

~ МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ~

УДК 005.52-021.272:339:([338.487:338.33](477) DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-11-12-312-313-234-245>**КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ,
ПОВ'ЯЗАНИМИ З ПОДОРОЖАМИ В УКРАЇНІ ТА РЕСПУБЛІЦІ ПОЛЬЩА**

Горіна Г.О., доктор економічних наук, завідувач кафедри економіки та туризму, Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-0900-0640

Анотація. Метою статті є проведення компаративного аналізу міжнародної торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами в Україні та Республіці Польща в умовах інтеграції України до ЄС, а також визначення на цій підставі загальних та відмінних тенденцій розвитку. Інформаційну базу дослідження склали статистичні та аналітичні данні міжнародних організацій (Організації економічного співробітництва та розвитку, Світового банку, Європейської комісії, Міжнародного валютного фонду, Всесвітньої ради з подорожей і туризму, Всесвітньої туристичної організації), комплексний аналіз праць закордонних та вітчизняних дослідників. Результати отримано за рахунок застосування системи методів: аналізу і синтезу, компаративний аналіз, порівняння, графічні й табличні методи (для наочного зображення статистичного матеріалу). Результати. Проведене дослідження дозволило визначити поточні тенденції міжнародної торгівлі послугами з подорожей в Україні та Польщі: 1) стійке збільшення експорту послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі, при наявності короткотермінових трендів до зростання та стрімких переломів тенденції до зниження в Україні; 2) стає підвищення попиту резидентів України на послуги з подорожей від нерезидентів-виробників, а отже поступове збільшення обсягів імпорту, при незначній флуктуації аналогічного показника в Польщі; 3) наявність загального тренду, обумовленого однаковою спрямованістю змін зовнішньоторговельного обігу послуг з подорожей в обох країнах; 4) наявність пасивного торговельного балансу послуг з подорожей в Україні з постійним збільшенням дефіциту, при сталому збільшенні профіциту в Польщі. Практична значимість отриманих результатів полягає в можливості їх подальшого застосуванні для формування і реалізації державної політики управління розвитком туризму в повоєнний період задля прискорення відновлення економіки держави.

Ключові слова: міжнародна торгівля, послуги з подорожей, туризм, Україна, Республіка Польща.

**COMPARATIVE ANALYSIS OF INTERNATIONAL TRADE IN TRAVEL
SERVICES IN UKRAINE AND THE REPUBLIC OF POLAND**

Gorina Ganna, Doctor Sciences (Economics), Professor, Head of economics and tourism department, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky, Kryvyi Rih, Ukraine
e-mail: gorina@donnuet.edu.ua
ORCID ID: 0000-0003-0900-0640

Abstract. Purpose of the article is to conduct a comparative analysis of international trade in travel services in Ukraine and the Republic of Poland in the context of Ukraine's integration into the EU, as well as to determine, on this basis, general and distinctive development trends. The results were obtained through the use of a system of methods: analysis and synthesis, comparative analysis, comparison, graphical and tabular methods. Results. The research made it possible to determine the current trends in international trade in travel services in Ukraine and Poland: 1) a steady increase in the export of travel-related services in Poland, in the presence of short-term upward trends and rapid reversals of the downward trend in Ukraine; 2) constant increase in the demand of residents of Ukraine for travel services from non-resident manufacturers, and therefore a gradual increase in import volumes, with a slight fluctuation of a similar indicator in Poland; 3) the presence of a general trend caused by the same direction of changes in the foreign trade circulation of travel services in Poland and Ukraine. At the same time, a significant difference is the volume of foreign trade turnover of travel services in both countries; 4) the existence of a passive trade balance of travel services in Ukraine with a constant increase in the deficit, with a constant increase in the surplus in Poland. In the presence of common historically formed determinants of the tourism development in Ukraine and Poland, the countries show mainly different trends in international trade in travel services, which is due to the influence of a wide range of endogenous and exogenous determinants, as well as the presence of specific threats and risks to the development of tourism. The practical significance of the obtained results lies in the possibility of their further application for the formation and implementation of the state policy of managing the development of tourism in the post-war period in order to accelerate the recovery of the state's economy.

Key words: international trade, travel services, tourism, Ukraine, Republic of Poland.

JEL Classification: F100, L830.

Постановка проблеми. Сучасний етап інтегрування України в економічний простір ЄС актуалізує питання дослідження та порівняння туристичної галузі України та європейських країн. З огляду на територіальну та етнічну близькість, спільність кордонів, кліматичних умов, наявність спільних об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, мовну спорідненість, схожість національних культур і традицій України і Польщі, доцільним вбачається порівняння туристичних галузей зазначених країн. Враховуючи комплексність поставленої наукової задачі, поточне дослідження буде спрямовано на компаративний аналіз міжнародної торгівлі послугами з подорожей в Україні та Республіці Польща.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та прикладні питання міжнародної торгівлі туристичними послугами відображені у звітах і робочих документах міжнародних організацій, які генерують ринкові знання, сприяють конкурентоспроможній та сталій туристичній політиці, проводять аналіз конкурентоспроможності сектору подорожей і туризму тощо [14]. Прикладом такого звіту є спільний звіт Центру міжнародної торгівлі та Всесвітньої туристичної організації [16], який об'єднує взаємодоповнюючий досвід двох організацій щодо ролі туризму у сприянні сталому розвитку та ілюструє, де і як торгівля, інвестиційна або візова політика впливають на туристичний сектор з двох різних точок зору – точки зору подорожі міжнародного туриста та точки зору організації, що постачає послуги чи товари в туристичному ланцюжку вартості. У робочому документі Світової організації торгівлі (СОТ) Баркас П., Хонек Д., Рубіо Е. [12] досліджують політичні підходи, пов'язані з туризмом, які країни-члени СОТ застосували в перші тижні пандемії COVID-19. У документі подано систематичний підхід до картування та аналізу політики у галузі туризму для 59 членів СОТ на всіх континентах.

У туристичній літературі є багато прикладів спроб дослідити та вирішити різноманітні проблеми, пов'язані з міжнародною торгівлею туристичними послугами на місцевому та регіональному рівнях. Мукеш К., Санджив П., РК. Дж. [19] досліджують взаємозв'язок між торгівлею, економічним зростанням і міжнародним туризмом у Сполучених Штатах, використовуючи вейвлет-аналіз, щоб зафіксувати динаміку випередження-відставання цього зв'язку на основі частоти та часу. Тамат С., Норліда Х.С. [23] досліджують, чи існують будь-які динамічні взаємозв'язки між туризмом, торгівлею та економічним зростанням Малайзії та її основними туристичними партнерами в АСЕАН на основі ELG гіпотези. Сяолі Ян [28] аналізує важливість Хайнаня в ініціативі «Один пояс, один шлях» з точки зору історії, розташування та культури. Контрзаходи та пропозиції щодо розвитку торгівлі туристичними послугами на Хайнані висуваються в поєднанні зі стратегічним підґрунтям «Один пояс, один шлях». Xiang L., Chen Q. [27] досліджують ситуацію розвитку торгівлі туристичними послугами в провінції Чжецзян з чотирьох аспектів. Базуючись на поточній ситуації та факторах впливу на торгівлю туристичними послугами Чжецзяна, пропонуються відповідні контрзаходи та пропозиції, які могли б допомогти провінції Чжецзян знайти спосіб сприяти торгівлі туристичними послугами в регіональному скоординованому розвитку. Чжан В., Чіу Ю.-Б. [29] застосовують модель авторегресійного розподіленого відставання (ARDL) для вивчення впливу глобалізації та ризиків країни на торгівлю туристичними послугами Китаю. Результати показують, що в довгостроковій перспективі глобалізація має значний негативний вплив на експорт туристичних послуг і торговельний баланс туристичних послуг, водночас значний позитивний вплив на імпорт туристичних послуг. Leitão N.C. [17] досліджує зв'язок між внутрішньогалузевою торгівлею та міжнародними туристичними потоками в Португалії. Альбаладехо І.П., Гонсалес-Мартінес М.І., Мартінес-Гарсія М.П. [10] пропонують теоретичну модель та емпіричне дослідження, які підкреслюють роль якості туристичних послуг та ендогенного туризму в довгостроковому економічному зростанні.

Серед вітчизняних дослідників питання міжнародної торгівлі послугами з подорожей не знайшло широкого поширення. Разом з тим, слід виокремити низку наукових та аналітичних праць, з яких найгрунтовнішою є звіт «Аналіз торгівлі послугами між Україною та ЄС в рамках ПВЗВТ» авторів Таран С., Яворський П., Павицька Ю., Омельченко І., Бучко М. [9], підготовлений в рамках Програми «Конкурентоспроможна економіка України». Разом з тим, зазначений звіт надає аналітичну інформацію щодо торгівлі послугами в цілому, а послуги з подорожей розглядаються побіжно. Міжнародно-правові аспекти регулювання торгівлі туристичними послугами висвітлені в роботі Безрукавої Н.В., Буряк А.А., Маловичко А.С., Свічкарь В.А. [1]. Білоцерківський О.Б. [2] досліджує динаміку послуг, пов'язаних з подорожами в Україні та світі та робить висновок щодо наявності негативного сальдо, яке свідчить про неефективність туристичної індустрії України. Автором побудовано адекватні

авторегресійні моделі експорту та імпорту торгівлі подорожами та зроблено точкові прогнози для експорту та імпорту міжнародної торгівлі подорожами на 2017-2018 рр. Дугінець Г.В. [6] визначає особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації та доходить висновку, що відбувається переорієнтація туризму на зовнішній ринок, та відповідне поширення туристичних потоків не лише на території однієї країни, а й по всьому світу. Заячківська Г.А. [7] досліджує альтернативні теорії міжнародної торгівлі та теорії нової економічної географії, які впливають на розвиток міжнародного туризму. Мальська М., Занько Ю. [8] аналізують українсько-польське економічне співробітництво, зокрема торгівлю та туризм, визначають поточні тенденції та проблеми. Горіна Г.О., Бочарова Ю.Г., Кожухова Т.В. та ін. [13] виокремлюють ключові тренди розвитку зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з туризмом та подорожами в країнах ЄС.

Відокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проведений аналіз існуючих напрацювань, дозволяє дійти висновку, що відсутні дослідження присвячені аналізу міжнародної торгівлі послугами з подорожей в Україні та Республіці Польща, а наявні публікації висвітлюють окреслене питання фрагментарно.

Мета дослідження. Метою дослідження є проведення компаративного аналізу міжнародної торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами в Україні та Республіці Польща в умовах інтеграції України до ЄС, а також визначення на цій підставі загальних та відмінних тенденцій розвитку.

Основний матеріал. Віддаючи належне широкому колу праць національних та закордонних науковців, присвячених дослідженню теоретичного підґрунтя міжнародної торгівлі послугами з подорожей, та розуміючи, що розбудова теоретичного апарату не є головною метою дослідження, огляд основних визначень та показників буде здійснено виключно на підставі міжнародних стандартів та національному законодавстві України.

Відповідно до Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму, 2008 (International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)) поняття подорож відноситься до діяльності мандрівників. Мандрівник – це будь-яка особа, що переміщається між різними географічними пунктами з будь-якою метою і протягом будь-якого терміну. Особи, які здійснюють подорож (внутрішню, в'їзну, виїзну) називаються відповідно внутрішніми, в'їзними або виїзними мандрівниками. Поїздка означає подорож будь-якої особи з моменту від'їзду з місця його/її постійного проживання до моменту повернення: отже, мова йде про поїздку туди і назад. Поїздка складається з відвідувань різних місць. Відвідувач – це мандрівник, який здійснює поїздку в яесь основне місце призначення, що знаходиться за межами його/її звичайного середовища, на термін менше року з будь-якою головною метою (ділова поїздка, відпочинок чи інша особиста мета), за винятком мети працевлаштування на підприємстві, зареєстроване в країні або місці відвідування. Такі поїздки, що здійснюються підприємствами, кваліфікуються як туристські поїздки. Поняття «туризм» відноситься до діяльності відвідувачів. Подорожі внутрішніх, в'їзних або виїзних відвідувачів називаються відповідно внутрішнім, в'їзним або виїзним туризмом. Такі відмінності мають вкрай важливе значення для збору даних по потоках мандрівників та відвідувачів і для забезпечення достовірності статистики міжнародного туризму. Таким чином, поняття туризм являє собою підкатегорію поняття подорожі, а поняття відвідувачі - підкатегорію поняття мандрівник [15, с. 9-10] (рис. 1).

Згідно Керівництва з платіжного балансу та міжнародної інвестиційної позиції (Balance of Payments and International Investment Position Manual. Sixth Edition (BPM6)) подорожі є статтею рахунку товарів і послуг платіжного балансу: кредити на подорожі охоплюють товари та послуги для власного використання або для дарування, придбані в економіці нерезидентами під час відвідин цієї економіки. Подорожні дебети охоплюють товари та послуги для власного використання або для віддачі, придбані в інших економіках резидентами під час візитів до інших економік [11, с. 166]. Отже, у контексті платіжного балансу подорож означає придбання товарів і послуг в економіці особами, які відвідують цю економіку, але не є її резидентами. Придбання товарів і послуг прикордонними, сезонними та іншими короткостроковими працівниками в їхній економіці зайнятості також включається до подорожей. Проте подорожі виключають придбання цінностей, споживчих товарів тривалого користування та інших споживчих покупок, які включені до товарів загального призначення [11, с. 275].

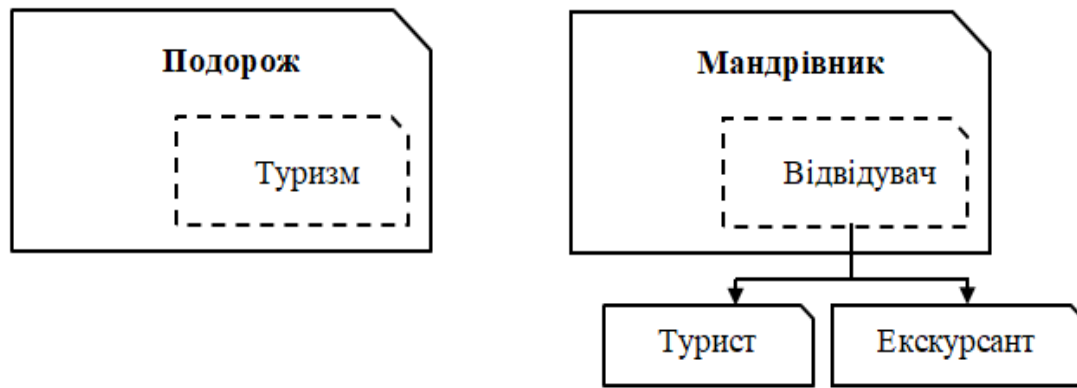


Рис. 1. Підпорядкованість понять подорож-туризм та подорожуючий-відвідувач

Джерело: складено авторами за даними [15, с. 9-10]

Згідно з Розширеною класифікацією послуг платіжного балансу, 2010 (2010 Extended Balance of Payments Services Classification (EBOPS 2010)), подорожі не є конкретним продуктом, скоріше вони охоплюють ряд товарів і послуг, які споживають нерезиденти в економіці, яку вони відвідують. Подорожі визначаються як товари і послуги для власного користування або для дарування, придбані в економіці нерезидентами під час відвідин цієї економіки. Вони передбачають перебування будь-якої тривалості за умови, що не відбувалась зміна місця проживання.

Подорож визначається в Посібнику зі статистики міжнародної торгівлі послугами, 2010 р. (Manual on Statistics of International Trade in Services 2010 (MSITS 2010)) синонімічно терміну подорож [18], який використовується в BPM6. Це визначення також пов'язано з терміном «туризм», який використовується в IRTS 2008 (а також у Допоміжному рахунку туризму: рекомендована методологічна основа, 2008 (Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 (TSA: RMF 2008)) [24]. Проте, незважаючи на те, що EBOPS 2010 пропонує альтернативний розподіл подорожей за продуктами, що дозволяє тісніше зв'язати його з IRTS 2008 і допоміжними рахунками туризму, існує ряд відмінностей у охопленні між визначеннями платіжного балансу, з одного боку, та статистичними рекомендаціями з туризму, з іншого.

Відповідно до Національних Методологічних положень зі статистики зовнішньої торгівлі послугами «Послуги з подорожей охоплюють товари і послуги, придбані в країні відвідування нерезидентами цієї країни для власного споживання або подальшої передачі третій особі» [3]. До послуг, пов'язаних з подорожами 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 уключаються витрати на подарунки, сувеніри та будь-які інші предмети, придбані для особистого користування приїжджими, які можуть бути вивезені з відвідуваної країни. Уключаються 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 уключаються транспортні послуги, надані в межах країни відвідування, коли такі послуги надаються транспортними компаніями-резидентами такої країни, за винятком міжнародних пасажирських перевезень.

Термін «міжнародна торгівля послугами» тлумачиться у широкому сенсі в Керівництві зі статистики міжнародної торгівлі послугами, 2010 та охоплює торгівлю послугами в традиційному розумінні операцій (експорту та імпорту) між резидентами та нерезидентами. Крім того, він охоплює послуги, що надаються через підприємства, які засновані на місцевому рівні, але контролюються іноземними державами [18, с. 1].

Згідно визначення Організації економічного співробітництва та розвитку (Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)) «міжнародна торгівля послугами» відображає вартість послуг, якими обмінюються резиденти та нерезиденти країни, включаючи послуги, що надаються через іноземні філії, створені за кордоном [20].

Відповідно до Системи національних рахунків, 1993 (System of National Accounts 1993

(SNA 1993)) експорт товарів та послуг складається з продажу, бартеру чи подарунків або грантів товарів та послуг від резидента нерезиденту, тоді як імпорту складається з покупок, бартеру або отримання подарунків чи грантів, товарів та послуг резидентом від нерезидента [21, с. 418]. Те саме визначення наводиться в Словнику туристичних термінів UNWTO. Треба звернути увагу, що в SNA 1993 наголошується, що міжнародні операції з послугами суттєво відрізняються від операцій з товарами, оскільки виробництво та надання послуги, як правило, є однією операцією, що здійснюється за взаємною згодою між виробником і споживачем, що вимагає попереднього контакту між ними. Таким чином, міжнародна торгівля послугами не тільки відрізняється за характером від торгівлі товарами, але може мати інші наслідки для економічного аналізу та формування політики [21, с. 418-418].

OECD з посиланням на System of National Accounts 2008 визначає експорт товарів і послуг як операції, що складаються з продажу товарів і послуг (включених у межі виробництва ВВП) резидентами нерезидентам. Сюди також входять операції з бартеру або товари, експортовані як частина подарунків або грантів. Так само імпорту відображає ті самі операції від нерезидентів до резидентів [21].

В Міжнародних рекомендаціях зі статистики туризму, 2008 (International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008)) експорт та імпорту послуг, пов'язаних з подорожами визначається через визначення витрат на міжнародний туризм, які «об'єднують туристичні витрати відвідувачів-нерезидентів у межах базової економіки (експорт) із туристичними витратами відвідувачів-резидентів за межами цієї економіки (імпорту)» [15, с. 418].

Відповідно до Національних Методологічних положень зі статистики зовнішньої торгівлі послугами «головним у торгівлі послугами є те, що повинна відбутись операція купівлі-продажу, яка охоплює діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності (резидентів та нерезидентів), побудована на взаємовідносинах між ними», виходячи з цього «експорт послуг – надання послуги резидентами-виробниками країни резидентам іншої країни», а відповідно «імпорту послуг – надання послуги резидентам країни нерезидентами-виробниками» [3].

Порівняння показників обсягу міжнародної торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами в Україні та Республіці Польща запропоновано розпочати із зіставлення обсягів експорту послуг, пов'язаних з подорожами, (торгівельний партнер – усі країни світу) за період 2005-2021 рр., а також його динаміки.

За досліджуваній період експорт послуг, пов'язаних з подорожами в Україні досяг свого піку у 2008 р. – 5768 млн. дол. США, знизившись до відмітки 950 млн. дол. США у 2021. Найменше значення експорту було зафіксовано у 2020 р. Переломним роком можна вважати 2013 р., після якого аналізований показник так і не піднявся до довоєнного рівня. Це свідчить, що надання послуг з подорожей національними резидентами-виробниками резидентам інших країн суттєво скоротилось, переважно за рахунок збройного конфлікту на території України та наслідків пандемії Covid-19 та карантинних обмежень.

На відміну від України, експорт послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі, починаючи з 2005 р. поступово збільшувався, досягши у 2021 р. 9099,5 млн. дол. США. Проте за аналізований період спостерігалось чергування піків та спадів. Зниження експорту послуг, пов'язаних з подорожами було зафіксовано у 2009 р. на 23%, 2015 р. на 11,3%, 2019 р. на 0,002% та 2020 р. на 41,4% у порівнянні з попередніми роками. Натомість піки спостерігались у 2008 р. - 11821,186 млн. дол. США, 2014 р. – 10274,2 млн. дол. США, 2018 р. - 14013,553 млн. дол. США (рис. 2).

Серед ключових факторів, які сприяли збільшенню туристичних потоків в Польщу, а отже зростанню експорту послуг, пов'язаних з подорожами можна виокремити як традиційні, так і більш інноваційні: наявність багатого культурної та історичної спадщини призвело до зростання потоків в'їзних туристів, які шукають автентичний культурний досвід, досліджують історичні місця та беруть участь у культурних заходах і фестивалях; розвиток гастрономічного та кулінарного туризму за рахунок зростання інтересу до традиційної польської кухні, підвищеним попитом користуються фестивалі їжі та кулінарні тури; стрімкий розвиток цифровізація та онлайн-бронювання, використання технологій, зокрема туристичних онлайн-платформ і мобільних додатків, полегшило планування та бронювання подорожей; своєчасна адаптація польських дестинацій та туристичних підприємств до усвідомлення туристів та подорожуючих необхідності сталого розвитку, підвищеного попиту на екологічний і відповідальний туризм; активна співпраця з інфлюенсерами: туристичні ради та компанії почали співпрацювати з інфлюенсерами та блогерами, щоб просувати польські дестинації та охоплювати ширшу аудиторію; диверсифікація туристичної пропозиції

через запровадження нових та унікальних вражень, туристичного досвіду задля залучення різноманітних туристичних сегментів; використання антикризового управління, орієнтація на стійкість, своєчасна адаптації до мінливих обставин під час пандемії COVID-19.

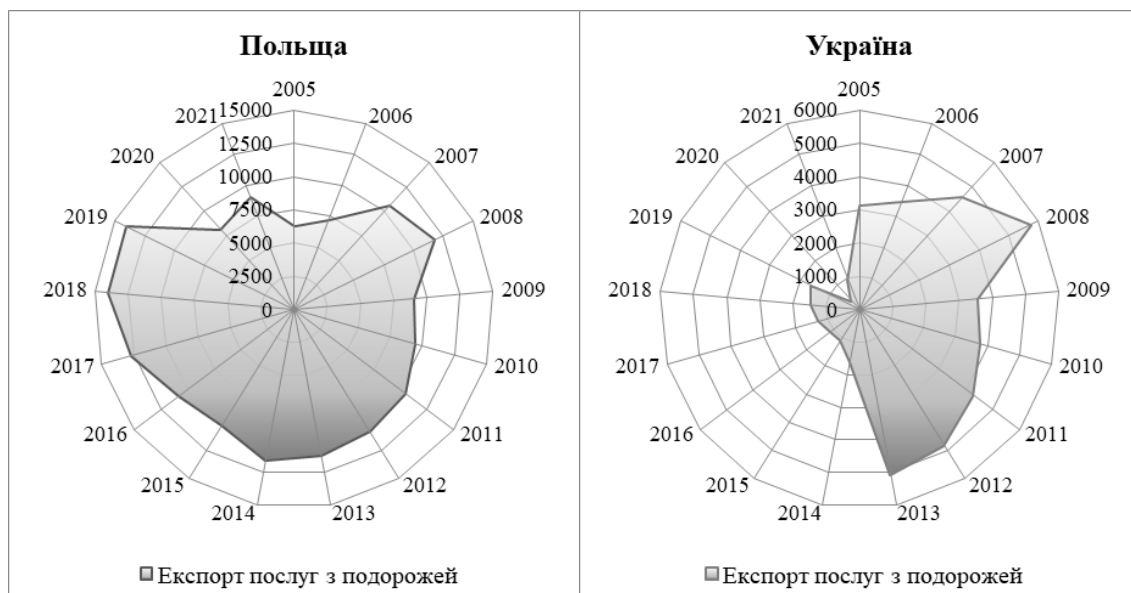


Рис. 2. Експорт послуг, пов'язаних з подорожами, (торгівельний партнер – усі країни світу), млн. дол. США, 2005-2021 рр.

Джерело: складено авторами за даними [25, 26]

На відміну від обсягів експорту послуг, пов'язаних з подорожами в Україні, обсяги імпорту поступово збільшувались – з 2805 млн. дол. США у 2005 р. до 6275 млн. дол. США у 2021 р., що свідчить про стале підвищення попиту резидентів України на послуги, пов'язані з подорожами від нерезидентів-виробників, а отже привалювання виїзних туристичних потоків (виїзного туризму) над в'їзними (в'їзного туризму). Пікові значення імпорту послуг, пов'язаних з подорожами в Україні за аналізований період спостерігались у 2008 р. – 4023 млн. дол. США, 2013 – 5763 млн. дол. США та 2019 р. – 8517 млн. дол. США (рис. 3).

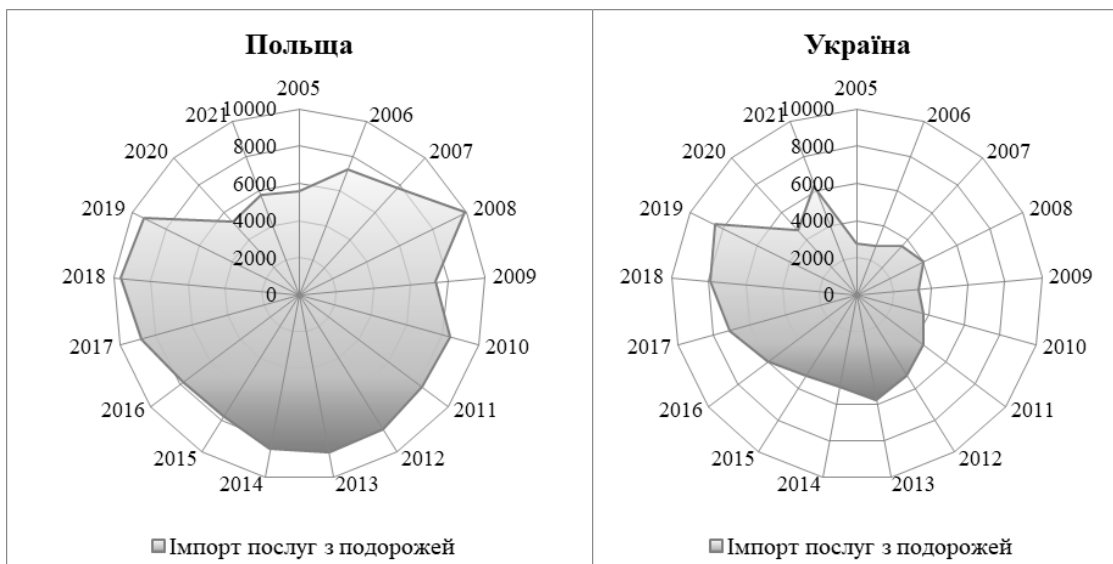


Рис. 3. Імпорт послуг, пов'язаних з подорожами, (торгівельний партнер – усі країни світу), млн. дол. США, 2005-2021 рр.

Джерело: складено авторами за даними [25, 26]

Згідно звіту за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та

виїзного туризму українців», проведеного компанією «Хьюмен ресеарч» [5] на формування виїзних туристичних потоків в Україні впливають різноманітні причини. Так, переважна більшість туристів (77%) відвідують інші країни з метою відпочинку, проведення дозвілля та відпустки, відвідування рідних, друзів – 9%, індивідуальний діловий візит (наприклад, зустріч з клієнтом або постачальником) – 5%, оздоровчі та СПА процедури – 1%, індивідуальна участь у конференціях, конгресах, виставках та ярмарках – 1%, участь у корпоративній/бізнес зустрічі – 1%, участь або відвідування культурних заходів – 1%, релігійна мета – 1%, шопінг (здійснення покупок) – 1%, дослідження історії – 1%. Відпочинок, дозвілля, проведення відпустки – головна мета закордонних подорожей в усіх соціально-демографічних групах. Проте є й певні відмінності. Наприклад, жінки дещо частіше за кордоном відпочивають, а чоловіки мають ділові візити. А з віком туристи частіше виїжджають за кордон з метою відвідування рідних/друзів.

На закордонну туристичну активність впливають тип населеного пункту й регіон/область проживання українців. Порівняно частіше виїжджають за кордон жителі великих міст, обласних центрів та міста Київ, а також жителі Київської, Львівської, Чернівецької, Харківської, Одеської, Закарпатської областей.

Найчастіше у 2021 р. українці, які мандрують за межами України, бували у країнах Європи, Туреччині та Єгипті. Це найбільш популярні напрямки туристичних подорожей за кордон. Відповідаючи на запитання щодо країни/країн останньої закордонної подорожі, респонденти назвали більше 200 країн світу, майже всі європейські країни, серед яких найчастіше були названі Болгарія, Греція, Іспанія, Італія, Німеччина, Польща, Словаччина, Угорщина, Франція, Чехія тощо. Більш детально розповідаючи про напрямок подорожі, респонденти називали міста, до яких вони мандрували (Анталія, Варшава, Прага, Стамбул, Хургада, Шарм-ель-Шейх тощо), рідше – цілі регіони (Балкани) або певні туристичні локації (наприклад, Мертве море) [5].

Імпорт послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі за 2005-2021 рр. мав хвильоподібний тренд, причому показники 2005 р. та 2021 р. майже не зазнали змін (5546,666 млн. дол. США та 5750,598 млн. дол. США відповідно). Найбільші значення експорту зафіксовано у 2008 р. – 9899,251 млн. дол. США та 2018 р. – 9899,251 млн. дол. США. Найнижчого значення аналізований показник досягав у 2005 р. – 5546,666 млн. дол. США, 2009 р. – 7369,573 млн. дол. США, 2015 р. – 7696,546 млн. дол. США та 2020 р. – 5265,987 млн. дол. США.

Аналіз зовнішньоторговельного обігу послуг, пов'язаних з подорожами в Україні та Польщі дозволить порівняти суми вартості експорту та імпорту послуг пов'язаних з подорожами в обох країнах.

Зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі за досліджуваний період мав незначні коливання, з чередуванням піків та спадів. Найвищі піки припали на 2008 р. – 21720,4 млн. дол. США, 2018 р. – 23637 млн. дол. США та 2019 р. – 23299,4 млн. дол. США. Найнижчі обсяги зафіксовано у 2009 р. – 16427 млн. дол. США, 2015 р. – 17970 млн. дол. США та 2020 р. – 13465 млн. дол. США. Зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з подорожами в Україні мав три пікові значення, які припали на 2008 р, 2013 р. та 2019 р. і дорівнювали 9791 млн. дол. США, 10846 млн. дол. США та 10137 млн. дол. США відповідно. До найнижчого рівня зовнішньоторговельний обіг послуг опускався у кризові 2009 р., 2015 р. та 2020 р. – 6906 млн. дол. США, 6183 млн. дол. США, 5047 млн. дол. США відповідно (рис. 4).

Порівнюючи зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі та в Україні доцільно дійти висновку про наявність загального тренду, обумовленого однаковою спрямованістю змін показника аналізованого часового проміжку. Разом з тим, суттєвою відмінністю є обсяги зовнішньоторговельного обігу послуг, пов'язаних з подорожами обох країн. Так, аналізований показник в Польщі за досліджуваний період (2005-2021 рр.) в середньому на 43,15% більший ніж в Україні.

Аналіз сальдо зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами в Україні та Польщі дозволить визначити та порівняти різницю між фінансовими надходженнями (як оплата за надані послуги резидентами) й витратами (як оплата за отримані резидентами від нерезидентів послуги) за досліджуваний проміжок часу. Перевищення обсягу надходжень фінансів буде свідчити про позитивне сальдо, перевищення обсягу витрат – про негативне.

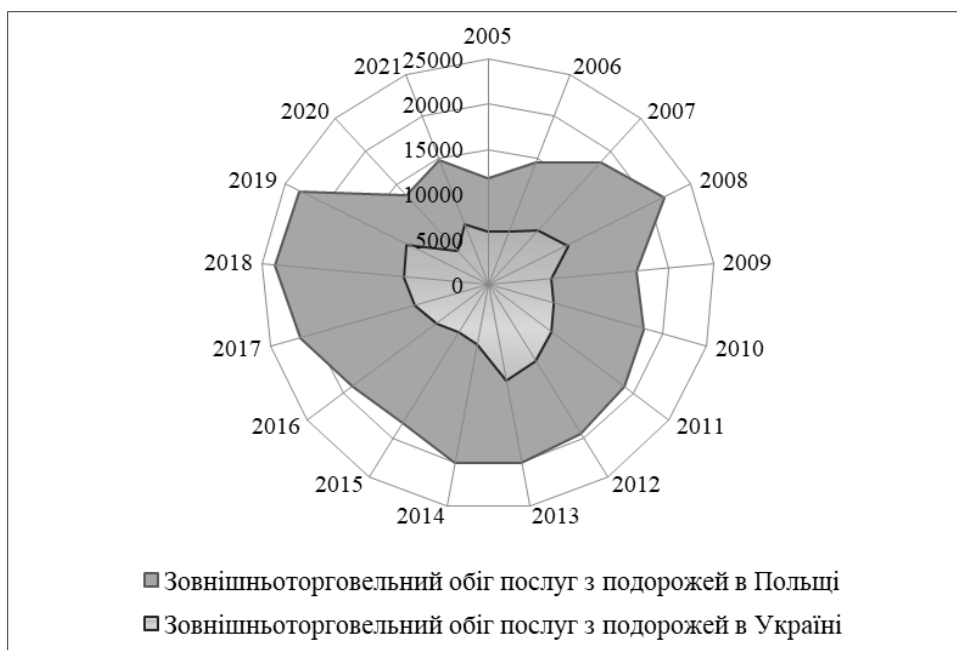
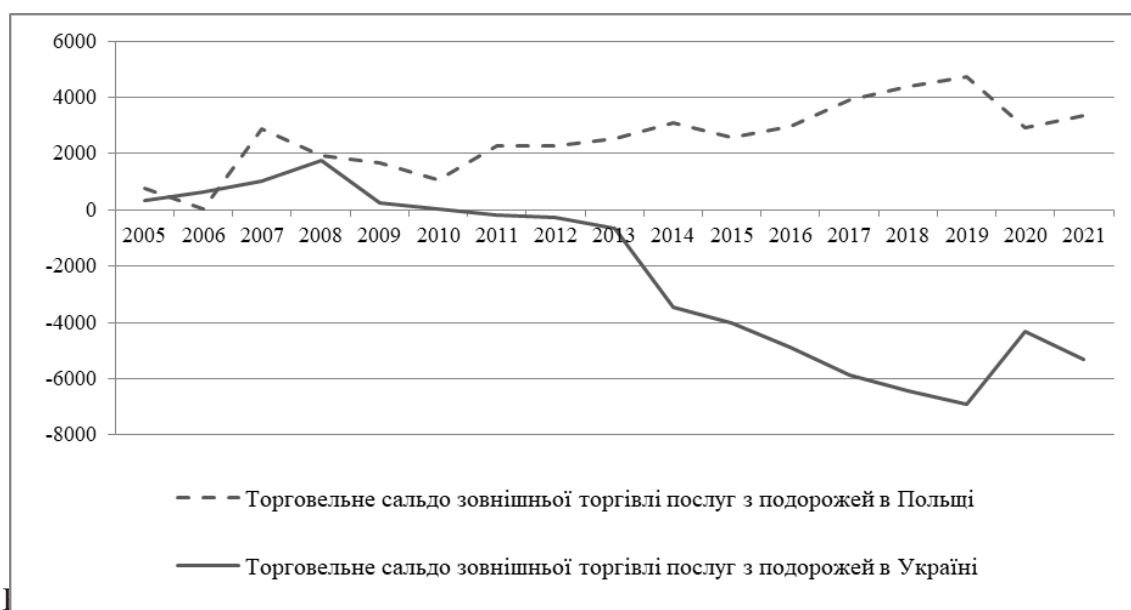


Рис. 4. Зовнішньоторговельний обіг послуг, пов'язаних з подорожами в Україні та Польщі, млн. дол. США, 2005-2021 рр.

Джерело: складено авторами за даними [25, 26]

Починаючи з 2011 р. в Україні спостерігається від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з подорожами, що свідчить про переважання імпорту туристичних послуг над експортом (виїзних туристичних потоків над в'їзними). Дорівнюючи у 2011 р. -167 млн. дол. США, значення показник з роками погіршувалось: -262 млн. дол. США у 2012 р., -680 млн. дол. США у 2013 р., -3449 млн. дол. США у 2014 р., -4019 млн. дол. США у 2015 р., -4892 млн. дол. США у 2016 р., -5860 млн. дол. США у 2017 р., -6454 млн. дол. США у 2018 р., -6897 млн. дол. США у 2019 р., -4335 млн. дол. США у 2020 р. та -5325 млн. дол. США у 2021 р. (рис. 5).



Україні та Польщі, млн. дол. США, 2005-2021 рр.

Джерело: складено авторами за даними [25, 26]

Протилежна тенденція спостерігається у Польщі – за аналізований період сальдо

зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з подорожами було позитивним, постійно підвищуючись з 757,87 млн. дол. США у 2005 р. до 3348 млн. дол. США у 2021 р.

Позитивне сальдо зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами вказує на те, що Польща отримує більше доходів від міжнародного туризму (експорт туристичних послуг), ніж витрачає на туристичні послуги за кордоном (імпорт туристичних послуг). Оскільки цей показник вимірюється різницею між доходами від іноземних туристів, які відвідують країну, і витратами власних громадян на туристичні послуги за кордоном, позитивне сальдо означає, що країна заробляє на міжнародному туризмі, а доходи від туризму перевищують витрати громадян на відпочинок за кордоном. Також, позитивне сальдо в торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами опосередковано свідчить про додаткові економічні переваги, такі як створення робочих місць у туристичній галузі, покращення інфраструктури та розвиток інших суміжних секторів, таких як готельний бізнес, ресторани, транспорт і роздрібна торгівля.

Висновки. Проведення компаративного аналізу міжнародної торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами в Україні та Республіці Польща дозволило дійти наступних висновків та визначити поточні тенденції: 1) поступове стійке збільшення експорту послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі (з 6304,5 млн. дол. США у 2005 р. до 9099,5 млн. дол. США у 2021 р.), при наявності короткотермінових трендів до зростання та стрімких переломів тенденції до зниження в Україні, внаслідок економічних, політичних та безпекових причин; 2) стале підвищення попиту резидентів України на послуги, пов'язані з подорожами від нерезидентів-виробників, а отже поступове збільшення обсягів імпорту з 2805 млн. дол. США у 2005 р. до 6275 млн. дол. США у 2021 р., при незначній флуктації аналогічного показника в Польщі за аналізований період, так обсяги імпорту 2005 р. та 2021 р. майже не зазнали змін (5546,666 млн. дол. США та 5750,598 млн. дол. США відповідно); 3) наявність загального тренду, обумовленого однаковою спрямованістю змін зовнішньоторговельного обігу послуг, пов'язаних з подорожами в Польщі та Україні за аналізований часовий проміжок. Разом з тим, суттєвою відмінністю є обсяги зовнішньоторговельного обігу послуг, пов'язаних з подорожами в обох країнах. Так, аналізований показник в Польщі за досліджуваний період (2005-2021 рр.) в середньому на 43,15% більший ніж в Україні; 4) наявність пасивного торговельного балансу послуг, пов'язаних з подорожами в Україні з постійним збільшенням дефіциту, що свідчить про переважання імпорту туристичних послуг над експортом (виїзних туристичних потоків над в'їзними), при сталому збільшенні профіциту в Польщі (сальдо зовнішньої торгівлі послуг, пов'язаних з подорожами збільшилось з 757,87 млн. дол. США у 2005 р. до 3348 млн. дол. США у 2021 р.).

Подальші дослідження планується спрямувати на визначення шляхів активізації зовнішньої торгівлі послугами, пов'язаними з подорожами в Україні.

Список літератури

1. Безрукова Н.В., Буряк А.А., Маловичко А.С., Свічкарь В.А. Міжнародно-правові аспекти регулювання торгівлі туристичними послугами, *Business Processes Management in Tourism: collective monograph* (с. 45-54). Poznan: Mieszko I School of Education and Administration in Poznan, 2020. С.45-54.
2. Білоцерківський, О.Б. Туристичні послуги як важливий аспект міжнародної торгівлі. *Інтелект XXI*. 2018. №2. С. 12-15.
3. Державна служба статистики України. Методологічні положення зі статистики зовнішньої торгівлі послугами, 2014. URL: https://ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/08_zed.htm (дата звернення 15.12.2023).
4. Державна служба статистики України. Класифікація зовнішньоекономічних послуг, 2022. URL: https://ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/kzep.pdf (дата звернення 18.12.2023).
5. Державне агентство розвитку туризму. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців», 2021. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJJEUCFkzBfAsIVbke9A/view> (дата звернення 18.12.2023).
6. Дугінець Г.В. Особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір*. 2018. Вип. 139. С. 5-13.
7. Заячківська Г.А. Нові теорії міжнародного туризму. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2014. №2(64). С. 39-43.
8. Мальська М., Занько Ю. Українсько-польське економічне співробітництво: торгівля, туризм, інвестиції. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2012.

Вип. 30. С. 281–281.

9. Таран С., Яворський П., Павицька Ю., Омельченко І., Бучко М. Аналіз торгівлі послугами між Україною та ЄС в рамках ПВЗВТ, 2021. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/11/Final-DCFTA-services-2021-11-11.pdf> (дата звернення 17.12.2023).
10. Albaladejo I.P., González-Martínez M.I., Martínez-García M.P. Quality and endogenous tourism: An empirical approach. *Tourism Management*. 2014. 41, April. P.141-147. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.006>. (дата звернення 17.12.2023).
11. Balance of payments and international investment position manual 6th ed. International Monetary Fund. Washington D.C., 2009. URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf> (дата звернення 19.12.2023).
12. Barkas P., Honeck D., Rubio E. International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis, WTO Staff Working Paper, No. ERSD-2020-11, World Trade Organization, Geneva, Switzerland, 2020.
13. Gorina G., Bocharova Y., Kozhukhova T., Ivanova N., Bohatryyova G. The impact of covid-19 on international trade in tourism services in Europe. *GeoJournal of Tourism and Geosites*. 2022. Vol. 43(3). P. 1091-1098.
14. Gorina G.O. Activities of international organizations and associations in the travel & tourism industry. *Actual Problems of Economics*. 2015. №10(172). P. 13–18.
15. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008) United Nations: New York, 2010. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (дата звернення 18.12.2023).
16. International Trade Centre and World Tourism Organization Tourism and trade: A global agenda for sustainable development. ITC. Geneva, (2015).
17. Leitão N.C. Intra-Industry Trade in Tourism Services. *Theoretical and Applied Economics*. 2011. XVIII, 6(559). P. 55-62.
18. Manual on Statistics of International Trade in Services (MSITS 2010), 2012. URL: [https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010/docs/MSITS%202010%20M86%20\(E\)%20web.pdf](https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010/docs/MSITS%202010%20M86%20(E)%20web.pdf) (дата звернення 17.12.2023).
19. Mukesh K., Sanjeev P., RK J. Does international tourism spur international trade and output? Evidence from wavelet analysis. *Tourism Economics*. 2019. 25(1). P. 22–33. URL: <https://doi.org/10.1177/1354816618788392>
20. OECD. Trade in services (indicator), 2023. doi: 10.1787/3796b5f0-en
21. System of National Accounts 1993. Eurostat, IMF, OECD, UN, WB, 1993. URL: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/1993sna.pdf> (дата звернення 19.12.2023).
22. System of National Accounts 2008. European Communities, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, United Nations, World Bank, 2009. URL: <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf> (дата звернення 17.12.2023).
23. Tamat S., Norlida H.S. Dynamic Inter-relationship between Trade, Economic Growth and Tourism in Malaysia. *International Journal of Economics and Management*. 2011. №5(1). P. 38–52.
24. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. United Nations Commission of the European Communities, Eurostat, World Tourism Organization, Organisation for Economic Co-operation and Development, 2010. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf (дата звернення 20.12.2023).
25. UNCTAD stat. Data center. URL: <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/> (дата звернення 16.12.2023).
26. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/> (дата звернення 17.12.2023).
27. Xiang L., & Chen Q. Factors Affecting International Competitiveness of Tourism Services Trade: Evidence from Zhejiang Province, China. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. 2021. №11(8). P. 125–139. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i8/10074>
28. Xiaoli Yang. Countermeasure Research on the Development of Trade in Tourism Service in Hainan under the Background of One Belt One Road. *E3S Web of Conferences*, 2021. 235. URL: https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/11/e3sconf_netid2021_02004.pdf (дата звернення 17.12.2023).
29. Zhang W., Chiu Y.-B. Globalization, Country Risks, and Trade in Tourism Services: Evidence from China. *Sustainability*. 2020. №12(14):5869. <https://doi.org/10.3390/su12145869>

References

1. Bezrukova, N.V., Buriak, A.A., Malovychko, A.S., Svichkar, V.A. (2020). International legal aspects of regulation of trade in tourist services, *Business Processes Management in Tourism: collective monograph*. Poznan: Mieszko I School of Education and Administration in Poznan. [In Ukrainian].
2. Bilotserkivskiy, O. (2018). Tourist services as an important aspect of international trade. *Intelekt XXI*, 2, 12-15. [In Ukrainian].
3. State statistics service of Ukraine. (2014). Methodological provisions on statistics of foreign trade in services. Retrieved from https://ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/08_zed.htm (accessed: December 15, 2023). [In Ukrainian].
4. State statistics service of Ukraine. (2022). Classification of foreign economic services. Retrieved from https://ukrstat.gov.ua/klasf/st_kls/kzep.pdf (accessed: December 18, 2023). [In Ukrainian].
5. State Tourism Development Agency. (2021). Report on the results of the survey "Conducting a study of domestic and outbound tourism of Ukrainians". Retrieved from <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view> (accessed: December 18, 2023). [In Ukrainian].
6. Duginets, G. (2018). Features of the development of the international market of tourist services in the conditions of globalization. *Ekonomichnyy prostir*, 139, 5-13. [In Ukrainian].
7. Zayachkovska, G.A. (2014). New theories of international tourism. *Scientific Visnyk Poltav'skoho universytetu ekonomiky i torhivli*, 2 (64), 39-43. [In Ukrainian].
8. Malska, M., Zanko, Yu. (2012). Ukrainian-polish economic cooperation: trade, tourism, investments. *Visnyk L'viv'skoho universytetu. Seriya Mizhnarodni vidnosyny*, 30, 281–281. [In Ukrainian].
9. Taran, S., Yavorskyi, P., Pavytska, Yu., Omelchenko, I., Buchko, M. (2021). Analysis of trade in services between Ukraine and the EU within the framework of the DCFTA. Retrieved from <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/11/Final-DCFTA-services-2021-11-11.pdf> (accessed: December 17, 2023). [In Ukrainian].
10. Albaladejo, I.P., González-Martínez, M.I., Martínez-García, M.P. (2014). Quality and endogenous tourism: An empirical approach. *Tourism Management*, 41, April, 141-147. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.006>
11. Balance of payments and international investment position manual 6th ed. (2009). International Monetary Fund. Washington D.C. (accessed: December 19, 2023). Retrieved from <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf>
12. Barkas, P., Honeck, D., Rubio, E. (2020). International trade in travel and tourism services: Economic impact and policy responses during the COVID-19 crisis, WTO Staff Working Paper, No. ERSD-2020-11, World Trade Organization, Geneva, Switzerland.
13. Gorina, G., Bocharova, Y., Kozhukhova, T., Ivanova, N., & Bohatyryova, G. (2022). The impact of covid-19 on international trade in tourism services in Europe. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 1091-1098.
14. Gorina, G.O. (2015). Activities of international organizations and associations in the travel & tourism industry. *Actual Problems of Economics*, 10(172), 13–18.
15. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008) (2010). United Nations: New York (accessed: December 18, 2023). Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf
16. International Trade Centre and World Tourism Organization (2015). *Tourism and trade: A global agenda for sustainable development*, ITC, Geneva.
17. Leitão, N.C. (2011). Intra-Industry Trade in Tourism Services. *Theoretical and Applied Economics*, XVIII, 6(559), 55-62.
18. Manual on Statistics of International Trade in Services (MSITS 2010). (2012) (accessed: December 17, 2023). Retrieved from [https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010/docs/MSITS%202010%20M86%20\(E\)%20web.pdf](https://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010/docs/MSITS%202010%20M86%20(E)%20web.pdf)
19. Mukesh, K., Sanjeev, P., RK, J. (2019). Does international tourism spur international trade and output? Evidence from wavelet analysis. *Tourism Economics*, 25(1), 22–33. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/1354816618788392>
20. OECD (2023). Trade in services (indicator). doi: 10.1787/3796b5f0-en
21. System of National Accounts 1993. (1993). Eurostat, IMF, OECD, UN, WB (accessed: December 19, 2023). Retrieved from <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/1993sna.pdf>
22. System of National Accounts 2008. (2009). European Communities, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, United Nations, World Bank

(accessed: December 17, 2023). Retrieved from <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/SNA2008.pdf>

23. Tamat, S., Norlida H.S. (2011). Dynamic Inter-relationship between Trade, Economic Growth and Tourism in Malaysia. *International Journal of Economics and Management*, 5(1), 38–52

24. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. (2010). United Nations Commission of the European Communities, Eurostat, World Tourism Organization, Organisation for Economic Co-operation and Development (accessed: December 20, 2023). Retrieved from https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/seriesf_80rev1e.pdf

25. UNCTAD stat. Data center. (2023). Retrieved from <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/>

26. World Bank Open Data. (2023) (accessed: December 17, 2023). Retrieved from <https://data.worldbank.org/>

27. Xiang, L., & Chen, Q. (2021). Factors Affecting International Competitiveness of Tourism Services Trade: Evidence from Zhejiang Province, China. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(8), 125–139. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v11-i8/10074>

28. Xiaoli Yang (2021). Countermeasure Research on the Development of Trade in Tourism Service in Hainan under the Background of One Belt One Road. *E3S Web of Conferences*, 235 (accessed: December 17, 2023). Retrieved from https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2021/11/e3sconf_netid2021_02004.pdf

29. Zhang, W., Chiu, Y.-B. (2020). Globalization, Country Risks, and Trade in Tourism Services: Evidence from China. *Sustainability*, 12(14):5869. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su1214586>

Стаття надійшла до редакції 15.12.2023

Прийнята до публікації 20.12.2023