

МІЖНАРОДНА ТУРИСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ: СУЧАСНІ РЕАЛІЇ ТА ТЕНДЕНЦІЇ

©2019 РАХМАН М. С., НАГОРНА Ю. В.

УДК 339.9
JEL: Z32

Рахман М. С., Нагорна Ю. В. Міжнародна туристична діяльність: сучасні реалії та тенденції

Стаття присвячена теоретичному обґрунтуванню сутності міжнародного туризму та його значення, аналізу основних показників економічного розвитку туристичної галузі світу та України, дослідженню сучасних тенденцій та розробці проекту рекомендацій щодо подальшого його розвитку. Узагальнено теоретичні положення про сутність терміна «туризм», особливості визначення та функції туризму; виявлено вплив розвитку галузі на економіку окремої країни та світу; розглянуто напрями застосування менеджменту в туристичній індустрії та структуру туристичного продукту. Проведено аналіз показників міжнародного туризму: розмір внесків у ВВП; обсяг прямих інвестицій; частка в загальному світовому експорті та експорті послуг; вплив на зайнятість населення та динаміка туристичних потоків взагалі та по регіонах світу. Розглянуто структуру надходжень від експорту в регіональному розрізі, рейтинги країн – лідерів за обсягом іноземних відвідувачів та обсягом надходжень від туристичного експорту в динаміці. Наведено порівняння видової структури прибуття міжнародних туристів за метою подорожі. Виконано аналіз основних показників зовнішньої торгівлі туристичними послугами України: кількість суб'єктів туристичної діяльності в розрізі власності та територіального розміщення; динаміка в'їзного та виїзного туристичного потоку; переваги іноземних туристів за метою візиту до України. Проаналізовано статистичні показники обсягів зовнішньої торгівлі України за статтею «подорожі». Розроблено та запропоновано проект рекомендацій щодо вдосконалення міжнародних туристичних послуг. Підбиті підсумки та виявлено сучасні тенденції в розвитку світового туризму.

Ключові слова: міжнародний туризм, туристична індустрія, подорож, туристичний потік, відвідувач, експорт, рекомендації.

DOI:

Рис.: 9. Табл.: 2. Бібл.: 13.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: rahmanms0312@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

Нагорна Юлія Віталіївна – магістрант кафедри маркетингу, менеджменту та підприємництва, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

УДК 339.9
JEL: Z32

Рахман М. С., Нагорная Ю. В. Международная туристическая деятельность: современные реалии и тенденции

Статья посвящена теоретическому обоснованию сущности международного туризма и его значения, анализу основных показателей экономического развития туристической отрасли мира и Украины, исследованию современных тенденций и разработке проекта рекомендаций по дальнейшему его развитию. Обобщены теоретические положения о сущности термина «туризм», об особенностях определения и функциях туризма; выявлено влияние развития отрасли на экономику отдельной страны и мира; рассмотрены направления применения менеджмента в туристической индустрии и структура туристического продукта. Проведен анализ показателей международного туризма: размер взносов в ВВП; объем прямых инвестиций; доля в общем мировом экспорте и экспорте услуг; влияние на занятость населения и динамика туристических потоков в целом и по регионам мира. Рассмотрены структура поступлений от экспорта в региональном разрезе, рейтинг стран – лидеров по объему иностранных посетителей и объему поступлений от туристического экспорта в динамике. Проведено сравнение видовой структуры прибытия международных туристов по цели путешествия. Выполнен анализ основных показателей внешней торговли туристическими услугами Украины: количество субъектов туристической деятельности в разрезе собственности и территориального размещения; динамика въездного и выездного туристического потока; преимущества иностранных туристов с целью визита в Украину. Проанализированы статистические показатели объемов внешней торговли Украины по статье «путешествия». Разработан и предложен проект рекомендаций по совершенствованию международных туристических услуг. Подведены итоги и выявлены современные тенденции в развитии мирового туризма.

Ключевые слова: международный туризм, туристическая индустрия, путешествие, туристический поток, посетитель, экспорт, рекомендации.

Рис.: 9. Табл.: 2. Библ.: 13.

UDC 339.9
JEL: Z32

Rakhman M. S., Nahorna Y. V. The International Tourism Activities: Modern Realities and Tendencies

The article is concerned with the theoretical substantiation of the essence of international tourism and its significance, analysis of the main indicators of the economic development of the tourism industry of the world and Ukraine, exploration of the current tendencies and elaboration of a project of recommendations as to further development. The theoretical provisions on the essence of the term of «tourism» and the specifics of definition and functions of tourism are generalized; influence of the industry on the economy of a single country and the world is identified; the directions of applying management in the tourism industry and the structure of tourist product are considered. The authors analyze the international tourism indicators: contributions to GDP; volume of direct investments; share in total world exports and the exports of services; impact on employment and the dynamics of tourist flows in general and by the world regions. The structure of export revenues in the regional plane, ranking of the leading countries in terms of the volume of foreign visitors, and the volume of revenues from tourist exports in the dynamics are considered. A comparison of the species structure of the arrival of international tourists according to the purpose of travel is provided. An analysis of the main indicators of foreign trade in tourism services of Ukraine is carried out: number of subjects of tourist activities in terms of property and territorial accommodation; dynamics of the inbound and outbound tourist flow; advantages of foreign tourists as for the purpose of visiting Ukraine. The statistics on Ukraine's foreign trade volumes on the item of article «travels» are analyzed. A project of recommendations as to improving the international tourism services is elaborated and conceived. The results are summed up and the current tendencies in the development of the world tourism are identified.

Keywords: international tourism, tourism industry, travel, tourist flow, visitor, exports, recommendations.

Fig.: 9. Tabl.: 2. Bibl.: 13.

Рахман Махбубур Сидикович – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, менеджмента и предпринимательства, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: rahmanms0312@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

Нагорная Юлия Витальевна – магистрант кафедры маркетинга, менеджмента и предпринимательства, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

Rakhman Mahbubur S. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: rahmanms0312@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7408-4049>

Nahorna Yuliia V. – Graduate Student of the Department of Marketing, Management and Entrepreneurship, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

Масовий туризм став феноменом ХХ століття – індустріальної стадії розвитку людства – як невід’ємна складова загального міжнародного ринку та розвитку сучасної цивілізації. Розвиток постіндустріального суспільства, інтелектуалізація праці, урбанізація, психоемоційні навантаження змушують не тільки заможних людей, а й широкі верства населення задовольняти свої потреби в релаксації та відпочинку. У виборі того чи іншого туристичного продукту на допомогу мандрівникам приходять інформаційні технології, які допомагають у виборі напряму подорожі, вартості туру, умов перебування, логістичного забезпечення та класу обслуговування, не витрачаючи марно часу та змінюючи свої потреби в режимі он-лайн.

За останні роки індустрія міжнародного туризму перетворилася на одну з найбільш стрімко зростаючих галузей у міжнародній торгівлі послугами, зі щорічним темпом приросту 4,6% (2017 р.), 10,4% загального внеску сектора у світовий ВВП, 4,5% від загального обсягу інвестицій. Міжнародний туризм став напрямом у розвитку самобутності віддалених регіонів, засобом для забезпечення зайнятості населення (у світовому туристичному бізнесі зайнято 10% населення планети та створюються кожне 9 робоче місце), джерелом підвищення доходів населення (для деяких країн – єдиним способом зайнятості та доходу) та рівня добробуту нації [1].

Метою статті є теоретичне обґрунтування заasad міжнародного туризму та його значення в економічному розвитку, а також визначення сучасних тенденцій і розробка рекомендацій щодо його подальшого розвитку.

Дослідженню міжнародного ринку туристичних послуг присвячені роботи зарубіжних і вітчизняних учених: Котлера Ф., Кифяка В., Балабанова І. Т., Балабанова А. І., Мальської М. П., Худо В. В., Цибуха В. І., Майдебури О. В., Ракша-Слюсарєвої О. А., Роглева Х. Й., Рахмана М. С., Румянцева А. П., Румянцевої Н. С., Правика Ю. М., Пуцетайла П. Р., Моторина Р. М., Рождественської Л. Г., Євдокименко В. К., Любіцевої О. О., Чорненької Н. В. і багатьох інших.

Ураховуючи те, що з плином часу світ змінюється, як і потреби споживачів туристичного продукту, і способи надання послуг, зростає вплив інтелектуального продукту для одержання прибутку, отже, ці

питання потребують постійних досліджень та аналізу факторів впливу на розвиток міжнародного туризму.

З незапам’ятних часів подорожі завжди були властиві людині головним чином для того, щоб уникнути голоду або небезпеки. Згодом вони стали формою пізнання та розширення людських можливостей щодо адаптації до довкілля та одним із засобів комунікації, крос-культурного обміну й економічних контактів тощо.

У науковій літературі спірним є питання як щодо етимології поняття «туризм» (від франц. «*tour*» – «прогулянка»), так і щодо визначення сутності туризму з різних точок зору його дослідників.

В основу більшості визначень терміна покладено такі особливості:

- ✦ тимчасове переміщення людей з місць постійного проживання в інші місця;
- ✦ термін перебування в країні відвідування (мінімум з 1 ночівлею) з будь-якою метою, крім професійної діяльності, що оплачується в цій країні [2].

Поліфункціональність туризму відображається комплексним характером мотивації, що спонукає людину до мандрів.

Міжнародний туризм активно впливає на економіку країн, зокрема тих, які мають туристичні ресурси і завдяки їм задіяні у світовий туристичний простір (рис. 1), та забезпечує мультиплікаційний ефект, який дозволяє визначити зв’язки та міру інтегрованості туризму в національну та світогосподарську системи.

Туристична індустрія – це міжгалузевий соціально-економічний комплекс, що має складну структуру з багатьма взаємопов’язаними та взаємозалежними компонентами, до яких входять підприємства й організації, що виконують виробничі, транспортні, сервісні функції та надають певні послуги.

Менеджмент у туризмі, перш за все, спрямований на прибутковість, тому доцільно навести визначення М. П. Мальської: «використання й координація на підприємствах туризму з максимальною ефективністю матеріальних, фінансових, людських та інформаційних ресурсів для досягнення поставлених цілей» [4]. З огляду на особливості туризму як об’єкта управління існують протиріччя в механічних пере-

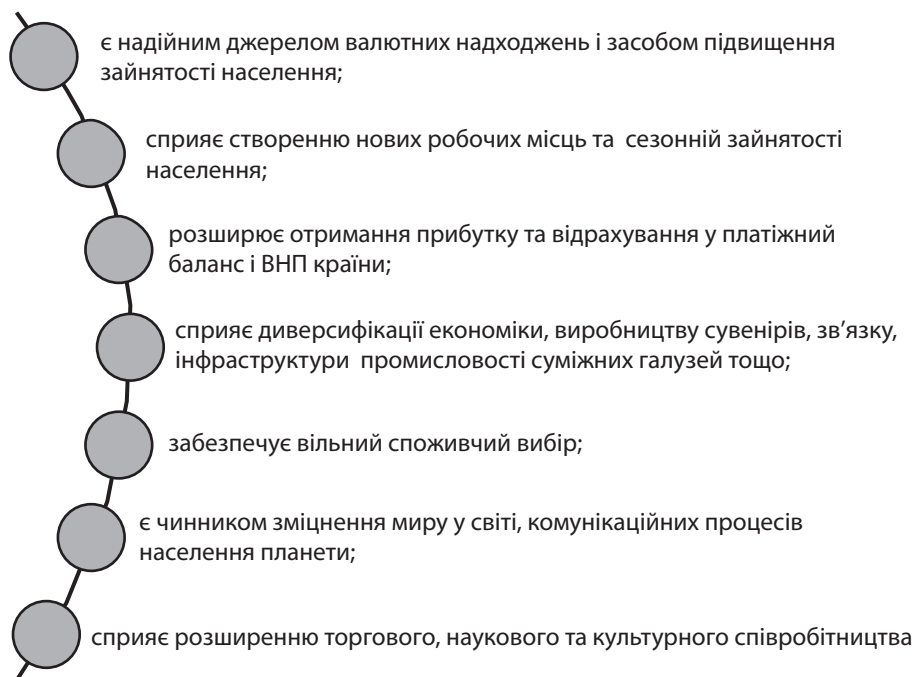


Рис. 1. Вплив туризму на економіку окремої країни та світу

Джерело: складено за [3].

несеннях напрацювань і моделей управління з інших сфер. Застосування певного виду менеджменту або їх поєднання залежить від розміру та характеру підприємства (туристична фірма, малий готель або великий готельний ланцюг, ресторан та ін. (рис. 2).

У менеджменті туризму розрізняють продукт туристичної компанії (туроператора) і продукт туристичної території, який складається з власне самого туру, туристично-екскурсійних послуг і товарів. Тривалість циклу окремого турпродукту на локальному ринку «залежить від загальної ринкової ситуації та від конкретних умов» [6]. Економічні інтереси споживачів туристичних продуктів і послуг полягають у прагненні максимізувати корисність із урахуванням цін і доходів, тобто в задоволенні індивідуальних потреб подорожуючих [7].

Міжнародний туризм є глобальним явищем, тому проаналізуємо показники розвитку галузі: надходження, туристичні потоки, популярні напрями,

переваги транспортних засобів та структуру зайнятості тощо.

За статистичними даними міжнародних організацій у сфері туризму (World Travel & Tourism Council's – UNWTO та WTTC) у 2018 р. галузь сприяла надходженням до 10,4% внесків до світового ВВП у сумі 8811,0 млрд дол. США (проти 8279 млрд дол. США у 2017 р.), причому прямі внески до ВВП зросли на 3,9% – до 2750,7 млрд дол. США, з яких 28,8% припадає на доходи, отримані від зовнішніх туристів; внески галузі у світовий експорт за 2017–2018 рр. склали 6,5% (1494,2 і 1586 млрд дол. США відповідно), на частку туризму у світовому експорті послуг припадає понад чверть (27,2% у 2018 р.); освоєно 940,9 млрд дол. капітальних інвестицій; зайнято 319 млн осіб (проти 313 млн у 2017 р.); кількість прибуттів зросла до 1401 млрд осіб проти 1235 і 1326 млрд прибуттів у 2016–2017 рр. відповідно (рис. 3) [1; 8].

ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ	ТИПОЛОГІЧНИЙ	ІНШІ
<ul style="list-style-type: none"> • управління структурою та оргдіяльністю; • мотиваційне управління та розподіл обов'язків персоналу; • контроль та оцінка результатів діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> • управління процесом обслуговування клієнтів; • менеджмент туроперейтингу; • харчування у круїзах, подорожах; • екскурсійний 	<ul style="list-style-type: none"> • кадровий; • фінансовий; • маркетинг-менеджмент; • PR-менеджмент; • стратегічний; • виробничий; • іноваційний

Рис. 2. Напрями менеджменту в туризмі

Джерело: складено за [5].

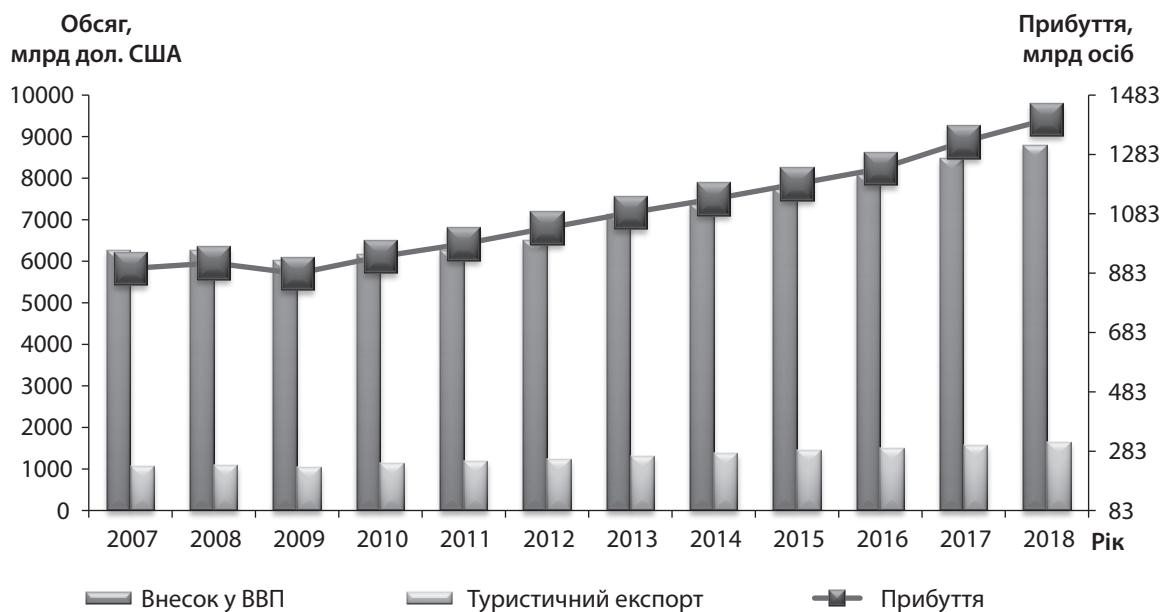


Рис. 3. Динаміка загального внеску туризму у ВВП, експорту та міжнародних прибуттів за 2007–2017 рр.
 Джерело: складено за [1; 8].

Лише за перше півріччя поточного року міжнародні прибуття зросли на 4%, високі темпи зростання мали такі регіони: Близький Схід (+8%), Азія та Тихий океан (+6%), зокрема Південна Азія та Північно-Східна Азія (обидва по +7%); трохи повільніше туристи відвідували країни Європи (+4%), африканського континенту ((+3%), крім Північної Африки (+9%)) та Америки (+2%); за субрегіонами найбільше зростання відвідувачів показали країни Карибського регіону (+11%) у I половині 2019 р. [9].

У структурі надходжень від туристичного експорту серед туристичних регіонів у 2018 р. лідерство зберегли країни СНД з приростом у 16,0% проти минулого періоду, меншим попитом користувалися країни Європи (-2,0% проти 2017 р.), Близького Сходу (-6,0%) та країни Африки (-14,0%) (рис. 4) [9; 10]. Країни Азії, навпаки, збільшили обсяги туристичного експорту на 2,0% за рахунок зростання відповідного показника азійських країн-лідерів: Таїланду (+11,0%), Японії (+21,0%), Макао та Гонконгу (+12,0% та +10,0% відповідно) [10].

Неперевершеним лідером за обсягом туристичного експорту останніми роками є США, а за кількістю відвідувачів, які зупинилися в країні перебування з ночівлею, з 2010 р. неперевершеним лідером є Франція, яку у 2018 р. відвідало 89,4 тис осіб, хоча її надходження від міжнародного туризму в сумі 64,0 млрд дол. США у 3,1 разу менші за показники США з обсягом у 214 млрд дол. США (табл. 1). Україна як туристична держава до 2012 р. займала 2,2% світового туристичного ринку.

Співвідношення показників кількості міжнародних туристів та надходжень вказують на такий фактор, як купівельну спроможність відвідувачів у країні перебування. Великий розрив між цими показ-

никами в бік надходжень спостерігається в Австралії, США, Великій Британії, Таїланду, а в бік переваги кількості туристів – у ряді європейських країн та в Туреччині.

Впевнене зростання глобальних показників туризму було зумовлено сильною економікою, доступними цінами на авіаперевезення, збільшенням напрямків повітряного сполучення та спрощенням отримання віз.

У 2018 р. з метою дозвілля, відпочинку та проведення канікул подорожували 55,0% туристів; 27,0% – візити до друзів та родичів, оздоровлення, релігія або інше; 13,0% 0 з метою ділової чи професійної діяльності та 6,0% не визначено (рис. 5). Частка повітряних подорожей зросла з 46% у 2000 р. до 58% у 2018 р., тоді як частка наземного транспорту зменшилася з 51,0% у 2011 р. до 39% відповідно [1; 8].

Проаналізуємо основні показники зовнішньої торгівлі туристичними послугами України для виявлення факторів негативних зрушень за останні роки. Згідно з останніми даними статистичного бюлетеня «Туристична діяльність в Україні у 2018 році» на ринку налічувалося 4293 одиниці суб'єктів туристичної діяльності (проти 3469 у попередньому році), з яких 1833 були юридичними особами (+90 за рік), у тому числі 529 туроператорів (проти 498 у 2017 р.) [11].

Дохід, отриманий суб'єктами туристичної галузі, зріс у 2018 р. на 2,6 млрд грн – до 21625,9 млн грн. За густотою діючих туристичних підприємств лідирує м. Київ – 1093 од. (з яких 78,3% – юридичні особи) проти 923 од. у 2017 р., Дніпропетровська (416 проти 325 од. відповідно), Львівська (342 проти 282 од. відповідно), Одеська та Харківська області (270 та 266 од. у 2018 р. відповідно) [11].

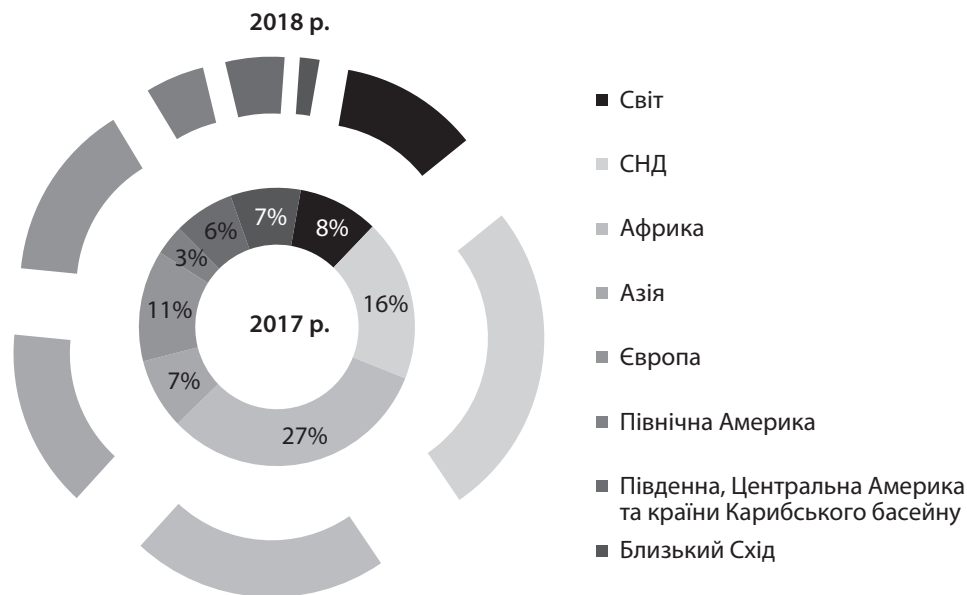


Рис. 4. Зміни обсягів надходжень від туристичного експорту в розрізі регіонів (внутрішнє коло – 2017 р., зовнішнє – 2018 р.), %

Джерело: складено за [10].

Таблиця 1

Рейтинг туристичних країн за кількістю міжнародних відвідувачів та надходженнями від туризму у 2010, 2015, 2018 рр.

№ з/п	Країна	Прибуття, тис. осіб*			Надходження, млрд дол. США**		
		2010	2015	2018	2010	2015	2018
1	США	60,0	77,5	79,6	137,0	206,9	214
2	Іспанія	52,7	68,5	82,8	54,6	56,5	72,8
3	Франція	77,6	83,7	89,4	47,0	58,3	65,8
4	Китай	55,7	56,9	62,9	45,8	45,0	39,4
5	Італія	43,6	50,7	62,1	38,7	39,4	48,4
6	Німеччина	26,9	33,0	38,9	34,6	36,9	42,6
7	Велика Британія	28,3	34,4	36,3	34,0	50,1	54,2
8	Австралія	5,8	7,4	9,2	32,6	34,2	45,3
9	Макао	11,9	14,3	18,5	22,3	31,0	40,0
10	Гонконг	20,1	26,7	31,2	22,2	36,2	36,7
11	Таїланд	15,9	29,9	38,3	20,1	44,9	63,1
12	Туреччина	31,4	39,5	45,8	22,6	26,6	25,2
13	Японія	8,6	19,7	31,2	13,2	25,0	41,1
14	Мексика	23,3	32,1	41,4	12,0	17,7	22,5
	Разом	461,8	574,3	667,6	536,7	708,7	811,1
	Частка лідерів, %	48,5	48,3	47,7	55,9	58,4	56,5
	Усього	952	1189	1401	959,9	1213,8	1436,5

Примітки: * – за даними UNWTO; ** – за даними WTO.

Джерело: складено за [1; 8].

У структурі підприємств туристичної галузі з 2011 р. відбулися зміни у зв'язку з перерозподілом суб'єктів ринку та виділенням окремого напрямку спеціалізації – екскурсійної діяльності (табл. 2). Частка туристичних операторів обох форм власності скоро-

тилася з 38,0% у 2010 р. до 12,3% у 2018 р., не значного коливання зазнала частка туроператорів на українському ринку.

Найменший виїзний потік співвітчизників спостерігався у 2010–2011 та 2015 рр., найвищий – у 2018 р.,

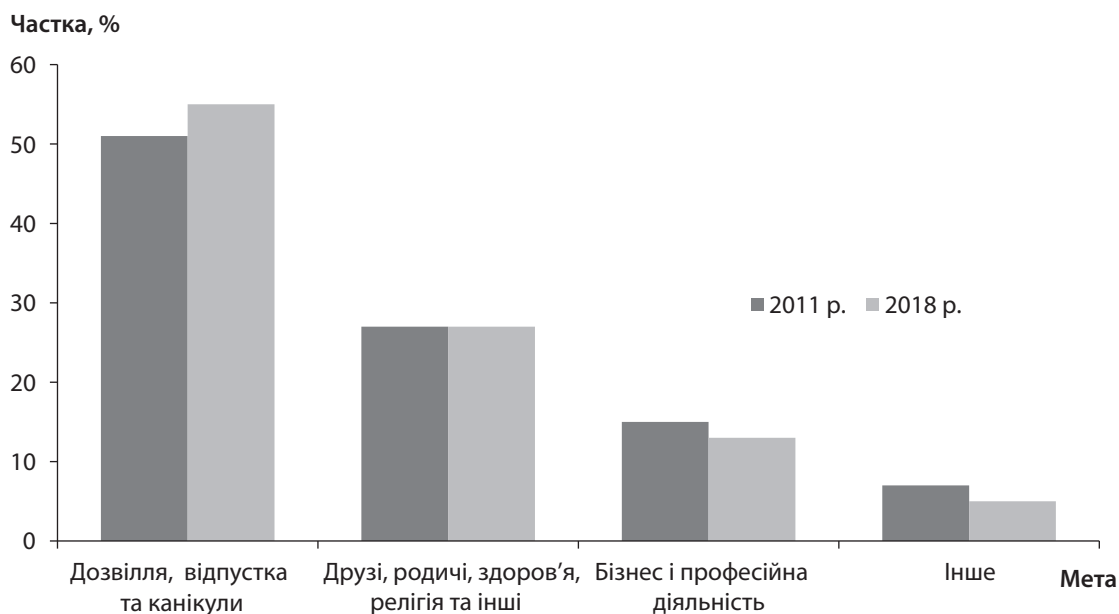


Рис. 5. Видова структура прибуття міжнародних туристів за метою подорожі у 2011 та 2018 рр., %

Джерело: складено за [1; 8].

Таблиця 2

Видова структура суб'єктів туристичної діяльності України у динаміці за 2010–2018 рр., %

Показник	Рік								
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Туроператори	38,0	18,3	16,7	16,5	17,2	15,7	15,7	14,4	12,3
Турагенти	62,0	73,3	74,9	75,1	79,0	80,0	79,9	80,8	83,0
Екскурсійна діяльність		8,4	8,5	8,4	3,8	4,2	4,3	4,9	4,6

Джерело: складено за [11; 12].

досягши 4024,7 тис. туристів, що на 1724,8 тис. осіб перевищує показник 2017 р. (рис. 6) [11]. У 2014 р. Україну відвідали 17,1 тис. іноземних туристів, тоді як до революції цей показник становив від 335,8 до 232,3 тис. осіб; у 2018 р. туристичний потік збільшився до 75,9 тис. іноземців, 81,0% з них прибули з метою відпочинку та проведення дозвілля, 11,0% – зі службовою метою або для навчання (рис. 7) [11].

Зовнішньоторговельний баланс за статтею «Подорожі» з 2011 р. від'ємний і щороку знижується через зменшення кількості міжнародних відвідувачів та надходжень у країну, політико-економічну нестабільність, анексію Криму та бойові дії на Донбасі. Українці надають перевагу відпочинку за кордоном, де вищий сервіс (нижча вартість авіаперевезень, вища комфортабельність та безпека) та кращі умови для відновлення сил та оздоровлення (рис. 8) [13].

Для ефективного управління туристичною діяльністю від підприємства вимагається чітка взаємодія «трьох китів»: Клієнта, Самої Послуги та Посередника між ними (туроператора чи турагента) (рис. 9).

Послуга «склади сам» має на меті врахувати всі вимоги клієнта, при точному визначенні композиції певного продукту або послуги через так званий вбудований «конфігуратор», для створення продукту з готових елементів із зазначенням ціни створеної ним конфігурації туристичного продукту.

ВИСНОВКИ

Щороку збільшується кількість людей, які обирають різноманітні форми проведення дозвілля та подорожі для відновлення організму й психоемоційного стану та пізнання оточуючого світу, тому менеджмент у туризмі має бути спрямований на впровадження технічних засобів та інноваційних технологій у пошук і розвиток нових мотиваційних стимулів та заохочень для розширення міжнародної туристичної діяльності.

Тенденціями сучасних споживчих подорожей є:

- ✦ прагнення до трансформації та злиття з місцевим самотутнім середовищем;
- ✦ висвітлення різних моментів, досвіду та місця перебування;



Рис. 6. Структура туристичного потоку України за 2007–2017 рр. у динаміці, осіб

Джерело: складено за [11; 12].

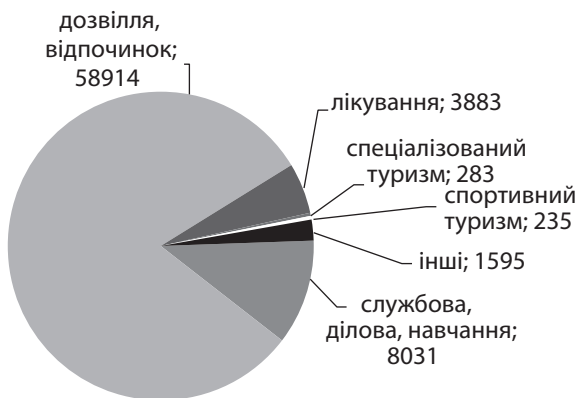


Рис. 7. Структура іноземних відвідувачів України у 2018 р. за метою візиту, осіб

Джерело: складено за [11].

- ✦ вибір здорового життя, переваги пішохідного, оздоровчого та спортивного туризму;
- ✦ доступність та комфортабельність у виборі індивідуальних подорожей і подорожей для кількох поколінь;
- ✦ сприяння розвитку галузі в напрямку обізнаності сталого розвитку: «нульовий» пластик і потепління клімату, «зелена» енергія тощо. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. World Travel & Tourism Council URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/>
2. Ключник А. В. Теоретичний аналіз поглядів на визначення міжнародного туризму. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 39–44. URL: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/09.pdf>

3. Візний туризм : навч. посіб. / П. Ф. Коваль, Н. О. Алехуґіна, Г. П. Андреева та ін. Ніжин : Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. 304 с.

4. Мальська М. П., Антонюк Н. В. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. Київ : Знання, 2008. 661 с.

5. Кіпченко В. К. Менеджмент туризму: підруч. Київ : Знання, 2010. 502 с.

6. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. Маркетинг туристичного бізнесу : навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і допов. Київ : Кондор, 2012. 336 с.

7. Заячківська Г. А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. *Інноваційна економіка*. 2015. Вип. 1. С. 153–157.

8. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition. URL: <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights>

9. UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, September 2019. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.3>

10. World Trade Organization. URL: www.wto.org

11. Туризм / Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/tur.htm

12. Рахман М. С. Залучення туристичного потенціалу України до «розвантаження» світових потоків проблеми економіки. *Проблеми економіки*. 2018. № 3. С. 19–28.

13. Зовнішня торгівля послугами / Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/zed.htm

REFERENCES

- Kiptenko, V. K. *Menedzhment turizmu* [Tourism management]. Kyiv: Znannia, 2010.
- Kliuchnyk, A. V. "Teoretychnyi analiz pohliadiv na vyznachennia mizhnarodnoho turizmu" [Theoretical analysis of views on the definition of international tourism]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. 2015. <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/09.pdf>
- Koval, P. F. et al. *Viznyi turizm* [Inbound tourism]. Nizhyn: Vydavnytstvo Lukianenko V. V., 2010.

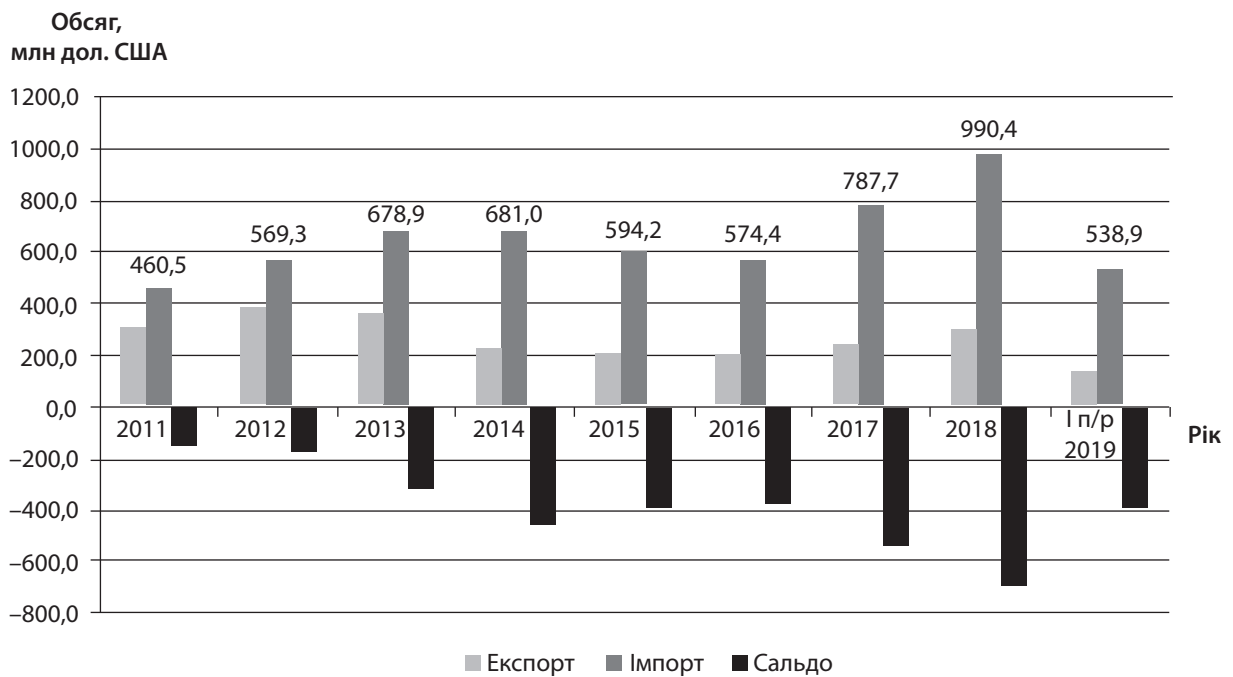


Рис. 8. Динаміка структурних зрушень у зовнішній торгівлі України за статтею «Подорожі» за 2010 р. – I півріччя 2019 рр., млн дол. США

Джерело: складено за [13].

РЕКОМЕНДАЦІЇ		
<p>Клієнт:</p> <ul style="list-style-type: none"> орієнтованість на вимоги клієнта; розуміти потреби та передбачати його потенційні бажання; створити «портрет» клієнта; постійний моніторинг поведінки клієнта; задовольняти потреби різних груп клієнтів та їх можливостей; якісний і ненав'язливий сервіс 	<p>Продукт або Послуга:</p> <ul style="list-style-type: none"> ставитися до літніх туристів як до пріоритетних клієнтів; ретельно обирати і складати тексти рекламних звернень; розробляти продукти для осіб з фізичними та розумовими вадами; пропонувати нові та вдосконалені туристичні продукти; мати в наявності різноманітні фінансові інструменти для оплати послуг; інтерактивне представлення своїх пропозицій через Інтернет 	<p>Підприємство:</p> <ul style="list-style-type: none"> проста в користуванні та наповнена всебічною інформацією веб-сторінка підприємства; досконала навігація; використання посилань, наявність гіпертексту; швидка та своєчасна відповідь працівників туристичного підприємства на листи та запити клієнтів; віртуальні дискусії; відгуки споживачів про надані послуги; вибір продукту на кшталт «склади сам»

Рис. 9. Рекомендації щодо вдосконалення міжнародних туристичних послуг підприємства

Lukianov, V. O., and Munin, H. B. *Marketing turystychnoho biznesu* [Marketing of tourism business]. Kyiv: Kondor, 2012.

Malska, M. P., and Antoniuk, N. V. *Mizhnarodnyi turizm i sfera posluh* [International tourism and services]. Kyiv: Znannia, 2008.

Rakhman, M. S. "Zaluchennia turystychnoho potentsialu Ukrainy do «rozvantazhennia» svitovykh potokiv problemy ekonomiky" [Attracting Ukraine's tourism potential to the "unloading" of world flows of the economy problem]. *Problemy ekonomiky*, no. 3 (2018): 19-28.

"Turizm" [Tourism]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/tur.htm
 "UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition". <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights>

"UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, September 2019". <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2019.17.1.3>

World Trade Organization. www.wto.org

World Travel & Tourism Council. <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/country-reports/>

"Zovnishnia torhivlia posluhamy" [Foreign trade in services]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. https://ukrstat.org/uk/operativ/menu/menu_u/zed.htm

Zaiachkovska, H. A. "Rynok mizhnarodnykh turystychnykh posluh: konstruiuvannia katehorii ta klasyfikatsiia" [International tourist services market: category construction and classification]. *Innovatsiina ekonomika*, no. 1 (2015): 153-157.