним тиском на національну валюту. Багато підприємств або припинили діяльність, або втратили доступ до постачальників послуг. У 2023 році імпорт послуг почав зростати – до 5,42 млрд дол, що свідчить про часткову адаптацію споживачів та бізнесу до воєнних умов. У 2024 році зростання продовжилося до 6,56 млрд дол, а частка у загальному імпорті зростає до 6,8%. Це зумовлено збільшенням потреби у зовнішніх консультаційних, логістичних, технологічних і навчальних послугах.

Таким чином, проведена оцінка впливу COVID-19 на ринок послуг України показала наявність суттєвих коливань як у внутрішньому обсязі, так і в зовнішній торгівлі послугами. Найбільший негативний ефект спостерігався у 2020 році через жорсткі карантинні обмеження, зниження попиту та перебої в міжнародній логістиці. Водночас у 2021 році зафіксоване короткострокове відновлення, однак воно не досягло стійкого рівня через зовнішні та внутрішні ризики. Важливою характеристикою стало відставання ринку послуг від темпів відновлення світової економіки. Загалом пандемія продемонструвала вразливість сервісного сектору до глобальних шоків.

2.3. Перспективи відновлення та трансформації світового ринку послуг

Світовий ринок послуг переживає період глибоких змін під впливом цифровізації, глобалізації, змін у споживчих перевагах і нових економічних викликів. Відновлення після пандемії COVID-19, посилення геополітичної турбулентності та розвиток новітніх технологій формують нові траєкторії розвитку цієї сфери. У цьому контексті надзвичайно важливо визначити ключові перспективи трансформації ринку послуг, оцінити їх сутність та передбачити можливий вплив на глобальну економіку. У табл.2.3 представлено основні перспективи, які мають потенціал формувати майбутню архітектуру світового ринку послуг.

Таблиця 2.3. – Перспективи відновлення та трансформації світового ринку послуг

Перспектива	Сутність	Вплив
Відновлення міжнародного туризму	Поетапне повернення туристичних потоків і послуг, орієнтованих на подорожі.	Сприяє відновленню суміжних галузей (гостинності, транспорту), але з новими вимогами.
Трансформація споживчого досвіду	Зростання очікувань споживачів щодо персоналізації, швидкості та зручності.	Вимагає адаптації сервісів до клієнтоорієнтованих підходів і нових цифрових платформ.
Глобальна реорганізація ланцюгів вартості	Реструктуризація постачання послуг через геополітичні ризики та локалізацію.	Сприяє децентралізації ринку, посиленню регіональної конкуренції та зростанню стійкості.
Переосмислення трудових форматів	Поширення віддаленої та гібридної зайнятості, гіг-економіки та фрілансу.	Змінює підходи до праці, структуру ринку праці та створює нові форми взаємодії в послугах.
Цифровізація та автоматизація	Впровадження ІТ-рішень, штучного інтелекту, хмарних технологій та роботизації.	Змінює структуру послуг, підвищує продуктивність, знижує витрати, трансформує професії.
Зростання ролі сталого розвитку	Інтеграція ESG-критеріїв у бізнес-моделі компаній-постачальників послуг.	Формує попит на етичні та «зелені» послуги, впливає на регулювання та стандарти.

Джерело: сформовано автором на основі [37-45].

У найближчій перспективі міжнародний туризм повністю відновиться після глобальних потрясінь, спричинених пандемією та геополітичною нестабільністю. Цей процес передбачає адаптацію до нових реалій, серед яких – посилені вимоги до безпеки, цифровізація сервісів, зміщення фокусу на

внутрішній та регіональний туризм, а також зростання ролі сталих і етичних практик. Важливою складовою стане переорієнтація на індивідуальні подорожі, зменшення щільності туристичних потоків та популяризація нетрадиційних напрямів. Компанії, що працюють у сфері туризму, вимушені адаптувати бізнес-моделі до нових умов, оптимізувати операційні процеси, впроваджувати безконтактні технології та гнучкі політики скасування. Прикладом успішної адаптації може слугувати впровадження цифрових рішень у глобальних мережах, таких як Hilton чи Accor, де мобільні додатки дозволяють клієнтам самостійно здійснювати check-in та керувати бронюванням, мінімізуючи контакт із персоналом [37].

Зростає також інтерес до екотуризму та подорожей із високим рівнем індивідуалізації – від локальних гастротурів до оздоровчих візитів у віддалені регіони. Туристи дедалі частіше звертають увагу на якість довкілля, соціальну відповідальність туроператорів та вплив власного споживання на екосистеми. У відповідь на це з'являються туристичні продукти, орієнтовані на сталий розвиток, наприклад ініціативи зі збереження природи, волонтерські програми чи маршрути зі зниженим вуглецевим слідом [38]. Також зростає роль державного регулювання і підтримки, особливо в контексті стимулювання внутрішнього туризму, оновлення туристичної інфраструктури та популяризації національної культурної спадщини. Усе це формує нову екосистему туризму, де безпека, гнучкість, інноваційність і відповідальність стають визначальними факторами успішного розвитку.

Для забезпечення стійкого відновлення туристичної галузі доцільно зосередити зусилля на розширенні державної підтримки внутрішнього туризму, яка може включати фінансові стимули для малого бізнесу, інвестиції в інфраструктуру та промоцію маловідомих регіонів. Водночас важливо стимулювати впровадження цифрових технологій у сервісах, що орієнтовані на мандрівників, аби забезпечити безпеку, зручність і довіру з боку споживачів. Окрему увагу слід приділити розвитку екологічного туризму, підтримуючи

ініціативи, що поєднують економічний ефект із збереженням природних і культурних ресурсів.

Також у майбутньому ринок послуг буде дедалі більше орієнтований на персоналізований підхід, швидкість реагування та зручність для клієнта. Трансформація споживчого досвіду набуває стратегічного значення для компаній, які прагнуть зберегти конкурентоспроможність у динамічному середовищі. Сучасні споживачі очікують не лише якісного продукту чи послуги, а й емоційного зв'язку з брендом, простоти взаємодії та швидкості обслуговування [39]. Як приклад, сучасні банківські додатки, такі як monobank в Україні, демонструють, що високий рівень автоматизації, персоналізовані пропозиції та комунікація в реальному часі стають нормою у споживчому досвіді.

Ця тенденція вимагає переосмислення ролі клієнта у взаємодії з сервісом: користувач стає не об'єктом обслуговування, а повноправним учасником процесу створення цінності. Сервіси, наприклад Airbnb або Uber, демонструють, як інтерактивність, гнучкість і високий рівень індивідуалізації можуть змінити сприйняття звичних послуг. Окрім технологічних рішень, важливу роль відіграє підготовка персоналу до нових стандартів обслуговування, що враховують емоційний інтелект, здатність до адаптації та комунікативні навички. Сучасні освітні програми для сфери послуг повинні фокусуватись на розвитку soft skills у поєднанні з цифровими компетенціями. Крім того, клієнти все більше цінують прозорість, соціальну відповідальність і етичність компаній, що також стає частиною споживчого досвіду. У цьому контексті особливого значення набуває репутація бренду, яка формується не лише через маркетинг, а й через реальні дії компанії у відповідь на запити суспільства.

З огляду на ці тенденції, доцільним є стимулювання впровадження персоналізованих технологічних рішень у бізнесі шляхом створення сприятливого податкового середовища для інноваційних проєктів. Крім того, важливо розвивати омніканальні стратегії взаємодії з клієнтами, що забезпечують цілісний досвід у всіх точках контакту, від фізичних магазинів до

онлайн-платформ. Не менш вагомим є інвестування у підготовку кадрів, здатних ефективно функціонувати в умовах високих вимог до клієнтоорієнтованості та цифрової адаптивності.

У найближчому майбутньому також очікується суттєва реорганізація глобальних ланцюгів постачання послуг, зумовлена зростанням геополітичної напруги, економічною нестабільністю та необхідністю посилення стійкості бізнесу до зовнішніх ризиків. Цей процес передбачає відхід від надмірної глобалізації на користь локалізації або регіоналізації, що дозволяє зменшити залежність від складних міжнародних мереж [40, с. 826]. Компанії дедалі частіше віддають перевагу постачальникам, розташованим у межах свого регіону або навіть країни, що підвищує гнучкість, забезпечує більший контроль над процесами та знижує ризики, пов'язані з логістичними збоями або політичними обмеженнями. Прикладом є ІТ-компанії, які замість аутсорсингу в далекі регіони створюють центри розробки в сусідніх країнах, де культурні та часові відмінності мінімальні. Такий підхід сприяє децентралізації ринку та підсиленню регіональної конкуренції.

В умовах реструктуризації змінюються й вимоги до якості послуг – зростає роль інновацій, адаптивності та здатності до швидкого масштабування. Великі транснаціональні корпорації дедалі частіше обирають модель мультицентричного обслуговування, при якій клієнтська підтримка, аналітика та бекофіс розподіляються між кількома географічними локаціями. Наприклад, компанія Siemens розвиває локальні сервісні хаби в Європі та Азії, мінімізуючи залежність від окремих країн [41]. Крім того, війна в Україні, торгові конфлікти між США та Китаєм, а також пандемія спричинили перегляд стратегій постачання у багатьох галузях – від логістики до фінансових послуг. У нових умовах бізнес все більше орієнтується на стійкість, а не лише на мінімізацію витрат, що формує попит на якісно нові підходи до управління ланцюгами вартості.

У контексті глобальної трансформації доцільним є створення державних програм підтримки локальних постачальників послуг, що можуть стати

конкурентоспроможною альтернативою зовнішнім ринкам. Також важливо розвивати транскордонну кооперацію між сусідніми країнами через угоди про цифрову інтеграцію, що забезпечуватимуть безперервність обслуговування на регіональному рівні. Крім того, необхідно стимулювати інвестиції в інфраструктуру цифрових сервісів, які дозволяють адаптуватися до багатолокального обслуговування і забезпечити гнучкість навіть в умовах зовнішніх потрясінь.

Поширення віддаленої роботи, гібридних моделей зайнятості та гіг-економіки радикально змінює структуру ринку праці та уявлення про робоче місце. Цей зсув посилюється розвитком цифрових технологій, які забезпечують ефективну взаємодію на відстані, а також змінами у пріоритетах працівників, які дедалі частіше прагнуть гнучкості, автономії та балансу між роботою і особистим життям [42]. У результаті зростає попит на короткострокові контракти, проєктну зайнятість і фриланс-платформи, такі як Upwork, Fiverr або українська Freelancehunt. Ці платформи дозволяють ефективно поєднувати замовників і виконавців, незважаючи на їхнє фізичне розташування, а також створюють простір для розвитку індивідуального підприємництва в цифровому середовищі.

Переосмислення трудових форматів не лише змінює характер зайнятості, а й вимагає трансформації управлінських стратегій. Компанії повинні адаптуватися до управління розподіленими командами, впроваджувати цифрові інструменти для моніторингу продуктивності та мотивації, а також формувати корпоративну культуру, здатну об'єднувати людей незалежно від їхньої локації. Прикладом таких змін є глобальні технологічні компанії, як Google або GitLab, які впровадили повністю дистанційні формати з чіткою структурою асинхронної роботи, прозорістю процесів і гнучкістю графіка. З іншого боку, стрімке зростання гіг-економіки створює нові виклики для державного регулювання, зокрема щодо соціальних гарантій, оподаткування та охорони праці для самозайнятих осіб. Це зумовлює необхідність оновлення трудового законодавства, яке традиційно було орієнтоване на стабільну форму зайнятості.

Враховуючи ці зміни, урядам потрібно формувати нормативно-правове середовище, яке враховуватиме гнучкі форми праці, забезпечуючи при цьому базові соціальні гарантії для фрилансерів та самозайнятих. Одночасно слід стимулювати бізнес до розвитку інфраструктури віддаленої роботи, підтримуючи інвестиції в хмарні технології, кібербезпеку та цифрову трансформацію HR-процесів. Не менш важливим є забезпечення рівного доступу до якісної освіти і перекваліфікації, що дозволить працівникам адаптуватися до нових реалій і підвищити свою конкурентоспроможність на глобальному ринку послуг.

Цифровізація та автоматизація поступово перетворюються на визначальні чинники трансформації світового ринку послуг, формуючи нову економічну та соціальну реальність. Упровадження ІТ-рішень, таких як штучний інтелект, хмарні обчислення, інтернет речей та роботизовані процеси, призводить до глибокої перебудови механізмів надання послуг. Від банківського сектора до охорони здоров'я цифрові технології забезпечують вищу продуктивність, скорочення витрат, швидкість реагування на потреби клієнтів та зменшення впливу людського чинника. Наприклад, фінансові установи дедалі ширше використовують автоматизовані системи для аналізу кредитоспроможності, виявлення шахрайства та обслуговування клієнтів через чат-боти [43]. У сфері охорони здоров'я телемедицина, заснована на хмарних платформах, стала доступною для мільйонів пацієнтів, особливо в умовах пандемії, що заклало основу для подальшого розширення цих сервісів [44, с. 11].

Водночас цифровізація радикально змінює структуру професій: одні спеціальності зникають, інші трансформуються, а нові виникають у відповідь на запит на цифрові компетенції. ІТ-фахівці, аналітики даних, оператори роботизованих систем і цифрові маркетологи стають затребуваними у всіх секторах економіки. Ці зміни вимагають постійного оновлення навичок, гнучкості та здатності адаптуватися до нових форматів роботи. Компанії, які першими впроваджують нові технології, здобувають конкурентну перевагу, демонструючи приклади стратегічного лідерства. Так, Amazon активно

автоматизує логістичні операції за допомогою роботів Kiva, а водночас розвиває AI-сервіси для клієнтів через Alexa та власні хмарні рішення [45]. У сфері обслуговування клієнтів платформи на базі штучного інтелекту дозволяють забезпечити цілодобову підтримку, персоналізований підхід та миттєве вирішення проблем. Усе це свідчить про те, що цифровізація вже сьогодні визначає конкурентоспроможність компаній і в майбутньому стане необхідною умовою їх виживання.

З огляду на ці тенденції, державна політика має зосереджуватися на підтримці цифрової трансформації малого та середнього бізнесу через доступ до грантів, пільгового фінансування та цифрової освіти. Варто також стимулювати розвиток публічно-приватного партнерства у впровадженні інноваційних технологій у сфері послуг, зокрема в охороні здоров'я, освіті та адміністративному обслуговуванні. Необхідно створити умови для безперервного професійного навчання, особливо в напрямках, пов'язаних з управлінням цифровими системами, обробкою даних та кібезпекою, щоб запобігти технологічному безробіттю та підвищити адаптивність працівників.

У контексті глобальних викликів, таких як зміна клімату, виснаження природних ресурсів та соціальна нерівність, сталий розвиток стає пріоритетом для світового ринку послуг. Інтеграція ESG-критеріїв (екологічних, соціальних та управлінських) у бізнес-моделі компаній-постачальників послуг дедалі частіше сприймається не як додатковий елемент, а як стратегічна необхідність. Сучасні споживачі очікують від компаній етичної поведінки, екологічної відповідальності та соціальної прозорості. Наприклад, у сфері фінансових послуг інвестори дедалі частіше надають перевагу компаніям, які відповідають принципам «зеленого фінансування», а банки впроваджують критерії ESG при оцінюванні кредитоспроможності клієнтів. У галузі туризму популяризуються еко-готелі, які впроваджують енергоефективні рішення та підтримують місцеві громади.

Крім екологічних аспектів, сталий розвиток охоплює й питання інклюзії, рівності та етичного управління. Наприклад, великі технологічні компанії, такі

як Microsoft, публічно звітують про свої ESG-показники, включаючи різноманітність у команді, гендерний баланс і вплив на довкілля. Такий підхід підвищує рівень довіри серед споживачів, партнерів і регуляторів. Також зростає значення циркулярної економіки, що передбачає повторне використання ресурсів, мінімізацію відходів і оптимізацію життєвого циклу послуг. Усе це створює додану вартість і забезпечує довгострокову стійкість компаній. Більше того, держави дедалі частіше запроваджують законодавчі ініціативи, які вимагають дотримання екологічних стандартів і розкриття інформації про вплив діяльності компаній на навколишнє середовище.

З метою посилення інтеграції принципів сталого розвитку доцільно створити державні стимули для компаній, які впроваджують ESG-практики, зокрема у вигляді податкових пільг або доступу до фінансових інструментів для сталого бізнесу. Варто також підтримувати розвиток національних і галузевих стандартів сталості, які узгоджуватимуться з міжнародними нормами та сприятимуть прозорості звітності. Крім того, необхідно інвестувати в освіту та підвищення обізнаності споживачів і підприємців щодо важливості сталого підходу до надання послуг, що стане основою довгострокової економічної і соціальної стабільності.

Таким чином, світовий ринок послуг зазнає значних змін під впливом глобальних трендів. Очікується повноцінне відновлення міжнародного туризму, що стимулюватиме розвиток суміжних галузей. Споживчий досвід трансформується, вимагаючи гнучких, персоналізованих та цифрових сервісів. Цифровізація, автоматизація та сталість стануть ключовими чинниками підвищення ефективності та відповідальності бізнесу. Загалом ринок послуг еволюціонуватиме в бік більш інноваційної, стійкої та децентралізованої моделі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідивши сутність світового ринку послуг, можна стверджувати, що цей сегмент економіки є динамічним і стратегічно важливим для глобального розвитку. Його характерними рисами є нематеріальність, персоніфікованість та висока залежність від взаємодії між суб'єктами ринку. Ринок послуг відрізняється від товарного ринку за структурою, механізмами функціонування та способами створення цінності. У сучасних умовах послуги формують значну частину ВВП багатьох країн і відіграють ключову роль у міжнародній торгівлі.

Дослідивши основні сегменти ринку послуг, можна зробити висновок, що він охоплює надзвичайно широкий спектр діяльності, кожна складова якого виконує унікальні функції. Послуги з переробки ресурсів, технічного обслуговування, транспорту, туризму, будівництва та фінансів створюють матеріальну основу сучасної інфраструктури. У свою чергу, інформаційні, інтелектуальні, культурні та державні послуги формують нематеріальний вимір соціально-економічного простору. Усі ці сегменти взаємопов'язані між собою та взаємодіють через ринкові механізми попиту і пропозиції.

Дослідивши фактори, що впливають на функціонування світового ринку послуг, можна стверджувати, що успішність цього сегмента економіки залежить від взаємодії глобальних, галузевих, національних і корпоративних елементів. На світовому рівні визначальними є процеси глобалізації, розвиток технологій, стабільність фінансових ринків та міжнародна співпраця. Галузевий рівень демонструє важливість професійної підготовки кадрів, інновацій та адаптації до циклічності ринку. У свою чергу, національні чинники формують базові умови для діяльності, такі як податкова політика, інфраструктура та інвестиційна привабливість. Від підприємств залежить реалізація практичних рішень, які дозволяють зберігати конкурентні переваги, забезпечувати якість послуг та будувати довіру споживачів. Розуміння цих факторів створює можливість для стратегічного планування, управління ризиками та підвищення ефективності ринку.

Проаналізувавши основні зміни світового ринку послуг під впливом пандемії, можна зробити висновок, що цей період виявив вразливість традиційних моделей надання послуг, але водночас стимулював інтенсивний розвиток нових форматів. Після короткочасного спаду в 2020 році ринок швидко відновився завдяки технологічній адаптації, що особливо проявилось у зростанні частки комерційних і персональних послуг. Частка сектору послуг у світовому ВВП коливалася, але залишалася стратегічно важливою складовою глобальної економіки. Суттєвих змін зазнала регіональна структура: зміцнення позицій Північної Америки і зростання ваги Східної Азії свідчать про перерозподіл економічного впливу. Зміни у типології послуг підтверджують перехід від матеріального обслуговування до інтелектуальних рішень, пов'язаних з ІТ, фінансами, освітою та охороною здоров'я. Експорт послуг, попри втрати у 2020 році, до 2024 року не лише відновився, а й досягнув рекордного обсягу, підтверджуючи глобальну тенденцію до інтернаціоналізації сервісів. Загалом пандемія стала поштовхом до глибокої структурної трансформації, унаслідок якої ринок послуг став більш цифровим і гнучким.

Проведена оцінка впливу COVID-19 на ринок послуг України підтвердила високий рівень чутливості галузі до зовнішніх кризових факторів. У 2020 році обсяг внутрішнього ринку збільшився незначно, але експорт і імпорт послуг зазнали суттєвого скорочення, зокрема через припинення транспортних сполучень, обмеження переміщень і зниження попиту. Частка послуг у загальній структурі зовнішньої торгівлі зменшилася, що свідчить про домінування товарного експорту та імпорту на тлі кризи. Незважаючи на часткове відновлення у 2021 році, структурні зміни залишилися: багато підприємств переорієнтувалися на нові ринки, а частина – зупинила діяльність. Частка України у світовому ринку послуг також не зростала істотно, вказуючи на слабку конкурентну позицію в глобальному контексті. Пандемія пришвидшила цифровізацію сервісів, однак не змогла компенсувати втрати у сфері логістики, туризму й обслуговування. Водночас внутрішній ринок продемонстрував певну стійкість завдяки адаптації окремих сегментів до нових умов.

Перспективи розвитку світового ринку послуг демонструють чітку тенденцію до інтеграції інноваційних технологій, сталого підходу до розвитку та переосмислення трудових форматів. Найсуттєвіші трансформації відбуваються під впливом цифровізації та автоматизації, які стають ключовими драйверами зміни структури послуг та джерел доданої вартості. Глобальна реорганізація ланцюгів вартості, спричинена геополітичними викликами, стимулює розвиток локалізованих сервісів та підвищення регіональної конкуренції. Сталий розвиток поступово перетворюється з добровільного тренду на обов'язковий критерій для бізнесу, формуючи нові запити клієнтів і вимоги до регуляції. Переосмислення форматів праці також трансформує ринок послуг, зокрема у сфері ІТ, консалтингу, освіти й туризму. Сукупність цих факторів свідчить про глибоку структурну трансформацію глобального ринку послуг.

Для забезпечення сталого відновлення та ефективної трансформації світового ринку послуг доцільно зосередити увагу на підтримці цифрових інновацій і розвитку людського капіталу. Важливо стимулювати інтеграцію ESG-принципів у діяльність компаній, що сприятиме підвищенню довіри з боку споживачів та інвесторів. Держави й міжнародні організації повинні активізувати співпрацю у сфері регулювання та стандартизації послуг для забезпечення їх якості та доступності. Крім того, адаптація освітніх програм до нових вимог ринку дозволить сформувати компетентну робочу силу для підтримки динамічних змін у сфері послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федотова Т. А. Еволюція категорії ринку праці в економічній думці. *Держава та регіони*. 2023. № 4. С. 21-27.
2. Кібік О. М., Корнілова О. В. Ринкова інфраструктура. Ринок юридичних послуг: навч.-метод. посібн. Нац. ун-т «Одес. юрид. академія». Одеса : Фенікс, 2023. 100 с.
3. Савченко Т. В., Родіна О. В. Еволюція поняття «ринок» у контексті розширення його функцій. *Підприємництво та інновації*. 2022. № 24. С. 102-107.
4. Пилипенко Г. М. Фірми, ринкові структури та стратегії у світовій економіці. навч. посіб. Нац. техн. ун-т. «Дніпровська політехніка». Дніпро : НТУ «ДП», 2023. 104 с.
5. Sudirjo F. Marketing strategy in improving product competitiveness in the global market. *Journal of Contemporary Administration and Management*. 2023. № 2. P. 63-69.
6. Камінська Т. М. Економічна теорія сфери послуг: конспект лекцій. Харків: Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого, 2019. 67 с.
7. Дикань О. В., Глушенко Т. М., Гараєв М. В. Інфраструктура ринкової економіки: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 49 с.
8. Бакаєв Л. О., Соколова Е. О. Ринок фінансових послуг. Навчальний посібник. К.: ДЕТУТ, 2014. 384 с.
9. Cronin J., Nagel D.M. Guest editorial: Critiques and conflicts in service research: suggestions for redefining the marketing of goods and services as a business discipline. *Journal of Services Marketing*. 2024. №1. P. 1-12.
10. Spicker P. The effect of treating public services as commodities. *Public Money & Management*. 2024. № 44. P. 281-288.
11. Фроленкова Н. А. Менеджмент на ринку товарів і послуг: особливості ринкових процесів та сучасна інфраструктура. *Вісник НУВГП*. 2021. № 4. С. 366-376.

12. Смесова В. Л. Кон'юнктурний аналіз сучасного світового ринку товарів та послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022. № 1. С. 62-76.
13. Чепеленко А. Маркетингові стратегії на світовому ринку товарів та послуг. *Товари і ринки*. 2023. № 4. С. 4-13.
14. Дернова І. Світовий ринок послуг: сучасний стан та тенденції розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-45> (дата звернення: 13.04.2025).
15. International trade in services – Overview. URL: <https://ec.europa.eu> (дата звернення: 13.04.2025).
16. Бестужева С. В. Міжнародна економічна діяльність України: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 268 с.
17. Захарченко В. І. Особливості стратегічного управління на промислових підприємствах з надання ремонтних послуг. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. 2015. № 60. С. 137-140.
18. Чугуєв Ю. О. Детермінанти розвитку ринку транспортно-логістичних послуг: глобальні виклики. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2024. № 87. С. 153-160.
19. Кравчук В. В. Менеджмент якості послуг у туристичній індустрії. *Економіка і управління*. 2023. № 4. С. 26-32.
20. Климук Н. Я., Кравець Н. О. Особливості надання страхових послуг в умовах військового стану. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2024. № 3. С. 89-92.
21. Кльоба Л. Г., Кошлатий В. А. Теоретична суть маркетингу фінансових послуг. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 16. С. 205-209.
22. Водорезова С. Р. Ринок інформаційних послуг: поняття, ознаки й особливості правового регулювання. *Юридичний бюлетень*. 2020. № 16. С. 142-149.
23. Мальцев Д. Оцінка рівня задоволеності споживачів рекреаційних послуг в індустрії розваг та відпочинку. *Теорія і методика фізичного виховання і спорту*. 2022. № 2. С. 49-53.

24. Носач Л. Л., Моргун В. С. Розвиток світового ринку послуг в умовах турбулентності та змін. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2020. №18(2). С. 30-34.

25. Федорова Н. Є., Огородник Р. П., Зюбанов Г. В. Україна на світовому ринку послуг: місце та перспективи розвитку. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. № 3(1). С. 26-34.

26. Короленко Н., Крекова О. Перспективи розвитку світового ринку послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2016. № 7. С. 44-55.

27. Смесова В. Л. Кон'юнктурний аналіз сучасного світового ринку товарів та послуг. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2022. № 1. С. 62-76.

28. Рибчук А. В., Заблоцька Р. О. Тенденції та проблеми функціонування світового ринку комерційних послуг. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2018. № 9. С. 86-89.

29. Старостіна А. О., Проценко І. В. Основні фактори трансформації міжнародного ринку послуг на сучасному етапі розвитку світового господарства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2013 № 12. С. 99-103.

30. Шуба О. А., Сагура М. В. Сучасні тенденції світового ринку послуг інформаційних технологій. *Бізнес Інформ*. 2024. № 10. С. 55-63.

31. Services, value added (current US\$). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TOTL.CD> (дата звернення: 23.04.2025).

32. Services, value added (% of GDP). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TOTL.ZS> (дата звернення: 23.04.2025).

33. Services Global Market Report 2025. URL: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/services-global-market-report> (дата звернення: 23.04.2025).

34. Service exports (BoP, current US\$). URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.GSR.NFSV.CD> (дата звернення: 23.04.2025).

35. Services, value added (current US\$) – Ukraine. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TOTL.CD?locations=UA> (дата звернення: 23.04.2025).

36. Державна служба статистики України. Зовнішньоекономічна діяльність. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm (дата звернення: 23.04.2025).

37. The New Check-in Experience. 2022. URL: <https://hospitalitytech.com/new-check-experience> (дата звернення: 13.05.2025).

38. Wang W., Wang H., Sun D. Carbon emission reduction or biodiversity conservation? Insights gained from interregional hydropower transmission *Resources, Conservation and Recycling*. 2025. № 212. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344924006050> (дата звернення: 13.05.2025).

39. Brand Reputation and Customer Experience Insights. 2024. URL: <https://bytescare.com/blog/brand-reputation-and-customer-experience> (дата звернення: 13.05.2025).

40. Zahoor N., Wu J., Khan H., Khan Z. De-globalization, International Trade Protectionism, and the Reconfigurations of Global Value Chains. *Management International Review*. 2023. № 63. P. 823-859.

41. Siemens Logistics Sustainability Report. 2024. URL: <https://www.vanderlande.com/news-insights/siemens-logistics-sustainability-report-2024/> (дата звернення: 13.05.2025).

42. Workers crave autonomy and flexibility. Here are ways to achieve that balance. 2023. URL: <https://www.apa.org/topics/healthy-workplaces/work-life-harmony> (дата звернення: 13.05.2025).

43. Revolutionizing financial services with artificial intelligence. 2025. URL: <https://www.crif.com/knowledge-events/resources/revolutionizing-financial-services-ai-benefits-challenges/> (дата звернення: 13.05.2025).

44. Omboni S., Padwal R. The worldwide impact of telemedicine during COVID-19. *Connect Health*. 2022. № 4. P. 7-35.

45. Amazon has more than 750,000 robots that sort, lift, and carry packages—see them in action. 2025. URL: <https://www.aboutamazon.com/news/operations/amazon-robotics-robots-fulfillment-center> (дата звернення: 13.05.2025).