

DOI : 10.33274/2079-4819-2021-74-1-72-81

JEL F10, L83

УДК 338.48

Горіна Г. О.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

Бочарова Ю. Г.,
д-р екон. наук, доцент
Крижимінська Є. Г.,
асистент

e-mail: eugenyakri0607@gmail.com

АНАЛІЗ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ З ТУРИЗМОМ ТА ПОДОРОЖАМИ В КРАЇНАХ ЄС

UDC 338.48

Gorina G. O.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor
Bocharova Yu. H.,
Grand PhD
in Economic Sciences,
Associate Professor
Kryzhyminska Y. H.,
Assistant Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk
National University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua
e-mail: bocharova@donnuet.edu.ua

e-mail: eugenyakri0607@gmail.com

ANALYSIS OF FOREIGN TRADE IN SERVICES RELATED TO TOURISM AND TRAVEL IN THE EU

***Мета.** Метою статті є виокремлення ключових трендів розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС.*

***Методи.** З метою досягнення поставлених завдань та мети у роботі використовувалися такі методи дослідження: системний і комплексний аналіз, розрахунково-аналітичні (для визначення ключових тенденцій розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС), графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу).*

***Результати.** Висвітлено основні засади політики ЄС у сфері туризму, що спрямована на збереження позиції Європи в якості провідного туристичного напрямку з максимальним збільшенням внеску галузі в зростання і зайнятість, а також просування співпраці між країнами ЄС, зокрема шляхом обміну передовим досвідом. Проведений аналіз зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами у 2016–2018 рр. в країнах ЄС, за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку, Світової організації торгівлі, Світової туристичної організації, дозволив виявити ключові тренди, а саме: 1) ключовими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС є Іспанія, Франція, Велика Британія, Італія та Німеччина; 2) найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Португалії, Фінляндії, Словенії та Польщі; 3) лідерами серед країн-імпортерів послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за*

© Г. О. Горіна, Ю. Г. Бочарова, Є. Г. Крижимінська, 2021

країнами ЄС є Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія та Іспанія; 4) найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Хорватії, Болгарії, Іспанії та Кіпрі; 5) країнами ЄС, які домінують за зовнішньоторговельним обігом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, є Німеччина, Велика Британія, Франція, Іспанія, Італія; 6) найбільше позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС зафіксовано в Іспанії, Італії, Франції, Португалії та Австрії; 7) найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС було зафіксовано у Швеції, Нідерландах, Бельгії, Об'єднаному Королівстві та Німеччині.

Ключові слова: зовнішня торгівля послугами, туристичні послуги, туризм, сфера послуг, туристична галузь, експорт послуг, імпорт послуг, зовнішньоторговельний оборот послуг, сальдо зовнішньої торгівлі послугами.

Постановка проблеми. Володіючи багатогою культурною спадщиною і різноманітністю і включаючи в себе одні з найпопулярніших туристичних дестинацій та основних ринків збуту в світі, Європа продовжує залишатися найбільш відвідуваним регіоном, приймаючи половину міжнародних туристичних прибуттів у світі. У межах Європи 28 країн Європейського Союзу (ЄС) становлять основну частину міжнародних прибуттів у регіон, близько 81 % від загального числа у Європі і 40 % від світового показника. У країнах ЄС внесок туризму до ВВП дорівнює 10 %, туристична галузь створює робочі місця для 26 мільйонів осіб — завдяки своєму прямому, непрямому та індукованому впливу на економіку. Окрім створення робочих місць, туризм допомагає розвивати зв'язки між суспільствами. Туризм є одним із секторів європейської економіки, що найбільш швидко зростає, демонструючи свою стійкість і гнучкість [1].

Ключовим індикатором сталого розвитку туризму є зовнішня торгівля туристичними послугами, її обіг та сальдо. У свою чергу позитивне сальдо торговельного балансу туристичними послугами свідчить, що туристична галузь є джерелом надходжень до ВВП країн, поповнення бюджетів усіх рівнів та пришвидшує інтенсифікацію відтворювального процесу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Взаємозв'язок туризму з широким спектром економічної діяльності обумовлює зростання уваги до оцінки його економічних результатів. Аналіз даних щодо зовнішньої торгівлі туристичними послугами дозволяє оцінити розвиток

економічних, політичних та дипломатичних взаємовідносин між країнами світу. Питання дослідження міжнародної торгівлі туристичними послугами знайшли своє відображення у ряді праць як вітчизняних, так і закордонних науковців. Так, О. Б. Білоцерківський [2] аналізує динаміку послуг, пов'язаних з подорожами, пропонує авторегресійні моделі експорту та імпорту торгівлі подорожами і здійснює точкові прогнози для експорту та імпорту міжнародної торгівлі подорожами. О. О. Скарга [3] досліджує інструменти протекціонізму та рівні лібералізації міжнародної торгівлі туристичними послугами. С. Е. Сардак [4] оцінює динаміку показників міжнародного туризму та визначає основні світові інновації в туристичній галузі. К. Дженсен та Цзе Чжан [5] розглядають питання, чи надає лібералізація послуг позитивний або негативний вплив на доходи від міжнародного туризму в країнах призначення. В. Чайсумпунсакул, П. Фольфірул [6] оцінюють взаємозв'язок між міжнародною торгівлею та міжнародним туристичним попитом. Н. К. Лейтао [7] висвітлює зв'язок між внутрішньогалузевою торгівлею та потоками міжнародного туризму. Разом з тим наявні наукові дослідження переважно оминають питання аналізу зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами саме за країнами ЄС. Вивчення сучасних напрямів та особливостей зовнішньої торгівлі туристичними послугами в країнах ЄС є актуальним у світлі запровадження в Україні умов для посилення економічних і торговельних відносин, які вестимуть до поступової інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС, у тому числі

завдяки створенню поглибленої і всеохоплюючої зони вільної торгівлі [8]. Все це обумовлює своєчасність теми обраного дослідження та поставленого наукового завдання.

Мета статті — виокремлення ключових трендів розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політика ЄС у сфері туризму спрямована на збереження позиції Європи в якості провідного туристичного напрямку з максимальним збільшенням внеску галузі в зростання і зайнятість, а також просування співпраці між країнами ЄС, зокрема шляхом обміну передовим досвідом. Компетенція ЄС у сфері туризму — це підтримка і координація дій у сфері туризму у доповнення до дій країн-членів ЄС [9].

У червні 2010 р. Європейська Комісія оприлюднила повідомлення до Європейського Парламенту, Ради, Європейського економічного та соціального комітету та Комітету регіонів під назвою «Європа — світовий туристичний напрямок № 1 — нова політична база для туризму в Європі» [10]. У цьому повідомленні було викладено нову стратегію та план дій щодо туризму в ЄС, а також визначено чотири пріоритети для дії: стимулювати конкурентоспроможність у європейському туристичному секторі; сприяти розвитку стійкого, відповідального та якісного туризму; закріпити імідж Європи як сукупності стійких, якісних дестинацій; максимізувати потенціал фінансової політики ЄС щодо розвитку туризму.

Був розроблений регулярно оновлюваний план реалізації, в якому викладено основні ініціативи, які мають бути реалізовані в рамках стратегії у співпраці з державними органами, туристичними асоціаціями та іншими зацікавленими сторонами у сфері державного і приватного туризму.

На сьогоднішній день Комісія успішно виконала більшість дій, викладених в Повідомленні, зосередивши увагу на таких пріоритетах [9]: зростання попиту на туризм як всередині ЄС, так і за його межами; поліпшення асортименту пропонованих туристичних продуктів і послуг; підвищення якості

туризму, стійкості, доступності, навичок і використання ІКТ; зміцнення бази соціально-економічних знань в галузі; просування Європи як унікального туристичного напрямку; включення туризму в інші політики ЄС.

У грудні 2013 р. Європейська Комісія започаткувала дві громадські консультації, щоб отримати думку туристичного сектору щодо «Європейського туризму майбутнього» та «Нормативно-адміністративної бази щодо туризму в ЄС».

Метою першої Консультації було визначити ключові виклики і можливості європейської туристичної індустрії та допомогти переглянути план дій для туристичного сектору, прийнятий Європейською Комісією у 2010 р. у повідомленні «Європа — світовий туристичний напрямок № 1 — нова політична база для туризму в Європі». У другій Консультації зацікавленими сторонами було визначено політичні ініціативи чи адміністративні практики, які накладають тягар на туристичний бізнес, а також приклади належних практик, які позитивно впливають на галузь.

Для ефективного прийняття рішень, що визначають політику в сфері туризму, вкрай важливо мати у своєму розпорядженні широкий спектр надійної статистичної інформації. Тільки за наявності достатніх та адекватних даних можна проводити різні види аналізу сфери туризму. Ключовим індикатором оцінки розвитку міжнародних аспектів туризму є аналіз зовнішньої торгівлі туристичними послугами, її обороту та сальдо.

Понятійно-категоріальний апарат зовнішньої торгівлі послугами в цілому та туристичними послугами зокрема надано у Методологічних положеннях зі статистики зовнішньої торгівлі послугами [11]. Так, послуги з подорожей «охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або подальшого передання третій особі. Сюди відносяться послуги з проживання, витрати на продукти харчування та напої, витрати на транспортне обслуговування на території країни відвідування (споживання яких здійснюється на території країни-виробника). Також включаються витрати на подарунки, сувеніри та будь-які інші

предмети, придбані для особистого користування приїжджими, які можуть бути вивезені з відвідуваної країни. Включаються куплені нерезидентом або надані нерезиденту під час подорожі товари і послуги для власного користування або подарунки, які за інших обставин можна було б віднести до інших груп, такі як поштові послуги, телекомунікаційні послуги та транспорт. Сюди також включаються транспортні послуги, надані в межах країни відвідування, коли такі послуги надаються транспортними компаніями-резидентами такої країни, за винятком міжнародних пасажирських перевезень» [11]. Тоді як, «туристичні послуги охоплюють товари і послуги, придбані особами, що виїжджають за кордон, у цілях, відмінних від ділових, наприклад, для проведення відпустки, участі в розважальних і культурних заходах, відвідування друзів і родичів, паломництва, а також для навчання і проходження курсу лікування» [11].

За даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)) [12] та Світової організації торгівлі (World trade organization (WTO)) [13], найбільшими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС у 2016–2018 р. були Іспанія (60462,25 млн дол. США; 67943,63 млн дол. США; 72857,56 млн дол. США відповідно), Франція (54495,67 млн дол. США; 60529,81 млн дол. США; 65782,1 млн дол. США відповідно), Велика Британія (47906,25 млн дол. США; 51210,87 млн дол. США; 54181,56 млн дол. США відповідно), Італія (40218,79 млн дол. США; 44123,18 млн дол. США; 48410,2 млн дол. США відповідно) та Німеччина (37429,96 млн дол. США; 39724,03 млн дол. США; 42617,99 млн дол. США відповідно) (табл. 1).

Зазначені країни-лідери експортери послуг, пов'язаних з туризмом та подорожа-

Таблиця 1

Динаміка обсягів експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн. дол. США, 2016–2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [12; 13])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Австрія	19248,15	20410,25	23215,09	3966,94	20,61
Бельгія	11554,86	12453,27	13404,22	1849,36	16,01
Болгарія	3633,63	4045,01	4416,03	782,4	21,53
Хорватія	9512,05	10641,9	11530,21	2018,16	21,22
Кіпр	2754,32	3120,36	3278,72	524,4	19,04
Чеська республіка	6308,66	6931,99	7414,07	1105,41	17,52
Данія	7495,06	7959,87	8266,53	771,47	10,29
Естонія	1533,79	1626,22	1768,77	234,98	15,32
Фінляндія	2645,92	3381,8	3591,01	945,09	35,72
Франція	54495,67	60529,81	65782,1	11286,43	20,71
Німеччина	37429,96	39724,03	42617,99	5188,03	13,86
Греція	14608,72	16486,53	18403,67	3794,95	25,98
Угорщина	5664,2	6173,92	6827,58	1163,38	20,54
Ірландія	5182,32	5601,77	6105,05	922,73	17,81
Італія	40218,79	44123,18	48410,2	8191,41	20,37
Латвія	898,2	944,34	1050,29	152,09	16,93
Литва	1210,06	1317,79	1412,46	202,4	16,73
Люксембург	4246,52	4540,24	4957,43	710,91	16,74
Мальта	1445,19	1721,89	1819,27	374,08	25,88
Нідерланди	14924,09	16601,69	18525,55	3601,46	24,13
Польща	10961,28	12693,73	13955,78	2994,5	27,32
Португалія	14027,11	17075,78	19311,44	5284,33	37,67

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Румунія	1734,13	2522,34	2752,25	1018,12	58,71
Словацька Республіка	2746,35	2916,17	3173,53	427,18	15,55
Словенія	2422,92	2743,08	3168,66	745,74	30,78
Іспанія	60462,25	67943,63	72857,56	12395,31	20,50
Швеція	12746,64	14143,17	14926,98	2180,34	17,11
Об'єднане Королівство	47906,25	51210,87	54181,56	6275,31	13,10
ЄС	398017,1	439584,6	477124	79106,91	19,88

ми, серед країн ЄС також входять до Топ-10 найпопулярніших та найвідвідуваніших дестинацій у світі. Так, у 2018 р. на Францію припадало 89,400 тис. відвідувачів (1 місце світового рейтингу), на Іспанію — 82,773 тис. відвідувачів (2 місце світового рейтингу), на Італію — 62,146 тис. відвідувачів (5 місце світового рейтингу), на Німеччину — 38,881 тис. відвідувачів (8 місце світового рейтингу), на Велику Британію — 36,316 тис. відвідувачів (10 місце світового рейтингу) [14].

У рейтингу країн світу за надходженнями від міжнародного туризму визначені країни також посідають позиції лідеру чарту, а саме: Іспанія — 2 місце рейтингу (73,765 млн дол. США), Франція — 3 місце рейтингу (67,370 млн дол. США), Велика Британія — 5 місце рейтингу (51,882 млн дол. США), Італія — 6 місце рейтингу (49,262 млн дол. США), Німеччина — 8 місце рейтингу (42,977 млн дол. США) [14].

Найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС за аналізований період (2016–2018 рр.) відбувся у Румунії (+58,71, що становило 1018,12 млн дол. США), Португалії

(+37,67 % — 5284,33 млн дол. США), Фінляндії (+35,72 % — 945,09 млн дол. США), Словенії (+30,78 % — 745,74 млн дол. США) та Польщі (+27,32 % — 2994,5 млн дол. США). Загалом по ЄС приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до інших країн світу, склав 19,88 %, що дорівнює 79106,91 млн дол. США.

Досліджуючи динаміку обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС, доцільно дійти висновку про наявність таких лідерів серед країн-імпортерів зазначених видів послуг у 2016–2018 рр., а саме: Німеччина (79735,84 млн дол. США; 88842,95 млн дол. США; 93035,63 млн дол. США відповідно), Велика Британія (73179,2 млн дол. США; 71428,3 млн дол. США; 76582,17 млн дол. США відповідно), Франція (40244,01 млн дол. США; 41325,34 млн дол. США; 47272,17 млн дол. США відповідно), Італія (24939,52 млн дол. США; 27673,51 млн дол. США; 29879,75 млн дол. США відповідно) та Іспанія (19289,07 млн дол. США; 22233,56 млн дол. США; 25628,28 млн дол. США відповідно) (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка обсягів імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн дол. США, 2016–2018 рр. (складено та розраховано автором за даними [12; 13])

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Австрія	9734,14	10653,63	11821,57	2087,43	21,44
Бельгія	19401,9	20645,77	22313,44	2911,54	15,01
Болгарія	1356,86	1684,14	1857,39	500,53	36,89
Хорватія	943,16	1354,18	1646,78	703,62	74,60
Кіпр	1095,09	1315,08	1428,25	333,16	30,42
Чеська республіка	4919,01	5428,31	5931,78	1012,77	20,59

Країна	2016	2017	2018	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Данія	9175,83	9760,46	10515,12	1339,29	14,60
Естонія	1161,35	1246,12	1473,91	312,56	26,91
Фінляндія	5191,17	5571,35	6034,38	843,21	16,24
Франція	40244,01	41325,34	47272,17	7028,16	17,46
Німеччина	79735,84	88842,95	93035,63	13299,79	16,68
Греція	10277,59	11329,99	12784,6	2507,01	24,39
Угорщина	2161,76	2449,34	2617,12	455,36	21,06
Ірландія	6219,89	6551,74	7393,23	1173,34	18,86
Італія	24939,52	27673,51	29879,75	4940,23	19,81
Латвія	694,66	720,08	770,18	75,52	10,87
Литва	1012,28	1108,86	1189,66	177,38	17,52
Люксембург	2856,08	2981,75	3186,44	330,36	11,57
Мальта	407,84	466,53	511,52	103,68	25,42
Нідерланди	19893,48	21473,36	22434,17	2540,69	12,77
Польща	7966,96	8801,61	9685,02	1718,06	21,56
Португалія	4258,68	4837,74	5530,66	1271,98	29,87
Румунія	2134,7	3468,46	4281,59	2146,89	100,57
Словацька Республіка	2237,3	2394,87	2606,21	368,91	16,49
Словенія	944,54	994,03	1163,7	219,16	23,20
Іспанія	19289,07	22233,56	25628,28	6339,21	32,86
Швеція	14886,71	17023,94	18002,2	3115,49	20,93
Об'єднане Королівство	73179,2	71428,3	76582,17	3402,97	4,65
ЄС	366318,6	393765	427576,9	61258,3	16,72

Найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС за аналізований період (2016–2018 рр.) відбувся у Румунії (+100,57 %, що становило 2146,89 млн дол. США), Хорватії (+74,60 % — 703,62 млн дол. США), Болгарії (+36,89 % — 500,53 млн дол. США), Іспанії (+32,86 % — 6339,21 млн дол. США) та Кіпрі (+30,42 % — 333,16 млн дол. США). Загалом по ЄС приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами до інших країн світу склав, 16,72 %, що дорівнює 61258,3 млн дол. США.

Досліджуючи зовнішньоторговельний оборот послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС, який відбиває обсяги міжнародного обміну відповідними послугами, доцільно виокремити країни, які домінують у цьому напрямку, а саме: Німеччина — 117165,8 млн дол. США у 2016 р., 128566,98 млн дол. США у 2017 р.,

135653,62 млн дол. США у 2018 р., Велика Британія — 121085,45 млн дол. США, 122639,17 млн дол. США, 130763,73 млн дол. США відповідно, Франція — 94739,68 млн дол. США, 101855,15 млн дол. США, 113054,27 млн дол. США відповідно, Іспанія — 79751,32 млн дол. США у, 90177,19 млн дол. США, 98485,84 млн дол. США відповідно, Італія — 65158,31 млн дол. США, 71796,69 млн дол. США, 78289,95 млн дол. США відповідно (рис. 1).

Найменші обсяги зовнішньоторговельного обороту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС за досліджуваний період було зафіксовано у Словенії, Естонії, Литві, Мальті та Латвії.

Ключовим показником зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, є сальдо зовнішньої торгівлі відповідними послугами — різниця між фінансовими надходженнями (як оплата за

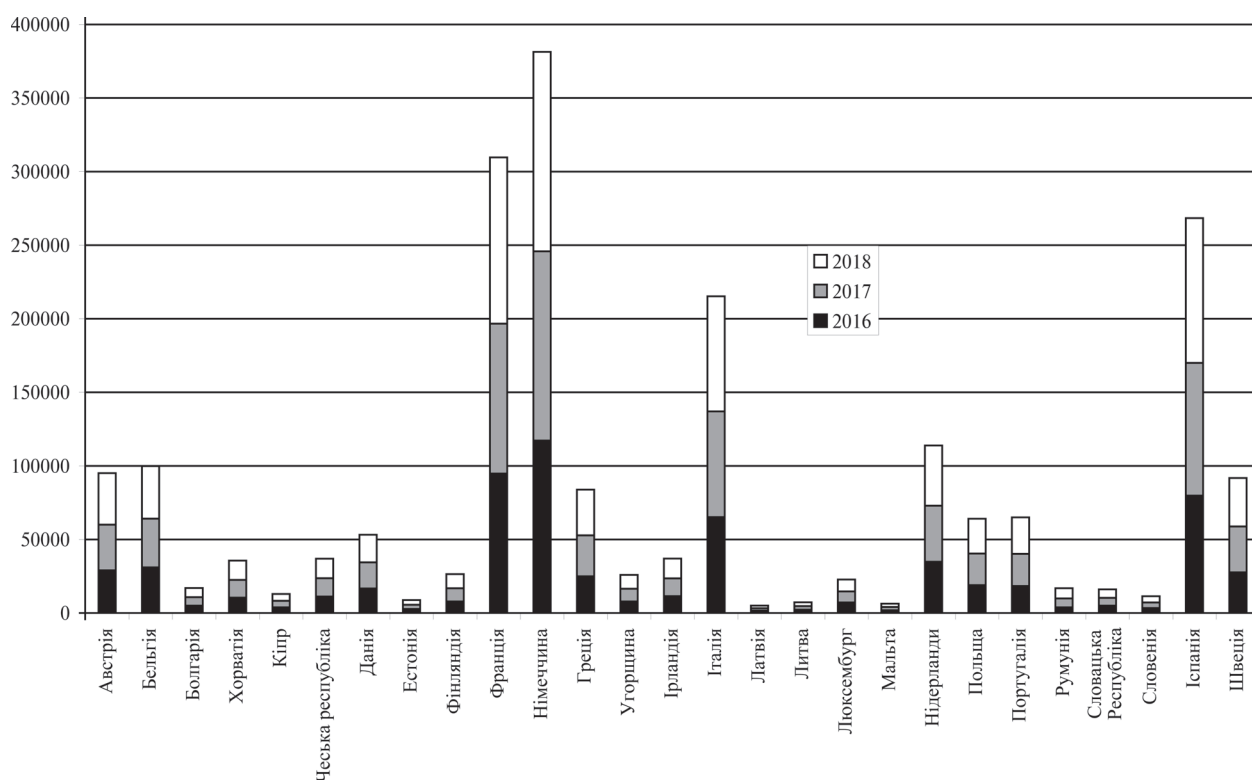


Рис. 1. Зовнішньоторговельний оборот послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн дол. США, 2016–2018 рр. (складено автором за даними [12; 13])

надані туристичні послуги українськими виробниками) й витратами (як оплата за отримані українськими споживачами від закордонних виробників туристичних послуг) за певний проміжок часу. Перевищення обсягу надходжень фінансів свідчить про позитивне сальдо, перевищення обсягу витрат — про негативне [11].

2016–2018 рр. відзначились для ЄС позитивним сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, а отже, перевищенням експорту над імпортом і досягло 31698,47 млн дол. США, 45819,63 млн дол. США, 49547,08 млн дол. США відповідно. За розподілом країн у п'ятірку держав-лідерів увійшли Іспанія, Італія, Франція, Португалія та Австрія, позитивне сальдо яких у 2018 р. склало 47229,28 млн дол. США, 18530,45 млн дол. США, 18509,93 млн дол. США, 13780,78 млн дол. США та 11393,52 млн дол. США відповідно (рис. 2).

Найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами, у 2016–2018 рр. було зафіксовано у Швеції, Нідерландах, Бельгії,

Об'єднаному Королівстві та Німеччині, що свідчить про перевищення імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, над експортом, отже країни більше купують відповідні послуги, ніж продають.

Обсяги зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами тісно пов'язані з туристичними потоками, адже вартість послуг з подорожей «складається з вартості видів послуг, наданих юридичною особою тим, хто в'їжджає/виїжджає з країни відвідування, і вартості товарів та послуг, придбаних ними в цій країні для особистого використання, за умови, що термін їх перебування у відвідуваній ними країні не перевищує одного року» [11]. Отже, наступним кроком аналізу стратегічних імперативів стійкого розвитку туризму в країнах ЄС є аналіз динаміки міжнародних туристичних та рекреаційних потоків до країн ЄС.

Висновки. З'ясовано, що пріоритетними завданнями політики ЄС у сфері розбудови туризму є: зростання попиту на туризм як всередині ЄС, так і за його межами; поліпшення асортименту пропонованих туристичних про-

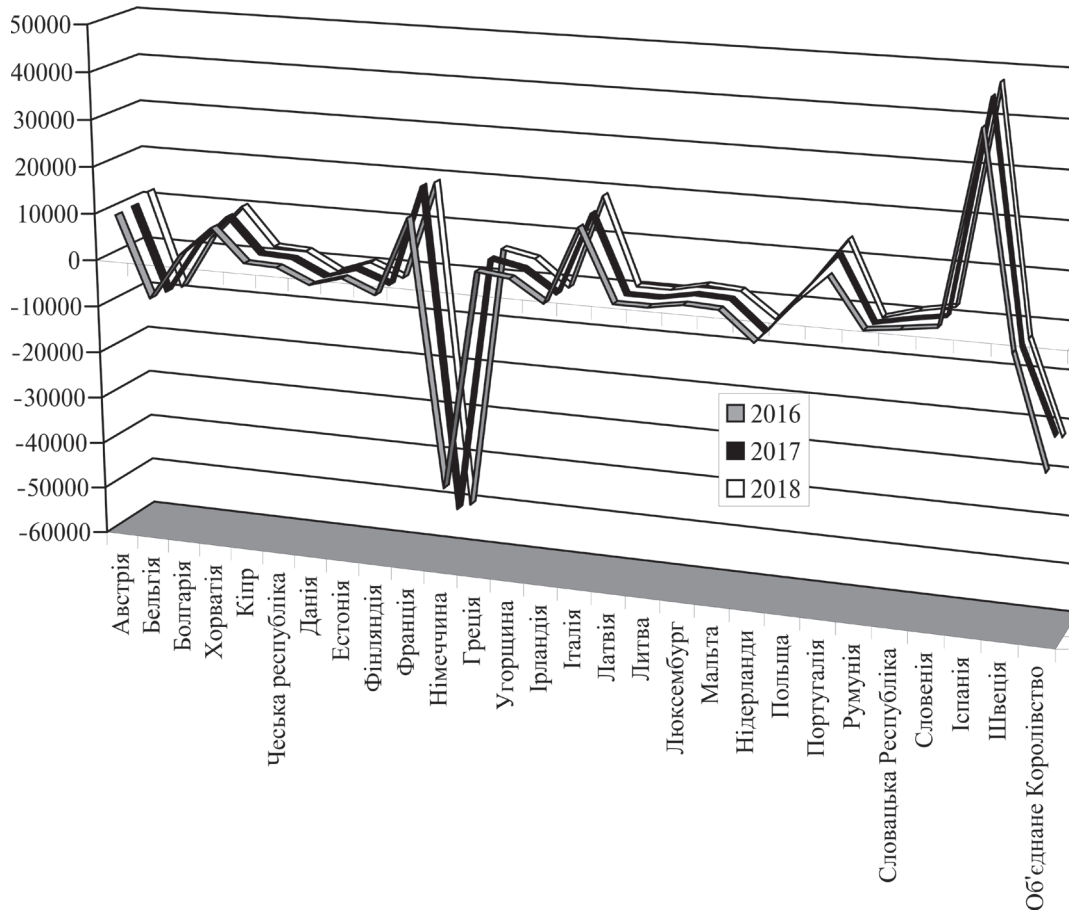


Рис. 2. Сальдо зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами за країнами ЄС (торговельний партнер — усі країни світу), млн дол. США, 2016–2018 рр. (складено автором за даними [12; 13])

дуктів і послуг; підвищення якості туризму, стійкості, доступності, навичок і використання ІКТ; зміцнення бази соціально-економічних знань в галузі; просування Європи як унікального туристичного напрямку; включення туризму в інші політики ЄС. У зв'язку з тим, що компетенція ЄС у сфері туризму — це підтримка і координація дій у сфері туризму у доповнення до дій країн-членів ЄС, більш змістовною та інформативною є діагностика зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС, за окремими країнами, ніж по ЄС в цілому. Так, проведений аналіз дозволив виявити основні особливості, а саме: 1) ключовими експортерами послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС є Іспанія, Франція, Велика Британія, Італія та Німеччина; 2) найбільший приріст обсягу експорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Португалії, Фінляндії, Словенії та Польщі; 3) лідерами серед країн-імпортерів

послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС є Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія та Іспанія; 4) найбільший приріст обсягу імпорту послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, за країнами ЄС відбувся у Румунії, Хорватії, Болгарії, Іспанії та Кіпрі; 5) країнами ЄС, які домінують за зовнішньоторговельним оборотом послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, є Німеччина, Велика Британія, Франція, Іспанія, Італія; 6) найбільше позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС зафіксовано в Іспанії, Італії, Франції, Португалії та Австрії; 7) найбільше негативне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з туризмом та подорожами, серед країн ЄС було зафіксовано у Швеції, Нідерландах, Бельгії, Об'єднаному Королівстві та Німеччині.

Перспективою подальших досліджень є аналіз соціально-економічних індикаторів розвитку туризму у країнах ЄС.

Список літератури

1. World Tourism Organization (2018). European Union Tourism Trends, UNWTO, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284419470>. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>.
2. Білоцерківський О. Б. Туристичні послуги як важливий аспект міжнародної торгівлі. *Інтелект XXI*. 2018. № 2. С. 12–15.
3. Скарга О. О. Транснаціоналізація ринку туристичних послуг на етапі глобалізації: концептуально-організаційний аспект. *Проблеми економіки*. 2020. № 2 (44). С. 63–70.
4. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., Samoilenko, A. (2016). Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*, no. 3 (12), pp. 45–50.
5. Jensen, C., Zhang J. (2013). Trade in tourism services: Explaining tourism trade and the impact of the general agreement on trade in services on the gains from trade. *The Journal of International Trade & Economic Development*, vol. 22, issue 3, pp. 398–429, DOI : 10.1080/09638199.2011.574723.
6. Chaisumpunsakul, W., Pholphirul, P. (2018). Does international trade promote international tourism demand? Evidence from Thailand's trading partners. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, vol. 39, issue 3, pp. 393–400, DOI: 10.1016/j.kjss.2017.06.007.
7. Leitão, N. C. (2011). Intra-Industry Trade in Tourism Services. *Theoretical and Applied Economics*, vol. XVIII, no. 6 (559), pp. 55–62.
8. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, від 27.06.2014. *Відомості Верховної Ради*, 2014, № 40, ст. 2021. URL : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011.
9. European Commission (2010). Overview of EU Tourism Policy. Available at : https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en.
10. European Commission (2010). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “Europe, the world’s No 1 tourist destination — a new political framework for tourism in Europe”. Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>.
11. Методологічні положення зі статистики зовнішньої торгівлі послугами. Київ: Державна служба статистики України, 2014. 55 с. URL : http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/menu_/2_zed.htm.
12. United Nations Conference on Trade and Development. Available at : <https://unctad.org>.
13. World trade organization. Available at : <https://www.wto.org>.
14. World Tourism Organization (2019). International Tourism Highlights. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.

References

1. World Tourism Organization (2018). European Union Tourism Trends, UNWTO, Madrid, DOI : <https://doi.org/10.18111/9789284419470>. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419470>.
2. Bilotserkivskiy, O. B. (2018). *Turystychni posluhy yak vazhlyvyi aspekt mizhnarodnoi torhivli* [Tourist services as an important aspect of international trade]. *Intellect XXI* [Intellect of XXI], no. 2, pp. 12–15.
3. Skarha, O. O. (2020). *Transnatsionalizatsiia rynku turystychnykh posluh na etapi hlobalizatsii: kontseptualno-orhanizatsiinyi aspekt* [Transnationalisation of the travel services market at the globalization stage: conceptual and organizational aspects]. *Problemy ekonomiky* [Problems of the economy], no. 2 (44), pp. 63–70.
4. Sardak, S., Dzhyndzhoian, V., Samoilenko, A. (2016). Global innovations in tourism. *Innovative Marketing*, no. 3 (12), pp. 45–50.
5. Jensen, C., Zhang J. (2013). Trade in tourism services: Explaining tourism trade and the impact of the general agreement on trade in services on the gains from trade. *The Journal of International Trade & Economic Development*, vol. 22, issue 3, pp. 398–429, DOI : 10.1080/09638199.2011.574723.
6. Chaisumpunsakul, W., Pholphirul, P. (2018). Does international trade promote international tourism demand? Evidence from Thai-

land's trading partners. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, vol. 39, issue 3, pp. 393–400, DOI : 10.1016/j.kjss.2017.06.007.

7. Leitão, N. C. (2011). Intra-Industry Trade in Tourism Services. *Theoretical and Applied Economics*, vol. XVIII, no. 6 (559), pp. 55–62.

8. Verkhovna Rada of Ukraine (2014). Association Agreement between the European Union and the European Atomic Energy Community and their member states, of the one part, and Ukraine, of the other part. Available at : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/984_011.

9. European Commission (2010). Overview of EU Tourism Policy. Available at : https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/policy-overview_en.

10. European Commission (2010). Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European

Economic and Social Committee and the Committee of the Regions “Europe, the world’s No 1 tourist destination — a new political framework for tourism in Europe”. Available at : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN>.

11. State Statistics Service of Ukraine (2014). Methodological provisions on statistics of foreign trade in services. Available at : http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/menu_2_zed.htm.

12. United Nations Conference on Trade and Development. Available at : <https://unctad.org>.

13. World trade organization. Available at : <https://www.wto.org>.

14. World Tourism Organization (2019). International Tourism Highlights. Available at : <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>.

Objective. *The objective of the article is to highlight the key trends in the development of foreign trade in services related to tourism and travel in the EU countries.*

Methods. *To achieve the set tasks and goals, the following research methods are used in the work: systematic and complex analysis, computational and analytical (to identify key trends in the development of foreign trade in services related to tourism and travel in the EU), graphic and tabular methods (for visualization of statistical material).*

Results. *The main principles of the EU tourism policy are outlined, aimed at maintaining Europe’s position as a leading tourist destination while maximizing the industry’s contribution to growth and employment, as well as promoting cooperation between EU countries, in particular through the exchange of best practices. The analysis of foreign trade in services related to tourism and travel in 2016–2018 in the EU countries, using the data of the UN Conference on Trade and Development, the World Trade Organization, the World Tourism Organization, revealed the key trends, namely: 1) key exporters of services related to tourism and travel in the EU are Spain, France, Great Britain, Italy, and Germany; 2) the largest increase in the volume of exports of services related to tourism and travel in the EU countries was recorded in Romania, Portugal, Finland, Slovenia, and Poland; 3) the leaders among the countries-importers of services related to tourism and travel in the EU are Germany, Great Britain, France, Italy, and Spain; 4) the largest increase in the volume of imports of services related to tourism and travel in the EU countries was recorded in Romania, Croatia, Bulgaria, Spain, and Cyprus; 5) EU countries that dominate in foreign trade turnover of services related to tourism and travel are Germany, Great Britain, France, Spain, Italy; 6) the largest positive balance of foreign trade in services related to tourism and travel among the EU countries was recorded in Spain, Italy, France, Portugal, and Austria; 7) the largest negative balance of foreign trade in services related to tourism and travel among the EU countries was recorded in Sweden, the Netherlands, Belgium, the United Kingdom, and Germany.*

Key words: *foreign trade in services, tourism services, tourism, service sector, tourism industry, export of services, import of services, foreign trade turnover of services, balance of foreign trade in services.*

Надійшла до редакції 21.04.2021