

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова праця  
на правах рукопису

**ПОДЛЕПІНА Поліна Олександрівна**

УДК 338.48-4:005.412-022.322(1-773) (043.5)

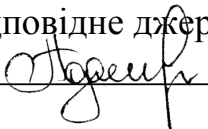
**ДИСЕРТАЦІЯ**

**ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ  
НА СТАЛІЙ РОЗВИТОК КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ**

Спеціальність 08.00.02 – світове господарство  
і міжнародні економічні відносини

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук

Дисертація містить результати  
власних досліджень. Використання  
ідей, результатів і текстів інших  
авторів мають посилання на  
відповідне джерело

 П.О. Подлепіна

Науковий керівник:  
Журба Ігор Євгенович,  
доктор економічних наук, професор

*Дисертація є ідентичною  
іншим примірникам дисертації  
Вчений секретар спеціалізованої  
вченої ради Д 17.051.03  
к. е. н.*

 Н. С. Якімова

Вінниця – 2020

## АНОТАЦІЯ

**Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2020.

Дисертацію присвячено розвитку теоретико-методичних засад дослідження міжнародного туризму, науковому та прикладному обґрунтуванню закономірностей, результатів і перспектив впливу міжнародних туристичних послуг на сталий розвиток країн, що розвиваються.

Визначено глобалізаційні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються. Автором у роботі удосконалено понятійно-категоріальний апарат дослідження впливу міжнародного туризму на сталий розвиток зазначених країн. Він, на відміну від існуючого, дозволяє поєднати наукові підходи до визначення сутності впливу міжнародного туризму на соціально-економічні перетворення даних країн. Зокрема, було систематизовано підходи до визначення сутності категорії «економічна природа міжнародних туристичних послуг», що базуються на корисності, культурно-пізнавальному запиті, створенні доданої вартості та формуванні каналів суспільної цінності.

Автором було запропоновано підхід комплексного розкриття дефініції «сталий розвиток» як наукової категорії, у центрі якої є соціально відповідальна людина, економічна діяльність якої здійснюється на принципах справедливого розподілу її результатів, збереження довкілля та його ресурсів для майбутніх поколінь та гуманістичної орієнтації.

У роботі було надано авторське визначення категорії «сталий туризм» як туристичної діяльності, що відповідає принципам збалансованості між екологічними, соціокультурними та інформаційно-комунікативними складовими розвитку країн при використанні їхнього туристичного потенціалу.

Дістала подальшого розвитку концепція впливу розвитку міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються, яка ґрунтується на принципах еволюційності, збалансованого розвитку екосистем, динамічності. Дана концепція визначає сучасні тренди, сформовані під впливом індивідуальних запитів туристів, зростанні туристичних потоків, екологізації створення, реалізації та споживання туристичної послуги.

Проаналізовано тенденції та динаміку розвитку глобального ринку туристичних послуг. Визначено закономірності диференційованого характеру впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що розвиваються, залежно від рівня загального внеску туризму у ВВП. З'ясовано обсяги витрат резидентів всередині країни, сукупних капіталовкладень у туристичну галузь, витрат міжнародних туристів всередині країни.

Автором побудовані економіко-математичні моделі з використанням багатофакторних регресій, а також проведений системний аналіз кількісних та якісних параметрів розвитку глобального ринку туристичних послуг, що дають можливість визначення найбільш значущих сегментів туристичної галузі країн, що розвиваються, з метою отримання максимального позитивного ефекту щодо їх соціально-економічного розвитку.

Виокремлено сучасні підходи до визначення системи детермінант формування оптимальної комбінації факторів розвитку індустрії міжнародних туристичних послуг з метою отримання максимального позитивного мультиплікативного ефекту для сталого розвитку країн, що розвиваються, яке отримане з використанням методу системно-динамічного моделювання на прикладі країн, що увійшли до кластеру з найбільш розвинутою туристичною індустрією. Дана модель дає можливість визначити структуру причинно-наслідкових взаємозв'язків між показниками, що характеризують рівень збалансованості факторів соціально-економічного та екологічного розвитку, а також розробляти оптимальні управлінські рішення, спрямовані на забезпечення сталого розвитку країн. Визначено виміри впливу міжнародного туризму на показники збалансованого соціально-економічного зростання країн.

Був запропонований науково-методичний підхід до визначення потенціалу впливу міжнародної туристичної галузі на сталий розвиток країн, що розвиваються, який включає: алгоритм оцінки потенціалу туристичної сфери, туристичних потоків та їх впливу на економічні та соціальні показники, заснований на адаптації методики розрахунку індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму до вимірів впливу галузі на економічне зростання країн, що розвиваються. Також був визначений підхід до застосування кластерного аналізу країн, що розвиваються, на основі врахування кількісних та якісних показників розвитку туристичної індустрії, що дає змогу сформулювати групи країн, які характеризуються диверсифікованим впливом туристичної індустрії на соціально-економічний розвиток країн за рахунок надходження валюти, а також внеску у ВВП у натуральних показниках і частки туристичної галузі – у загальних макроекономічних показниках.

Здійснено оцінку впливу процесу інтеграції України в глобалізовані ринки туристичних послуг на показники її сталого розвитку та прискорене зростання потенціалу в контексті посилення використання та подальшого розвитку інституції як самої туристичної галузі, так і її суміжних та підтримуючих галузей, територіальних комплексів, а також сталий розвиток локальних і національних екосистем.

Розроблено механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму на засадах сталого розвитку, який включає такі суб'єкти, об'єкти, а також інструменти, використання яких дає можливість сформулювати підходи до побудови державних стратегій розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються.

*Ключові слова:* глобальна економічна система; економічна природа туристичних послуг; туристичні послуги; туристичні ресурси; туристичні потоки; сталий розвиток; синергія; інтеграція; кластерний аналіз країн; потенціал; дестинація; країни, що розвиваються.

## SUMMARY

**Podlepina P.O. Influence of international tourism on sustainable development of developing countries. – Qualification research work as a manuscript.**

Dissertation on the receipt of the scientific degree of candidate of economic sciences on speciality 08.00.02 – World economy and international economic relations. – Vasyl’ Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2020.

The dissertation is devoted to the elaboration of theoretical and methodological bases of international tourism research, scientific and applied substantiation of regularities, results and prospects of the influence of international tourist services on the sustainability of developing countries.

The globalization priorities of sustainability of developing countries have been specified. The author improves the conceptual and categorical framework for studying the impact of international tourism on the sustainable development of the above-mentioned countries. Unlike the existing one it enables to combine scientific approaches to determining the nature of the impact of international tourism on the socio-economic transformations of those countries. In particular, the approaches to defining the essence of the category “the economic nature of international tourist services” have been systematized based on usefulness, cultural and cognitive demand, added value and social value channels formation.

The author suggests a complex definition of “sustainable development” as a scientific category the center of which has a socially responsible person whose economic activity is based on equitable distribution of its results, humanistic principles, preservation of the environment and its resources for future generations.

The author gives the following definition of the category “sustainable tourism”: a tourist activity that corresponds to the principles of balance between environmental, socio-cultural, information and communication components of the development of countries when using their tourism potential. The concept of the impact of the international tourism sector on the sustainable growth of developing countries which is

based on the principles of evolution, balanced development of ecosystems, dynamism, has been further developed. This concept identifies current trends formed under the influence of individual demands of tourists, the growth of tourist flows, ecological basis of the creation, implementation and use of tourist services.

The tendencies and dynamics of the tourist services global market development have been analyzed. The regularities of the differentiated nature of the impact of key indicators of international tourism development on the GDP of developing countries, depending on the level of the total contribution of tourism to GDP, have been determined. The work finds out the volumes of expenses of residents within the country, total investments in the tourism industry, expenses of international tourists inside the country.

The author has made economic and mathematical models using multiple regressions, as well as a systematic analysis of quantitative and qualitative parameters of the global market for tourism services which makes it possible to identify the most important segments of the tourism industry in developing countries to obtain maximum positive effect on their social economic development.

The thesis focuses on modern approaches to identifying the system of determinants of forming the optimal combination of factors of the international tourist industry development in order to obtain the maximum positive multiplier effect for the sustainability of developing countries, which is obtained using the method of system-dynamic modeling based on the example of countries with the most efficient tourism industry. This model makes it possible to determine the structure of causal relations between indicators that characterize the level of balance of socio-economic and environmental development, as well as to make optimal management decisions aimed at ensuring sustainable development of the countries. The quantitative analysis of the impact of international tourism on the indicators of balanced socio-economic growth of countries has been conducted.

A scientific and methodological approach to determining the potential impact of the international tourism industry on the sustainability of developing countries is proposed. It includes: an algorithm for evaluating the potential of the tourism sector,

tourism flows and their impact on economic and social indicators based on adapting the methodology for calculating the index of competitiveness of the travel and tourism sector to measure the impact of the industry on the economic growth of developing countries. An approach to the application of cluster analysis of developing countries has also been defined. It takes into account quantitative and qualitative indicators of tourism industry development which enables to form groups of countries characterized by a diversified impact of the tourism industry on the socio-economic development with the currency flow, contribution to GDP in physical indicators and the share of the tourism industry in general macroeconomic indicators.

The author has evaluated the impact of Ukraine's integration into global tourism markets on its sustainable development indicators and accelerated potential growth in the context of strengthening the use and further development of the institution both as the tourism industry and its related and supporting industries, territorial complexes, as well as sustainability of local and national ecosystems.

The work has resulted in producing a mechanism of the state support of elaborating competitive advantages of the developing countries in the market of the international tourism on the basis of sustainable development which includes subjects, objects, and tools whose use gives a chance to form approaches for making state strategies of tourist branch development of the countries.

*Key words:* global economic system; economic nature of tourist services; tourist services; tourist resources; tourist flows; sustainable development (sustainability); synergy; integration; cluster analysis of countries; potential; destination; developing countries.

## СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА

1. Подлепіна П. О. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток регіону. *Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку*: кол. монографія. За ред. проф. В. В. Александрова. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. С. 28–44 (1,06 д.а.). *Особистий внесок здобувача полягає у дослідженні напрямів та обґрунтування механізмів регулювання туристичної сфери на регіональному рівні.*

2. Podlepina P. O. International market of tourist services: conceptual category apparatus. *International journal of economics and society*. 2017. Vol. 2. Issue 9. P. 151–155 (0,54 д.а.).

3. Подлепіна П. О., Парфіненко А. Ю., Кондакова Г. О. Нові індустріальні країни «першої хвили» в системі світогосподарських зв'язків. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2014. № 1144. Вип. 3 (1). С. 146–150 (0,68 д.а./0,23 д.а.). *Особистий внесок здобувача полягає у дослідженні ролі нових індустріальних країн в системі світогосподарських зв'язків.*

4. Подлепіна П. О. Основні засади капіталізації сфери міжнародного туризму в країнах з різним рівнем економічного розвитку. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 45 (2). С. 97–102 (*Index Copernicus та інші*) (0,68 д.а.).

5. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як рушійна сила економічного поступу країн, що розвиваються. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 4 (260). С. 280–286 (*Index Copernicus та інші*) (0,8 д.а.).

6. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на сучасні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2019. Вип. 54. С. 17–24 (*Index Copernicus та інші*) (0,8 д.а.).

7. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на соціально-



економічний розвиток України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 2 (268). С. 203–206 (*Index Copernicus та інші*) (0,54 д.а.).

8. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 1 (211). С. 21–29 (0,82 д.а.).

9. Подлепіна П. О. Оцінка динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 3 (213). С. 69–77 (0,88 д.а.).

10. Подлепіна П. О. Економічна природа міжнародних туристичних послуг в умовах трансформаційних процесів країн, що розвиваються. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 3 (270). С. 131–135 (*Index Copernicus та інші*) (0,6 д.а.).

11. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як багатогранний феномен сьогодення. *Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу: тези доп. Міжн. наук.-пр. конф. 22–23 травня 2008 р., м. Харків*. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. С. 61–63 (0,13 д.а.).

12. Подлепіна П. О. Деякі тенденції розвитку світового туристичного ринку. *Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу: матеріали V наук.-практ. конф. молодих вчених. 11 грудня 2009 р., м. Харків*. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. С. 265–267 (0,17 д.а.).

13. Подлепіна П. О. Посткризові реалії розвитку туристичної сфери України. *Экономические аспекты развития туризма в регионах Украины: настоящее и будущее: материалы Всеукр. науч.-практ. конф. 3 апреля 2012 г., г. Донецк*. Донецк: ЧВУЗ «ДИТБ», 2012. С. 69–72 (0,18 д.а.).

14. Подлепіна П. О. Новітні інноваційні технології в розробці туристичного продукту у Східній Європі (на прикладі Поділля та Південно-Східної Волині). *Міжнародні відносини країн Центрально-Східної Європи в умовах бігравітаційних процесів: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф.*

12–13 травня 2017 р., м. Хмельницький-Старокостянтинів-Меджибіж. Хмельницький: ХНУ, 2017. С. 121–122 (0,13 д.а.).

15. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як чинник соціально-економічного розвитку (на прикладі країн, що розвиваються). *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети*: матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. 27 жовтня 2017 р., м. Харків. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 217–219 (0,18 д.а.).

16. Подлепіна П. О. Співпраця країн, що розвиваються, Південно-Східної Азії як чинник розвитку туризму в регіоні. *Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства*: матер. XIV міжн. наук.-пр. конф. 20–21 квітня 2018 р., м. Хмельницький. Хмельницький: ХНУ. 2018. С. 158–163 (0,27 д.а.).

17. Подлепіна П. О. Вплив туристичних потоків на сталий розвиток транскордонних територій країн, що розвиваються. *Транскордонне співробітництво, як форма розвитку міжнародної інтеграції*: тези ІХ міжнар. наук.-практ. семінару. 24 травня 2019 р., м. Луцьк. Луцьк: Редакційно-інформаційний відділ Луцького НТУ. 2019. С. 77–80 (0,23 д.а.).

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>12</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....</b>	<b>22</b>
1.1. Глобалізаційні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються .....	22
1.2. Економічна природа міжнародних туристичних послуг .....	43
1.3. Механізми впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються .....	59
Висновки до розділу 1 .....	73
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ .....</b>	<b>75</b>
2.1. Аналіз тенденцій та динаміки розвитку глобального ринку туристичних послуг .....	75
2.2. Сучасні детермінанти сталого розвитку країн, що розвиваються.....	92
2.3. Виміри впливу міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються .....	113
Висновки до розділу 2 .....	132
<b>РОЗДІЛ 3. ОПТИМІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЩОДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ .....</b>	<b>136</b>
3.1. Моделювання динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку .....	136
3.2. Оцінка впливу процесу інтеграції України в глобалізаційні ринки туристичних послуг на показники її сталого розвитку .....	159
3.3. Механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму в контексті сталого розвитку .....	172
Висновки до розділу 3 .....	200
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>204</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>	<b>208</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>230</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** В умовах активізації світових глобалізаційних процесів зростає роль міжнародного туризму в системі міжнародних економічних відносин. Така діяльність дає можливість активізувати соціально-економічні процеси розвитку країн, що розвиваються, та впливає на зростання їх конкурентоспроможності.

У першій чверті ХХІ ст. науковцями було обґрунтовано парадигму та концепцію сталого розвитку туризму як основу сучасного ринку міжнародного туризму, що функціонує динамічно. Вони характеризуються особливістю використання механізмів та інструментів в усуненні диспропорцій міжнародного розвитку туризму, а також в ефективному використанні потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів на засадах синергетики. Застосовуючи цей принцип, країни, що розвиваються, налагоджують взаємозв'язки з потенційними споживачами туристичних послуг на різних рівнях ієрархії управління.

В умовах, коли сфера послуг стає домінантою, туризм займає визначальну роль у міжнародній суспільній діяльності, адже сприяє стійкому економічному розвитку, зайнятості та подоланню бідності, раціональному використанню ресурсів, обміну ментальними цінностями, а також взаєморозумінню між народами. Тому особлива увага приділяється соціально-економічним перетворенням у країнах, що розвиваються, пошуку нових форм міжнародної туристичної діяльності задля формування розвинутого ринку міжнародних туристичних послуг.

Це зумовило визначення спільних проблем та впливів міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються, і обґрунтування механізмів та інструментів оптимального їх розв'язання. Разом з тим, існує потреба в комплексному дослідженні системи функціонування міжнародного туризму на засадах сталого розвитку як основи соціально-економічної трансформації, що вимагає належної науково-теоретичної та методичної бази.

Значну увагу у своїх дослідженнях щодо проблем впливу міжнародного туризму на трансформацію соціально-економічних процесів у країнах світового

господарства приділяли такі зарубіжні та вітчизняні науковці, як: Г. Блайль, А. Булл, А. Дурович, Є. Зайтц, К. Каспар, І. Марія-Камел, Д. Телфер, З. Подгурський, З. Атаманчук, М. Відякіна, І. Журба, В. Кифяк, Д. Лук'яненко, О. Любіцева, О. Лютак, М. Мальська, Л. Матвійчук, Н. Мешко, Т. Мігалік, Г. Найомія, Л. Побоченко, Т. Орехова, А. Румянцев, Т. Ткаченко, А. Парфіненко, Є. Фалько, І. Хаджинов, Р. Шарплі та ін. Переважна більшість зазначених дослідників торкалися питань сучасного функціонування туристичного ринку, а також впливу міжнародного туризму на соціальні та економічні показники держав. Проте, проблеми впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються, потребують подальших досліджень на засадах сучасних теоретичних та методичних підходів щодо новітніх імперативів соціально-економічного розвитку.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Наукові результати, теоретичні положення та висновки дисертації були одержані при виконанні досліджень у межах наукових тем Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна: «Туристична політика зарубіжних країн» (номер держреєстрації 0113U006006, 2013 р.), в рамках якої проведено економіко-математичне моделювання з використанням різних функцій взаємозв'язку для визначення впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток країн, що розвиваються; «Регіональні особливості розвитку міжнародного туризму» (номер держреєстрації 0114U002889, 2014–2015 рр.), в межах якої здійснено оцінку системного аналізу кількісних та якісних параметрів розвитку глобального ринку туристичних послуг; «Міжнародний туризм як фактор економічної та суспільно-політичної модернізації країн Центральної та Східної Європи» (номер держреєстрації 0116U000918, 2016–2017 рр.), де автором обґрунтовано різноступеневий характер впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що розвиваються, а також Донецького національного університету імені Василя Стуса: «Формування конкурентних стратегій національних виробників в сучасній парадигмі глобального економічного середовища» (номер

держреєстрації 0118U002395, 2018–2020 рр.), в рамках якої визначено сучасні детермінанти сталого розвитку країн, що розвиваються.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розвиток теоретико-методичних засад дослідження міжнародного туризму, наукове та прикладне обґрунтування закономірностей, результатів та перспектив впливу міжнародних туристичних послуг на сталий розвиток країн, що розвиваються.

Відповідно до зазначеної мети було поставлено та вирішено такі завдання:

- визначити глобалізаційні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються;
- дослідити економічну природу міжнародних туристичних послуг;
- обґрунтувати механізми впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються;
- проаналізувати тенденції та динаміку розвитку глобального ринку туристичних послуг;
- виокремити сучасні детермінанти сталого розвитку країн, що розвиваються;
- визначити виміри впливу міжнародного туризму на показники збалансованого соціально-економічного зростання країн, що розвиваються, на принципах сталого розвитку;
- оцінити виміри впливу та здійснити моделювання міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються;
- здійснити оцінку впливу процесу інтеграції України в глобалізовані ринки туристичних послуг на показники її сталого розвитку;
- розробити механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму на засадах сталого розвитку.

*Об'єктом дослідження* є процес функціонування міжнародного туризму як структурного елемента світогосподарської економічної системи на засадах сталого розвитку.

*Предметом дослідження* є умови, чинники, а також економічні механізми впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються.

**Методи дослідження.** Теоретико-методологічною базою дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, міжнародної економіки, менеджменту, розроблені та апробовані зарубіжними та вітчизняними авторами у сфері впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи: *історико-логічний* – при дослідженні природи організаційно-культурних ресурсів, еволюції відповідного напрямку економічної думки, міжнародного досвіду регулювання впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються (п. 1.1); *класифікаційно-аналітичний* – при дослідженні економічної природи міжнародних туристичних послуг (п. 1.2); *порівняльний, морфологічний, системний аналіз* – при класифікації типології та механізмів впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються (п. 1.3); *структурно-факторний аналіз* – при дослідженні тенденцій та динаміки розвитку глобального ринку туристичних послуг (п. 2.1); *структурно-кластерний аналіз* – при систематизації сучасних детермінант сталого розвитку країн, що розвиваються (п. 2.2); *кількісного та якісного порівняння, кореляційний аналіз* – при оцінці вимірів впливу міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються (п. 2.3); *методи спостереження, аналізу і синтезу, оцінювання, моделювання* – при визначенні динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у контексті вимірів сталого розвитку (п. 3.1); *методи порівняння, якісного оцінювання, логічний аналіз* – для діагностики оцінки впливу процесу інтеграції України в глобалізовані ринки туристичних послуг на показники її сталого розвитку (п. 3.2); *метод стратегічного аналізу, абстрактного моделювання* – при розробці механізму державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму на засадах сталого розвитку (п. 3.3), *статистичний та графічні методи* – для наочного представлення основних результатів роботи.

*Інформаційною базою дослідження* є матеріали науково-практичних конференцій, монографії та наукові статті вітчизняних і зарубіжних вчених, що присвячені розвитку сучасних тенденцій впливу міжнародного туризму на

сталий розвиток країн, що розвиваються; періодичні видання та аналітичні звіти національних та міжнародних організацій: ООН, СОР, ЮНВТО, Всесвітньої ради з подорожей та туризму, Світового банку, звіти ОЕСР, матеріали Конференції ООН з торгівлі та розвитку, матеріали офіційного сайту Туристичної Асоціації України, Асоціації індустрії гостинності України та ін.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у поглибленні теоретико-методичних основ дослідження міжнародного туризму та розробці науково-практичних рекомендацій щодо формування механізмів державної підтримки сталого розвитку країн, що розвиваються, через посилення синергії позитивного впливу розвитку туристичної галузі. Основні положення дисертаційної роботи, що визначають її наукову новизну, полягають у наступному:

*удосконалено:*

– понятійно-категоріальний апарат дослідження впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються, який, на відміну від існуючого, дозволяє поєднати наукові підходи до визначення сутності впливу міжнародного туризму на соціально-економічні перетворення даних країн, зокрема: систематизовано підходи до визначення сутності категорії «економічна природа міжнародних туристичних послуг», які ґрунтуються на корисності, культурно-пізнавальному запиті, створенні доданої вартості та формуванні каналів суспільної цінності; запропоновано авторський підхід до комплексного розкриття дефініції «сталий розвиток» як наукової категорії, у центрі якої є соціально відповідальна людина, економічна діяльність якої здійснюється на принципах справедливого розподілу її результатів, збереження довкілля та його ресурсів для майбутніх поколінь і гуманістичної орієнтації; запропоноване авторське визначення категорії «сталий туризм» як туристичної діяльності, що відповідає принципам збалансованості між екологічними, економічними, соціокультурними та інформаційно-комунікативними складовими розвитку країн при використанні їх туристичного потенціалу;

– визначення закономірностей диференційованого характеру впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що



розвиваються, залежної від рівня загального внеску туризму у ВВП, обсягів туристичних витрат резидентів всередині країни, сукупних капіталовкладень у туристичну галузь, витрат міжнародних туристів всередині країни. Побудовані економіко-математичні моделі з використанням багатофакторних регресій, а також проведений системний аналіз кількісних та якісних параметрів розвитку глобального ринку туристичних послуг дають можливість визначення найбільш значущих сегментів туристичної галузі країн, що розвиваються, з метою отримання максимального позитивного ефекту від їх соціально-економічного розвитку;

– механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму на принципах сталого розвитку, який включає такі суб'єкти (міжнародні організації, держава, туристичні інституції, транснаціональні туристичні ланки взаємодії), об'єкти (туристичні дестинації, нормативно-правове забезпечення, туристична інфраструктура та ін.), інструменти (інноваційно-інвестиційні ресурси, інформаційні ресурси, логістичне забезпечення, гуманітарно-соціальні складові), використання яких дає можливість сформулювати підходи до побудови державних стратегій розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються;

*дістали подальшого розвитку:*

– концепція впливу розвитку міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються, яка ґрунтується на принципах еволюційності, збалансованого розвитку екосистем, динамічності, що визначає сучасні тренди, сформовані під впливом індивідуальних запитів туристів, зростанні туристичних потоків, екологізації створення, реалізації та споживання туристичної послуги;

– науково-методичний підхід до визначення потенціалу впливу міжнародної туристичної галузі на сталий розвиток країн, що розвиваються, який включає: алгоритм оцінки потенціалу туристичної сфери, туристичних потоків та їх впливу на економічні та соціальні показники, заснований на адаптації методики розрахунку індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму до вимірів впливу галузі на економічне зростання країн,

що розвиваються; а також підхід до застосування кластерного аналізу країн, що розвиваються, на основі врахування кількісних та якісних показників розвитку туристичної індустрії (бізнес-середовище, охорона та безпека, здоров'я та гігієна, людські ресурси і ринок праці, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, пріоритет подорожі і туризму в доходах країни, міжнародна відкритість, конкурентоспроможність цін, екологічна стійкість, розвиток авіатранспортної, наземної, портової та туристичної інфраструктури, їх обслуговування, природні та культурні ресурси і ділові поїздки), що дає змогу сформувати групи країн, які характеризуються диверсифікованим впливом туристичної індустрії на соціально-економічний розвиток країн за рахунок надходження валюти, внеску у ВВП у натуральних показниках і частки туристичної галузі у загальних макроекономічних показниках;

– визначення системи детермінант формування оптимальної комбінації факторів розвитку індустрії міжнародних туристичних послуг з метою отримання максимального позитивного мультиплікативного ефекту для сталого розвитку країн, що розвиваються, яке отримано з використанням методу системно-динамічного моделювання на прикладі країн, що увійшли до кластеру з найбільш розвинутою туристичною індустрією. Отримана модель дає можливість визначати структуру причинно-наслідкових взаємозв'язків між показниками, що характеризують рівень збалансованості факторів соціально-економічного та екологічного розвитку (загальний внесок від туризму у ВВП, туристичні витрати резидентів всередині країни, прямі надходження від туризму у ВВП, сукупні капіталовкладення у туристичну галузь, витрати міжнародних туристів всередині країни, чисельність іноземців, що прибули до країни, чисельність інтернет-користувачів, індекс споживчих цін, рівень безробіття, кількість нападів на 100 тис. населення, викиди CO<sub>2</sub>, витрати на НДДКР), а також розробляти оптимальні управлінські рішення, спрямовані на забезпечення сталого розвитку країн;

– визначення впливу рівня інтеграції національної туристичної галузі в глобалізовані ринки туристичних послуг на прискорене зростання її потенціалу в

контексті посилення використання та подальшого розвитку інституцій як самої туристичної галузі, так і її суміжних та підтримуючих галузей, територіальних комплексів, а також сталий розвиток локальних і національних екосистем.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що отримані в процесі дослідження теоретичні результати стали основою розробки стратегічних пріоритетів впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються. Розроблені у дослідженні методичні підходи, моделі та методи є універсальними та можуть бути використані в процесі впровадження механізму впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються. Основні положення, висновки та результати дисертаційного дослідження впроваджено:

*на державному рівні:* у діяльності Всеукраїнського громадського об'єднання «Українська асоціація економістів-міжнародників» (довідка № 57/3 від 25.12.2019 р.) при розробці програми діяльності організації на 2020–2022 рр. – обґрунтовані науково-теоретичні засади дослідження міжнародних туристичних послуг та проаналізовано тенденції і динаміку розвитку глобального ринку туристичних послуг;

*на регіональному рівні:* у діяльності Харківської обласної ради (довідка № 01-44/935 від 13.04.2020 р.) – пропозиції щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного сектора України, рекомендації щодо нарощення рекреаційного потенціалу Харківської області в умовах глобалізації та ефективного формування регіонального туристичного продукту на принципах сталості; Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради (довідка № 183/01-01-26 від 08.04.2020 р.) – пропозиції щодо забезпечення зростання потенціалу туристичних підприємств та обсягів реалізації туристичного продукту на зовнішньому та внутрішньому ринках, створення сприятливих умов для залучення інвестицій та інших коштів у туристичну сферу міста;

*на рівні підприємств:* у діяльності міжнародного туристичного оператора «КАЛПСО ТУР ЮА» (довідка № 8-02/09-13 від 11.12.2019 р.) – пропозиції щодо формування та реалізації політики у сфері міжнародного туризму.

Результати досліджень також використовуються у навчальному процесі Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна при викладанні дисциплін «Світова економіка», «Міжнародний туризм» (довідка № 0301-111 від 22.01.2020 р.); Донецького національного університету імені Василя Стуса при викладанні навчальних дисциплін «Міжнародні стратегії економічного розвитку», «Міжнародний маркетинг» (довідка № 11/01.1.3-43 від 05.02.2020 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Всі результати, викладені у дисертаційній роботі, отримані здобувачем самостійно та знайшли відображення в опублікованих автором працях. З праць, опублікованих у співавторстві, використано лише ті результати, ідеї та висновки, які отримано особисто автором.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення, висновки і рекомендації дисертації доповідались і отримали схвалення на міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференціях та семінарах: «Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу» (м. Харків, 2008 р.), «Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу» (м. Харків, 2009 р.), «Экономические аспекты развития туризма в регионах Украины: настоящее и будущее» (м. Донецьк, 2012 р.), «Міжнародні відносини країн Центрально-Східної Європи в умовах бігравітаційних процесів» (м. Хмельницький, 2017 р.), «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети» (м. Харків, 2017 р.), «Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства» (м. Хмельницький, 2018 р.), «Транскордонне співробітництво як форма розвитку міжнародної інтеграції» (м. Луцьк, 2019 р.).

**Публікації.** За темою дослідження опубліковано 17 наукових праць загальним обсягом 8,69 д.а., з яких особисто автору належить 8,24 д.а., у тому числі 1 колективна монографія, 1 стаття у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу, 8 статей у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України (із них 1 – у співавторстві), 7 публікацій за матеріалами науково-практичних конференцій.

**Структура та обсяг дисертації.** Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг дисертації – 247 сторінок. Робота містить 39 таблиць, з них 2 таблиці займають 5 повних сторінок, 35 рисунків, з них 2 рисунки займають 2 повні сторінки, 7 додатків на 18 сторінках, список використаних джерел із 191 найменування на 22 сторінках. Обсяг основного тексту дисертації становить 200 сторінок.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

### 1.1. Глобалізаційні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються

В останні десятиліття виникає глобальне занепокоєння щодо відсутності відновлення природних ресурсів як фактору, що обмежує виробництво, та загрози довгостроковому економічному зростанню, спричиненому дестабілізацією навколишнього середовища та забрудненням. Як наслідок, було обґрунтовано ідею можливої глобальної планетарної кризи: перевиробництва, перенаселення, екологічних катастроф [59]. Накопичення екологічних проблем як результат інтенсивного розвитку світового господарства сприяло переходу основ сталого розвитку на якісно вищий рівень.

Першим кроком переосмислення засад глобальної кризи було здійснено у 1968 р. на засіданні «Римського клубу», де головним завданням постало питання розроблення методології її дослідження, щоб отримати стійку глобальну рівновагу. В його стінах виникла ідея щодо розробки концепції сталого розвитку, яка привернула увагу до глобальних екологічних проблем, зокрема у роботі науковців Д. Х. Медоуз, Д. Л. Медоуз, Й. Рандерс «Межі зростання» [86].

Термін «сталий розвиток» був впроваджений у широке використання Міжнародною комісією з навколишнього середовища та розвитку (Комісія Брунтланд) у 1987 р. [7]. Термін «сталий розвиток» є офіційним українським аналогом англійському терміну «sustainable development», що за структурою є «життєздатний розвиток», а за змістом – «самопідтримувальний розвиток», і пояснює його як «всебічно збалансований розвиток». Зазначимо, що «сталий» розвиток є синонімом до «стійкий». Отже, під сталим розвитком ми розуміємо такий процес суспільного буття, де задовольняються насущні сьогоденні потреби, не обмежуючи можливості прийдешніх поколінь у їх реалізації.

Сталий розвиток включає в себе два головних взаємозв'язаних аспекти [57]:

- 1) «потреби», у тому числі пріоритетні (необхідні для існування бідних прошарків населення);
- 2) «обмеження», обумовлені станом технологій і організації суспільства, що впливають на здатність навколишнього середовища задовольняти потреби нинішніх та майбутніх поколінь [89].

Головним завданням сталого розвитку є задоволення людських потреб та прагнень. Важливо підкреслити, що сталий розвиток впливає на забезпечення життєво необхідних суспільних потреб та надання можливостей їх реалізувати [57].

Концепція сталого розвитку ґрунтується на 5 основних принципах [14, 24, 44]:

- 1) людство дійсно здатне надати розвитку сталості довготерміновий характер;
- 2) наявність відносних обмежень у сфері використання природних ресурсів, що взаємозв'язані з функціонуванням інноваційних технологій та соціальною організацією і здатністю біосфери справлятися з наслідками людської діяльності;
- 3) необхідність задовольнити потреби населення і надати їм можливість реалізувати свої надії на майбутнє;
- 4) необхідність узгодження способу життя тих, хто має значні фінансові матеріальні ресурси, з екологічними можливостями планети;
- 5) розміри і темпи зростання населення повинні бути співвимірні з мінливим виробничим потенціалом глобальної екосистеми Землі.

З моменту витоків до сьогодення концепція сталого розвитку стикалася з різними інтерпретаціями та критикою. Існує понад 300 визначень та тлумачень концепції сталого розвитку. Спільним для всіх підходів є порівняння глобальної економічної системи з живим організмом (найповніше ця ідея розкрита у концепції органічного зростання) [11, 15].

Сучасні екологічні проблеми спонукають звернути на себе увагу і раціоналізувати підходи до впровадження концепції сталого розвитку. На даному етапі економічна думка відстає від глобального виклику екологічної

імперативи. Ні класики економічної науки (А. Сміт, Д. Рікардо), ні наступні економічні школи не надавали великого значення екологічним обмеженням в економічному зростанні і лише з 70-х років ХХ ст. ці проблеми вийшли на порядок денний. Перед економічною наукою було поставлене завдання переосмислити тенденції, які склалися в еколого-економічному розвитку і розробити принципово нові концепції розвитку [6, 7, 18].

Р. Костанца, К. Фольке [73] виділяють 3 ієрархічні і взаємозв'язані проблеми, з вирішенням яких пов'язаний сталий розвиток. Вони зводяться до підтримання:

- 1) сталого масштабу функціонування господарства, що відповідає системі еколого-соціального життєзабезпечення;
- 2) справедливого розподілу (distribution) ресурсів і можливостей;
- 3) ефективного розподілу (allocation) ресурсів в часі, які б адекватно враховували природний капітал [56].

Більшість представників традиційної економічної науки вважають, що дистрибутивна проблема має вирішуватись політичними, а не економічними методами. Таким чином, концепція сталого розвитку з'явилася в результаті об'єднання 3 основних точок зору: економічної, соціальної та екологічної. Відповідно до цього, науковці визначають три цілі сталого розвитку: екологічна цілісність, екологічна ефективність і екологічна справедливість.

Проаналізуємо генезис формування теоретичних основ сталого розвитку. Зокрема, соціолог економіст А. Печчеї у своїй праці «Людські якості» з'ясував нові стратегії та порядок суспільних взаємовідносин, визначивши шість цілей еволюції людства, обґрунтував закономірності та алгоритм діяльності людини, яка спрямована на розвиток зі збереження навколишнього середовища [43]. Інший науковець економіст Дж. Форстер у 1970 р. розробив модель сталого розвитку «Світ 1», яка сформована із 40 нелінійних рівнянь, що дає можливість з'ясувати взаємозалежність вибраних змінних. Далі вона була трансформована в модель «Світ 2» [63]. У монографії «Межі зростання» Л. Медоуз скорегував модель «Світ 3» довгострокового періоду розвитку з 1975 до 2100 рр. та



визначив проблеми і перспективи розвитку людства [86, 87]. Науковці М. Месарович і Е. Пестель у 1974 р. у спільному дослідженні «Людство на роздоріжжі», запропонували на противагу теорії «Нульового зростання» теорію «Органічного росту» – узгодженого розвитку різних частин глобальної системи, коли одна підсистема не може змінюватись на шкоду іншій і прогрес в одній з них можливий лише за умови прогресивних процесів в іншій [30, 40, 42, 89]. Ідеї А. Маршала і В. І. Вернадського з початку 90-х років ХХ ст. були реалізовані науковцями, зокрема Г. Брунтланд сформульовано визначення сталого розвитку, як уже було зазначено, що стало хрестоматійним [84].

У цей час було визначено парадигму сталого розвитку, яка має пропозиції щодо збереження довкілля, суспільної справедливості, не допущення расової та національної дискримінації і скерована на зростання рівня життя населення.

Отже, усі країни світового господарства визнають засади сталого розвитку як пріоритетні у розвитку людської цивілізації. Трансформаційні зміни у цьому напрямі мають відбутися як на глобальному, так і на національному рівнях.

Еволюцію концептуальних підходів до формування засад сталого розвитку можна розділити на 4 етапи: становлення, визначення теоретичних засад, систематизація, поглиблення (додаток В).

Так на першому етапі (1968–1982 рр.) було сформульовані основні ідеї концепції сталого розвитку (СР), обґрунтовано актуальність системної кризи, розпочато розповсюдження концепції на регіональний рівень, доведено, що у результаті становлення СР визначальне місце займають екологічний, економічний, і соціальний чинники, трактування СР стало ширшим: розглядаються питання щодо стану життя суспільства та функціонування господарської системи.

Другий етап (1983–1992 рр.) характеризується комплексним підходом до СР. Екологічна, соціальна та економічна засади стали аналізуватися системно у єдиному контексті. Сталий розвиток може розглядатися винятково з позиції сталості навколишнього середовища, збереження невідтворюваної сировинної бази та зменшення забруднення природного середовища [61, с. 174].

На третьому етапі (1993–2014 рр.) відбувалася систематизація концепції, а також сформована стратегія сталого розвитку світового господарства.

На четвертому етапі (2015–2030 рр.) поглиблення систематизації та прийняття 17 цілей сталого розвитку країн, що розвиваються, визначено зміст та завдання.

Обґрунтування місця та ролі кожного етапу пояснює його особливості та подальшу логіку розвитку.

У період постіндустріального суспільства зовнішні глобалізаційні соціально-економічні виклики стають масштабнішими, їх необхідно збалансувати на засадах сталості суспільного розвитку країн світу. Зазначимо, що 2017 рік на 70 сесії Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй (ООН) оголосили роком сталого розвитку туризму, відповідно до ініціативи Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) [41, 48]. Це дасть можливість систематизувати на основі гармонізації взаємовідносин у системі «природа – суспільство» діяльність урядів країн світу, підприємств туристичної сфери у структурі світового господарства, їх логістику та просторову закономірність туристичних потоків. Необхідно визначити їх місце та роль, яку вони несуть у трансформацію туризму щодо позитивних соціально-економічних змін, зокрема в країнах, що розвиваються [24,25,44]. В умовах, коли сфера послуг стає домінантною – туризм займає визначальну роль у 5 ключових сегментах суспільної діяльності світового масштабу, зокрема: 1) всебічному стійкому економічному розвитку; 2) соціальному залученні, зайнятості та подоланні бідності; 3) ефективному використанні ресурсів, охороні навколишнього середовища та кліматичних змінах; 4) культурних цінностях, різноманіття і спадщині; 5) взаєморозумінні, мирі та безпеці [44].

Зазначимо, що у подальшій розбудові державності країн, що розвиваються, важливе місце буде займати реалізація основних принципів сталого розвитку, що декларовані міжнародним співтовариством на конференціях ООН з питань навколишнього середовища і розвитку. Адже, вищезазначене створює передумови для збалансування потреб суспільства й можливостей природи,

узгодженого розгляду проблем стану середовища існування і соціально-економічного розвитку. Ці питання є особливо важливими для країн, що розвиваються, які на сьогодні знаходяться на стадії формування ринку та переживають глибокі еколого-соціально-економічні кризи.

Варто зауважити, що перед країнами, що розвиваються, стоять значні соціально-економічні виклики щодо сталого розвитку, зокрема, туризму. У цих країнах його в основному сприймають як перспективний, поліфункціональний сегмент, який динамічно розвивається і сприяє надходженню валютних коштів та економічному розвитку в цілому. Екосистеми цих країн є дуже привабливими та атракційними і викликають значний інтерес у туристів. Динамічний розвиток туристичної галузі в країнах, що розвиваються, стає причиною серйозних соціальних зрушень і зростання навантаження на екосистеми та навколишнє природне середовище. Надзвичайно чутливі екосистеми цих держав, та незначні можливості реалізації альтернативних стратегій розвитку призводять до необхідності визначення першочерговості заходів щодо усунення негативного впливу туристичного підприємництва на навколишнє природне середовище та їх екосистеми [10, 20]. Методологічними принципами розробки соціально-економічних основ сталого розвитку, у тому числі туризму, займалися як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Серед зарубіжних науковців потрібно виділити таких, як: Н. Реймерс, Г. Дейлі, Г. Брундланд, А. Печчеї, Дж. Форстер, Л. Медоуз, М. Месарович, Е. Пестель, а серед вітчизняних, зокрема: Б. Данилишин, Є. Данько, С. Дорогунцов, М. Долішній, О. Лютак, В. Міщенко, Я. Коваль, О. Новоторов, М. Паламарчук, І. Журба, Т. Орехова, Т. Ткаченко, Т. Кожухова, І. Хаджинов та ін. [6, 7, 15, 24, 40, 43, 59, 60]. Зауважимо, що усі науковці обґрунтовують сталий розвиток як взаємодоповнення факторів виробництва для обов'язкового забезпечення основних потреб населення за умов збереження й поетапного відтворення навколишнього природного середовища, формування основ для паритету між його можливостями і суспільними вимогами усіх поколінь. Ми вважаємо, що формування системи сталого розвитку виходить із потреби надання

переважаючого розвитку людини, на благо людини, особистими зусиллями людини у гармонії з оточуючим світом [28].

Отже, виходячи із сказаного, варто зауважити, що господарська діяльність на засадах сталого розвитку ґрунтується на залученні кожної особи до суспільної корисної справи «...Від кожного за здібностями, кожному за потребами...» [44]. Зазначимо, що у цьому контексті наші відмінності є джерелом творчості, креативу, ідей та розвитку, а не нетерпимості й упередженості. Необхідно кожному громадянину своєї держави поглиблювати уміння, навички та формувати фахову компетенцію, використовуючи ментальні загальнолюдські цінності на принципах збалансованості та гармонії [3, 16].

Таким чином, на основі аналізу науково-теоретичних та прикладних результатів досліджень як зарубіжних так і вітчизняних науковців, повсякденної практики господарської діяльності, а також зазначених понять та категорій, автором було удосконалено визначення сталого розвитку та запропоновано авторський підхід до визначення дефініції «сталий розвиток» як наукової категорії, у центрі якої є соціально відповідальна людина, економічна діяльність якої здійснюється на принципах справедливого розподілу її результатів, збереження довкілля і його ресурсів для майбутніх поколінь та гуманістичної орієнтації. Доведено, що туризм є некапіталомісткою галуззю з динамічною сферою обігу, що дає можливість оперативно сприяти створенню робочих місць, розвитку та популяризації місцевих культур, виробництву та реалізації продукції даних країн, що приносить еколого-економічні та соціальні ефекти [21].

У другій чверті ХХІ ст. туристична галузь довела свою здатність стимулювати економічне зростання та розширювати ринок праці. Зауважимо, що туризм формує 15 % світового ВВП, 11 % торгівлі і одне з 11 новостворених робочих місць, через те туризм є важливим соціально- економічним сегментом світового господарства. Необхідно пам'ятати, що більше ніж 1,2 млрд осіб на рік перетинають кордони різних країн світу, тому туризм став суттєвою основою для міжнаціонального діалогу, обміну надбанням світової культури, соціальної інтеграції, миру і, на цих засадах, формування сталого розвитку.

Зрештою, це знайшло своє відображення у залученні туризму до реалізації 17 цілей сталого розвитку на період до 2030 р., проголошених Генеральною Асамблеєю ООН. Через те, відбувається диверсифікація туристичної галузі з точки зору нових напрямів і системоформуючих ринків, зростаючого впливу технологій і зміни структури споживчих потреб, серед яких варто виокремити прагнення до автентичності та долучення до світового досвіду. Важлива роль туризму у розбудові світового господарства була визнаною, як уже згадувалося, шляхом залучення його до переліку галузей, які можуть зробити внесок у досягнення зазначених цілей сталого розвитку [19, 41, 49]. Обґрунтовано, що для ефективного функціонування туристичної галузі як структурної одиниці світового господарства, необхідно, щоб вона відповідала принципам сталості, таким як: охорона навколишнього середовища, збереження культури та традицій місцевих народів і народностей, повага до місцевих об'єднаних територіальних громад. Туристична галузь формує екологічний, економічний та соціальний ефекти, адже вона сприяє підвищенню рівня інформованості про сталий розвиток туризму, створенню гідних робочих місць з урахуванням гендерної збалансованості та стимулюванню економічного розвитку за участю місцевих громад. Сталий розвиток країн, що розвиваються, на засадах сталості туризму має базуватися на таких принципах збалансованого розвитку його чотирьох складових (екологічній, економічній, суспільній, культурологічній), як: еволюційність, екологічна ефективність туристичного руху та туристичного підприємництва; врівноваженість головних складових сталого розвитку туризму як соціо-еколого-економічної системи; соціальна справедливість доступу різних генерацій до туристичних ресурсів; динамічний характер розвитку [31].

Тому рекомендації щодо розвитку сталого туризму і досвід управління сталим розвитком можна застосувати до всіх форм туризму в усіх типах туристичних дестинацій, у тому числі – в різних сегментах туризму країн, що розвиваються.

Отже, сталий туризм має: а) забезпечити оптимальне використання природних ресурсів, які є визначальним елементом розвитку туризму, підтримуючи існуючі екологічні процеси і сприяючи збереженню природних ресурсів і

біорозмаїття; б) поважати соціокультурні особливості приймаючих громад, зберегти їхній культурний спадок, а також традиційні цінності та сприяти міжкультурному взаєморозумінню і терпимості; в) гарантувати життєздатність, довготермінові економічні операції, пропонуючи та справедливо розподіляючи соціально-економічні переваги для усіх учасників, забезпечуючи сталу зайнятість і можливість отримання доходу, соціальне забезпечення у приймаючих громадах, сприяючи таким чином зменшенню рівня бідності [35].

Сталий туризм повинен також підтримувати високий рівень задоволення туристів і гарантувати отримання ними значного досвіду щодо усвідомлення проблем сталості та просуваючи методи сталого туризму.

Визначимо глобалізаційні пріоритети країн, що розвиваються, через призму досягнення 17 цілей сталого розвитку. Спочатку для цього систематизуємо та згрупуємо 17 цілей на засадах визначення місця та ролі туризму. Систематизувавши зазначені цілі, ми визначили 5 основних груп пріоритетів розвитку країн, що розвиваються, зокрема [173]:

Група 1 «Подолання бідності, досягнення продовольчої безпеки та забезпечення здорового способу життя». Ми вважаємо, що реалізуючи цілі сталого розвитку даної групи, можемо досягти таких результатів:

– туризм стане інтеграційною складовою щодо соціального залучення та зайнятості різних верств населення в об'єднаних територіальних громадах країн, що розвиваються [44, 10, 173];

– країни, що розвиваються можуть сприяти сталому розвитку винятково шляхом раціонального використання базових ресурсів (трудових, природних, туристично-рекреаційних, геополітичних), структурно-технологічного супроводу, встановлення сучасного виробництва та наявних конкурентних переваг (провідна роль конкретної людини в суспільстві, дотримання соціальної справедливості, соціальної рівності, ефективна зайнятість, екологічна безпека) [47, 59];

– розвиток економік країн, що розвиваються, повинен ґрунтуватися на дослідженнях, що підтверджують наявність некапіталомісткого варіанта розвитку більшості галузей національного господарства. У цьому контексті

туризм зі своєю динамічною сферою обігу та малою капіталомісткістю найшвидше може створити нові робочі місця та наповнити бюджет місцевих територіальних громад країн, що розвиваються [75, 173];

– збільшення інвестицій за рахунок підвищення ефективності міжнародного співробітництва у сільську інфраструктуру і агропропаганду, через формування загальнодержавної системи щодо заохочення функціонування підприємств туристичної галузі, зокрема у сегменті агро- і зеленого туризму.

Група 2 «Забезпечення якісної освіти продовж усього життя та гендерної рівності». Ми вважаємо, що реалізуючи цілі сталого розвитку даної групи, можемо досягти:

– отримання безплатної, початкової та загальної освіти на еколого-соціальної та туристичній основі, що дає можливість отримання якісних результатів навчання;

– реалізацію основ туристичної освіти для членів об'єднаних територіальних громад, у школах, а також фахової підготовки для працівників туристичної сфери;

– ефективного рівня пропаганди культури, миру та злагоди, громадянського суспільства, усвідомлення цінності культурного різноманіття і внеску його у сталий розвиток країн, що розвиваються;

– розширене залучення жінок і рівні для них можливості щодо прийняття рішень та самореалізації на різних щаблях політичного, соціально-економічного життя [173].

Група 3 «Сприяння сталому економічному зростанню, стійкій інфраструктурі, інноваціям, продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх». Вважаємо, що реалізуючи цілі сталого розвитку цієї групи, можемо досягти:

– реалізації стратегій сприяння сталому туризму, що стимулює формування нових робочих місць; функціонуванні та популяризації місцевої культури; виробництву місцевої продукції [59, 80, 94, 173];

– якісної, надійної, стійкої та сталої туристичної інфраструктури на регіональному та транскордонному рівнях з метою підтримки економічного

розвитку та добробуту людей по різні боки кордону, надаючи пріоритет щодо забезпечення більш дешевого та справедливого доступу для всіх громадян;

– екологічно стійкої і сталої туристичної інфраструктури в країнах, що розвиваються, враховуючи зростання фінансово-економічного та технологічного супроводу африканських країн, особливо найменш розвинених, що не мають виходу до морів, а також малих острівних держав, що розвиваються;

– підтримки проведення інноваційних досліджень у галузевому розвитку із залученням технологій в країнах, що розвиваються, за допомогою туристичного бізнесу, шляхом створення сприятливого політичного клімату.

Група 4 «Скорочення нерівності всередині країн і між ними та забезпечення відкритості та безпеки життєдіяльності». Ми вважаємо, що реалізуючи цілі сталого розвитку даної групи, можемо досягти:

– впорядкованої, безпечної, законної міграції та мобільності людей, зокрема заохочення функціонування усіх видів туризму, у тому числі застосовуючи реалізацію визначеної та детально спланованої туристично-міграційної політики;

– активізації зусиль із охорони наявного світового історико-культурного та природного надбання з ефективним використанням туристичної логістики та інфраструктури;

– загального доступ до безпечних, доступних і відкритих для всіх бажаючих осіб зелених, туристично-рекреаційних територій та місць громадського відпочинку, зокрема для жінок і дітей, інвалідів та літніх людей

– позитивних економічних, соціальних та екологічних зв'язків між міськими, приміськими і сільськими районами на основі підвищення якості планування національного та регіонального розвитку на засадах сталого розвитку туризму [173].

Група 5 «Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та активізації роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку». Ми вважаємо, що реалізуючи цілі сталого розвитку даної групи, можемо досягти:

– забезпечення людей в усьому світі необхідною інформацією та



відомостями про сталий розвиток та умови життя в балансі з природою на основі еколого-рекреаційного та культурно-мистецького туризму;

– упорядкування інструментів моніторингу впливу на сталий розвиток туризму, що допомагає формуванню нових робочих місць, розквіту місцевої культури та виготовленню місцевої продукції [63].

– запровадження сучасних технологій, зокрема розширювати планетарну співпрацю по лінії «Північ–Південь» та «Південь–Південь» у сучасній світовій туристичній сфері, а також тристороння регіональна і міжнародна співпраця у сфері науки, техніки, інновацій, вихід на відповідні здобутки та запровадження зазначених досягнень у туристичній галузі; прискорити обмін знаннями на взаємоузгоджених засадах, за рахунок налагодженості взаємозв'язку між певними механізмами, у тому числі на рівні ООН, також за допомогою світового механізму заохочення передачі технологій; надати до 2025 року можливість повноцінної діяльності банку технологій, а також засобів розвитку науки, інноваційних технологій сприяючи розвитку слаборозвинених країн та збільшити застосування сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, у тому числі IT-туризм; збільшити потенціал, що дасть можливість посилити міжнародну підтримку раціонального скоординованого покращення можливостей країн для оптимального втілення національних планів реалізації усіх цілей у сфері сталого розвитку туризму, за рахунок співробітництва «Північ (розвинуті країни)–Південь (країни, що розвиваються)» і «Південь–Південь (між країнами, що розвиваються)» на засадах тристороннього співробітництва.

Зазначимо, що сталий туризм вимагає як стійкого зростання внеску туризму в економіку та суспільство, так і сталого використання ресурсів та навколишнього середовища, тобто йдеться про укорінення вдосконаленої парадигми природокористування у системі «задоволення потреб – економічна вигода – екосистема». Проте, якщо туристична спільнота, зокрема окремо взятий турист, не будуть дотримуватись екопринципів, вплив галузі може мати

негативні наслідки, тому еколого-туристичний продукт, який формується на засадах ментальних цінностей гармонії «людина–природа», має важливе значення для оптимального співробітництва щодо забезпечення сталого майбутнього [62, 63].

Різноманітність світу об'єднує нас і дає можливість досліджувати, використовувати і випробовувати найкраще, що можуть запропонувати місцеві культури та громади, особливо для країн, що розвиваються, сприяє створенню робочих місць (особливо для жінок та молоді), дає можливість людям будувати краще життя, генерувати ресурси для захисту культурної спадщини і навколишнього середовища, сприяє відродженню сільських і міських районів, зближує людей і робить нас кращими. Туризм сприяє зміцненню миру в усьому світі, адже несе в собі кроскультурний аспект та толерантність щодо середовища туристичної дестинації [32].

Варто зазначити, що туризм, виходячи із глобалізаційних пріоритетів сталого розвитку країн, що розвиваються, займає головну роль у соціально-економічних трансформаційних процесах світового співтовариства. Реалізація зазначених цілей і пріоритетів прямопропорційна реальному туристично-рекреаційному потенціалу, лише у цьому випадку ми маємо можливість вести розмову про ефективність його впливу на соціально-економічний розвиток країн, що розвиваються.

Для того, щоб вирішити питання сталого розвитку країн світового співтовариства, зокрема, що розвиваються, на засадах сталості туризму, визначальним чинником стає освіта і показники якості життя населення. У міру формування туристичної інфраструктури, як зазначається у матеріалах Гаазької декларації з туризму, а також Конференції «Ріо+20», постає потреба розвитку на загальнодержавному рівні основи туристичної освіти для членів територіальних громад у школах та фахової підготовки для співробітників туристичної сфери [17, 23, 55].

Сутність концептуальних засад сталого розвитку країн, що розвиваються, у контексті сталості туризму мають два головних взаємозалежних положення. По-перше, це задоволення необхідних потреб, враховуючи базові, для усіх прошарків населення, а особливо для соціально вразливих, малозабезпечених

сегментів, за звичай через соціальні форми туризму. Причому в туризмі практично рівною мірою виявляються економічні, соціальні та культурологічні потреби населення. По-друге, вичерпність ресурсів, що обмежують можливості довкілля забезпечити теперішні та майбутні потреби людства. Визначальною складовою обмежень у сталому розвитку є навколишнє природне середовище. Отже, для туризму значними є наступні складові обмеження, як соціально-економічні, культурно-побутові і ті, що обумовлені організацією суспільства, станом технології, рівнем культури і освіти населення [44, 59].

У процесі визначення глобалізаційних пріоритетів сталого розвитку країн, що розвиваються, ми маємо розуміти, що науковою основою даного процесу є теорія синергетики (рис. 1.1).

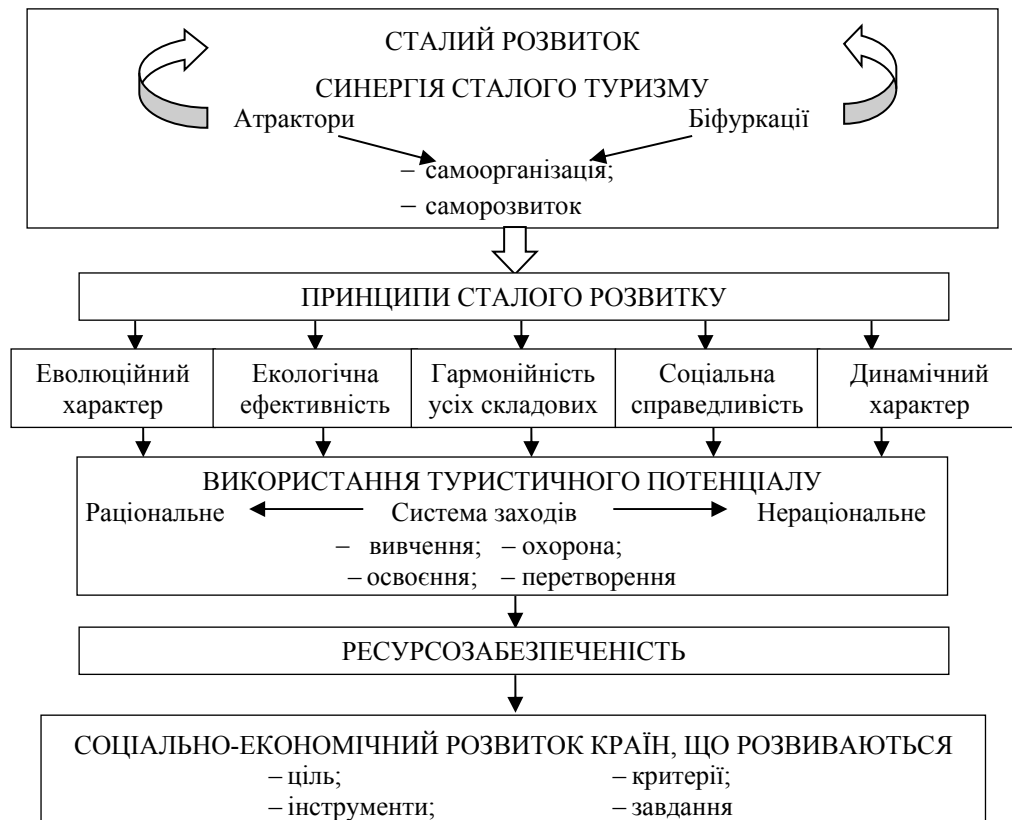


Рис. 1.1. Структурно-логічні складові сталого розвитку країн, що розвиваються, на засадах синергії, щодо використання туристичного потенціалу\*

\*Джерело: складено автором

Аналізуючи структурно-логічні, причинно-наслідкові зв'язки, застосовуючи зазначену схему, ми бачимо, що під конкретні поставлені цілі використовується наявний потенціал країн, що розвиваються, адже це дає

можливість розв'язувати соціально-економічні негаразди. Зазначимо, що туристично-рекреаційний потенціал тої чи іншої слаборозвинутої країни впливає на її частку, місце та роль у реалізації 17 цілей сталого розвитку на період до 2030 року на регіональному та міжнародному рівнях.

Визначальними складовими синергії є атрактори та біфуркації, зокрема атрактори – це існуючі структури, що знаходяться у відкритому та нелінійному середовищі і сприяють еволюційним змінам перехідних процесів. Тому туризм як система, що попадає у межі впливу певних атракторів, зокрема, інституційно-законодавчих (СОТ, ООН, ЮНВТО), фінансово-економічних (МВФ, МБРР), регіональних інтеграційних утворень (АСЕАН, ЛААІ), зміна форм правління та адміністративно-територіального устрою (Гонконг). Через те, туризм як галузь об'єктивно буде трансформуватися від стану рівноваги до вищого рівня організації та розвитку. У точці «біфуркації» система вибирає можливі напрями подальшого розвитку [38].

Через систему атракторів та біфуркацій виходимо на самоорганізацію та саморозвиток сталості країн світового співтовариства. Використовуючи засади синергії можемо оптимізувати принципи та складові сталого розвитку, що дасть можливість більш ефективно використовувати туристичний потенціал країн, що розвиваються [13].

Саморозвиток передбачає наявність механізмів, які здатні забезпечити самозбереження та удосконалення системи.

Самоорганізація – це інше основоположне поняття, що характеризує трансформацію системи міжнародного туризму, зокрема міжнародних туристичних послуг. Визначальною ідеєю самоорганізації є формування порядку без зовнішнього впливу, де основними поняттями є структура і організація [8, с. 59, 38].

Питання про оптимальну упорядкованість і організацію особливо гостро постає при дослідженні сталого розвитку туризму, зокрема його економічної, соціальної та екологічної складових.

Важливою рисою системи є її здатність до самоорганізації та самоузгодженого функціонування, що використовує внутрішні зв'язки із зовнішнім середовищем. Самоорганізуючі системи мають механізм

безперервної пристосовуваності (адаптації) щодо внутрішніх так і зовнішніх, умов, що постійно змінюються і вдосконалюють поведінку з урахуванням минулого досвіду [11, 26].

Розширення ринку міжнародних туристичних послуг сприяє економії масштабу у багатьох суміжних галузях, які не можуть бути досягнуті на обмежених національних ринках. Більш стійкий ринок сприяє конкуренції, виробники змушені скорочувати витрати, більш активно продавати та випускати нові продукти. Ефект масштабу формує наступні форми: як позитивні («плюс»), нульову («нуль») та негативну («мінус»), тобто має позитивне, нейтральне і негативне значення. Важливим є екологічний, соціальний, технічний та технологічний виміри ефекту масштабу. Математичний вираз ефекту масштабу має наступну форму:

$$E_i = f(M_i), \quad (1.1)$$

де  $E_i$  – синергійний ефект економічної системи  $i$ -го порядку;  $M_i$  – масштаби (величина, розміри) економічної системи  $i$ -го порядку ( $i = 1, \dots, n$ ) [26].

Об'єднуючи економію масштабу та посилення конкуренції дає можливість збільшувати розміри міжнародних туристичних компаній за рахунок внутрішнього зростання. Великі фірми, у свою чергу, мають кращу здатність фінансувати наукові дослідження, а через те більш ефективно конкурувати в інновації продуктів [13].

Отже, враховуючи сказане, бачимо, що принципи сталого розвитку туризму сприяють управлінню усіма ресурсами так, що економічні, соціальні та естетичні потреби забезпечуються й одночасно відбувається процес збереження культурної самобутності основних екологічних процесів, біологічного розмаїття та систем підтримання життя. Головним завданням сталого розвитку туризму є задоволення найважливіших потреб людини засобами реалізації життєвих функцій за допомогою туризму як специфічного виду діяльності [38, 26].

Сталий розвиток країн, що розвиваються, на засадах сталості туризму має базуватися на таких принципах збалансованого розвитку його чотирьох складових (екологічній, економічній, суспільній, культурологічній), як: еволюційність, екологічна ефективність туристичного руху та туристичного

підприємництва; збалансованість усіх складових елементів сталого розвитку туризму як соціо-еколого-економічної системи; соціальна справедливість доступу різних генерацій до туристичних ресурсів; динамічний характер розвитку.

Визначимо сутність головних принципів сталого розвитку туризму [24, 59]:

1. Еволюційний характер та довгостроковість розвитку суспільства повинні стимулювати довготривалий сталий розвиток щодо потреб сучасних людей, при цьому дбати про майбутні покоління та намагатись сприяти їм, щоб у майбутньому вони змогли задовольнити свої потреби у відпочинку і подорожах.

2. Екологічна ефективність туристичного руху та туристичного підприємництва допомагає у збереженні і поступовому відтворенні цілісності навколишнього середовища та культурної спадщини. Масштаби туристичного руху на одиницю дестинації не спроможні зростати до безкінечності за умови незмінності інших складових природного середовища.

3. Збалансованість таких визначальних елементів сталого розвитку туризму, як соціальної, екологічної та економічної системи. Дані обмеження у сегменті використання природних туристично-рекреаційних ресурсів є відносними, адже взаємопов'язані з можливістю біосфери справлятися з результатами людської діяльності, структурою комплексу галузей певного регіону та ступенем важливості туризму в ньому, станом соціальної організації, а також рівнем досягнень науки і техніки.

4. Соціально-економічна свобода використання різними поколіннями доступних туристичних ресурсів: природно-антропогенних, соціально-економічних, культурологічних і історично-побутових. Застосування принципу чесності та справедливості вимагає виконання декількох завдань: щоденна диверсифікація пропозиції туристичних послуг і туристичних продуктів, регіональна та міжнародна диверсифікація туристичного бізнесу, регулювання руху капіталу, демографії і суспільних здобутків, щодо змісту доходів різних верств населення, розміру та особливостей вільного часу, можливості долучитися до послуг охорони здоров'я, освіти, культури, спорту і туризму.

5. Динамічний характер розвитку. Сталій розвиток туризму являє собою не постійний гармонійний стан, а стан, а об'єктивні закономірності процесу змін, де масштаби застосування ресурсів, напрями інвестицій, орієнтація науково-технічного та культурно-освітнього розвитку і інституційних перетворень повинні узгоджуватися у площині можливостей задоволення туристських потреб теперішніх і майбутніх поколінь. Дотримання принципів сталості розвитку передбачає вирішення трьох глобальних економічних проблем – розміщення ресурсів, їх розподіл і масштаби використання, кожна з яких є окремою ціллю і, як слушно зазначає відомий американський вчений соціолог-економіст Г. Дейлі, вирішення однієї з них не вирішує інші [36, 58].

З метою диверсифікації економічної політики сталого розвитку щодо туристичної сфери, загальні її принципи можуть бути конкретизовані як: регулювання розміру туристичного функціонування та приведення його до оптимальної величини; використання туристичних ресурсів на платній основі; розмір плати за ресурси має бути диференційованим залежно від їх важливості; ефективне партнерство світогосподарських, державних, регіональних та місцевих, органів влади. Варто пам'ятати, що участь зацікавлених партнерів щодо координування сталого розвитку туризму, обов'язкова, та спільна відповідальність за недотримання правил господарювання та вимог оптимального використання туристичного ресурсу, застосування сучасних інноваційно-програмних підходів до управління та розвитком туристичною діяльністю є вкрай необхідною [39].

Сутність критеріїв сталого розвитку туризму дотепер не сформульована. Отже, щодо досліджуваної проблеми, критерій є засобом для оцінки дослідження мети сталого розвитку, узгодження оцінок між собою, запропонованих на різних рівнях становлення туризму та на різних етапах координування даного процесу. Критерій – це дорожня карта, відповідно до якої застосовуються інструменти для досягнення мети. Ціль орієнтує на необхідний стан системи у прогнозованому майбутньому, а критерій дає можливість застосувати раціональний спосіб досягнення мети. Критерій сталого

розвитку туризму має корелюватись з критерієм сталого розвитку суспільства для надання якісного, достойного рівня життя. Отже, варто зауважити, що туризм в даному випадку і є критерієм сталого розвитку суспільства. Враховуючи загальні методологічні засади до обґрунтування критеріїв суспільних процесів, визначення базових функції сталого розвитку туризму, варто звернути увагу на багатогранність складових його частин. Зауважимо що, критерії сталого розвитку туризму, у тому числі для країн, що розвиваються, мають бути цілісними, узгодженими за компонентами відкритості, якості та безпеки [66].

Під концептуальними засадами сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються, ми маємо усвідомлювати систему дій, щодо обґрунтування єдиних підходів до політики розвитку галузі, яка узгоджує стратегічні цілі і пріоритети розвитку галузі, важливі напрями та інструменти досягнення зазначених цілей. Концепція віддзеркалює бачення країн, що розвиваються, стосовно стратегії функціонування туристичної сфери на подальшу перспективу та враховує ефективні підходи її реалізації. Основа концепції сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються, наведені на рис. 1.2.

Р. Костанца і К. Фольке звертають увагу на проблеми, усунення яких прискорить сталий розвиток [73]. Для того щоб їх розв'язати необхідно заохочувати раціональне природокористування, сприяти соціально-економічному розвитку людини. Як вже було зазначено, варто запровадити справедливий розподіл ресурсів та визначення пріоритетів подальшого суспільного поступу для різних типів країн.

Стратегічною метою розробки концептуальних засад є забезпечення постійного процесу розвитку галузі, який задовольняє потреби туристів та приймаючих країн на основі ефективного управління усіма ресурсами, що зберігає можливості для майбутнього розвитку. Шляхами досягнення цієї мети є підвищення конкурентоспроможності регіонів; раціональне використання туристичного потенціалу країн; забезпечення постійного моніторингу за станом природних ресурсів регіону; формування і підтримка туристичного іміджу країн, що розвиваються; підвищення освітньо-кваліфікаційного рівня населення; інноваційно-інвестиційна політика; міжнародне співробітництво



(екологічне, соціальне, економічне, інформаційне); раціональне використання та забезпечення відтворення природних ресурсів; створення матеріальної бази туристичної галузі; розвиток соціальної інфраструктури [69, 70].



Рис. 1.2. Концепція сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються\*

\*Джерело: складено автором

Автор запропонував науково-теоретичні підходи щодо сучасного обґрунтування концепції сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються, як системи ідей, що обґрунтовує загальний підхід до становлення галузі, яка передбачає пріоритетні мету і цілі та перспективи розвитку сфери туризму, важливі напрями і засоби реалізації визначених цілей. Концепція відображає

позицію країн, що розвиваються, стосовно стратегії туристичної галузі на подальшу перспективу та враховує інноваційні заходи її реалізації.

Отже, аналізуючи рис. 1.2, ми визначаємо концепцію впливу розвитку міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються, яка ґрунтується на принципах еволюційності, збалансованого розвитку екосистем, динамічності, що визначає сучасні тренди, сформовані під впливом індивідуальних запитів туристів, зростання туристичних потоків, екологізації створення, реалізації та споживання туристичної послуги.

Враховуючи сучасний стан сталого розвитку туризму та узагальнюючи досвід країн світу, була розроблена система методичних принципів щодо створення структури та якісного змісту концепції сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються. До них відносяться: комплексність і цілісність, пріоритетність, конкретність мети, забезпеченість законодавчою базою.

Принцип комплексності та цілісності концепції сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються, передбачає, по-перше, комплексний підхід як основу реалізації державної стратегії суспільного буття, обґрунтування системи підходів до фінансування, реалізації господарських реформ при застосуванні інвестиції у трансформацію соціально-економічної сфери, складові якої взаємозв'язані; по-друге, взаємодомовленість і узгодження між двома ключовими елементами політики – структурною та інвестиційною. Адже це дає можливість координувати усі вектори і механізм загальнодержавної політики соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються.

Сучасний стан дефіциту ресурсів впливає на регіональну політику сталого розвитку туризму, визначальним принцип якої є пріоритетність.

Отже, концепція сталого розвитку є базовою для світового співтовариства, виступає пріоритетним вектором розвитку суспільства у XXI ст. та є основоположною і впливає на кожен сегмент людської діяльності. Туризм є поліфункціональною системою, яка проникає у всі сфери життя суспільства, пов'язує між собою різні види господарської діяльності, забезпечуючи задоволення потреб туристів. Вона є важливою сферою імплементації критеріїв та принципів сталого розвитку та транслює їх на всі складові процесу

виробництва та дистрибуції туристичного продукту. Це дає можливість усім складовим туристичного підприємництва гармонізувати діяльність та раціонально співіснувати з навколишнім природним середовищем.

## **1.2. Економічна природа міжнародних туристичних послуг**

Для визначення економічної природи міжнародних туристичних послуг, спочатку необхідно з'ясувати суть та зміст туризму. Отже, туризм є одним з секторів світової економіки, що має одні з найвищих темпів розвитку. Сфера його впливу як на світову, так і на економіку окремо взятої країни постійно розширюється. За оцінками експертів ЮНВТО, у першій чверті ХХІ ст. туризм вже став одним з двигунів світової економіки.

Диверсифікація запитів споживачів та складність структури призвели до широкого різноманіття підходів до трактування самого поняття. Так, ряд зарубіжних та вітчизняних науковців, зокрема: Г. Блайль, А. Булл, А. Дурович, Е. Зайтц, К. Каспар, З. Подгурський, І. Журба, В. Кифяк, О. Любіцева, О. Лютак, Т. Ткаченко, А. Парфіненко, М. Мальська, І. Хаджинов, Є. Фалько, Т. Орехова, З. Атаманчук трактують туризм як подорожі, які спрямовані на організацію дозвілля та відпочинку та сприяють досягненню освітніх, ділових, приватних або спеціалізованих цілей в процесі задоволення потреб туристів [55, 56, 57]. Ця дефініція співвідноситься швидше за все із споживачем (туристом) та визначає такі стадії суспільного відтворювального процесу як розподіл і споживання туристичної послуги

Ґрунтуючись на методологічних підходах визначення категорії «економічна діяльність», ми можемо запропонувати авторське трактування туризму – це такий вид економічної діяльності, який формується з основних, другорядних та допоміжних процесах у виробництві туристичного продукту, наданні міжнародних туристичних послуг, спрямованих на задоволення інтересів споживача, як на мікро-, мезо-, так і міжнародному рівнях.

Це визначення однаковою мірою відноситься як до міжнародного, так і національного туризму і узгоджується з рекомендаціями ЮНВТО. Варто звернути увагу, що у зазначених рекомендаціях економічна діяльність у галузі туризму визначається як сукупна діяльність, деякі компоненти якої відносяться до різних її видів [44, 45, 94].

Туристична діяльність впливає на економіку країн, регіонів та дестинації за всіма аспектами діяльності суспільства.

Не припиняються різновекторні наукові пошуки механізму оцінки впливу туристичної діяльності на економічний та соціальний розвиток країни або регіону. Першим з науковців на туризм як соціально-економічне явище світового господарства звернув увагу американський економіст П. Ротоу, він обґрунтував взаємозв'язки між економічними етапами розвитку країн і типовими особливостями функціонування в них туризму. На теперішньому етапі впливу туризму на економічну сферу набагато ускладнилися і ґрунтуються не на науково-теоретичних засадах, концепціях та гіпотезах, а на статистичних даних, але модель П. Ротоу і досі визнається класичною [161].

Туризм є складним, багатовимірним міжгалузевим комплексом, що характеризується раціональним застосуванням людських ресурсів у господарському процесі. Отже, функціонування даної економічної галузі сприяє підвищенню рівня життя населення, заохочуючи пряму (у готелях, ресторанах, турагентствах), непрямую (на підприємствах, що постачають товари і послуги туризму: сільське господарство, рибальство, промисловість) та генеровану зайнятість (у вигляді додаткових робочих місць, які підтримуються витратами доходів, отриманих працівниками прямої і непрямой зайнятості). Слід зауважити, що туристичну галузь може розвиватися і в період економічних криз (після кризи 2008 р. туристична індустрія була локомотивом економічних трансформацій на відміну від решти галузей), що туристичну галузь можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення для країн, що розвиваються. Вартість створення одного робочого місця у 20 разів менші, ніж у промисловості, а кругообіг інвестиційного капіталу в чотири рази вища, ніж в інших галузях господарства [161].

Окремі види туризму можуть відігравати виняткову роль у забезпеченні зайнятості у районах з надлишковими трудовими ресурсами. Наприклад, сільський туризм має велике значення у вирішенні соціально-економічних проблем сільських поселень регіонів. Так, позитивний вплив, в першу чергу, полягає у диверсифікації сфери зайнятості та залученні сільського населення не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування, розширенні можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, що в результаті сприяє покращенню благоустрою сіл, стимулює розвиток соціальної інфраструктури [27]. Створення робочих місць дозволяє не тільки підвищити регіональний рівень зайнятості, але й зменшити трудові міграційні потоки, тобто закріпити місцевих жителів на території.

Вплив туристичної діяльності на економіку регіону розраховується на основі двох складових: прямого та побічного (непрямого) ефекту.

Прямий ефект туризму відображає вплив туристичних витрат на обсяг валового виробництва послуг підприємствами сфери туризму, тобто демонструє результат туристичного потоку у вигляді доходу підприємств туристичного комплексу регіону.

Побічний (непрямий) ефект починає діяти при циркуляції туристичних витрат в країнах, що розвиваються, та виражається в отриманні доходів від туристських потоків. Даний ефект виникає унаслідок витрачання організаціями туристичного комплексу фінансових коштів, отриманих у вигляді доходів від туристів. Найбільш повно характеризує величину побічного впливу туризму на регіональну економіку регіональний туристичний мультиплікатор, який представляє собою відношення зміни одного з економічних показників (зайнятості, доходу, рівня виробництва) до зміни величини витрат туристів. Вперше коефіцієнт-мультиплікатор ввів у науковий обіг відомий економіст Дж. М. Кейнс. Вважається, що сумарна дія надходжень від туризму з урахуванням мультиплікативного ефекту, повинна використовуватися як базовий показник для оцінки ступеня впливу туризму на територіальний господарський комплекс [161].

Таким чином, інтегральний кумулятивний ефект туризму виступає сумарною економічною оцінкою прямого і непрямого впливу туристських потоків на економіку країн, що розвиваються.

Туризм характеризується тимчасовим і добровільним переміщенням туристичних потоків в інше середовище з метою відпочинку, рекреації, збагачення іншими соціокультурними надбаннями світу. Тобто в системі туризму відбувається взаємодія туристів та місцевих жителів, в результаті чого відбуваються якісні зміни в стилі життя та системі цінностей. З цієї причини актуально розглядати розвиток туристичної діяльності крізь призму соціокультурного впливу на місцеве суспільство. Соціальне значення туризму зростає в умовах кризи в духовній сфері суспільства, оскільки туристичні потоки в з різних країн утворюють синергетичний потік взаємодії культури, історії, соціумів, що сприяє налагодженню контактів та поглибленні міжетнічної взаємодії між країнами, які до останнього часу могли бути у конфронтації. Це визначає ще один рівень сутнісної характеристики економічної природи туристичних послуг, яка полягає у врахуванні поліцентристського, мультикультурного ефекту та культурно-пізнавального запиту, що трансформується у врахуванні досвіду економічно-розвинутих країн щодо ефективного використання ресурсів, передачі інформаційного імпульсу країнам, що розвиваються.

Слід зазначити, що в основі соціально-економічної природи туризму лежать принципи трансформації ресурсів і створення доданої вартості. Зростання туристичних потоків призводить до збільшення доходів не лише у туристичній сфері, а й суміжних галузях, що значно наповнює бюджети як на місцевому рівні (зокрема туристичний збір залишається у місцевих бюджетах) так і державному (доходи перевізників, туристичних агентств, ПДВ та акцизи від проданих туристам товарів). Це дає можливість використати дохідну частину бюджету на підвищення рівня соціальних виплат, покращення інфраструктури та в цілому якості життя населення. Створення додаткових робочих місць, впровадження альтернативних джерел енергії, розвиток кустарних виробництв

та інституційне забезпечення взаємопов'язане з фінансовими витратами туристів; страхування та розвиток атракцій відбувається в постійній взаємодії з нарощенням економічного потенціалу країн.

Отже, виходячи із сказаного, міжнародний туризм є планетарним явищем, головною складовою якого є ринок, де надаються міжнародні туристичні послуги [27]. Адже, після визначення дефініції та термінологічних складових категорії «туризм», відповідно до поставлених нами завдань, необхідно проаналізувати сучасні підходи до визначення понятійно-категоріального апарату «міжнародні туристичні послуги». Зазначимо, що дані послуги – це вид діяльності, спрямований на забезпечення умов, необхідних для здійснення операцій з іноземного туризму.

Отже, міжнародна туристична послуга – це сукупність послуг, що пов'язані зі створенням, реалізацією, споживанням туристичних продуктів для задоволення культурних, пізнавальних, духовних, рекреаційних, спортивних, ділових та інших запитів, пов'язаних з переміщенням з місця постійного проживання до іншої країни на основі принципів збалансованого використання ресурсів та налагодження мультикультурної взаємодії.

Зазначимо, що у структурі міжнародних туристичних послуг розрізняють основні і додаткові. Основними є послуги, включені до туристичного продукту, а додаткові послуги не передбачені основним пакетом туру, а їх споживання визначається додатковою платою. Стосовно споживчих властивостей, то вони можуть трансформувати вартість туру і пакет основних і додаткових елементів не змінюючи основне призначення туристичної послуги. Аналіз трактувань, дає змогу підсумувати та систематизувати існуючі теоретичні підходи до формулювання змісту міжнародних туристичних послуг [28].

Деякі науковців трактують зміст поняття «міжнародні туристичні послуги» як основу міжнародних економічних відносин. Так, зокрема, Балабанов І., Балабанов А. [2], Мальська М. [36], Ткаченко Т. [57] обґрунтовують «міжнародні туристичні послуги» як «економічні взаємовідносини між виробниками і споживачами турпродукту на туристичному ринку, основою яких є перехід

туристично-екскурсійних послуг у гроші, та у зворотному напрямі – перехід грошей у туристично-екскурсійні послуги» [27, 46].

Інші науковці пояснюють суть та зміст міжнародних туристичних послуг як суспільно-економічне явище. Зазначимо, що А. Дурович, В. Орловська дають таке визначення: «міжнародна туристична послуга – це суспільно-економічне явище, яке на туристичному ринку об'єднує попит і пропозицію для забезпечення процесу купівлі-продажу туристичного продукту в даний час і у даному місці» [46].

Третя частина науковців визначає зміст «міжнародних туристичних послуг» як «міжнародну систему». Так, зокрема, В. Квартальнов, О. Любіцева, В. Кифяк, О. Лютак, І. Журба пропонують таке визначення сутності міжнародних туристичних послуг, яке ґрунтується на системі світогосподарських зв'язків, що регулює взаємовідносини між суб'єктами ринку та узгоджує взаємодію техніко-економічних, організаційно-соціальних, соціально-економічних відносин у процесі кругообігу туристичного капіталу.

Аналізуючи визначення змісту міжнародних туристичних послуг слід зазначити, що у кожному з них виокремлюються певні його ознаки та властивості, залежно від концепції, якої притримуються науковці. Тому існуючі теоретичні підходи потребують узагальнення.

Представники першої частини науковців, які трактують суть та зміст міжнародних туристичних послуг як основу міжнародних економічних відносин, акцентують увагу на особливостях ринку щодо купівлі-продажу туристичних послуг. Як наслідок ми не можемо прослідкувати тенденцію щодо специфіки сутності даної категорії, оскільки не відображається система взаємовідносин між інституційними одиницями та не простежується взаємодія між структурними елементами ринку та відповідно створення продуктів з доданою вартістю [27, 46]. Як наслідок визначення змісту «міжнародних туристичних послуг» як «суспільно-економічного явища» відображається на рівні процесів, що обумовлені причинами, однак не розкривають суті суспільних трансформацій та їх наслідків для нарощення економічного потенціалу.



Найбільш коректним є бачення науковців, які розглядають сутність «міжнародних туристичних послуг» як «систему», так як цей підхід комплексно характеризує вказану категорію як сукупність багатьох складових і актуалізує їх взаємовідносини. Викладене потребує уточнення трактування суті міжнародних туристичних послуг з метою конкретизації їх специфіки.

Перш за все, головною складовою міжнародних туристичних послуг на світогосподарському ринку є наявність великої кількості покупців і продавців зазначених послуг, що сприяє інтенсивним взаємозв'язкам між попитом та пропозицією. Отже, у цьому випадку, предметом обміну виступають «міжнародні туристичні послуги». У процесі виробництва, розподілу та споживання «міжнародних туристичних послуг» між інституційними суб'єктами глобального рівня, одиницями підприємницької діяльності у визначених туристичних дестинаціях, позичальниками, споживачами, державними органами регулювання виникають взаємовідносини, які утворюють багаторівневу систему, що й визначає механізми впливу на суб'єктів [22, 27, 59].

Аналіз визначень міжнародних туристичних послуг у контексті їх місця та ролі на світогосподарському ринку, дав змогу встановити відсутність єдиного підходу у висвітленні їх змісту. Значна частина авторів вважає, що зміст цього поняття зводиться до купівлі-продажу туристичних послуг на міжнародному рівні. Визначення змісту категорії «міжнародні туристичні послуги», що є основою сучасного світового туристичного ринку, вимагає розкриття механізму реалізації їх суті, а саме, відносин у процесі створення та реалізації туристичних продуктів, що дає змогу визначити їх місце та роль у процесі розширеного відтворення та впливу на соціально-економічний розвиток країн в тому числі тих, що розвиваються [27].

Окрім визначення структурних елементів туристичного ринку, які становлять інституційну структуру, слід зауважити, що надання та споживання туристичних послуг призводить до використання туристичного потенціалу. Відповідне зростання кількості туристів суттєво збільшує антропогенне навантаження на навколишнє середовище, тому в основу сучасного визначення міжнародної туристичної послуги слід закласти основи сталого розвитку, яким притримуються більшість розвинутих

країн. Як наслідок туристична індустрія акумулює в себе все більше інновацій пов'язаних з раціональним використанням ресурсів та альтернативною енергетикою.

У процесі купівлі-продажу міжнародних туристичних послуг на глобалізаційному рівні між виробниками та продавцями приймаючого ринку і споживачами генеруючого ринку виникають взаємовідносини. При цьому кожен суб'єкт ринку прагне реалізувати свої економічні інтереси, які розглядаються як «усвідомлене прагнення суб'єктів господарювання до задоволення економічних потреб, що є об'єктивним спонукальним мотивом їхньої господарської діяльності» [46]. Слід зазначити, що окрім економічних інтересів споживачів міжнародних туристичних послуг, які намагаються отримати максимальний обсяг послуг за доступною ціною, важливу роль відіграють потреби, які туристи намагаються задовольнити і відповідна гранична корисність від спожитих благ. Економічні інтереси суб'єктів, що здійснюють виробництво, обмін чи реалізацію туристичних послуг полягають у максимізації прибутку за рахунок використання дешевої сировини. Як наслідок, багато країн, що розвиваються, отримують значні надходження для розвитку туристичної галузі від іноземних інвесторів, оскільки володіють дешевою робочою силою, ресурсами, доступним законодавством та унікальними природними ландшафтами, які мають атрактивну новизну для туристів з інших країн. Тому, можна сказати, що міжнародні туристичні послуги забезпечують органічний зв'язок між їх виробництвом і споживанням, перебувають під їхнім впливом і самі впливають на них, зокрема це спостерігається в країнах, що розвиваються.

Підкреслимо, що вихід підприємств за національні межі обґрунтований потребою залучення туристичного потоку із-за кордону з метою максимізації валютних надходжень та відповідного прибутку реалізацією міжнародних послуг туристичного призначення (рис. 1.3).

Отже, аналізуючи рис. 1.3, ми бачимо, що «міжнародні туристичні послуги» притаманні системі сучасних міжнародних економічних відносин і є основою туристичного ринку та складовою «економічних свобод». Зазначимо, що «міжнародні туристичні послуги» налагоджують міждержавні взаємовідносини між

країнами, що генерують туристичні потоки, через людський потенціал, таким чином формуючи попит, а також країнами дестинації, де за посередництвом сучасного менеджменту туристично-рекреаційний потенціал, реагує на ринку відповідною пропозицією. Варто згадати, що для приймаючих країн туристично-рекреаційний потенціал базується на засадах раціонального природокористування та ресурсозбереження.

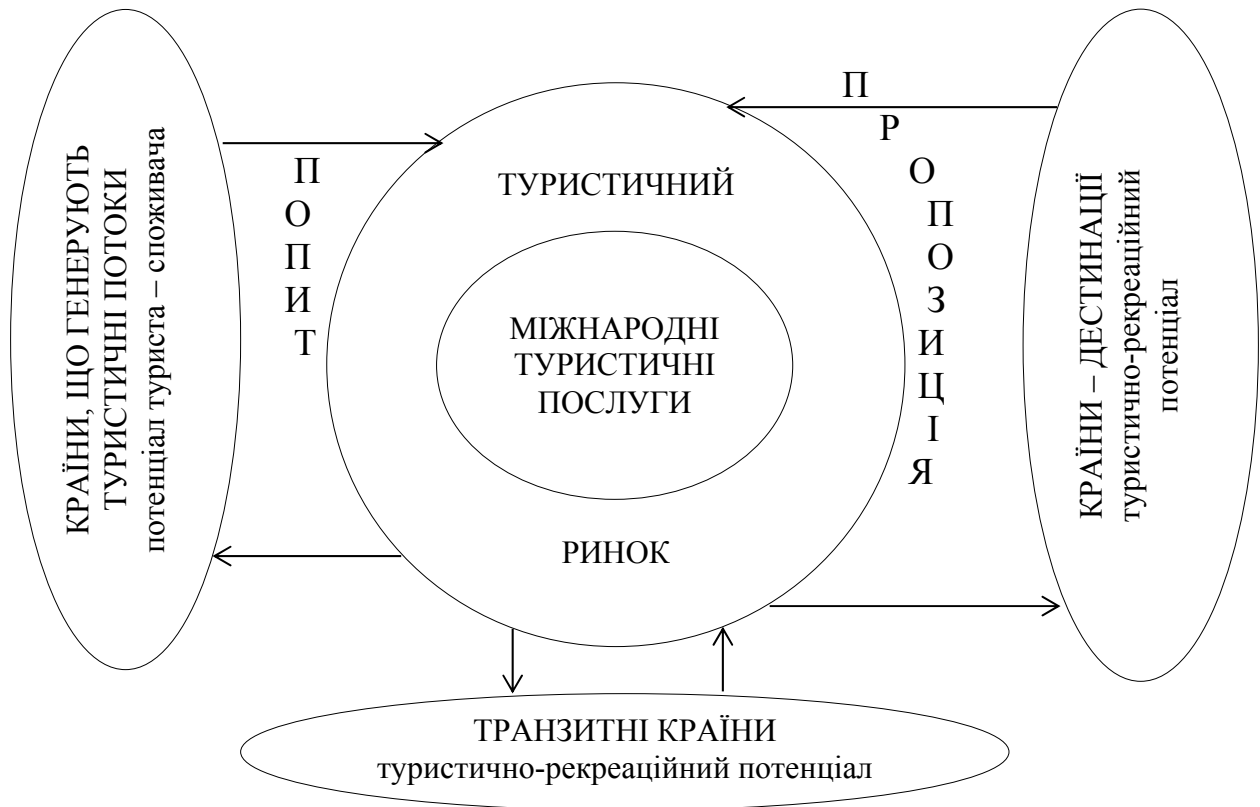


Рис. 1.3. Структурно-логічна схема надання міжнародних туристичних послуг на світовому туристичному ринку\*

\*Джерело: складено автором

Проводячи дослідження, бачимо, що на етапі трансформації суспільств країн, що розвиваються, характер національного природокористування визначається мірою зрілості всієї системи виробничих відносин, законами функціонування і поступального руху суспільного виробництва. Він припускає, щоб при забезпеченні економічного зростання за рахунок ефективного використання всіх чинників (трудових ресурсів, засобів виробництва й елементів

природного середовища), з метою більш повного задоволення суспільних потреб, порушення екологічних зв'язків, викликаних зростаючим споживанням ресурсу та збільшенням відходів виробництва, нейтралізуються системою природоохоронних заходів до рівня асимілятивних здатностей природи. Таким чином, ми прийшли до висновку, що туристично-рекреаційне природокористування має бути збалансоване, у тому числі у країнах, що розвиваються, адже, в першу чергу, це така система відносин суспільного виробництва міжнародного туристичного продукту, при якій досягається оптимальне співвідношення між економічним зростанням, нормалізацією якісного стану природного середовища та ростом духовних потреб населення [14, 27, 59].

Частина туристичних товарів і міжнародних послуг виробляється у країнах-генераторах туристичних потоків, друга частина – у країнах і регіонах, що знаходяться на шляху їх просування (транзитний регіон), третя – у країнах призначення (країни-дестинації). Тому більша частина туристичних підприємств, прямо або опосередковано бере участь у міжнародному поділі праці, зовнішньоекономічних відносинах з купівлі-продажу міжнародних туристичних послуг [58, 59].

У результаті дослідження та аналізу існуючих у науковій літературі визначень суті, змісту та результату функціонування міжнародних туристичних послуг у структурі світогосподарського ринку, нами пропонується удосконалення визначення: «З економічної точки зору «міжнародна туристична послуга» – це системний продукт що виробляється на міжнародному рівні та реалізується в процесі взаємозв'язку різних світогосподарських економічних суб'єктів, які формують та реалізують міжнародні туристичні пакети, здійснюють страхування, є закладами гостинності та оздоровлення, надають транспортні послуги, а також володіють туристичними ресурсами» [27, 46].

Отже, до особливостей міжнародних туристичних послуг як виду економічної діяльності відносять наступні: надання міжнародних туристичних послуг є особливим видом торгівлі, адже в результаті традиційної міжнародної товарної торгівлі товарами відбувається рух товарів з однієї країни до іншої, а

туристичні послуги як продукт не є мобільними; заслуговують на увагу особливості розрахунку доходу від міжнародних туристичних послуг, оскільки він може бути розрахований або як сума доходів підприємств, що здійснюють реалізацію основних і додаткових туристичних продуктів, або як врахування фактичних витрат міжнародних туристів в країні перебування, в тому числі і купівля значної кількості супутніх товарів, які безпосередньо не пов'язані із туристичною послугою; витрати, які здійснюються іноземними туристами в країні перебування, зокрема тих, що розвиваються мають мультиплікативний вплив на економічне зростання, оскільки відбувається синергетичний ефекти від збільшення прибутків туристичних фірм та підвищенні попиту з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників інших галузей, і як наслідок, зростанню доходів у всіх секторах економіки, зростання зайнятості, збільшенні особистих прибутків населення.

На основі аналізу наукової фахової літератури та дослідження сучасного міжнародного ринку туризму, можна виокремити специфічні ознаки надання міжнародних туристичних послуг в контексті сталого розвитку:

- під туристичною послугою у загально економічному значенні, як вже було вказано, розуміють економічну діяльність, яка пов'язана з формуванням, реалізацією, споживанням туристичних продуктів з метою задоволення рекреаційних, соціально-культурних, духовних, інтелектуальних та інших запитів та потреб людини, пов'язаних з переміщенням в туристичну дестинацію, на основі принципів збалансованого використання ресурсів та налагодження мультикультурної взаємодії;

- характерною ознакою міжнародних туристичних послуг є диференційований попит на них, тобто постійно зростає видова диверсифікація туристичних запитів і в даному контексті, країни, що розвиваються можуть використати свої унікальні природні, туристично-рекреаційні, історичні та релігійні дестинації для нарощення конкурентоспроможності туристичної сфери і забезпечення сталого економічного зростання. Окрім того більшість країн даного сегменту належить до субтропічного клімату, що нівелює часові й

просторові чинники. У результаті дослідження попиту, в цьому сенсі підприємства мають розвивати свої послуги на детальному плануванні діяльності з урахуванням власних економічних можливостей;

- надання якісних міжнародних туристичних послуг ґрунтується на високому рівні матеріально-технічного забезпечення, що потребує додаткових фінансових ресурсів як від іноземних інвесторів, які розглядають країни, що розвиваються, в контексті пріоритетних напрямів інвестування своїх коштів, так і від державної підтримки, що може сформуватися у механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму на принципах сталого розвитку. Отже, здатність національної економіки отримати вигоди від туризму залежить від наявності інвестицій для розвитку необхідної інфраструктури та від її здатності в повній мірі забезпечити потреби туристів;

- як і більшість послуг у системі взаємовідносин, міжнародна туристична послуга вимагає присутності споживача у країні її надання, що призводить до актуалізації налагодження взаємовідносин між місцевим населенням та іноземними туристами, оскільки, в іншому випадку існує ймовірність виникнення релігійних, ментальних, національних суперечностей та конфліктів особливо при загостренні «ефекту демонстрації» та «упущеної вигоди». Для поглиблення вивчення впливу туризму на місцеві спільноти була розроблена спеціальна шкала TIAS (Tourism Impact Attitude Scale). С. Ланкфорд, один з авторів шкали визначення відношення до туризму, зазначав, що для того щоб економіка з активною туристичною складовою могла ефективно функціонувати, місцеві жителі повинні стати партнерами в цьому процесі;

- на відміну від суб'єктів ринку, що здійснюють реалізацію туристичних пакетів та турів, які можливо попередньо продати чи накопичити, безпосереднє виробництво і споживання туристичного продукту не підлягає збереженню та трансформації. Це призводить до врахування урядами, країн що розвиваються існування залежності від можливих змін погодних умов, катаклізмів, пандемій,

та реалізації відповідних організаційних, управлінських, фінансових важелів для їх вирішення чи послаблення;

– специфічною ознакою міжнародної туристичної послуги є створення доданої вартості, особливо у сфері високотехнологічного медичного та освітнього туризму. Слід зазначити, що туристичні продукти з високою доданою вартістю можуть бути створені у країнах з високою концентрацією капіталу та технологічними новаціями. Це приводить до висновку про внутрішню диверсифікацію країн, що розвиваються за принципом капіталомісткості туристичної індустрії та її подальшому розвитку з огляду на специфіку туристично-рекреаційного потенціалу;

– міжнародні туристичні послуги виконують важливі міждержавні суспільно-комунікаційні функції за рахунок формування та реалізації каналів суспільної цінності, передачі культури, традицій, досвіду ведення бізнесу у розвинутих країнах, країнам, що розвиваються, просування ідей раціонального використання природних ресурсів, впровадження альтернативних джерел енергії, зростання рівня соціального захисту та гарантій малозабезпечених верств населення;

– загальна корисність від створення та реалізації міжнародної туристичної послуги в контексті сталого розвитку визначається позитивним впливом туристичної діяльності на сталий розвиток країн, які розвиваються, що відповідає принципам збалансованості між екологічними, економічними, соціокультурними та інформаційно-комунікативними складовими.

Коментуючи виокремленні особливості, слід зазначити, що туристична галузь легко піддається технологічному переоснащенню та інноваціям, що призводить до створення продуктів з високою доданою вартістю зокрема, як зазначалось раніше, в медичному та освітньому туризмі.

Так, зокрема, медичний туризм за рахунок технологічної та інноваційної компоненти в країнах, що розвиваються (Сінгапур, Малайзія, Р. Корея) має кращі умови щодо створення високої доданої вартості туристичного продукту та мінімізації негативних зовнішніх ефектів. Розвиток медичного туризму у Таїланді, Індонезії та Філіппінах, де більш низький рівень економічного

потенціалу та технологічних інновацій, призводить до формування матриці економічних вигод нижчого щабля та відповідного рівня соціально-економічного розвитку.

Мультиплікативний ефект від інвестицій у туристичну галузь з урахуванням гетерогенності моделей туризм сприяють формуванню каналів суспільної цінності, які базуються на засадах відповідальності, екологічному імперативі, раціонального використання природних, туристично-рекреаційних ресурсів, ефективності туристичного підприємництва, державно-приватному партнерстві.

Варто зазначити, що одним з основних наукових понять сталого розвитку туризму виступають: складна система, що має поліфункціональну структурну побудову, взаємозалежність та взаємодію елементів, які функціонують у межах системи, де складність – це спільна властивість єдиної множини різноманітних об'єктів структурно взаємопов'язаних, функціонально взаємозалежних і взаємодіючих між собою структурних одиниць. Складна система має такі основні властивості: відкритість, нелінійність і дисипативність [5, 26]. Туризм залишається галуззю, розвиток якої буде постійно тісно співвідноситися з рівнями та ритмами розвитку інших сегментів національної економіки.

Щоб скористатися новими ринковими можливостями та вистояти у гострій конкуренції, компанії змушені збільшувати інвестиції у міжнародні туристичні підприємства, які безпосередньо створюють нові робочі місця та дохід. Більш того, якість інвестиції буде підвищуватися, оскільки рішення, щодо інвестиції робляться з огляду на витрати та ринкові умови цілої інтеграційної системи.

Для ефективного дослідження впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються необхідно застосувати індекс конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму, тобто чим вище є значення цього коефіцієнта, тим більш розвинутою є інфраструктура та туристична галузь в цілому.



Даний індекс дає можливість дослідити тісну інтеграцію туристичної індустрії в систему сучасних норм, стандартів, показників щодо ефективного ведення бізнесу гостинності.

Отже, у роботі автором було узгоджено різні підходи до трактування категорії «економічна природа міжнародних туристичних послуг» як системи світогосподарських зв'язків, що регулюють взаємовідносини між суб'єктами ринку та узгоджують взаємодію техніко-економічних, організаційно-соціальних, соціально-економічних відносин у процесі кругообігу туристичного капіталу, базуються на ефективності, культурологічній та пізнавальній потребі, створенні туристичних продуктів із доданою вартістю і формуванні ланцюгів суспільної корисності.

Зазначимо, що міжнародні туристичні послуги та міжнародний туризм в цілому, економічна інтеграція і світогосподарські процеси та синергетика – на сьогодні все глибше проникають в діалектику взаємопереходів світового хаосу і порядку, нестабільності і стабільності природних та суспільних процесів, прогресу і регресу, визначеності і невизначеності (віртуальності) явищ матеріального світу, в таємниці біфуркаційних точок, що несуть в собі можливості багатоваріантного вибору нових векторів руху, як у бік вдосконалення, так і розпаду, природної і суспільної динаміки.

Завдяки міжнародному туризму, зокрема міжнародним туристичним послугам, економічній інтеграції і світогосподарським процесам та синергетиці поглиблено четвертий закон діалектики – закон структурогенезу явищ світу, їх коопераційної самоорганізації і самодезорганізації.

Зауважимо, що причинно-наслідкові зв'язки функціонування, систематизація, визначення категорій, а також особливостей специфічних ознак міжнародних туристичних послуг, базується на засадах сталого розвитку з використанням наукових основ синергетичного ефекту.

Дане дослідження має велике наукове і практичне значення, оскільки дозволяє глибше пізнати суть, економічну природу міжнародних туристичних послуг та визначити особливості їх місця і ролі на світовому ринку.

### **1.3. Механізми впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються**

Досліджуючи вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються, необхідно визначити причинно-наслідкові засади формування механізмів та їх структурно-логічну послідовність дій.

По-перше, до механізмів ми маємо віднести практичне застосування результатів з використанням існуючих наукових теорій, зокрема порівняльних, абсолютних та конкурентних переваг, а також макроекономічної рівноваги. Так, варто зазначити, що теорія абсолютних переваг А. Сміта доводить, що динаміка місцевих ринків туризму на засадах застосування власних переваг щодо продукування туристичних послуг у певному регіоні, характеризується природничо-кліматичними, інноваційними, професійними, інфраструктурними, а також загальними факторами. Дослідження певної теорії при становленні місцевих туристичних ринків країн, що розвиваються, допомагає виділити вектори розвитку туризму даної території, застосовуючи характерні йому специфічні переваги.

Зазначимо, що теорія порівняльних переваг визначає розвиток регіональних ринків туристичних послуг на основі використання наявних конкурентних переваг регіону порівняно з іншими. У першу чергу, до них відносяться співвідношення рівня цін на туристичні послуги (теорія може пояснити характер обміну продуктами міжнародного туризму як результат різниці цін між країнами), рівня якості надання даних послуг, рівня кваліфікації персоналу тощо. Базуючись на даній теорії, регіональний ринок туризму може стати полюсом зростання для регіональної економічної системи, що генеруватиме мультиплікативний ефект на інші сфери економіки регіону [40].

Сучасна теорія Хекшера–Оліна пояснює, що відмінності у відносних витратах з надання туристичних послуг між країнами (або відмінності у формі кривих виробничих можливостей) пояснюється головним чином тим, що з одного боку, у виробництві різного туристичного продукту та послуг фактори використовуються у різних співвідношеннях, а з іншого - відносна забезпеченість

країн факторами виробництва є нерівномірною. Відповідно до теорії Хекшера–Оліна країни, що розвиваються, будуть намагатися експортувати ті туристичні товари та послуги, для виробництва яких використовуються відносно надлишкові фактори виробництва в обмін на товари (імпорт), що виготовляються, застосовуючи обернено пропорційне використання зазначених ресурсів. Ця теорія вдало пояснює багато закономірностей, які спостерігаються у міжнародній торгівлі послугами [40].

Ще один підхід до інтерпретації сучасних особливостей міжнародної торгівлі туристичними послугами, а також стратегії їх діяльності дає теорія конкурентних переваг Майкла Портера. На основі даної теорії можна сформулювати чотири властивості країни, що окремо та у взаємодії створюють середовище, де відбувається створення, реалізація та споживання міжнародних туристичних послуг. Взаємозв'язок між цими детермінантами показаний на рис. 1.4.

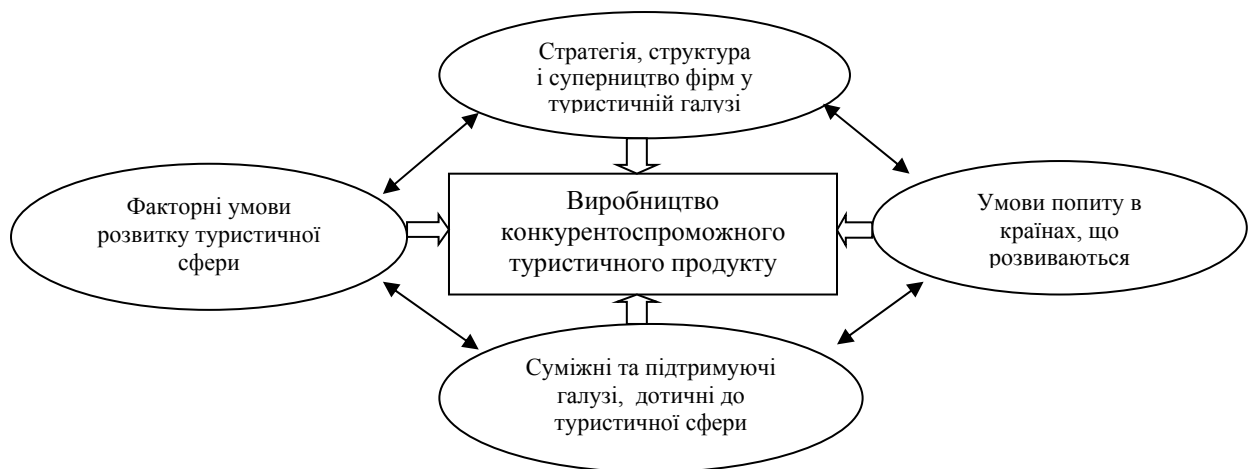


Рис. 1.4. Детермінанти національних конкурентних переваг за М. Портером\*

\*Джерело: розроблено автором на основі: [51, 53]

Переваги країни в окремому компоненті детермінанти не є достатніми для конкурентної переваги туристичної галузі. Такі переваги країни народжуються лише в тих галузях або їх сегментах, де існує взаємний вплив усіх детермінант, тобто взаємодія переваг кожної з них [52].

Першою детермінантою конкурентної переваги країни є факторні умови.

Теорія Хекшера–Оліна дає ґрунтовний аналіз ролі факторів виробництва у розвитку міжнародної торгівлі. М. Портер також аналізує ці фактори та деталізує деякі серед них. Він вважає, що забезпеченість факторами виробництва є вихідним пунктом детермінанти факторних умов. Однак, щоб зберегти конкурентні позиції, країна має постійно підвищувати (вдосконалювати) або пристосовувати свої факторні умови. Іноді країни навіть можуть розвивати необхідні їм нові факторні умови (зокрема, масований імпорт технологій, знань, менеджменту, підвищення кваліфікації робітників і, як результат, розвивати можливість експорту наукоємних виробів).

Другою детермінантою конкурентної переваги країн, що розвиваються, є місцевий попит на товари та послуги, що пропонує туристична галузь. Вона визначає динаміку та характер інновацій. Туристичні фірми зазвичай досить чутливі до потреб своїх найближчих споживачів. Якщо останні перебірливі та досвідчені, висувають підвищені вимоги до виробників, це створює значний тиск на них у бік інновацій і підвищення якості. Унаслідок цього фірми країн її здобувають конкурентні переваги. Сильний попит дає кілька вигод для фірми-виробника: надає чіткий імпульс, сигнал, що свідчить про вимоги споживача; впливає на ефект масштабу та ефективність виробництва; допомагає відчуті раніше «визрівання» змін у настроях покупців, ніж відчують більш віддалені від споживачів фірми-конкуренти.

Третьою детермінантою конкурентної переваги країни є наявність у країни міжнародних конкурентоспроможних суміжних галузей і галузей, що постачають матеріали або підтримують. Їх близьке розташування від виробника дає йому можливість знизити витрати виробництва. Навпаки, це неможливо досягти, якщо виробник – споживач їхніх послуг – розташований далеко. Постачальники знають, що відбувається у бізнес-середовищі та можуть передбачати і реагувати на такі зміни. Якщо вони надають таку інформацію виробнику, то це допомагає йому підтримувати конкурентні позиції.

Сильні постачальники, які мають контакти одночасно з кількома конкурентами-виробниками, накопичують особливо цінну інформацію про

майбутні тенденції розвитку галузі. Наявність у країні конкурентоспроможних галузей-постачальників допомагає виробникам отримати ефективний і швидкий доступ до цінних або рідкісних ресурсів.

Такі самі можливості обміну інформацією та взаємодії виникають, якщо в країні існують конкурентоспроможні суміжні галузі. Взаємодія відбувається у сфері виробництва, науково-дослідних робіт, маркетингу, сервісу. Отже, аналіз М. Портера виявляє важливість кластеру суміжних галузей, які підтримують фірму-виробника.

Четвертою детермінантою конкурентної переваги країни є специфіка організації, управління, стратегії туристичних компаній, а також ступінь конкурентної боротьби між фірмами. М. Портер дійшов важливого висновку про те, що різні країни мають різні «управлінські ідеології», які допомагають або заважають їм будувати національні конкурентні переваги. Національні традиції, культура, цінності, особливості менеджменту в одних країнах відрізняється від інших, і це все разом впливає на поведінку фірм та їхню стратегію [53].

Крім зазначених чотирьох детермінант, М. Портер також підкреслює важливість впливу на формування національних конкурентних переваг двох змінних:

– роль уряду (субсидії, регулювання та дерегулювання ринків капіталу, встановлення стандартів, придбання товарів і послуг, податкове та антимонопольне законодавство тощо);

– роль випадку (нові винаходи, війни, значні зміни на світових фінансових ринках, різкі коливання цін на стратегічні товари, політичні рішення урядів тощо).

Зазначені детермінанти взаємодіють і становлять комплексну систему. Набуття або утримання конкурентних переваг залежить від здатності використовувати всю сукупність детермінант.

Отже, теорія конкурентних переваг М. Портера допомагає пояснити переваги певної території, який активно позиціонує себе на міжнародному туристичному ринку. Запровадження інновацій в розвиток регіонального туризму зміцнює

конкурентні позиції дестинації, покращує імідж регіону у національному та міжнародному туристичному просторі. Використання теорії конкурентоспроможності при формуванні регіональних ринків туризму країн, що розвиваються, дозволить підтримувати стійку тенденцію його розвитку.

Варто зазначити, що важливе значення мають наукові напрацювання щодо макроекономічної рівноваги невеликої відкритої економіки, до яких відносяться господарства країн, що розвиваються. Для аналізу функціонування відкритої економіки у відповідності до макроекономічної рівноваги використовують різноманітні моделі, зокрема Мандела–Флемінга, яка виходить з того, що ціни у короткостроковому періоді є незмінними; мобільність капіталу абсолютна (жодних перешкод на шляху руху капіталу з країни в країну та за її межі); головною причиною міжнародної мобільності капіталів є різниця в доступності активів у різних країнах; невеликий масштаб економіки означає нездатність країни впливати на рівень світової процентної ставки, незалежно від кількості та розмірів кредитів.

По-друге, іншими елементами механізму є вплив туризму на три глобальних складових суспільного розвитку, зокрема: екологічну (збереження та відновлення природно ресурсного потенціалу); соціальну (підвищення загального рівня життя населення); економічну (гармонійне функціонування національного господарства). Проте зазначимо, що важливим вектором світового господарства є вирішення проблем сталого розвитку, що обґрунтовується світовою громадою, як стратегія збалансованого розвитку XXI ст. Планетарні процеси та явища мають змогу координувати гуманітарну сферу, науковий, технічний обмін, а саме, сучасні інформаційні технології, відбувається зростання ролі інтелектуального капіталу, соціально - гуманітарних чинників економічного прогресу. Отже, глобалізаційний напрямок формується у відповідності до пріоритетних головних передумов сталого розвитку, які впливають на економічне функціонування, розподіл його результатів та збагачення людей [3].

На сьогодні обґрунтована безальтернативність сталого розвитку суспільства, визначальною метою якого є економічний розвиток; збереження природного середовища; соціальна доброчесність; оптимальне застосування природних ресурсів; освіченість та збалансована кількість населення;

міжнародна співпраця [1]. Тому, як було сказано, дієвим інструментом, що стимулює зростання якісного соціального та економічного результату економіки та формування моделі сталого розвитку є ефективний міжнародний туризм.

Соціально-економічна суть світового туризму як форми міжнародних економічних відносин характеризується ефективністю результату функціонування, зокрема здатність значно поповнювати бюджет. Суспільне значення відображається через можливість застосування та збереження культурно-побутової самоідентичності та історичної та архітектурної неповторності країн. Звернемо увагу на важливість створення концепцій сталого розвитку, вона обґрунтовує потребу узгодженості науково технічного впливу на природне середовище, вирішення ряду соціо-екологічних негараздів щодо можливостей прийдешніх поколінь забезпечити власні потреби, суспільне місце та роль міжнародного туризму є надзвичайно важливим [4]. Певні складові туристичної індустрії країн, що розвиваються, зокрема, сегмент перевезень, готельного-ресторанне підприємництво, за певних умов можуть мати негативний вплив, що виявляється у порушенні екосистеми, утворенні ерозії ґрунтового покриву, деградації довкілля тощо. Сьогодні екологічні негаразди впливають на результат функціонування економічної підсистеми, через те екологічний чинник стає одним з визначальних векторів формування попиту на туристично-рекреаційні продукти на міжнародному, так і на регіональному ринках [55].

Отже, як бачимо, стратегія сталого розвитку країн, що розвиваються, базується на трьох, зазначених вище, складових, які мають розглядатись у контексті одна з одною.

В основі базового визначення сталого розвитку, знаходиться збалансована діяльність різних сегментів світового господарства для задоволення суспільних потреб враховуючи необхідність охорони природно-ресурсного потенціалу. Закладення основ сталого розвитку міжнародного туризму сприяє становленню ефективної економіки кожної країни та світового господарства в цілому на засадах сталості (рис. 1.5).

Дані цілі сталого розвитку підкреслюють пріоритетні сфери послуг та визначають головну роль туризму в п'яти складових суспільної діяльності

світового масштабу. Зокрема, першим сегментом є всебічний стійкий економічний розвиток; другим – соціальне залучення, зайнятість та подолання бідності; третім – ефективне використання ресурсів, охорона навколишнього середовища та кліматичні зміни; четвертим – культурні цінності, різноманітність та спадщина; п'ятим – взаєморозуміння, мир та безпека.

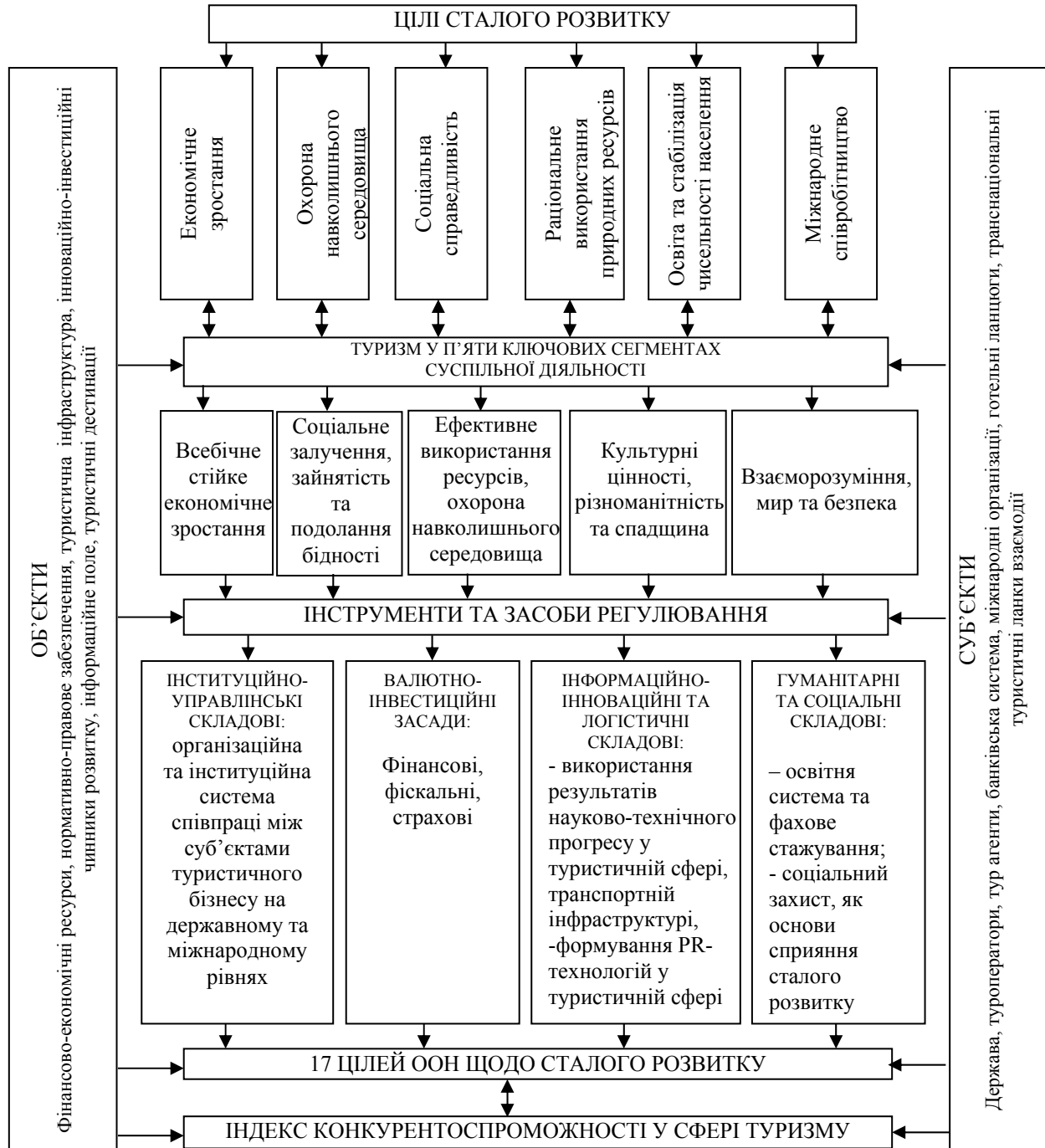


Рис. 1.5. Механізм реалізації цілей сталого розвитку країн, що розвиваються\*

\* Джерело: складено автором



Разом вони визначають місце та роль туризму в реалізації 17 цілей сталого розвитку на період до 2030 р., проголошеного Генеральною Асамблеєю ООН [94].

Спробуємо показати механізми впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються. Для цього визначимо зв'язок цілей сталого розвитку з використанням потенціалу міжнародного туризму для їх досягнення (див. пп. 3.1). Як було зазначено, основною детермінантою соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються є індекс конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей.

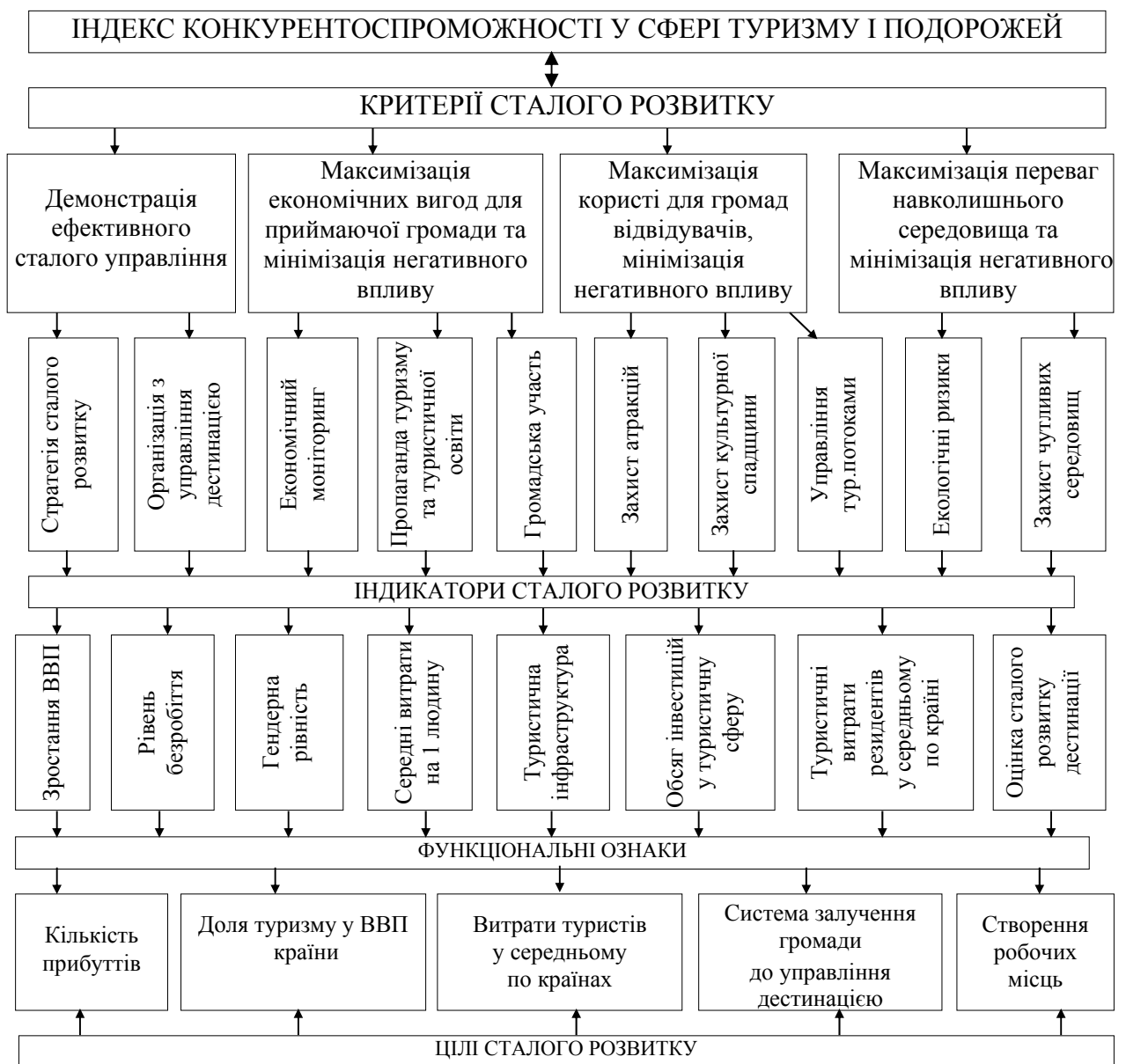


Рис. 1.6. Моніторинг сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються\*

\*Джерело: складено автором

По-третє, сталий туризм перебуває на підйомі: зростає споживчий попит, постачальники туристичної галузі розробляють нові «зелені» програми, а уряди

та міжнародні агенції створюють нову політику, спрямовану на заохочення сталого розвитку туризму.

Як бачимо із рис. 1.6, індекс конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей формується відповідно до чотирьох напрямів критерію сталого розвитку та деталізується за його сегментами. Критерії сталого розвитку корелюються з індикаторами сталості, які разом з глобальними цілями формують функціональні ознаки механізму впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються.

Міжнародний туризм є важливою ланкою у глобальних ланцюгах доданої вартості, має потужний вплив на як на національні господарства, так і на світову економічну систему. Безумовно, цей вплив має не лише позитивні, але й негативні риси, наприклад, навантаження на екосистему. Статистичною базою на оцінки впливу туризму на елементи економічної, соціальної, екологічної систем є дані спеціалізованої установи ООН – Всесвітньої туристичної організації.

Через складну епідеміологічну ситуацію в 2020 р., варто, на нашу думку, користуватися даними попередніх періодів. За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) кількість іноземних туристів у 2019 р. зросла на 4% та сягнула 1,5 млрд. Це був ще один рік сильного зростання, хоча з більш помірними темпами порівняно з 2017 р. (+7%) та 2018 р. (+ 6%). Попит був повільнішим, головним чином, в розвинутих економіках. Усі макрорегіони демонстрували позитивні результати: Близький Схід (+ 8%), Азіатсько-Тихоокеанський (+ 5%), Європа та Африка (по + 4%) Америка (+2%).

Беручи до уваги експансивність розвитку туристичного процесу, ЮНВТО особливу увагу приділяє прогнозуванню збільшення туристичних потоків та навантаження, яке буде зростати на туристичні ресурси тих територій, які мають високий темпи прибуттів. Це зумовлює пошук шляхів оптимізації національних туристичних систем через запровадження стратегії сталого міжнародного туризму.

Сталий туризм, відповідно до бачення ЮНВТО, означає таку туристичну діяльність, де управління процесом відбувається через збалансоване використання культурних, екологічних, біологічних ресурсів для задоволення

економічних, соціальних та естетичних потреб в міжнародному туризмі.

Тобто в процесі розробки стратегії розвитку сталого туризму та оцінки його впливу на всі аспекти функціонування господарської системи країн, що розвиваються, першочерговим є пошук механізмів та інструментів збереження природно-рекреаційного потенціалу та раціонального його використання в туристичній діяльності; проведення сегментованої та диференційованої маркетингової політики з метою просування національних туристичних продуктів на світовий ринок; побудови дієвих взаємозв'язків туризму з іншими галузями економіки [13].

Слід зазначити, що стратегії сталого розвитку міжнародного туризму тісно пов'язані із макроекономічним розвитком та призводять до збільшення темпів економічного зростання, що є основою абсолютної більшості економічних урядових програм. Крім того, макроекономічна складова є потужним детермінантом прискорення темпів приросту обігу міжнародного туризму на світових ринках.

В країнах, що розвиваються, у формуванні стратегій економічного розвитку значення міжнародного туризму є визначальним. Попит на дестинації країн, що розвиваються, може пояснюватися наступними факторами: здешевлення транспортної складової в організації подорожей, збільшення мобільності іноземних туристів, зростання рівня доходів населення всіх регіонів світу, технологічний розвиток, що підвищує якість життя та задає нові стандарти, відкритість кордонів, можливість мандрувати, залишаючись в зоні психологічного комфорту. Крім того, масове розповсюдження і використання соціальних мереж зумовлює такий спосіб життя, де подорожі стають невід'ємною частиною іміджу успішної людини. Тож сфера туристичного бізнесу в країнах, що розвиваються, має спиратися на ефективне підприємництво, наявні конкурентні переваги та формувати туристичну пропозицію, враховуючи запити сьогодення.

По-четверте, слід зазначити, що в добу глобалізації та транснаціоналізації світового господарства, туристичній галузі країн, що розвиваються варто фокусуватися на розробці таких інститутів підтримки підприємництва, за

якими буде вільно розвиватися конкуренція, враховуючі обмежений характер туристичних ресурсів та важливість формування рівноважної ціни. Досягнення такого рівня можливе через ефект мультиплікатора не лише на рівні туристичного підприємства, але й на рівні галузі, національної та регіональної економіки, світового господарства. Лише в комплексній взаємодії цих компонентів можливий сталий розвиток туристичної індустрії. Така взаємодія може бути представлена у такому ланцюгу доданої вартості: авіакомпанія, туроператор, транспортні підприємства, місцева торгівля, готельне господарство, громадське харчування, розважальний бізнес тощо. На національному рівні – формування гостинного національного образу (іміджу), безпека, легкість оформлення в'їзних віз чи їх відсутність для іноземних туристів, високоякісна медицина, компетентність держслужбовців у місцях в'їзду до країни тощо. При відсутності хоча б одного з вищезазначених складових в процесі симбіозу, забезпечити сталі зростання туристичних потоків та управління DESTINATIONAMI буде неможливим.

По-п'яте, Ефективність економічного мультиплікатора можливе лише через формування кластерів схожих галузей національної економіки (наприклад, транспорт та харчування, готельне господарство та містобудування). Теоретичною основою таких кластерів є запропонована М. Портером система конкурентних міжнародних переваг, що передбачає існування фірм, які конкурують та галузей національної та світової економіки, які забезпечують конкуренцію з урахуванням попиту і пропозиції, а також переваг географічного, політичного, соціально-економічного характеру [60]. Ідею кластеризації туристичної діяльності доцільно покласти в основу розробки програм та стратегій формування конкурентоспроможного сектору туризму та подорожей в країнах, що розвиваються.

Кластерні ініціативи можуть розглядатися як ефективні інструменти інтенсифікації регіонального державно-приватницького партнерства, реалізації коротко - та довгострокових планів соціального і економічного розвитку як окремих суб'єктів, так і місцевої громади в цілому.

Активізація туризму можлива тільки за умов формування конкурентоспроможного кластеру, який відповідає наступним вимогам: учасники кластеру мають просторові обмеження, тобто кластер об'єднує підприємства та установи на певній географічній території з урахуванням її специфіки; наявність у учасників кластеру потужної об'єднуючої мотивації (економічної, наукової, виробничої, соціальної тощо), налагодженого механізму координації діяльності та міжгалузевої кооперації; реальні перспективи економічної результативності діяльності кожного учасника внаслідок їх взаємодії.

По-шосте, беручи до уваги особливості виробництва, реалізації та надання міжнародних туристичних послуг, неоднорідність суб'єктів індустрії туризму та комплексність туристичного продукту, синергетичний ефект можливий тільки за умови досягнення достатнього рівня конкурентоспроможності всіх основних та суміжних учасників туристичного процесу, тобто при формуванні відповідного конкурентного середовища. З дослідницької точки зору цей ефект можливо дослідити при внутрішньому і в'їзному туризмі – всі елементи ланцюга доданої вартості розташовані в одній країні і легко простежується взаємодія таких елементів, що діють в єдиному економічній системі.

При виїзному туризмі оцінити вплив кожного з елементів ланцюга доданої вартості є більш складним завданням, що потребує певної методології, широкої статистичної бази тощо. На думку О. С. Трегубова, то цей зв'язок несуттєвий [60]. На нашу думку, це не зовсім коректно з економічної точки зору, отже відправляюча сторона, звичайно, в такому випадку має зацікавленість у певному рівні розвитку країни-реципієнта, однак ми не враховуємо потенційні збитки, що зазнає країна-генератор туристичних потоків (наприклад, коли українці їдуть до інших країн замість відпочинку в Україні, національна туристична галузь недоотримає значну кількість доходів, що відображається в незначній частці туризму у ВВП країни (1,5-2%) при

значному туристичному потенціалу. Цю ситуацію реально прорахувати як збитки туристичної галузі України або втрачені можливості).

Все вищесказане дозволяє зробити висновок про те, що в туризмі існує значна залежність між процесами формування конкурентоспроможності, що відбуваються на мега-, мезо- і макрорівні, і їх прямий вплив на мікрорівень.

У туризмі безпосередньо конкурують між собою ті підприємства туріндустрії, які виробляють аналогічні туристичні продукти або продукти-субститути (готелі, авіакомпанії, туроператори тощо). У зв'язку з тим, що туристичний продукт є набір послуг, які надають різні підприємства туристичної сфери, то поряд з конкуренцією в сфері туризму слід говорити і про систему економічної узгодженості діяльності суб'єктів туристичного ринку (між туроператорами і готелями, туроператорами та авіакомпаніями). Отже, можна зробити висновок про те, що в рамках туристичної індустрії між суб'єктами туристичного ринку існують як конкуренція, так і економічно узгоджена діяльність. Господарська співпраця доцільна тільки тоді, коли мета не може бути досягнутою поодиночі або коли неможливо будь-яку альтернативу купити на ринку. Співробітництво настає, тоді, коли достеменно вивчені всі можливі напрями та шляхи зростання всередині підприємства туріндустрії.

На даному етапі зростає конкуренція на міжнародному туристичному ринку на всіх рівнях. Це можна пояснити багатьма чинниками, в тому числі:

- економічною та фінансовою кризою країн, що розвиваються, яка впливає на загальне зменшення міжнародних туристичних потоків;

- участь на ринку інших учасників-туристичних дестинацій, які активно позиціонують себе як ефективні туристичні вектори розвитку і беруть на себе значну частку туристичних потоків, зокрема країни Південної, Південно-Західної та Південно-Східної Азії, Африки;

- створення нових форм надання дозвілля, які виникають в місцях постійного проживання майбутніх туристів, та віртуалізація туристичного простору, що звужує необхідність в традиційних подорожах, що призводить до зменшення туристичних потоків і зростання конкуренції за споживача;

- зменшенням темпів зростання туристичних потоків, що впливає на

підвищення конкурентної боротьби на ринку;

– збільшення частки подібних, порівнянних за споживчими властивостями туристичних продуктів (субститутів), що впливає на збільшення пропозиції на туристичному ринку.

Зазначимо, що глобалізація є характерною складовою міжнародного туризму. Адже на одному рівні з світовими готельними мережами подібні агенції формуються і в туризмі. Дані туристичні корпорації з'являються на ринку країн, що розвиваються, зокрема такі як TUI, Coral, Anex тощо. Дані процеси мають можливість координувати середовище конкурентів. Динаміка світового туристичного ринку під дією глобалізації впливає на зростання конкуренції на різних рівнях, зокрема, між туристичними регіонами, туристичними підприємствами та продуктами.

Таким чином, специфіка та особливості конкуренції в туризмі обумовлені тісним взаємозв'язком і взаємозалежністю між різними рівнями конкуренції. Синергетичний ефект конкурентоспроможності туристичної системи з'являється тоді, коли конкурентоспроможність забезпечується на всіх рівнях.

Формуючи концептуальні засади в умовах зростання конкуренції у різних сегментах туризму, варто застосовувати комплексний підхід та узгоджувати конкурентні можливості на різних щаблях діяльності між учасниками туристичного ринку. Раціональне узгодження та координація дій між учасниками ринку туристичних послуг, впливають на зростання конкурентних можливостей туристичної галузі. Аналізуючи сучасні засади конкуренції у туристичному підприємстві, варто з'ясувати і обґрунтувати, методи оцінювання конкурентних можливостей та переваг [60].

По-сьоме, необхідно з'ясувати модель сталого розвитку туристичних дестинацій країн, що розвиваються, як самостійного виду територіальної системи (рис. 1.7).

Становлення моделі сталого розвитку туристичних дестинацій країн, що розвиваються, є актуальною проблемою що обумовлено місцем та роллю, яку відіграють туристичні дестинації в економіці регіону та країн в цілому. У якості підґрунтя для розроблення моделі сталого розвитку туристичних дестинацій

пропонується комплексний підхід як інструмент, що систематизує чинники, які впливають на менеджмент щодо досягнення кінцевого результату. Узагальнення головних складових сталого розвитку туристичних дестинацій дозволяє здійснити системний підхід, щоб розробити та реалізувати цільові програми та проекти, без яких без яких реалізувати концепцію сталого розвитку вбачається досить складним. Види сталості територіальних систем можуть характеризуватися наступними ознаками, які притаманні екологічним складовим: соціально-економічній спрямованості, а також ємкісним параметрам туристичного підприємництва на певних територіях країн, що розвиваються.



Рис. 1.7. Модель сталого розвитку туристичних дестинацій країн, що розвиваються, як самостійного виду територіальної системи\*

\*Джерело: складено автором

Для характеристики та обґрунтування сталого розвитку туристичних дестинацій як самостійного виду територіальних систем країн, що розвиваються, ми спробували виокремити, зокрема їх види, завдання, принципи, інструментарій та чинники, які дестабілізують.



Отже, ми узгодили особливості механізмів впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються. Варто звернути увагу на кореляцію глобальних цілей сталого розвитку з використанням потенціалу міжнародного туризму та їх впливу на соціально-економічні засади країн, що розвиваються.

## **Висновки до розділу 1**

У розділі було досліджено та обґрунтовано генезис становлення й визначення теоретичних засад систематизації та поглиблення науково-теоретичних основ сталого розвитку.

1. Виділено чотири етапи еволюції сталого розвитку: становлення, визначення теоретичних засад, систематизація науково-теоретичних основ, поглиблення методологічних засад сталого розвитку.

2. Обґрунтовано, що коли сфера послуг стає домінантною – туризм займає визначальну роль у ключових сегментах суспільної діяльності, зокрема: у всебічному стійкому економічному розвитку; соціальному залученні, зайнятості та подоланні бідності; ефективному використанні ресурсів, охороні навколишнього середовища та кліматичних змінах; культурних цінностях, різноманітності і спадщині; взаєморозумінні, мирі та безпеці.

3. Визначено п'ять глобалізаційних пріоритетів країн, що розвиваються, через призму досягнення 17 Цілей сталого розвитку, які були проголошені Генеральною Асамблеєю ООН у 2015 р., а саме: подолання бідності; досягнення продовольчої безпеки та забезпечення здорового способу життя; забезпечення якісної освіти продовж усього життя та гендерної рівності; сприяння сталому економічному зростанню; стійкій інфраструктурі, інноваціям, продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх; скорочення нерівності в середині країн і між ними та забезпечення відкритості безпеки життєдіяльності; забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та активізації роботи в рамках глобального партнерства в інтересах сталого розвитку.

4. Удосконалено концепцію сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються, що відображає їхню позицію відносно стратегії розвитку туристичної галузі на довгострокову перспективу і включає конкретні заходи її реалізації серед яких: розвиток соціальної інфраструктури; раціональне використання туристичного потенціалу країн, що розвиваються; підвищення освітньо – кваліфікаційного рівня населення; формування і підтримка туристичного іміджу країн, що розвиваються.

5. Удосконалено понятійно-категоріальний апарат міжнародного туризму; систематизовано підходи до визначення сутності категорії «економічна природа міжнародних туристичних послуг»; запропоновано авторський підхід комплексного розкриття дефініції «сталий розвиток» як наукової категорії, у центрі якої людина, яка не тільки сприяє економічному зростанню, але і справедливо розподіляє його результати, відновлює довкілля більшою мірою, ніж знищує його, сприяє зростанню можливостей людей на засадах гуманістичної спрямованості; удосконалено зміст поняття «міжнародна туристична послуга» як системного продукту, що виробляється на міжнародному рівні та реалізується в процесі взаємозв'язку різних світових господарських організацій.

6. Набули подальшого розвитку механізми впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються з врахуванням цілей сталого розвитку та використанням потенціалу міжнародного туризму для їх досягнення. Побудовано модель моніторингу сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються та на основі зазначеного – модель сталого розвитку туристичних дестинацій країн, що розвиваються, як самостійного виду територіальної системи.

Основні положення, викладені у розділі 1, апробовані на конференціях та опубліковані автором у працях [44–49].

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК КРАЇН ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ

#### 2.1. Аналіз тенденцій та динаміки розвитку глобального ринку туристичних послуг

Туризм є однією з провідних і найбільш динамічних галузей світової економіки. Досвід багатьох країн засвідчує, що туризм відіграє значну роль у формуванні ВВП, створенні додаткових робочих місць і забезпеченні зайнятості населення, покращенні структури зовнішньоторговельного балансу. Виступаючи своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку, туризм суттєво впливає на такі ключові галузі економічної системи регіону, як: транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво споживчих товарів тощо. Водночас, на розвиток туристичної галузі впливають різні фактори: демографічні, природно-географічні, соціально-економічні, історичні, релігійні, політико-правові тощо, що призвели до суттєвого нарощення туристичних потоків на межі ХХ–ХХІ ст. (табл. 2.1).

*Таблиця 2.1*

#### Обсяги туристичного потоку за мега регіонами світу, млн осіб\*

Мега регіон	Рік										
	1950	1960	1995	2000	2005	2010	2011	2013	2015	2017	2018
Світ, всього, в т.ч. за регіонами:	25,3	69,3	527	674	809	949	993	1087	1208	1322	1401
Європа	16,8	50,4	304,5	386,6	453,2	489,4	520,6	566,9	608	671	711
Азія та Тихо-океанський регіон	0,2	0,9	82,1	110,4	154	205,4	218,4	249,7	279	324	343
Америка	7,5	16,7	109,1	128,2	133,3	150,1	155,5	167,5	193	207	219
Африка	0,5	0,8	18,7	26,2	34,8	49,5	49,2	54	65	62	66
Близький Схід	0,2	0,6	12,6	22,4	33,7	54,7	49,5	48,8	63	58	61

\*Джерело: складено автором на основі [140]

Аналізуючи дані таблиці, слід зазначити, що обсяги туристичних потоків у 1950 р. становили 25,3 млн осіб, а у 2018 р. – 1401 млн осіб. Абсолютний приріст

становить 1375 млн осіб або більш ніж 55 разів, що засвідчує величезний потенціал галузі та його використання в сучасних умовах. Глобальний ринок туристичних послуг характеризується і високою географічною диверсифікацією обсягів туристичних потоків (рис.2.1): найбільш суттєвим є приріст у європейському регіоні з 16,8 млн у 1950 р. до 671 млн осіб у 2017 р., протягом 1990–2017 рр. активізувався Азійсько-Тихоокеанський регіон.

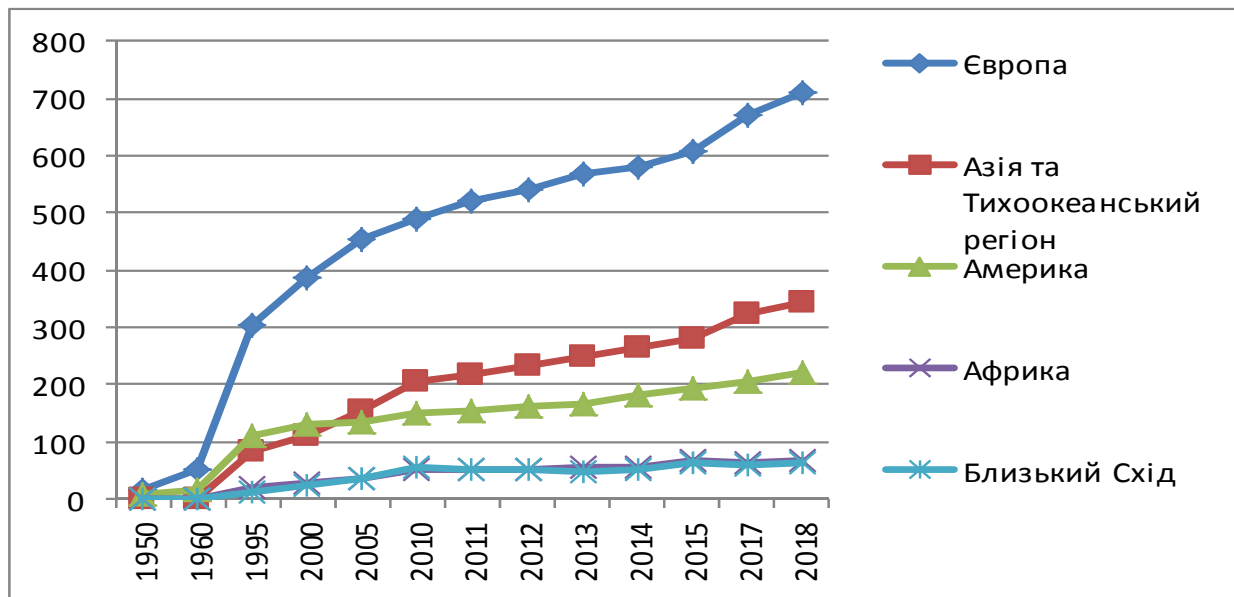


Рис. 2.1. Географічна структура динаміки розвитку міжнародного туризму, млн осіб\*

\* Джерело: складено автором на основі [115]

На нашу думку основними факторами, що призвели до суттєвого зростання туристичних потоків протягом аналізованого періоду стали фактори екзогенного та ендогенного характеру. Ключовими внутрішньокраїнними причинами зростання глобального ринку туристичних послуг є зростання економічного добробуту громадян багатьох країн світу, збільшення тривалості відпусток та, відповідно, зменшення робочого часу, бажання розвиватися та побачити нові країни й континенти, культуру, звичаї, мультинаціональність сучасних туристів. Зовнішні передумови полягають у лібералізації перетину кордону, відкритті нових країн, здешевленні авіаційних перевезень та покращенні транспортного сполучення, інформатизації галузі [112].

Як наслідок, у сучасних умовах міжнародна туристична індустрія стає все більш інвестиційно привабливим напрямом вкладання коштів, перетворивши туризм на ключовий фактор соціально-економічного прогресу за рахунок доходів від експорту, створення робочих місць і підприємств, а також розвитку інфраструктури. За останні шість десятиліть туризм продовжив розширення й диверсифікацію, ставши одним з найбільших і таким, що швидко зростає, секторів економіки у світі. На додаток до традиційних туристичних центрів Європи й Північної Америки з'явилося багато нових країн, які перетворили національний туристичний потенціал на важливе джерело наповнення бюджету та вагомий фактор нарощення економічного розвитку країни. Мова йде саме про країни, що розвиваються, оскільки вони стають новими центрами туристичних потоків за рахунок цікавої флори і фауни, цінових конкурентних переваг, можливостей відкрити нові атракції та дестинації.

Незважаючи на періодичні потрясіння світової економіки, міжнародні туристичні поїздки засвідчили практично безперервне зростання, суттєво впливаючи на світовий ВВП (рис. 2.2).

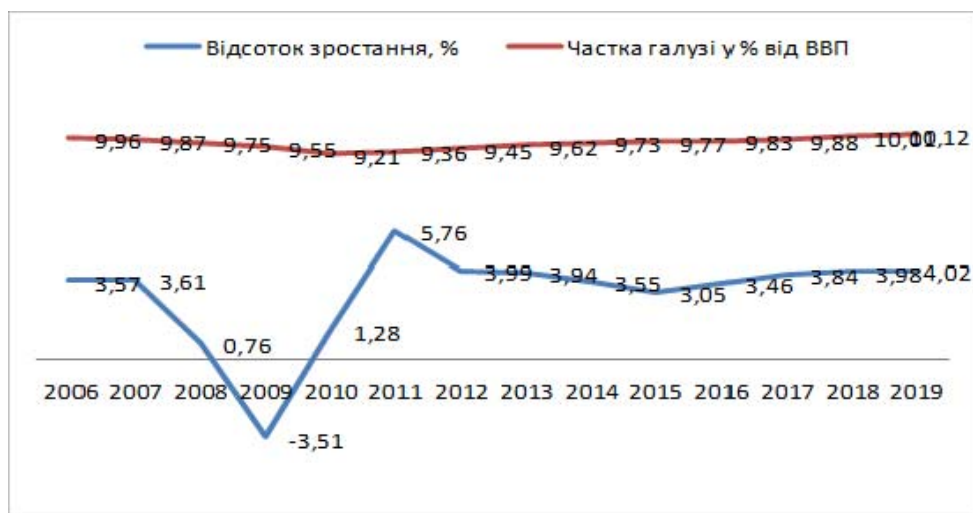


Рис. 2.2. Аналіз динаміки зростання світового ВВП від міжнародного туризму (2006–2019 рр.)\*

\* Джерело: складено автором на основі [142]

Як видно з рис. 2.2, незважаючи на значну динаміку змін у відносних показниках зростання, протягом 2006–2008 рр. та падіння у 2009 р., частка

міжнародного туризму у світовому ВВП стабільно становить 9–10 %, що характеризує сферу як одну з найбільш пріоритетних у підтримці економічного зростання як всієї світової економіки, так і національних, зокрема [111, 112].

Оскільки туризм – одна з найбільш прибуткових і стрімко зростаючих галузей, то і бажання суб'єктів ринку отримувати прибутки у цій сфері є обґрунтованим і закономірним явищем (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

### Макроекономічні показники розвитку туристичного ринку\*

Показник	2014, млрд дол. США	2014, % зростання у постійних цінах	2015, % від загального зростання з урахуванням інфляції	2025		
				млрд дол. США	% зростання в постійних цінах	% від загального зростання з урахуванням інфляції
Безпосередній внесок у ВВП	2364,8	3,1	3,7	3593,2	3,3	3,9
Загальний внесок у ВВП	7580,9	9,8	3,7	11381,9	10,5	3,8
Експорт зовнішній	1383,8	5,7	2,8	2140,1	5,6	4,2
Внутрішні витрати	3642,1	4,7	3,7	5465,0	4,1	3,8
Вільні витрати	3850,2	2,3	3,3	5928,8	2,5	4,1
Бізнес витрати	1175,7	0,7	4,0	1679,0	0,7	3,2
Капітальні вкладення	814,4	4,3	4,8	1336,4	4,9	4,6

\*Джерело: складено автором на основі [142]

Як видно з таблиці, до 2025 року спостерігатиметься стабільне (на рівні 3 %) зростання туристичного ринку та його ролі у світовому ВВП. Капітальні вкладення повинні задовольнити запити туристичної індустрії для виготовлення і реалізації туристичного продукту.

Оскільки Європа отримує найбільші надходження від туристичного бізнесу, слід здійснити оцінку країн з найбільшим економічним приростом від міжнародного туризму. Економічне значення міжнародного туризму можна виміряти, дивлячись на співставлення міжнародних туристичних надходжень

по відношенню до ВВП (ці дані взяті із статистики платіжного балансу і включають в себе ділові поїздки, а також дозвілєві подорожі). На основі статистичних даних європейської спільноти ми виокремили, що у 2014–2018 рр., співвідношення туристичних надходжень до ВВП був найвищим серед країн-членів ЄС, в Хорватії (17,2%), на Мальті (14,4%) і на Кіпрі (12,3%), що підтверджує важливість туризму для цих країн (додаток Д). В абсолютному вираженні найвищі міжнародні туристичні надходження в 2014 р. були зафіксовані в Іспанії (49,0 млрд євро) і Франції (43,2 млрд євро), а потім у Великій Британії, Італії та Німеччині (всі 3 записи надходжень – 33–35 млрд євро). У Німеччині був зафіксований найвищий рівень витрат на міжнародні поїздки, на загальну суму 70300 млн євро в 2014 р., а потім Сполучене Королівство (47,8 млн євро) і Франція (36,7 млрд євро). Іспанія була членом ЄС з найвищим рівнем чистих надходжень від поїздки в 2014 р. (35400 млн євро), в той час як в Німеччині був зафіксований найбільший дефіцит (–37600 млн євро) [124, 128].

Як зазначалося раніше, в основі визначення впливу туризму на соціально-економічний розвиток країн, потрібно розглядати обсяг залучених туристів, тобто розподіл міжнародних туристичних потоків та, відповідно, надходження від них. Основними макроекономічними факторами, що безпосередньо визначають рівень впливу туризму, є обсяг валютних надходжень від вхідного туристичного потоку. Саме він призводить до зростання ВВП, збільшення платіжного балансу, диверсифікації економіки, забезпечує зайнятість, зростання прибутків, а, отже, – підвищення рівня соціально-економічного розвитку країни. Як зазначає Шуплат О. М., «динамічний розвиток сфери туризму здійснює мультиплікативний ефект на інші галузі економіки, в яких активізується інвестиційна діяльність – зростають капітальні активи, створюються нові робочі місця, розширюється обіг коштів. Водночас, традиційні методи та підходи фінансового забезпечення не сприяють ефективному і стійкому функціонуванню та розвитку сфери туризму» [121].

Динаміка розвитку глобального ринку туристичних послуг характеризується обсягом туристів, що подорожують та змінами у географічному розподілі туристичних потоків. Попередній аналіз засвідчив, що особливо

динамічно нарощується туристичний потік у країни Азійсько-Тихоокеанського регіону, на який припадає значна частина країн, що розвиваються. Тобто ми можемо констатувати, що саме ці країни починають відігравати важливу роль у глобальному ринку туристичних послуг. Але, окрім абсолютного приросту валютних надходжень від залученого туристичного потоку, важливою є оцінка і відносних показників, тому варто здійснити аналіз та рейтингування країн, що відносяться до тих, що розвиваються (див. табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Аналіз впливу міжнародного туризму на ВВП країн,  
що розвиваються (2017 р.)\***

Країна	Загальний внесок туризму у ВВП, млрд дол. (1)	Місце у рейтингу за показником 1	Частка загального внеску туризму у ВВП країни, % (2)	Місце у рейтингу за показником 2
Китай	1349,30	1	16,7	3
Індія	234,00	2	16,6	4
Мексика	185,40	3	16	5
Бразилія	163,00	4	14,2	6
Туреччина	98,40	5	11,6	7
Південна Корея	71,40	6	11,3	8
Саудівська Аравія	64,20	7	11	9
Індонезія	58,90	8	11	10
Гонконг	56,70	9	23,8	1
ОАЕ	42,00	10	18,6	2
Сінгапур	31,50	11	10,4	11
Чилі	28,40	12	10,2	12
Ізраїль	21,10	13	10	13
Єгипет	21,10	14	9,7	14
В'єтнам	20,60	15	9,4	15
Марокко	20,00	16	9,4	16
Катар	16,80	17	9,4	17
Туніс	5,70	18	7,9	18
Бахрейн	3,30	19	7,7	19
Маврикій	3,20	20	7,3	20
Камерун	2,50	21	7,2	21
Замбія	1,80	22	6	22
Мадагаскар	1,80	23	5,8	23
Бенін	0,50	24	5,7	24
Малаві	0,50	25	4,7	25

\* Джерело: складено автором на основі [142]



Як видно з таблиці, лідером за абсолютним внеском туризму у ВВП є Китай, фактично дохід, що приносить ця індустрія в економіку країни, перевищує суму усіх країн, зазначених у таблиці, хоча за часткою у ВВП ця держава поступається Гонконгу та ОАЕ. Фактично, перша десятка за двома рейтингами відрізняється лише декількома позиціями, а починаючи з 11 місця обидва рейтинги збігаються. Це свідчить про відповідність надходження від туризму в натуральних показниках та їх внеску у ВВП у відсотковому значенні. Порівнюючи дані таблиці з групою країн, що характеризуються високим рівнем розвитку туристичної індустрії, слід констатувати, що ці держави знаходяться у лідерах, але не очолюють список. Згідно додатків та відповідної оцінки зростання ВВП, як в абсолютному так і у відносному впливі на економічне зростання, туристична індустрія розвивається не у прямому зв'язку з цими показниками, але підсилює позитивні тенденції у соціально-економічному зростанні [113, 128].

Окрім фінансових ефектів суттєве значення мають і соціальні показники розвитку туристичної сфери і відповідний вплив галузі на рівень безробіття, зняття соціальної напруженості, покращення рівня комунікації між націями.

Як зазначає Лютак О.М., сучасна диверсифікація міжнародного ринку туристичних послуг є розширенням видів діяльності, перехід до більш різноманітних способів і форм туристичних послуг, що ґрунтується на кількісному вимірі, де в основі диверсифікації лежить зростання масштабів ринку, виокремлення нових його сегментів, нарощування інтенсивності туристичних потоків, розширення географії суб'єктів глобального туристичного ринку, а якісна – на урізноманітненні географічно-суб'єктної, продуктово-видової, інституційно-регуляторної, технологічно-інструментальної структури. Їх тісна взаємодія характеризується співіснуванням у рамках єдиного ринку. Саме зростання масштабів ринку, нарощення інтенсивності потоків приводить до урізноманітнення географічно-суб'єктної та продуктово-видової сегментації і підвищенням впливу туризму на рівень соціально-економічного розвитку країн. Ще одним важливим показником впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток країн є визначення впливу галузі на зайнятість населення. У 2014–2018 рр., за

різними підрахунками, в індустрії туризму було зайнято близько 250 млн осіб і цей показник наведено без урахування мультиплікаційного ефекту, який для зайнятості, за експертними оцінками спеціалістів, становить у середньому 1,5. Тобто на одного працівника, зайнятого у туристичній сфері, припадає 1,5 особи, зайнятих у супутніх галузях (торгівлі, побутовому обслуговуванні, зв'язку, страхуванні, банківському секторі), у деяких країнах такий показник значно вищий і досягає 2,5–3 особи. Держави, у яких частка надходжень від туризму перевищує 50%, активно використовують цю сферу у працевлаштуванні своїх громадян, а оскільки рівень кваліфікації персоналу безпосередньо впливає на туристичну привабливість цих країн, існують спеціальні державні програми, спрямовані на підвищення рівня володіння іноземною мовою [106, 119].

Всі ці фактори сприяють інтеграції країн, що розвиваються, у систему міжнародного туристичного бізнесу та дають можливість пришвидшити темпи економічного зростання (табл. 2.4). Виключаючи лідерів-гігантів (Китай, Індія), які за рахунок своєї густої населеності акумулюють значну частину трудових ресурсів, середню планку становлять країни, наведені на рис. 2.3.

Загальний внесок у зайнятість у 2017 р. в острівних країнах є більшим за середнє значення (Маврикій – 22,6%), а для більшості інших країн, що розвиваються, він становить 6–12%. В свою чергу, прямий внесок у зайнятість не перевищує 5%, окрім Маврикія, Марокко і Мексики (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

**Аналіз впливу міжнародного туризму на рівень зайнятості країн, що розвиваються (2013–2018 рр.)\***

Країна	Внесок у зайнятість у 2017 р., %		Загальний внесок у зайнятість, тис. осіб					
			Рік					
	Прямий	Загальний	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Китай	3,6	10,3	72292	74898	76746	78679	79900	79910
Індія	5,0	8,0	38077	39016	39634	40534	41623	42673
Мексика	7,5	16,4	7797	7868	8387	8598	8569	9463
Бразилія	2,6	7,3	6573	6938	7055	6917	6591	6855
Туреччина	1,6	7,4	2005	2124	2094,7	1976	2093	2205
Південна Корея	2,1	5,3	1416	1488	1440	1541	1417	812

## Продовження табл. 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Саудівська Аравія	5,3	9,1	1032	1026	1105	1103	1116	1112
Індонезія	3,7	10,0	9600	10541	11400	11800	12242	12966
Гонконг	4,9	14,5	665	657	604	567	557	588
ОАЕ	4,9	9,5	502	514	561	566	586	588
Сінгапур	4,6	8,8	295	302	310	317	323	325
Чилі	3,4	10,2	703	750	778	802	835	827
Ізраїль	1,9	6,4	229	225	232	234	244	246
Єгипет	3,9	8,5	2171	2195	2171	1829	2425	2488
В'єтнам	4,6	7,6	4042	3993	3942	3987	4061	4029
Марокко	7,1	16,4	1792	1848	1827	1895	1901	1928
Катар	4,9	9,2	106	119	161	184	175	194
Туніс	6,3	13,0	506	535	438	440	464	513
Бахрейн	4,0	9,4	53	53	58	61	58	84
Маврикій	7,2	22,6	113	110	123	128	131	127
Камерун	2,6	6,0	685	668	645	604	605	663
Замбія	1,9	5,3	189	218	299	318,8	314	319
Мадагаскар	5,0	13,9	546	621	685	807	797	796
Бенін	1,8	4,8	224	191	219	210	216	201
Малаві	3,0	6,7	436	445	479	509	524	525

\* Джерело: складено автором на основі [142]

Як зазначає Геетіка Найомія та Атлула Гнанапала, працевлаштування в туристичні галузі здійснюється на основі сімейного малого бізнесу, що складається з 2–3 осіб (48 %), 1 людини (32 %), як наслідок, у селі 80 % (32 % + 48 %) сімей займаються туризмом.

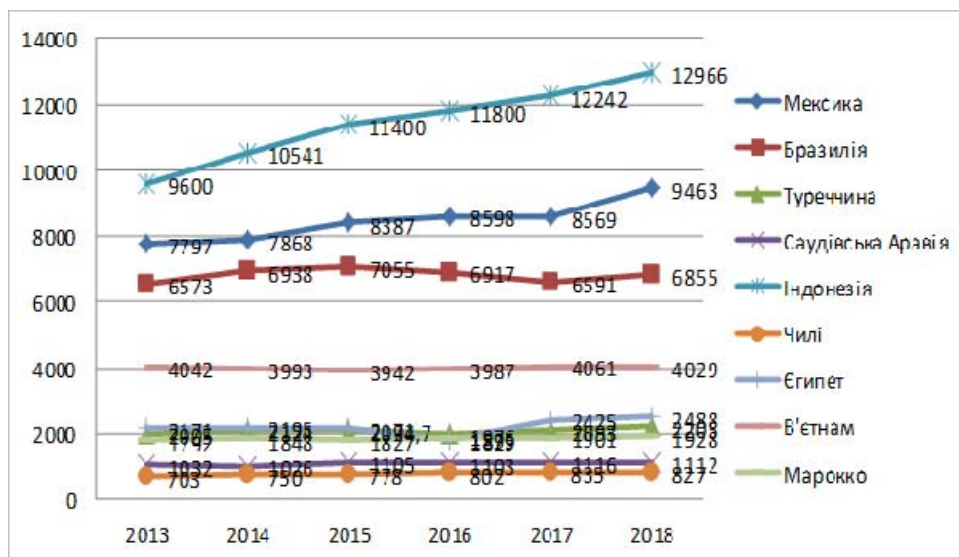


Рис. 2.3. Динаміка загального внеску у зайнятість держав з високим показником працевлаштування у туристичній сфері серед країн, що розвиваються\*

\* Джерело: складено автором на основі [106]

Відзначимо, що розвинена туристська інфраструктура буде суттєво впливати на рівень якості місцевого населення та визначатиме конкретний соціальний ефект у зменшенні безробіття, зростанні надходжень в особистих господарствах, зменшенні соціальної напруженості, піднесенні економічного розвитку всієї туристичної дестинації.

Низька ефективність експорту туризму в країнах з низьким рівнем доходу на душу населення перешкоджає фінансуванню проектів інфраструктури туризму; якість обслуговування є досить низькою, особливо для житлово-комунальних послуг, тому туризм як частина національного експорту, не має можливості сприяти зростанню економіки. Крім того, країни цієї категорії змушені імпортувати більшість товарів, необхідних для споживання туристичного продукту на високому рівні із дотриманням стандартів якості, що характерні для більшості європейських країн. Конкуреноспроможність туристської пропозиції майже виключно представлена низькою вартістю робочої сили, що також дає змогу продавати туристичну пропозицію за низькими цінами на світовий ринок. Аналіз структури світової торгівлі в цілому та послуг, зокрема, підкреслює, що туризм відіграє важливу роль як в економіці розвинутих країн, так і країн, що розвиваються. Хоча ще неможливо виміряти весь обсяг у структурі туристичної торгівлі, ця роль пов'язана, зокрема, з туристичним доходом, що значною мірою відповідає зовнішньому споживанню, а також з міжнародними доходами від транспорту та подорожей. Звичайно, висока залежність від інвестицій у розвиток інфраструктури може стримувати інтеграцію країн у глобальний туристичний ринок, але в цілому можемо констатувати високий рівень синергетичного ефекту від впровадження і використання туристичного потенціалу, особливо з врахуванням конкуреноспроможних характеристик природних дестинацій.

Як зазначає Марія-Камел І., за міжнародною статистикою, складеною Світовою організацією торгівлі (СОТ), загальний дохід від туризму, включаючи ті, що виникають у зв'язку з міжнародними справами, був визначений як одна з найбільш розвинених та перспективних складових експорту у всьому світі

[126]. Окрім того, визначаючи рівень туристичного експорту для різних категорій країн, варто навести показники середніх витрат на одного туриста (табл. 2.5). Такі витрати дають змогу засвідчити рівень надходження від туризму у різних країнах світу за рівних умов туристичного потоку.

Таблиця 2.5

**Середні витрати на одного туриста (туристичний експорт), 2018 р.\***

Категорія країн	Одиниці виміру, дол. США
Нерозвинені країни з низьким рівнем доходів на душу населення	296
Країни з низьким рівнем доходу на душу населення	319
Країни, що розвиваються	404
Країни з середнім рівнем доходу на душу населення	416
Індустріальні країни	695

\* Джерело: складено автором на основі [125]

Цілком очікувано, що найвищий показник середніх витрат на одного туриста притаманний розвинутим країнам, оскільки туристичний продукт, який створюють та реалізують ці країни має високу додану вартістю. Країни, що розвиваються зайняли середню нішу у даному рейтингу (404 дол. США на 1 туриста) і мають можливість нарощувати вартість своїх туристичних продуктів за рахунок зростання їх вартості та якості. Враховуючі непрямі та кумулятивні ефекти від розвитку туристичної індустрії, можна прогнозувати суттєве нарощення і для інших сфер економіки будь-якої країни. Отже, туризм може бути джерелом економічного розвитку (за аналогією з масовою стратегією) лише для тих країн, які, хоча й не розвинені, але могли б залучити велику кількість туристів, щоб створити достатній обсяг надходжень та сприяти або ремісії торгового дефіциту, або стимулюванню інших видів діяльності в галузі туризму.

Як зазначають Атюла Гнанапала В. К., Сандраувані Я. А. Р. С. [125] туризм вважається прибутковим для будь-якого ринку, тому уряд та приватний бізнес роблять все можливе, щоб використати його економічні вигоди в повному обсязі. Це приводить до того, що ігнорується ряд негативних аспектів розвитку міжнародної туристичної індустрії, зокрема порушується місцева соціокультурна, спостерігається дисгармонія між туристами та національними

громадянами, що походять з інших суспільств з різними цінностями та стилем життя. З різних причин приймаюча країна часто є слабкою стороною у взаємодії з гостями та постачальниками послуг і впливом, який вони можуть мати. Часто відбуваються зміни в структурі громади, сімейних відносинах, колективних традиційних життєвих стилях, церемоніях і моралі. Але туризм також може спричинити позитивні наслідки, оскільки це може служити сприятливою силою щодо крос-культурної взаємодії, налагодження миру, гордості національними культурними традиціями та допомогти уникнути переселення міст шляхом створення робочих місць у сільській місцевості.

Визначаючи ключові галузі, що задіяні у створенні та реалізації туристичного продукту і які отримують безпосередній ефект від додаткового вхідного туристичного потоку у структурі участі в індустрії туризму для країн, що розвиваються, характерне таке співвідношення (рис. 2.4):



Рис. 2.4. Структура галузей, задіяних у створенні туристичного продукту в країнах, що розвиваються\*

\* Джерело: складено автором на основі [123]

Як видно з рисунка, у створенні туристичного продукту вагоме місце належить сільському господарству, що забезпечує продуктами харчування ресторани комплекси у готелях та інших засобах розміщення. Для країн, що

розвиваються, підтримка даної сфери має суттєве значення оскільки в структурі їх економіки та ВВП частка цих галузей є високою. Як наслідок, запровадження нових технологій вирощування сільськогосподарської продукції з дотриманням міжнародних стандартів та вимог готельно-ресторанних ланцюгів може слугувати імпульсом щодо нарощення використання як туристично-рекреаційного потенціалу, так і економіки в цілому. Зокрема, у системі національних рахунків валова додана вартість у світовому господарстві зростає відповідно до приросту туристичних потоків, а для країн, що увійшли до лідерів за залученим туристичним потоком цей показник піднімає їх у загальному рейтингу на високі місця .

Слід зазначити, що до десятки лідерів за створеною доданою вартістю у сфері світового господарства потрапило 7 країн, що розвиваються, та 3 розвинутих країни. Аналізуючи співвідношення між туристичним потоком та розвитком сільського господарства слід відзначити взаємодію обраних показників. На особливу увагу заслуговує Пакистан, який потрапив у кластер з найменш розвинутою туристичною інфраструктурою, але у нашому рейтингу займає провідне місце [117, 122].

Ще однією складовою, яка зазнає суттєвого впливу від розвитку міжнародного туризму є інфраструктура. За даними Форуму Туризму та Транспорту (Tourism and Transport Forum), туристична інфраструктура є ланцюгом постачання транспортої, соціальної та екологічної інфраструктур, яка співпрацює на регіональному рівні для створення привабливої туристичної дестинації. Транспортна інфраструктура виступає сукупністю матеріально-технічних та організаційних умов, які забезпечують швидке виконання процесу перевезення туристів. Соціальна інфраструктура пов'язана з об'єктами освіти, охорони здоров'я, побутового обслуговування, торгівлі, культури, спорту, дозвілля та іншими соціально-значущими сферами, пов'язаними з обслуговуванням туристів. Екологічна інфраструктура є природною цінністю, і це стосується національних і морських парків та резервів, які туристи можуть відвідати. На додаток до цих трьох видів інфраструктури, туристична інфраструктура включає в себе інституційну інфраструктуру, сформовану з мережі регіональних, державних та національних туристичних організацій на

ринку, де є атракції, і займається поширенням туристичних продуктів. Відповідно, із збільшенням туристичного потоку та отриманням перших доходів буде розвиватися і туристична інфраструктура за всіма визначеними напрямками. Особливо чутливим до змін туристичних потоків є транспортна інфраструктура.

Це дає підстави стверджувати, що найбільший дохід від вхідного туристичного потоку щодо пасажироперевезення у структурі країн, що розвиваються, і що стали об'єктом нашого аналізу, належить Туреччині, Гонконгу та Катару. Їхня частка серед наведених даних є стабільно високою і коливається від 25,12 % до 21,68 % у 2014–2016 рр. для Туреччини, від 18,64 % до 18,35 % – для Гонконгу та 16,32–19,58 % – для Катару, відповідно. Фактично лише Катар наростив свою частку за аналізований період, а щодо інших країн – спостерігається нестійка динаміка [117, 119].

Здійснюючи аналіз динаміки пасажироперевезення повітряним транспортом, можемо констатувати значний його приріст (рис. 2.5), що й призвів до нарощення туристичного потоку в тому числі й країнах, що розвиваються.

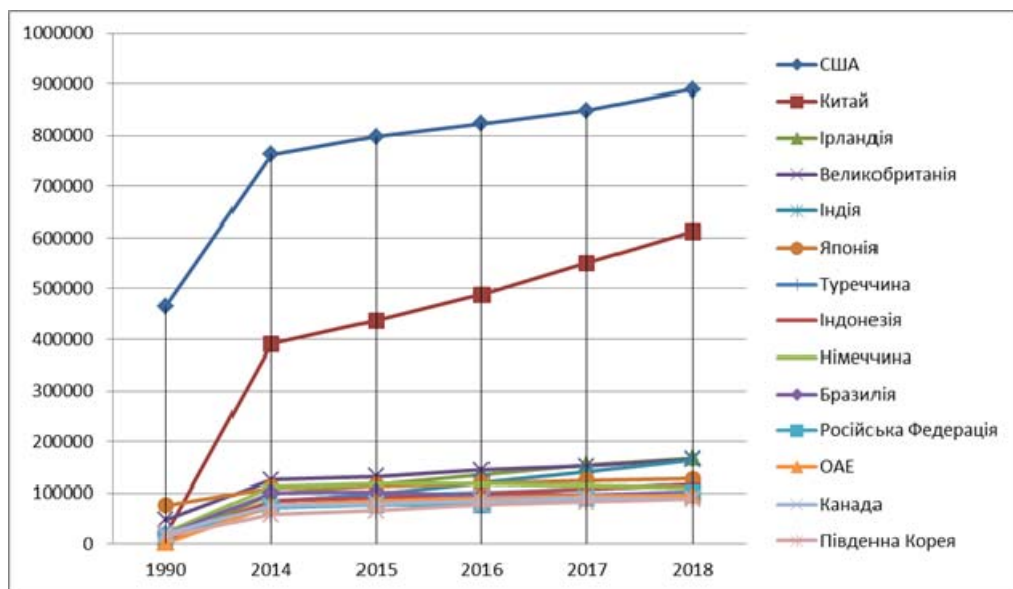


Рис. 2.5. Динаміка пасажироперевезень повітряним транспортом (1990–2018 рр.), тис. осіб\*

\* Джерело: складено автором на основі [115]



Важливим показником, що корелює з впливом глобального ринку туристичних послуг на економіку країн є обсяг інвестицій у певну сферу. Як зазначає Журба І. Є., «в останні роки саме Азійсько-Тихоокеанський регіон характеризується зростанням капіталовкладень і, як наслідок, суттєвим нарощенням туристичних прибуттів.

Цілком логічно обґрунтувати тезу про те, що рівень капіталізації певних країн, галузі і самих підприємств мають мультиколінеарний зв'язок (США, Китай, Франція, Туреччина, Іспанія, Саудівська Аравія)».

Основними країнами, які інтенсивно інвестують у сферу міжнародного туризму є США (14,1 млрд дол.) та Китай (7 млрд дол.). Найбільш суттєвим є приріст капіталовкладень саме Китаю, оскільки останні 15 років характеризувались суттєвим нарощенням економічного потенціалу та, відповідно, фінансовими можливостями щодо розвитку туристичної індустрії (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Країни-лідери за обсягом капіталовкладень у туристичну сферу  
(2014–2018 рр.), млрд дол. США\***

Країна	Рік				2015/2014		2018/2014	
	2014	2015	2016	2018	Δ	%	Δ	%
США	141	155,1	160,8	200,6	14,1	10	59,6	42,27
Китай	127,1	134,1	137,6	161,5	7	5,5	34,4	27,07
Франція	44,8	36,2	37,2	39	-8,6	-19,2	-5,8	-12,95
Японія	34,4	29,9	34,4	36,3	-4,5	-13,1	1,9	5,52
Індія	34,2	35,1	34	45,7	0,9	2,6	11,5	33,63
Саудівська Аравія	24,9	26,7	28,6	24,8	1,8	7,2	-0,1	-0,40
Німеччина	27,8	26,6	27,2	32,8	-1,2	-4,3	5	17,99
Океанія	22,1	19,2	20,2	21,3	-2,9	-13,1	-0,8	-3,62
Бразилія	25,4	18,6	17,5	18,6	-6,8	-26,8	-6,8	-26,77
Туреччина	18,3	17,1	17,5	15,6	-1,2	-6,6	-2,7	-14,75
Іспанія	17	16,2	17,2	20,4	-0,8	-4,7	3,4	20,00
Австралія	17,8	15,4	16,1	18,1	-2,4	-13,5	0,3	1,69
Сінгапур	14,1	14,3	14	17	0,2	1,4	2,9	20,57
Індонезія	13,2	12,7	13,6	16,8	-0,5	-3,8	3,6	27,27
Канада	12,6	12,1	11,9	14,2	-0,5	-4	1,6	12,70

\* Джерело: складено та розраховано автором на основі [115]

Отже, можемо стверджувати, що взаємозв'язок між обсягами капіталовкладень та вхідним туристичним потоком існує. Основними країнами, що очолюють рейтинги за визначеними нами показниками є Франція, США та Китай. Значна частина капітальних ресурсів у Китаї йде на розбудову інфраструктури та ефективне фінансування переформатування внутрішніх потоків туристів, що підтверджується зростанням капіталізації.

Як висновок, можемо констатувати, що міжнародний туризм має суттєвий вплив на навколишнє середовище, економічний, соціальний та культурний рівень країн, що розвиваються. Якщо економічний вплив ми можемо оцінити кількісно, тобто з точки зору грошових переваг та загального економічного розвитку суспільства, зокрема, приросту ВВП, капіталізації країн, то інші наслідки носять рейтинговий характер і сформовані на основі позитивних і негативних результатів.

Зокрема, для активізації туризму значні кошти спрямовуються на збереження місцевої спадщини, вдосконалення інфраструктури, фінансову підтримку місцевих закладів освіти, що, у свою чергу, сприяє кращій освіті, покращенню можливостей для відпочинку, організації соціальних заходів та, як наслідок, кращого способу життя місцевих жителів. Вони взаємодіють з іноземними туристами, «змішуються» з людьми з різноманітних країн та континентів, що створює космополітичну культуру в регіоні. Через попит на кращі послуги створюються різноманітні можливості для працевлаштування, і тому люди не відчують необхідності мігрувати в інші міста, щоб заробляти на життя. Разом з тим, через великий трафік у регіоні, інфраструктура може не впоратись з підвищеною завантаженістю, що призведе до переповнення, погіршення санітарних умов, що, у свою чергу, може стати причинами хвороб як у туристів, так і місцевих жителів. Втручання сторонніх людей в закриті дестинації може заважати місцевій культурі та викликати заворушення серед людей. Місцеві жителі можуть скопіювати стиль життя туристів через демонстраційний ефект, в результаті чого можлива втрата національної ідентичності звичаїв та традицій. Деякі люди можуть вдаватися до

кримінальної діяльності, щоб отримувати легкі гроші від туристів, що призводитиме до посилення злочинності та антисоціальної діяльності, а також втрати моральних і релігійних цінностей [123, 131].

Для нарощення туристичного потоку особливий акцент робиться на загальній благоустрій навколишнього середовища, регулярне висадження дерев, покращення естетичного вигляду курортів та атракцій. Величезні інвестиції направляються на поліпшення об'єктів у регіоні, таких як зони відпочинку, відтінки, належна санітарія, питна вода тощо. Більше уваги приділяється збереженню пам'ятників культури та архітектури, археологічній та історичній спадщині. Негативним аспектом цього напряму є потреба певного втручання у природу. Перепланування відбувається за рахунок природних ландшафтів, пошкодження природної флори та фауни. Місцеві жителі змушені мігрувати через розвиток прибережної зони, зростання обсягу споживання природних ресурсів та їх вичерпання; виникають проблеми з утилізацією відходів. Може відбутися порушення екологічного балансу дестинації за рахунок зростання транспорту, шуму, неправильної утилізації відходів та збільшення забруднення території [133, 142].

Що стосується економічних вигод, то індустрія туризму сприяє економічному зростанню країни через такі фактори, як індустріалізація, освіта, передові технології, більш високий рівень кваліфікованих фахівців, відкриття зовнішніх ринків, ліберальна торгова політика, краща реклама та стратегічний маркетинг. Зазначені фактори колективно посилюють економічні резерви країни, що приводить до зростання доходу та збільшення ВВП. Туризм також може принести користь економіці на регіональному та місцевому рівнях, оскільки гроші надходять у міські та сільські райони, що, у свою чергу, стимулює нові підприємства, збільшує ринки та сприяє більш позитивному іміджу регіону. Отриманий дохід допомагає національному платіжному балансу, отримуючи дохід через пряме оподаткування, а також від непрямих податків на товари та послуги, придбані туристами.

## 2.2. Сучасні детермінанти сталого розвитку країн, що розвиваються

Міжнародні економічні відносини характеризуються структурою, яка відображає різні аспекти розвитку та формування сучасного потенціалу глобального економічного розвитку. Різні структурні елементи, в тому числі й країни, що є об'єктами аналізу з огляду на галузеву, типологічну й регіональну структури світового господарства, уособлюють підходи та критерії поділу. Типологічна структура світової економіки виявляється як єдина система різних за рівнем соціально-економічного розвитку країн. Її специфіка проявляється в тому, що вона знаходиться у постійній динаміці, оскільки темпи економічного, соціального, технологічного розвитку країн світу неоднакові; час від часу відбувається перехід країн з одного типового блоку до іншого. Критерієм поділу країн світу за класифікацією ООН є рівень соціально-економічного розвитку країн. За цією схемою визначаються такі типи країн, як економічно розвинуті країни; країни, що розвиваються (з виокремленням нових індустріальних і найменш розвинутих країн); країни з транзитивною економікою; соціалістичні країни (або країни з командно-адміністративною економікою).

Світовий банк запропонував кількісний критерій типологічної класифікації країн, а саме врахування ВВП на особу, що дало змогу виокремити високорозвинуті країни (ВВП на душу населення понад 20 тис. дол. США); країни вище середнього рівня розвитку (10–20 тис. дол. США); країни нижче середнього рівня розвитку (5–10 тис. дол. США); бідні країни (менше 5 тис. дол. США).

МВФ використовує таку класифікацію країн як країни з розвинутою економікою (G7 (США, Канада, Франція, Німеччина, Італія, Японія, Велика Британія) + країни єврозони); країни з ринками у стадії формування та такі, що розвиваються (країни СНД, країни, що розвиваються Азії, Латинської Америки та Карибського басейну, Близького Сходу, Північної та Південної Африки). Зазначені методики, що є найбільш вживані в контексті класифікації країн, характеризуються значними недоліками, що ґрунтуються на викривленні приналежності країни до певної групи без врахування не лише кількісних

показників. Зокрема підхід, запропонований Світовим банком до першої групи високорозвинутих країн зарахував такі держави, як: Катар (128 тис. дол. США на душу населення у 2017 р.), Макао (115 тис. дол. США, відповідно), Люксембург (103 тис. дол. США), Сінгапур (93 тис. дол. США), Бруней (78 тис. дол. США), Ірландія (75 тис. дол. США), ОАЕ (73 тис. дол. США), Кувейт (71 тис. дол. США), Швейцарія (64 тис. дол. США), Сан-Марино (62 тис. дол. США), Гонконг (61 тис. дол. США), Норвегія (61 тис. дол. США), США (59 тис. дол. США) та ін. Цей перелік яскраво відображає, що найпотужніша економіка США опинилася на 11 місці порівняно з Катаром, Макао та Брунеєм, які очолюють цей список. На останніх місцях групи знаходяться такі країни, як: Румунія (25 тис. дол. США на душу населення у 2017 р.), Хорватія (24 тис. дол. США), Уругвай (22 тис. дол. США), Аргентина (20 тис. дол. США) та Болгарія (20 тис. дол. США), які за своїм потенціалом не співставні з іншими членами. Що стосується методики групування країн МВФ, то її недолік полягає в тому, що значна кількість країн Азії та Близького Сходу за розвитком своєї економіки суттєво перевищили показники країн ЄС, а в групуванні відносяться до країн, що розвивається.

Враховуючи викладене, пропонуємо за основу взяти класифікацію країн ООН, яка враховує як кількісні, так і якісні параметри економічного розвитку держави, зокрема ВВП/ВНП, а також ВВП/ВНП на душу населення; частка продукції обробної промисловості і сфери послуг у ВВП/ВНП; рівень освіти населення і тривалості життя, в тому числі індекс розвитку людського потенціалу, що базується на середній тривалості життя населення, рівень грамотності дорослого населення країни і сукупній частці учнів та студентів.

До першої групи належать країни з розвинутою економікою, тобто держави, для яких характерна наявність ринкових відносин в економіці, високий рівень прав і цивільних свобод у суспільному і політичному житті. Всі країни з розвинутою економікою відносяться до капіталістичної моделі розвитку, щоправда характер розвитку капіталістичних стосунків має серйозні відмінності та диференціацію.

Відповідно, до групи країн, що розвиваються, входять держави з ринковою економікою, нові індустріальні країни і країни з низьким рівнем економічного розвитку. Це найбільша та найбільш строката група держав, з різним рівнем соціально-економічного розвитку, потенціалу, обсягу ВВП та інших факторів, що впливають на швидкість перетворень та трансформацію країни у наступну групу. Не дивлячись на значну кількість цих країн, а також на те, що для багатьох з них характерні велика чисельність населення і величезна територія, на них припадає близько 40 % світового ВВП, а частка в світовому експорті – 26 %. Ще одним трендом цієї групи є зростання їх економічного потенціалу та реальна конкуренція з країнами з розвинутою економікою.

Як зазначають Мігалік Т., Шарплі Р. та Тельфер Дж. [132] у розвинутих країнах та регіонах туризм часто розглядається як можливість розвитку, тобто як елемент сприяння економічному зростанню та каталізатор позитивних структурних перетворень місцевої економіки. Тим не менш, актуальна туристична спроможність підтримувати економічне зростання країни та робити все більш значний внесок у ВВП залишається предметом інтенсивних дебатів, зокрема, можна стверджувати, що ці факти підтверджують обидві сторони аргументів. Зокрема, все більше країн, що розвиваються інвестують в розвиток туризму, прагнучи перетворити сучасний туризм на ключовий рушійний сигнал їхнього соціального та економічного прогресу. Це продемонстрував рейтинг UNWTO, що складався з 20 провідних туристичних країн і в який потрапило 10 країн, що розвиваються та 10 розвинутих країн. Протягом 20 років цей показник становив від 6 до 14. За звітами UNWTO [139] очікується, що зростання відбудеться на користь країн, що розвиваються у зв'язку з кількісним зростанням туризму, який буде збільшувати зусилля таких країн для залучення відвідувачів і збільшення їх витрат при відвідуванні.

Коментуючи дослідження міжнародних авторів, які визначили шість основних факторів економічного зростання (Флорін Теодор Болдеану, Ліліана Константинеску [129]) можемо зазначити, що для туристичної галузі визначальними будуть природні ресурси, капітальні товари, трудові ресурси та технології. Саме вони формуватимуть вартість товарів і послуг туристичної сфери і визначатимуть

рівень конкурентоспроможності країни за ціновою складовою.

Економічне зростання, виміряне ВВП, означає загальне зростання темпів даного макроекономічного показника, але динаміка та темпи приросту кожного компонента в цьому показнику є достатньо різними. Державні витрати, формування капіталу, приватні або державні інвестиції, рівень зайнятості, валютні курси тощо мають різний вплив на економічне зростання, і ми повинні враховувати, що ці детермінанти мають різні наслідки для країн, що розвиваються. Крім того, існують також соціально-політичні фактори та події, які мають величезний вплив на економічний розвиток країни.

Існують також відмінності між економічними та неекономічними детермінантами. Економічні детермінанти відносяться до факторів, таких як накопичення капіталу, технологічний прогрес, праця та «виняткові» або неекономічні джерела чинники, та як ефективність влади, установи, політичні та адміністративні системи, культурні та соціальні фактори, географія та демографія. Усі фактори формують коло сучасних детермінантів соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються, а з позиції нашого дослідження – при формуванні вибірки країн, необхідно врахувати показники розвитку туристичної галузі [128].

Найбільш узагальнена характеристика використання туристичного потенціалу представлена при розрахунку Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index). Цей індекс є інтегральним і враховує такі складові елементи, як: бізнес-середовище, охорона та безпека, здоров'я та гігієна, людські ресурси і ринок праці, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, пріоритет подорожі і туризму в доходах країни, міжнародна відкритість, конкурентоспроможність цін, екологічна стійкість, розвиток авіатранспортної інфраструктури, розвиток наземної і портової інфраструктури, туристичної інфраструктури та обслуговування, природні ресурси, культурні ресурси і ділові поїздки. Співставлення об'єктів у переліку держав, що розвиваються і присутність їх у звіті за Індексом, дало змогу сформуванню вибірки подальшого аналізу на основі 84 країн.

Наступним етапом аналізу буде здійснена кластеризація обраних країн,

що дасть змогу сформувати найбільш вагомі детермінанти соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються, з врахуванням рівня розвитку туристичної сфери і їх приналежності до сформованих груп. Відповідно до розвитку туристичної індустрії, для кожного кластеру можна здійснювати оптимізацію розвитку соціально-економічної сфери країн, що розвиваються, за умов формування глобального ринку туристичних послуг.

В основі кластеризації лежить групування країн за схожими ідентифікаційними ознаками, які характеризують темпи розвитку країн на основі впливу туристичної галузі. Ми пропонуємо використати програму Statistica 10, що використовує гнучкий математичний, економічний та програмний інструментарій для вирішення поставлених прикладних завдань.

На основі введених даних програма здійснила групування (рис. 2.6).

Показники, що стали основою кластеризації визначені на основі розрахунку середньоарифметичного значення за 14 складовими Індексу в кожному кластері (Додаток Ж). Як видно з рис. 2.6, на рівні 6 було виявлено 5 кластерів, тобто укрупнення країн за спільними ідентичними рисами розвитку туристичної індустрії (табл. 2.7).

Загальний показник середньоарифметичного за кластерами дозволив визначити кластери з найбільш розвиненою туристичною індустрією, а саме: кластер 3 із значенням 4,82, який включає такі країни: Чилі, Тайвань, Малайзія, Південна Корея, ОАЕ, Гонконг, Сінгапур. Саме ці країни можуть бути об'єктом нашого дисертаційного дослідження при моделюванні соціально-економічного впливу міжнародного туризму на країни.

Окрім того, цей кластер характеризується високим рівнем економічного розвитку країн-членів, що засвідчує суттєві надходження від туризму в контексті однакового туристичного потоку і диференціації цін.

На другому місці кластер 1 із середнім арифметичним 4,22, на третьому місці кластер 2 – 4,17, на четвертому місці кластер 4 – 3,73. Найменш розвинений у туристичному плані є кластер 5.



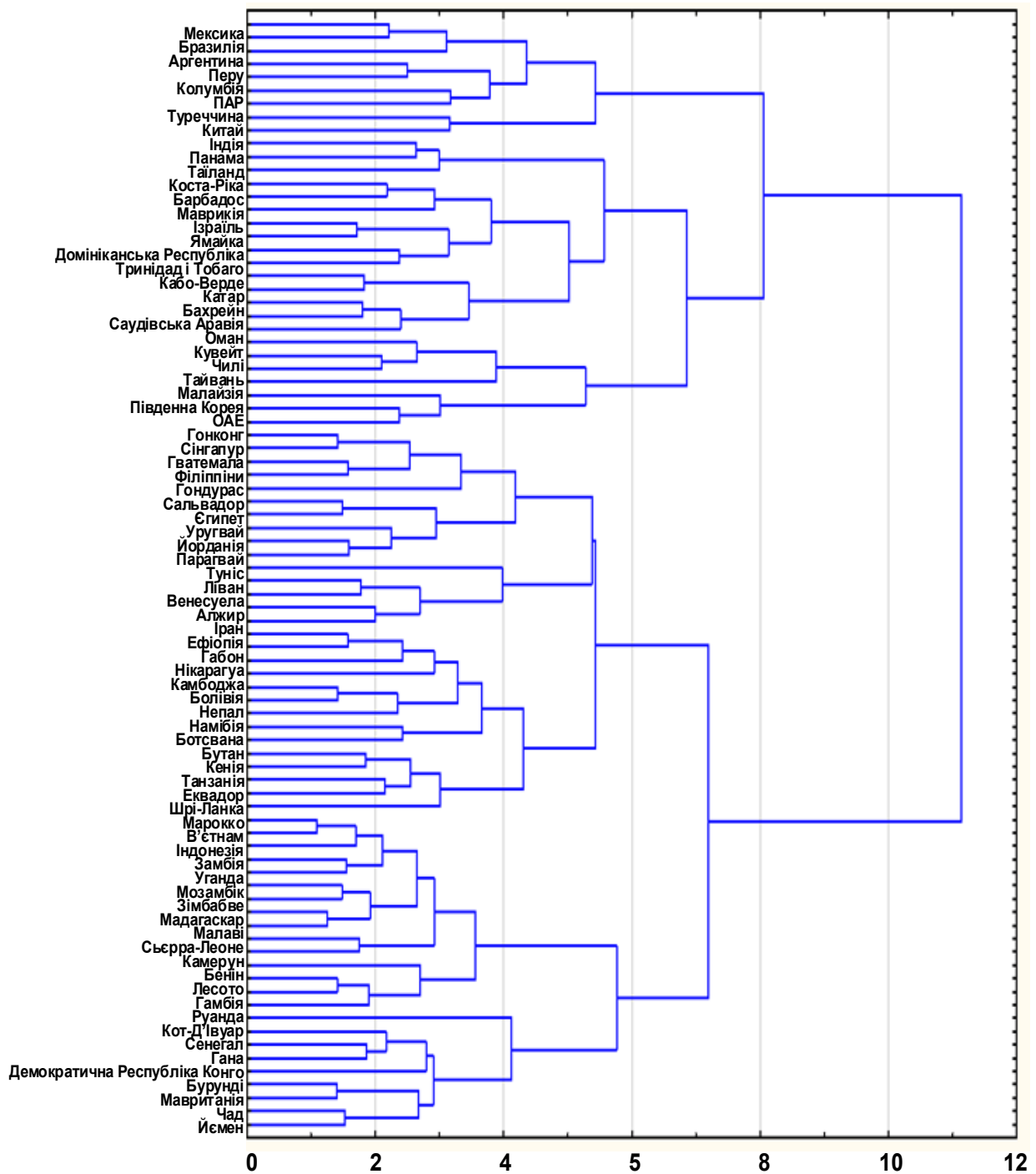


Рис. 2.6. Кластерний аналіз країн що розвивають на основі показників туристичної індустрії\*

\* Джерело: складено автором на основі [115]

Ці коефіцієнти засвідчують відхилення від найбільш оптимальної ситуації, яка можлива за складовими Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму, тобто чим вищим є значення даного коефіцієнта, тим більш розвинутими є інфраструктура і туристична галузь в цілому у цій групі країн.

**Кластеризація країн, що розвиваються на основі розвитку туристичної галузі\***

Кластер (розрахований показник середнього арифметичного)	Країни-члени
1 (4,22)	Мексика, Бразилія, Аргентина, Перу, Колумбія, ПАР, Туреччина, Китай, Індія
2 (4,17)	Панама, Таїланд, Коста-Ріка, Барбадос, Маврикій, Ізраїль, Ямайка, Домініканська Республіка, Тринідад і Тобаго, Кабо-Верде, Катар, Бахрейн, Саудівська Аравія, Оман, Кувейт
3 (4,82)	Чилі, Тайвань, Малайзія, Південна Корея, ОАЕ, Гонконг, Сінгапур
4 (3,73)	Гватемала, Філіппіни, Гондурас, Сальвадор, Єгипет, Уругвай, Йорданія, Парагвай, Туніс, Ліван, Венесуела, Алжир, Іран, Ефіопія, Габон, Нікарагуа, Камбоджа, Болівія, Непал, Намібія, Ботсвана, Бутан, Кенія, Танзанія, Еквадор, Шрі Ланка, Марокко, В'єтнам, Індонезія
5 (3,12)	Замбія, Уганда, Мозамбік, Зімбабве, Мадагаскар, Малаві, Сьєра-Леоне, Камерун, Бенін, Лесото, Гамбія, Руанда, Кот-д'Івуар, Сенегал, Гана, Демократична Республіка Конго, Бурунді, Мавританія, Чад, Ємен, Нігерія, Малі, Пакистан, Бангладеш

\* Джерело: складено автором

Деталізацію проведеної кластеризації було здійснено за допомогою кластерного методу  $k$ -середніх ( $k$ -means) за 5 кластерами, що дозволило виявити характерні особливості кожного кластеру (рис. 2.7).

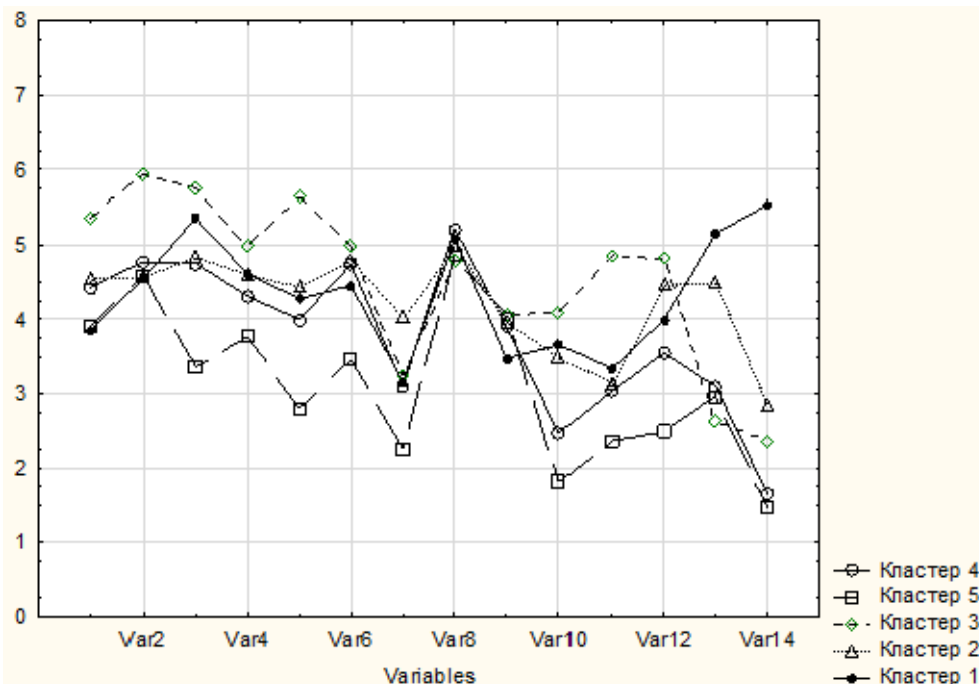


Рис. 2.7. Кластеризація за методом  $k$ -means країн, що розвиваються, на основі показників туристичної індустрії\*

\* Джерело: складено автором

Як показує рис. 2.7, проведена кластеризація за методом  $k$  середніх дозволила не тільки знайти однорідні групи країн за показниками туристичної індустрії, а й виявити їхні сильні і слабкі сторони. Так, найпотужніший туристичний кластер 3 демонструє найвищі значення майже за всіма показниками. Проте, очевидно, його слабкою стороною є останні два показники, які уступають країнам інших кластерів. Це  $X_{13}$  – природні ресурси та  $X_{14}$  – культурні ресурси та ділові поїздки. Але, саме за цими двома показниками набагато вищі значення демонструють представники першого кластеру. Останній п'ятий кластер згрупував країни не тільки з найменшим середнім значенням показників, а й, як показує рис. 2.7, саме з найменшими значеннями всіх показників, що розглядалися у дослідженні. Кластери 2 і 4 представлені країнами середнього рівня за показниками туристичної діяльності.

У контексті попередніх досліджень, варто наголосити, що значна частина показників Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму корелюється з цілями сталого розвитку ООН (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Співвідношення цілей сталого розвитку та складових Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму\***

Глобальні цілі сталого розвитку 2030	Складові Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму
<i>1</i>	<i>2</i>
1. Подолання бідності	Бізнес-середовище
2. Викорінення голоду, забезпечення продовольчої безпеки та покращення харчування, заохочення раціонального ведення сільського господарства	Екологічна стійкість, охорона та безпека
3. Забезпечення здорового способу життя та добробуту людей будь-якого віку	Охорона та безпека, здоров'я та гігієна
4. Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж життя для всіх	Людські ресурси і ринок праці
5. Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток	Людські ресурси і ринок праці
6. Забезпечення наявності та сталого управління водними ресурсами та санітарією	Екологічна стійкість

## Продовження табл. 2.8

1	2
7. Забезпечення доступу всіх людей до прийнятних за ціною, надійних, сталих і сучасних джерел енергії	Конкурентоспроможність цін
8. Сприяння безперервному, всеохоплюючому і сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх	Людські ресурси і ринок праці
9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям	Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, Авіатранспортної, наземної і портової інфраструктури
10. Скорочення нерівності всередині країн і між ними	Людські ресурси і ринок праці
11. Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів	Міжнародна відкритість
12. Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва	Екологічна стійкість
13. Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками	Екологічна стійкість
14. Збереження та стале використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку	Природні ресурси, культурні ресурси і ділові поїздки
15. Захист і відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування, боротьба з опустошеністю, припинення та повернення назад процесу деградації земель і зупинення втрати біорізноманіття	Екологічна стійкість
16. Сприяння розбудові миролюбного і всеохоплюючого суспільства задля сталого розвитку	Пріоритет подорожі і туризму в доходах країни
17. Зміцнення засобів реалізації Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку та активізація його діяльності	Розвиток туристичної інфраструктури та обслуговування

\* Джерело: складено автором

Як видно з таблиці, практично усі цілі сталого розвитку перекриваються показниками Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму, тобто можемо стверджувати про тісну інтеграцію туристичної індустрії в систему глобальних стандартів та показників. Фактично використання туристичного потенціалу на принципах досягнення цілей сталого розвитку може слугувати вагомим інструментарієм нарощення збалансованого економічного розвитку країн, що розвиваються.

Поглиблюючи аналіз у кожному кластері, слід визначити країни, що характеризуються найвищими показниками за складовими Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму у 2017 р.

Проводячи ранжування за показниками: бізнес-середовище, охорона та безпека, здоров'я та гігієна, людські ресурси і ринок праці, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій визначимо лідерів у цьому сегменті (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

**Країни-лідери за складовими Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму (2017 р.)\***

Бізнес-середовище	Охорона та безпека	Здоров'я та гігієна	Людські ресурси і ринок праці	Розвиток інформаційних і комунікаційних технологій	Пріоритет подорожі і туризму в доходах країни	Міжнародна відкритість
1	2	3	4	5	6	7
Гонконг	ОАЕ	Гонконг	Сінгапур	Гонконг	Сінгапур	Сінгапур
Сінгапур	Гонконг	Південна Корея	Гонконг	Південна Корея	Маврикій	Чилі
ОАЕ	Сінгапур	Аргентина	Тайвань	Сінгапур	Ямайка	Колумбія
Катар	Оман	Тайвань	Ізраїль	ОАЕ	Гонконг	Сальвадор
Бахрейн	Руанда	Ізраїль	Катар	Бахрейн	Барбадос	Панама
Малайзія	Катар	Катар	ОАЕ	Катар	Домініканська Республіка	Індонезія
ПАР	Марокко	Барбадос	Китай	Саудівська Аравія	Індонезія	Південна Корея
Маврикій	Бутан	Уругвай	Малайзія	Тайвань	Уругвай	Перу
Саудівська Аравія	Тайвань	Ліван	Південна Корея	Ізраїль	Йорданія	Нікарагуа
Тайвань	ОАЕ	Саудівська Аравія	В'єтнам	Уругвай	Кенія	Коста-Ріка

\* Джерело: складено автором на основі [132]

Як видно з таблиці, країни, що характеризуються високим рівнем розвитку туристичної сфери (Чилі, Тайвань, Малайзія, Південна Корея, ОАЕ, Гонконг, Сінгапур) домінують у лідерах у визначеній групі показників. Особливо помітною є роль Гонконгу та Сінгапуру, а також ОАЕ. Окрім цих країн, до десятки лідерів увійшли держави, що потрапили в кластери з

найменш розвиненою туристичної індустрією. Це свідчить про наявність секторів, які точково визначені урядами цих країн, бізнес-структурами чи самими громадянами як пріоритетні і такі, що дають змогу поліпшувати соціально-економічний розвиток регіону, міста чи іншої дестинації (табл. 2.10).

Наступна група показників також підтверджує заявлений попередньо тренд та знову визначає країни-аутсайтери в кластерному аналізі, які характеризуються високими коефіцієнтами щодо конкурентоспроможності цін (Бутан, Ботсвана), екологічної стійкості (Руанда, Лесото), розвитку інфраструктури (Барбадос), наявності природних та культурних ресурсів (Кенія, Індонезія). Окрім відносних показників, що виражені у коефіцієнтах, важливо визначити і абсолютний вплив туристичної галузі на соціально-економічний розвиток цих країн. Для порівняння візьмемо країни з найбільш (табл. 2.11, рис. 2.8) та найменш (табл. 2.12, рис. 2.9) розвиненою туристичною індустрією в контексті кластерного аналізу.

Таблиця 2.10

**Країни-лідери за складовими  
Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму (2017 р.)\***

Конкурентоспроможність цін	Екологічна стійкість	Розвиток інфраструктури			Природні ресурси	Культурні ресурси і ділові поїздки
		авіатранспортної	наземної і портової	туристичної та обслуговування		
Іран	Руанда	Гонконг	Таїланд	Таїланд	Бразилія	Китай
Єгипет	Лесото	Сінгапур	ОАЕ	ОАЕ	Мексика	Бразилія
Малайзія	Кенія	Барбадос	Ізраїль	Ізраїль	Коста-Ріка	Індія
Індонезія	Барбадос	Тайвань	Сінгапур	Сінгапур	Китай	Мексика
Бутан	Бутан	Бахрейн	Коста-Ріка	Коста-Ріка	Перу	Південна Корея
Алжир	Габон	Південна Корея	Катар	Катар	Таїланд	Аргентина
Туніс	Панама	ОАЕ	Бразилія	Бразилія	Еквадор	Туреччина
Ємен	Замбія	Катар	Панама	Панама	Танзанія	ПАР
Індія	Коста-Ріка	Маврикій	Маврикій	Маврикій	Індонезія	Колумбія
Ботсвана	Ботсвана	Індія	Барбадос	Барбадос	Кенія	Індонезія

\* Джерело: складено автором на основі [132]

Аналізуючи дані таблиці та рисунка, слід констатувати, що особливо суттєвим вплив туризму на ВВП є у Південній Кореї та Гонконгу, що у 2017 р. становили 71,4 та 56,7 млрд дол. США, відповідно. Хоча і щодо інших країн цього кластеру, відбувається суттєвий приріст, зокрема в ОАЕ обсяг прямого внеску туристичної галузі у ВВП за 10 років зріс з 17,4 млрд дол. США до 42 млрд дол.

Таблиця 2.11

**Аналіз динаміки загального внеску туризму у ВВП за країнами з найбільш розвиненою туристичною індустрією, млрд дол. США\***

Країна	Рік											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Гонконг	27,6	30,5	31,2	38,7	46,5	52	58,2	59,5	57,2	55,3	56,7	63,3
Малайзія	32,8	30,3	27,8	33,4	38	40,5	44,4	48	39,8	40,8	41,9	47,2
ОАЕ	17,4	25,9	21,6	24	27,8	29,6	34,5	34,5	37,1	38,9	42	44,8
Південна Корея	62,8	57,9	52,8	57,7	58,2	61,6	67,7	75,1	69,7	72,6	71,4	44,5
Сінгапур	16,4	17	17	23,2	27,1	29,4	29,3	30,2	28,6	30,3	31,5	34,5
Тайвань	17,1	17,3	16,1	20,4	23,9	25,2	25,7	27,8	25,8	25,2	24,4	26,6
Чилі	13,8	14,8	15,6	17,8	21,4	21,9	26,2	25,7	24,5	25,4	28,4	30,1

\* Джерело: складено автором на основі [132]

Графічне представлення даного тренду наведено на рис. 2.8.

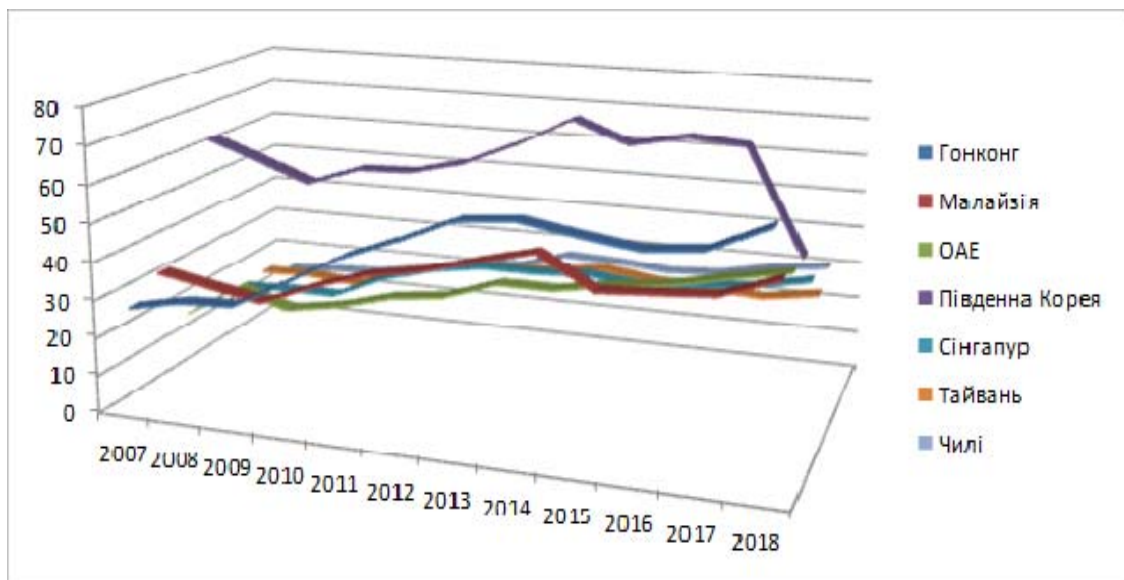


Рис. 2.8. Графічне представлення динаміки загального внеску туризму у ВВП країн з кластеру з найбільш розвиненою туристичною індустрією\*

\* Джерело: складено автором на основі [132]

Що стосується країн з низьким розвитком туристичної галузі, то тут дещо нижчі показники (табл. 2.12). Обсяг внеску туристичної сфери у ВВП практично в усіх країнах даного кластеру є досить низьким. Незважаючи на приріст цього показника, можна стверджувати не лише про низький рівень розвитку туристичної сфери, а й, відповідно, незначний її вплив на соціально-економічні показники країн, що розвиваються даної групи.

Таблиця 2.12

**Аналіз динаміки загального внеску туризму у ВВП за країнами з найменш розвинутою туристичною індустрією, млрд дол. США\***

Країна	Рік											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Бенін	0,42	0,43	0,37	0,37	0,39	0,37	0,41	0,45	0,49	0,51	0,52	0,6
Замбія	1,08	0,99	1,13	1,11	1,07	1,06	1,14	1,34	1,41	1,49	1,53	1,8
Малаві	0,33	0,33	0,41	0,4	0,4	0,41	0,43	0,45	0,48	0,49	0,5	0,6
Мозамбік	0,66	0,71	0,82	0,86	0,82	0,93	1,03	1,09	1,12	1,14	1,15	1,1
Руанда	0,53	0,58	0,54	0,53	0,55	0,64	0,65	0,63	0,7	0,71	0,73	0,74
Сенегал	1,55	1,32	1,25	1,27	1,24	1,37	1,45	1,56	1,69	1,72	1,74	1,9
Уганда	1,09	1,2	1,32	1,48	1,74	1,9	2,17	1,64	2,24	2,31	2,38	2,2

\* Джерело: складено автором на основі [132]

Графічне представлення даного тренду наведено на рис. 2.9.

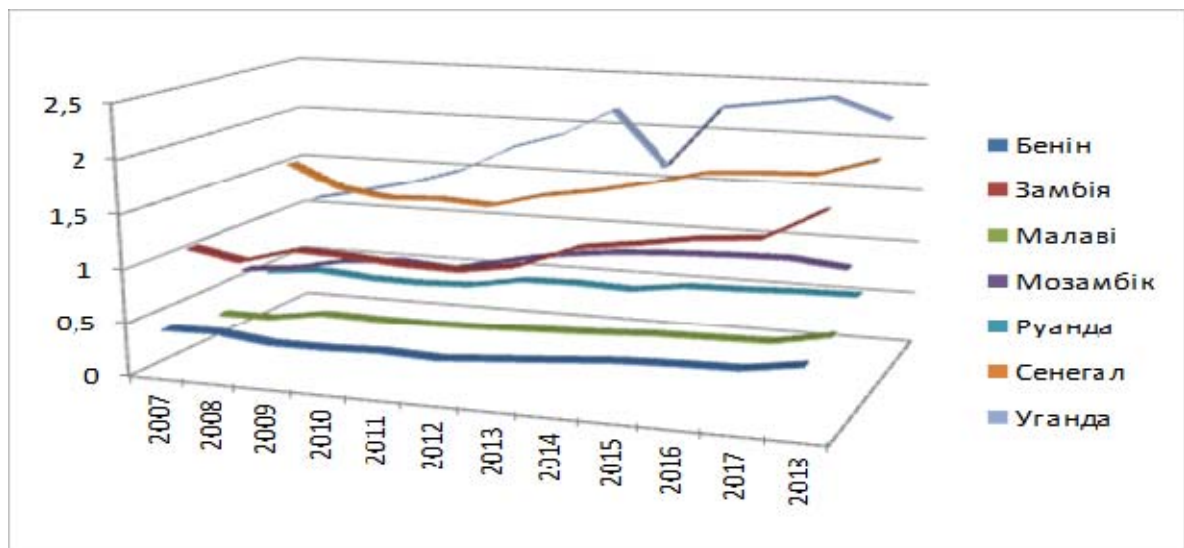


Рис. 2.9. Динаміка зміни загального внеску туризму у ВВП за країнами з кластеру з найменш розвинутою туристичною індустрією\*

\* Джерело: складено автором на основі [132]



У продовження аналізу слід визначити обсяги туристів, що відвідали країни, що розвиваються, та відповідні доходи від туристичної галузі за сформованими кластерами. Оскільки кількість країн у кожній групі різниться, пропонуємо розглядати по 5 країн з кластеру, що характеризуються найвищими показниками залученого туристичного потоку (див. табл. 2.13, 2.14).

Таблиця 2.13

**Країни-лідери за в'їзними туристичним потоком  
та надходженням від міжнародного туризму (2016 р.)\***

Країна	Обсяг вхідного туристичного потоку, млн осіб	Витрати міжнародних туристів усередині країни, млрд дол. США	Країна	Обсяг вхідного туристичного потоку, млн осіб	Витрати міжнародних туристів усередині країни, млрд дол. США
1	2	3	4	5	6
Кластер 1			Кластер 2		
Туреччина	30,29	26,5	Катар	2,94	12,3
Китай	59,27	121,9	Бахрейн	10,16	1,9
Індія	14,57	22,6	Саудівська Аравія	18,05	11,6
Мексика	35,08	20,6	Маврикій	1,28	1,8
Бразилія	6,58	6,5	Ізраїль	2,9	6,4
Кластер 3			Кластер 4		
Південна Корея	17,24	20,9	Марокко	10,33	7,8
ОАЕ	7,12 (2005 р.)	30,7 (6,5 в 2005 р.)	Індонезія	11,52	12,6
Гонконг	26,55	39,2	В'єтнам	10,01	8,2
Сінгапур	12,91	18,1	Єгипет	5,26	3,2
Чилі	5,64	3,6	Туніс	5,72	1,7
Кластер 5					
Мадагаскар	0,293	0,9	Замбія	0,956	0,8
Бенін	0,267	0,2	Малаві	0,849	0,1
Камерун	0,822	0,5			

\* Джерело: складено автором на основі [132]

Аналізуючи таблицю 2.13, слід констатувати, що обсяг туристичного потоку не корелюється з витратами міжнародних туристів всередині країни, тобто обсяг туристів не залежить від доходу туристичної галузі і її впливу на соціально-економічний розвиток країни.

**Країни-лідери за в'їзними туристичним потоком  
та надходженням від міжнародного туризму (2018 р.)\***

Країна	Обсяг вхідного туристичного потоку, млн осіб	Витрати міжнародних туристів усередині країни, млрд дол. США	Країна	Обсяг вхідного туристичного потоку, млн осіб	Витрати міжнародних туристів усередині країни, млрд дол. США
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Кластер 1			Кластер 2		
Туреччина	45,7	36,7	Катар	1,8	13,0
Китай	62,9	128,9	Бахрейн	12,04	3,9
Індія	17,4	28,9	Саудівська Аравія	15,3	14,0
Мексика	41,3	23,7	Маврикій	1,39	2,2
Бразилія	676	6,2	Ізраїль	4,1	8,0
Кластер 3			Кластер 4		
Південна Корея	15,3	19,8	Марокко	12,3	9,6
ОАЕ	21,2	37,3	Індонезія	15,8	15,5
Гонконг	29,2	43,9	В'єтнам	15,49	10,0
Сінгапур	14,6	19,9	Єгипет	11,19	12,2
Чилі	5,7	4,0	Туніс	8,29	
Кластер 5					
Мадагаскар	0,291	0,9	Замбія	1,07	0,8
Бенін	0,295	0,2	Малаві	0,871	0,01
Камерун	1,08	0,5			

\* Джерело: складено автором на основі [115]

Показник, що підсумовує значення туризму в економічному розвитку країн є частка туристичної галузі у ВВП країни. Цілком логічно, що найвищим це значення буде в острівних країнах, які володіють лише такими конкурентними перевагами (табл. 2.15), високим таке значення буде й в країнах, що розвиваються і не мають іншого диверсифікованого виробництва, яке б створювало додану вартість у валовому продукті (Беліз, Маврикій).

Нові індустріальні та більш потужні країни, що розвиваються, за рахунок розвинених сегментів промисловості у ВВП на сферу туризму покладаються меншою мірою (Південна Корея, Кувейт, Саудівська Аравія, Малаві).

Таблиця 2.15

**Частка туристичної галузі у ВВП країни (2018 р.), %\***

Країна	Місце у рейтингу	Значення показника	Країна	Місце у рейтингу	Значення показника	Країна	Місце у рейтингу	Значення показника
Макао	1	72,2	Маврикій	24	24,3	Саудівська Аравія	94	9,0
Сейшельські острови	2	67,1	Туреччина	61	12,1	Малі	95	8,9
Мальдіви	3	66,4	Єгипет	63	11,9	Малаві	115	7,7
Сент-Кітс	4	62,4	ОАЕ	69	11,1	Уганда	116	7,7
Гренада	5	56,6	Китай	71	11	Камерун	118	7,5
Вануату	6	48,0	Чилі	78	10,1	Замбія	122	7,1
Кабо-Верде	7	46,2	Сінгапур	83	10,0	Індонезія	137	6,0
Сент-Вінсент	8	45,5	Катар	89	9,4	Ізраїль	139	5,9
Беліз	9	44,9	Індія	91	9,2	Кувейт	143	5,6
Антигуа і Барбуда	10	44,1	В'єтнам	92	9,2	Південна Корея	173	2,7

\* Джерело: складено автором на основі [115]

Деякі вчені (М. Бондаренко [99], О. Лютак [106]) розраховують коефіцієнт ефективності реалізації стратегій саме на основі порівняння доходу від залученого туристичного потоку із самим потоком. Спробуємо розрахувати цей коефіцієнт та визначити тип стратегії, що характеризує рівень розвитку туристичної індустрії для країн, що стали предметом нашого дослідження на основі запропонованої авторами методики (табл. 2.16). Зокрема, у першому кластері порівнюючи такі країни як Китай і Мексику, можемо констатувати, що один турист в Китаї витратив 2057 дол. США (121,9 млрд дол. США /59,27 млн осіб), а в Мексиці – 587 дол. США.

Таблиця 2.16

**Розрахункове значення показника ефективності  
реалізації туристичних стратегій для країн, що розвиваються\***

Кластер	Країна	Розрахункове значення показника	Характеристика стратегії
1	2	3	4
1	Туреччина	874,9	Зважена та оптимальна
	Китай	2056,7	Агресивна
	Індія	1551,1	Ефективна
	Мексика	587,2	Зважена та оптимальна
	Бразилія	987,8	

Продовження табл. 2.16

1	2	3	4
2	Катар	4183,7	Агресивна
	Ізраїль	2206,9	
	Саудівська Аравія	642,66	Зважена та оптимальна
	Маврикій	1406,3	Ефективна
	Бахрейн	187,01	Незадовільна
3	Південна Корея	1212,3	Ефективна
	Сінгапур	1402,0	
	Гонконг	1476,5	
	ОАЕ	912,9	Зважена та оптимальна
	Чилі	638,3	
4	Індонезія	1093,8	Ефективна
	Марокко	755,1	Зважена та оптимальна
	В'єтнам	819,2	
	Єгипет	608,4	
	Туніс	297,2	Незадовільна
5	Мадагаскар	3071,7	Агресивна
	Бенін	749,1	Зважена та оптимальна
	Камерун	608,3	
	Замбія	836,8	
	Малаві	117,8	Незадовільна

\* Джерело: складено автором на основі [129]

Для третього кластеру різниця між країнами не є такою суттєвою, зокрема, розрахований індекс для Південної Кореї становить 1212 дол. США, для Гонконгу – 1476 дол. США, Сінгапуру – 1402 дол. США, для найменш розвиненої країни цього кластеру – Чилі – 638 дол. США, відповідно.

Слід зазначити, що незважаючи на кластерний аналіз, який об'єднав країни зі спільними або ідентичними характеристиками розвитку туристичної сфери, практично у кожній крупі зустрічаються різні стратегії розвитку туристичного сектора з широким колом диференціації, а саме: починаючи від незадовільної і закінчуючи агресивною стратегіями розвитку (кластери 2, 4 та 5). Це свідчить про різні механізми використання туристичного потенціалу для розвитку країни в цілому та покращення рівня соціально-економічного розвитку, зокрема.

У довгостроковій перспективі міжнародні туристські потоки в усьому світі, як очікується, збільшуватимуться на 3,3 % у рік і до 2030 р. досягнуть 2,5 млрд осіб. У період між 2010 і 2030 рр. у країнах, що розвиваються

(+4,4 % на рік), потоки збільшаться удвічі швидше, ніж у державах із розвинутою економікою (+2,2 % на рік). Частка ринку країн з економікою, що розвивається, збільшилася з 30 % у 1980 р. до 47 % – у 2015 р. і, як очікується, досягне 57 % до 2030 р., що еквівалентно понад 1 млрд міжнародних туристичних потоків [138]. Саме такі прогнози провідних міжнародних організацій дадуть можливість країнам, що розвиваються активно використати туристичний імпульс для пришвидшення соціально-економічного розвитку своїх територій.

Оскільки кількість відвідувачів та сприятливі можливості для туристичного бізнесу розширюються, то постає питання розвитку інфраструктури за рахунок інвестування та державної підтримки. Тобто розвиток туризму заохочується та політично підтримується за рахунок інвестицій у туристичну інфраструктуру та надбудову.

Як правило, необхідні значні капіталовкладення, і, оскільки, існує час відставання між вкладеними ресурсами та генерованими видатками у формі туристичних надходжень, середній коефіцієнт капіталовкладень для сектора туризму зростає і стає вищим, ніж середній показник для економіки в цілому.

Проте, на цьому етапі виникають інші переваги розвитку туризму, такі як поліпшення якості життя приймаючої країни з точки зору нової інфраструктури або можливості для культурних обмінів з відвідувачами, а також мультиплікативний ефект споживання туристичних послуг, де спостерігаються непрямі та індуковані наслідки споживання туризму в секторах, що знаходяться поза туристичною системою[123].

Коли країна починає розвивати туристичну інфра- та суперструктуру, потрібні великі фінансові ресурси, а вартість коефіцієнта капіталу в туризмі починає значно зростати, що негативно впливає на економічне зростання. На цьому етапі економічні вигоди від туризму з точки зору доходів, робочих місць та іноземної валюти ще не відбулися, і тому необхідні суттєві аргументи для підтримки прийняття рішень щодо таких інвестицій у туризм. Тут ідеться про розвиток туризму, внаслідок чого загальна зміна туристичного випуску навіть більша, ніж початкова зміна туристичного споживання. Концепція

мультиплікатора туризму базується на визнанні того, що туризм вносить додаткові витрати в економіку, наприклад, туристичні витрати на товари та послуги, інвестиції в туризм, державні витрати чи експорт товарів, стимульованих туризмом. Витрати туристів на готелі, харчування, напої, транспорт, культуру, відпочинок, азартні ігри чи шопінг, називаються прямим або основним споживанням туризму і дорівнюють обсягу споживання туризму (туристські надходження) в приймаючій країні.

У випадку туризму, непрямий вплив асоціюється з прямим створенням багатства (суттєво додана вартість та податки) через діяльність установ, пов'язаних із сектором туризму, діяльність та витрати, класифіковані з переліком характерних ознак туризму, розроблених СОР та ОЕСР.

Непрямі наслідки представляють собою надлишок вартості, вводяться в місцеву економіку з витрат підприємства та їх працівників. Непрямі ефекти туризму відносяться до проміжних витрат для виробництва товарів та послуг для туристичного сектора. Це товари і послуги, придбані туристичними підприємствами від своїх постачальників, які становить ланцюг постачання туризму. Тому важливо заохочувати туризм закуповувати товари та послуги, що виробляються на місцевому рівні, з метою максимального економічного забезпечення. Як зазначають іноземні дослідники (Матхаупарсад С. та Маурін А.) «індукований вплив – це наслідок, пов'язаний з прямими та непрямими наслідками, що є результатом споживання домогосподарств на основі доходів, що поширюється компаніями, які отримали вигоду від цієї діяльності» [127].

Тобто поєднання прямих і непрямих вигод та ефектів, загальний кумулятивний ефект від розвитку туристичної галузі в перспективі може стати інструментом залучення додаткових фінансових ресурсів та зростання рівня капіталовкладень як від держави, так і приватного капіталу (табл. 2.17).

**Аналіз фінансування туристичної галузі у країнах,  
що розвиваються, за рахунок різних джерел (2015–2017 рр.)\***

Кластер	Країна	Капіталовкладення, млрд дол. США			Державні витрати на туризм, млрд дол. США		
		2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
1	Туреччина	18,7	21,2	20,5	0,9	1	0,9
	Китай	140	144	155	7,8	8,2	9
	Індія	38	37,9	41,6	0,3	0,3	0,4
	Мексика	11,1	11,1	12,2	0,9	0,8	0,8
	Бразилія	18,8	17,5	19,7	1,3	1,3	1,5
Разом		226,6	231,7	249	11,2	11,6	12,6
2	Катар	1,3	1,5	1,7	0,1	0,1	0,1
	Ізраїль	2,6	3	3,3	0,2	0,2	0,2
	Саудівська Аравія	26,2	25,9	28,2	0,2	0,2	0,2
	Маврикій	0,1	0,1	0,1	0	0	0
	Бахрейн	0,4	0,3	0,3	0	0	0
Разом		30,6	30,8	33,6	0,5	0,5	0,5
3	Південна Корея	9,1	9,7	11	0,7	0,7	0,8
	Сінгапур	14,6	14,4	14,5	0,4	0,4	0,5
	Гонконг	5,5	5,9	6,5	0,3	0,3	0,3
	ОАЕ	6,9	6,6	6,9	0,9	0,9	0,9
	Чилі	5,7	5,8	6,2	0,2	0,2	0,2
Разом		41,8	42,4	45,1	2,5	2,5	2,7
4	Індонезія	10,9	11,2	12	1	1	1
	Марокко	3,9	4,2	4,6	0,1	0,1	0,1
	В'єтнам	4,4	4,2	5,1	0	0	0
	Єгипет	5	4,4	3,4	0,3	0,3	0,2
	Туніс	0,9	0,8	0,8	0,1	0,1	0,1
Разом		25,1	24,8	25,9	1,5	1,5	1,4
5	Мадагаскар	0,3	0,3	0,3	0	0	0
	Бенін	0,1	0,1	0,1	0	0	0
	Камерун	0,2	0,2	0,2	0	0	0
	Замбія	0,2	0,2	0,2	0	0	0
	Малаві	0	0	0,1	0	0	0
Разом		0,8	0,8	0,9	0	0	0

\* Джерело: складено автором на основі [99]

Аналізуючи рівень капіталовкладень за кластерами, можемо констатувати, що лідером за залученими інвестиціями та державною підтримкою туристичної

галузі є перший кластер. Лише одна країна (Китай) повністю покриває капіталовкладення всіх решти держав, що наведені у таблиці. Незважаючи на значні обсяги щодо фінансування галузі, цей кластер займає другу позицію, поступаючись таким країна як Південна Корея, Сінгапур, Гонконг та ОАЕ, у яких у 4–5 разів менші фінансові можливості як щодо державної підтримки, так і щодо капіталовкладень суб'єктів міжнародної економічної діяльності та бізнес-структур. Це свідчить про те, що не лише фінансові можливості визначають ефективність реалізації туристичного потенціалу, але й інші фактори, що лише підсилюються за допомогою мультиплікатора.

Цілком прогнозованою є сума фінансування у кластерах 4 та 5, оскільки вони об'єднують країни з найменш розвинутою економікою, тому й, відповідно, державне фінансування у цих країнах практично відсутнє, а зовнішні фінансові потоки формуються за рахунок іноземних інвесторів, що прагнуть захопити нові перспективні дестинації, які будуть привабливими у майбутньому.

Близьким до цієї групи є кластер 2, що презентується Саудівською Аравією зі значними капіталовкладеннями, а також Катаром, Ізраїлем та іншими країнами. На прикладі цієї групи можемо констатувати, що відсутність державного зацікавлення у розвитку туристичної галузі та державних витрат приводить до погіршення ряду індексів міжнародної конкурентоспроможності сфери туризму та подорожей й кластеризації з менш розвинутими країнами, що розвиваються.

В цілому можемо констатувати, що інвестування туристичної індустрії як за рахунок внутрішніх, так і іноземних ресурсів, приводить до реалізації туристичного потенціалу, що сформований на основі природних, історичних та набутих ресурсів.

Проведений аналіз засвідчив, що основними сучасними детермінантами соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються, які безпосередньо лягли в кластеризацію держав, стали індекси конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму 2017 р. (бізнес-середовище, охорона та безпека, здоров'я та гігієна, людські ресурси і ринок праці, розвиток інформаційних і



комунікаційних технологій, пріоритет подорожі і туризму в доходах країни, міжнародна відкритість, конкурентоспроможність цін, екологічна стійкість, розвиток авіатранспортної, наземної і портової, туристичної інфраструктури та обслуговування, природні ресурси, культурні ресурси і ділові поїздки). Сформовані групи країн характеризуються різним рівнем розвитку туристичної індустрії та її впливом на соціально економічний розвиток країн за рахунок надходження валюти, внеску у ВВП в натуральних показниках та частки галузі у загальних макроекономічних показниках.

Аналіз трендів показує, що туристична індустрія стимулює туристичні витрати на товари та послуги, інвестиції в туризм, державні витрати чи експорт товарів, що виникають під час формування і споживання туристичної послуги.

### **2.3. Виміри впливу міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються**

Макроекономічна динаміка країн, що розвиваються, формується на основі використання усіх потенціалів сфер промисловості, послуг та сільського господарства. Наявні виробничі ресурси, інноваційний потенціал, природно-рекреаційні можливості, що становлять основу абсолютних та порівняльних переваг, дають змогу сформувати елементи конкурентоспроможності та їх активно використовувати.

Як зазначає Гук Н. А. [101] «туризм як один з головних стратегічних економічних секторів, який робить важливий внесок у формування ВВП і експорту країни, займає особливе місце в системі міжнародних господарських відносин, сприяє посиленню позитивних тенденцій в економіко-політичному та соціально-культурному житті суспільства».

Швидкі темпи зростання галузі дають підстави вважати, що її вплив на економіку буде підвищуватися, тому, відповідно, врахування впливу міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що розвиваються, в контексті

врахування цілей розвитку ООН є ключовими завданнями для регуляторних інституцій у цих країнах [142].

Виміри впливу міжнародного туризму визначаються ефектом, що отримує національна економіка від туристичного потоку, який може бути виражений у доходах, отриманих від іноземних туристів, часткою працевлаштованих у цій галузі та безпосереднім внеском туристичної індустрії у ВВП країни. Всі фактори можуть бути змодельовані, а їх вплив на соціально-економічний розвиток прогнозований як в коротко-, так і в довгостроковій перспективі. Здійснений кластерний аналіз дав змогу визначити групи країн, що характеризуються різним рівнем розвитку туристичної галузі та, відповідно, її впливом на соціально-економічний розвиток країни. В контексті цього важливо здійснити моделювання для країн, що входять до різних групи кластерів, з метою визначення впливу різних факторів та розробку пропозиції для активізації використання туристично-рекреаційного потенціалу та нарощення економічного розвитку в цілому [135].

Результати кластерного аналізу визначили, що кластер 3, який включає такі країни, як: Чилі, Тайвань, Малайзія, Південна Корея, ОАЕ, Гонконг, Сінгапур, характеризується найвищим рівнем конкурентоспроможності туристичної сфери та її розвитком. Здійснимо кореляційно-регресійний аналіз для представників цієї групи та визначимо, які абсолютні показники характеризуються найвищим рівнем впливу на ВВП країни. Слід зазначити, що такий показник як «Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб» у міжнародній статистиці відображається з 2010 р., тому за ним буде здійснене окреме моделювання щодо його впливу на ВВП обраних країн [137].

Окрім того, побудуємо рівняння багатфакторного аналізу для цих країн, що дасть змогу визначити фактори, вплив яких буде визначальним. Найбільш доступним інструментом здійснення багатфакторного регресійного аналізу є програмний продукт «Аналіз даних». Зокрема, спираючись на табл. 2.18, рівняння багатфакторної регресії для Чилі набуває такої форми:

$$Y=16,16X_2+2,06X_4+17,14.$$

Коментуючи коефіцієнти, слід зазначити, що найбільш вагомий вплив на ВВП Чилі мають туристичні витрати резидентів всередині країни, це аргументує високу роль внутрішнього туризму для економічного зростання.

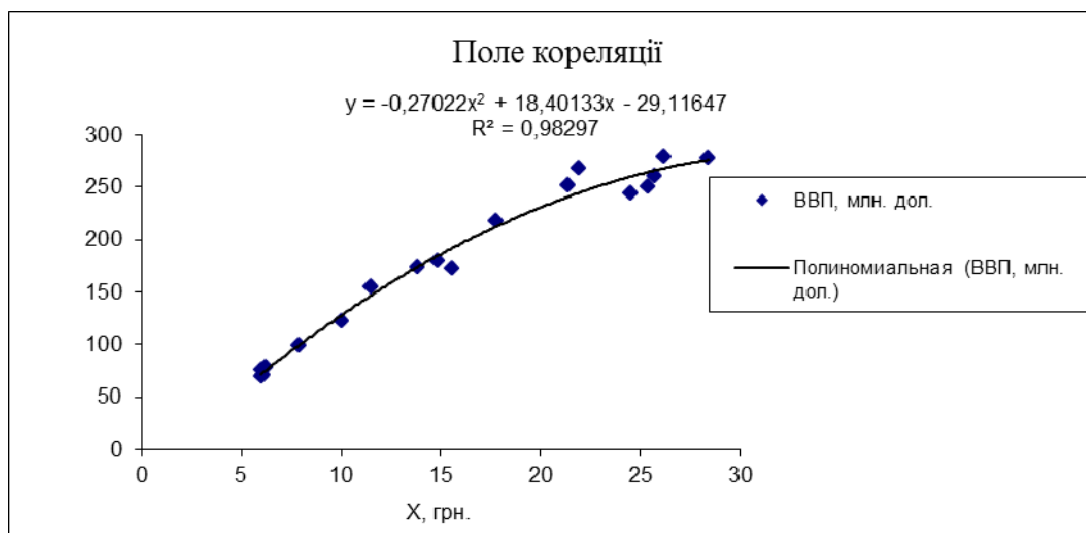
Поглиблюючи аналіз у двофакторній залежності та кореляції, дослідимо такі функції взаємозв'язку, як: лінійна, степенева, експоненціальна, логарифмічна та поліноміальна другого степеня. Всі вони визначатимуть вплив обраного фактора на ВВП країни, що стала предметом аналізу (табл. 2.18). Слід зазначити, що чим вищим є коефіцієнт кореляції  $R^2$ , тим краще обрана функція описує взаємозв'язок між результуючою та незалежною змінними [107]. Як наслідок, на рис. 2.10–2.14 представлені функції, що характеризуються найвищим коефіцієнтом кореляції для заданих параметрів.

Таблиця 2.18

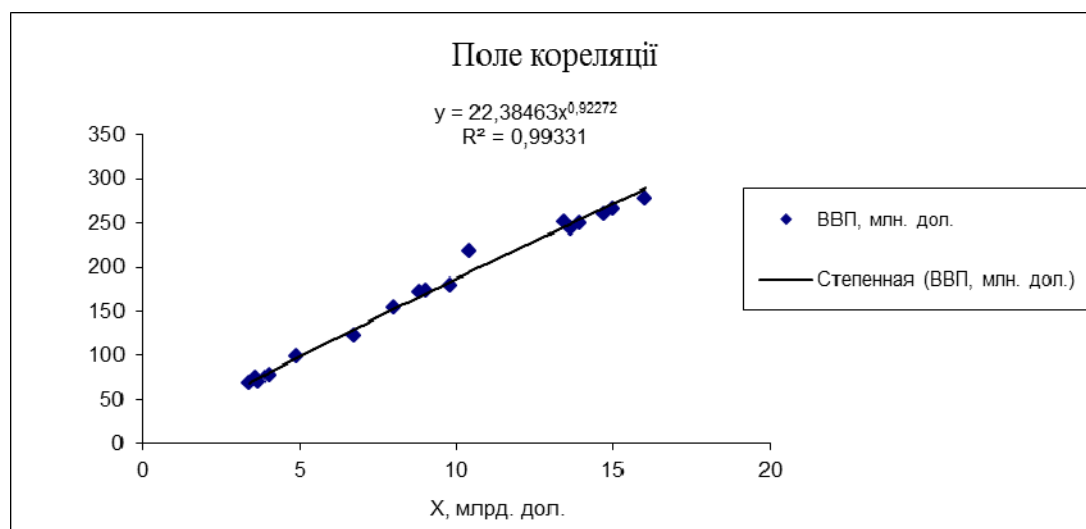
**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму  
на соціально-економічний розвиток Чилі, млрд дол. США\***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капітало-вкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів всередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
	$Y$	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$	
2000	77,83	6,2	4	2	0,8	1,1	–
2001	70,97	6,1	3,7	2	0,7	1,2	–
2002	69,73	6	3,4	2	0,6	1,2	–
2003	75,64	6	3,6	3	0,6	1,3	–
2004	99,24	7,9	4,9	4	0,8	1,5	–
2005	122,96	10	6,7	4	1	1,6	–
2006	154,79	11,5	8	4	1,4	1,8	–
2007	173,48	13,8	9	5	2,3	2,2	–
2008	179,52	14,8	9,8	5	3,5	2,4	–
2009	172,53	15,6	8,8	5	3,1	2,3	–
2010	218,31	17,8	10,4	6	4,1	2,3	580
2011	252,12	21,4	13,4	7	5,1	2,7	610
2012	267,08	21,9	15	8	5,2	3,1	596
2013	278,39	26,2	16	9	6,1	3,1	703
2014	260,57	25,7	14,7	8	6,0	3,2	750
2015	244,02	24,5	13,6	8	5,7	3,4	778
2016	250,01	25,4	13,9	8	5,8	3,6	802
2017	277,04	28,4	15,2	9	6,2	4,8	835
2018	298,18	30,1	16,5	9	7,3	4,0	827

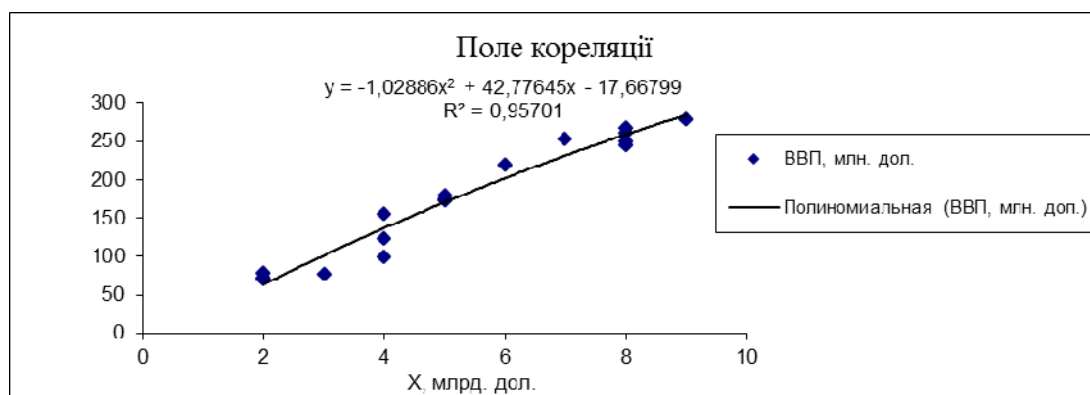
\*Джерело: складено автором на основі [115]

Рис. 2.10. Вплив фактора  $X_1$  на ВВП\*

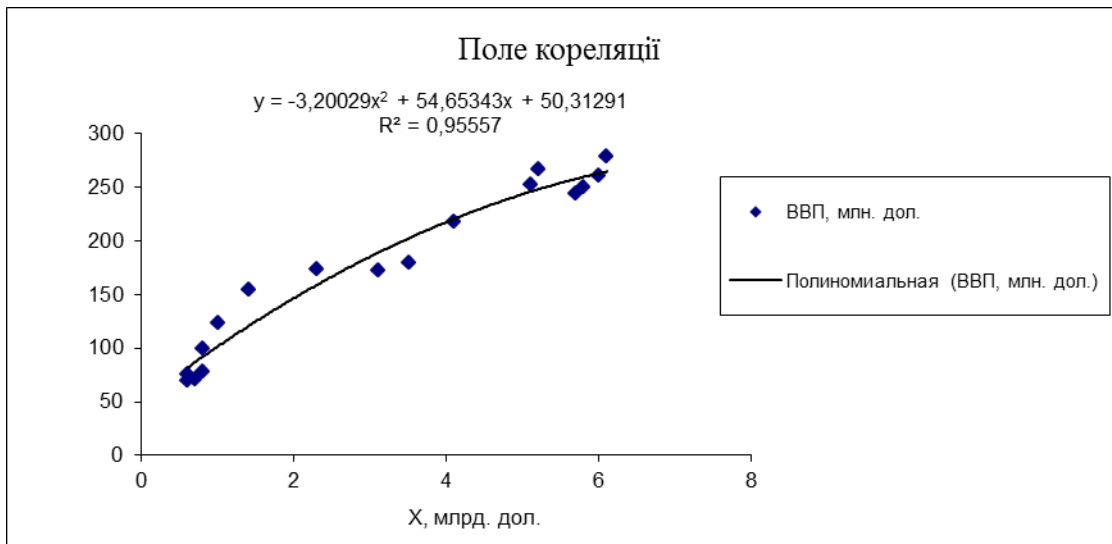
\* Джерело: складено автором на основі [138]

Рис. 2.11. Вплив фактора  $X_2$  на ВВП\*

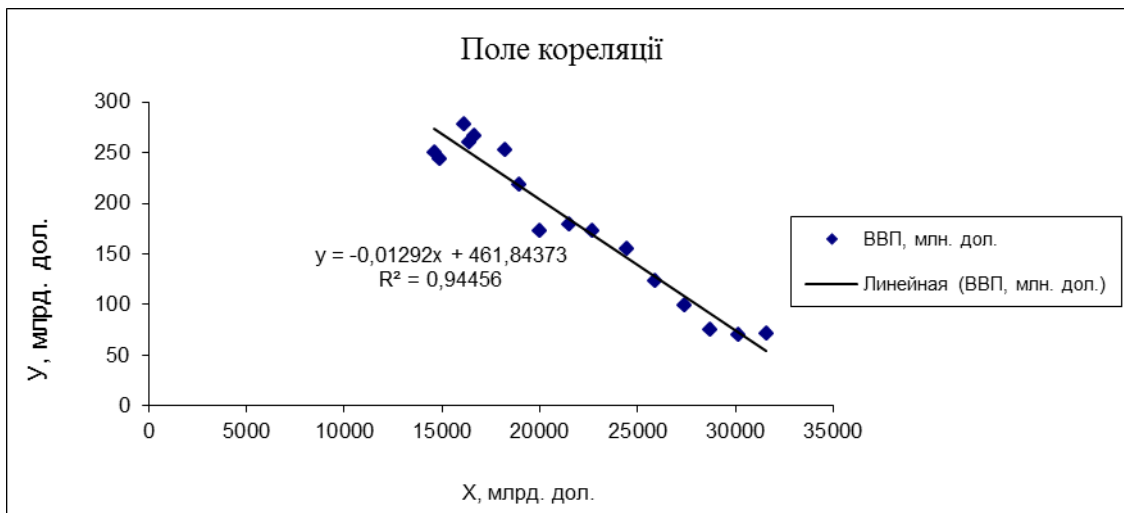
\* Джерело: складено автором на основі [138]

Рис. 2.12. Вплив фактора  $X_3$  на ВВП\*

\* Джерело: складено автором на основі [138]

Рис. 2.13. Вплив фактора  $X_4$  на ВВП\*

\* Джерело: складено автором на основі [138]

Рис. 2.14. Вплив фактора  $X_5$  на ВВП\*

\* Джерело: складено автором на основі [138]

Проведений аналіз засвідчив, що вплив кожного фактора розвитку туристичної галузі визначає різномірний характер на ВВП, зокрема, загальний внесок від туризму у ВВП має поліноміальну залежність, туристичні витрати резидентів всередині країни характеризують степеневу функцію, прямі надходження від туризму у ВВП та сукупні капіталовкладення в туристичну галузь відображаються у полі номінальною функцією, а вплив витрат міжнародних туристів усередині країни лінійно впливає на ВВП країни.

Характеризуючи розвиток туристичного потенціалу в цілому, можемо констатувати, що значна роль відведена внутрішньому туризму, оскільки

туристичні витрати резидентів всередині країни у 2016 та 2017 рр. становлять 13,9 та 15,2 млрд дол. США, відповідно. Водночас, витрати міжнародних туристів у 2016 р. становили 3,6 млрд дол. США, а в 2017 р. – 4,8 млрд дол. США. У цілому, галузь продовжує розвиватись і за досліджуваний період обсяг капіталовкладень зріс з 0,8 млрд дол. США до 6,2 млрд дол. США, тобто у більш ніж 7,7 разів. Загальний внесок від туризму протягом 2000–2017 років складає 10 % ВВП і визначає цю сферу як одну з пріоритетних у загальній стратегії розвитку країни [136].

Наступною країною у кластері є Тайвань (табл. 2.19), яка на відміну від Чилі, характеризується значними обсягами надходжень саме від міжнародних туристів, що у 2017 р. становило 14,2 млрд дол. США.

Таблиця 2.19

**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму  
на соціально-економічний розвиток Тайвані, млрд дол. США\***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів всередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
	Y	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	
2000	331,41	16,8	10,4	6	3,1	4,3	–
2001	300,42	14,7	9,6	5	1,9	4,8	–
2002	308,88	16,5	10,0	6	1,7	5,1	–
2003	318,6	14,9	10,5	5	2,3	3,6	–
2004	348,52	13,6	11,2	5	3,0	4,7	–
2005	375,79	14,4	12,0	5	3,8	5,7	–
2006	388,55	15,8	12,3	6	4,4	6,0	–
2007	408,22	17,1	13,5	6	5,1	6,3	–
2008	417,07	17,3	14,2	6	5,1	7,2	–
2009	392,11	16,1	12,6	6	3,9	8,0	–
2010	446,14	20,4	14,2	8	4,9	10,4	514
2011	485,67	23,9	15,3	9	5,5	13,1	588
2012	495,92	25,2	15,7	10	5,5	14,1	626
2013	511,6	25,7	15,8	10	5,8	14,8	609
2014	530,52	27,8	16,4	11	6,0	17,4	633
2015	525,60	25,8	15,1	11	5,9	17,0	619
2016	530,61	25,2	14,8	10	6,0	15,8	646
2017	574,90	25,8	16,3	10	6,4	14,2	618
2018	589,91	26,6	16,9	11	6,6	15,2	635

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Характеризуючи загальний внесок від туризму у ВВП, виявляється, що частка галузі є меншою у загальній структурі ніж у попередньої країни, хоча в абсолютних показниках ці фактори практично рівні. Така тенденція сформувалася за рахунок того, що і ВВП Тайвані практично у 2 рази перевищує показник Чилі.

Результати кореляційно-регресійного аналізу показали, що три з двох функцій визначають поліноміальну залежність ВВП від факторів; вплив туристичних витрат резидентів в середині країни набуває форми експоненціальної функції ( $y = 130,96665e^{0,08692x}$ ), а витрати міжнародних туристів всередині країни носять логарифмічний характер ( $y = 147,92689\ln(x) + 108,64937$ ).

Як зазначалося, взаємозв'язок функцій у системі багатofакторного рівняння можна відобразити за допомогою використання програмних продуктів Statistica та Excel і воно матиме такий вигляд:

$$Y=31,78X_4+8,58X_5+203,52.$$

При розрахунку показників достовірності моделі ми визначили, що  $R^2 = 0.97$ , а критерій Фішера  $F=273,26$  ( $F_{\text{табл}} = 4,53$ ). Як видно з рівняння найбільшим коефіцієнтом та відповідно впливом на ВВП Тайваню характеризуються показники «Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь» та «Витрати міжнародних туристів у середині країни». Це підтверджує попередню нашу гіпотезу про значну залежність макроекономічних показників від розвитку туризму, який неможливий без фінансових стимулів та інструментів.

Ще однією країною-представником цього кластера є Малайзія, де частка туризму у ВВП країни перевищує 13 % (табл. 2.20). Саме тому, вплив цього фактора на економічний потенціал країни розраховується степеневою функцією ( $y = 7,59568x^{0,99156}$ ). На відміну від попередніх країн, витрати міжнародних туристів перевищують витрати резидентів, тобто країна характеризується позитивним сальдо послуг за цим вектором діяльності. Окрім того, спостерігається і значне зростання внутрішнього туристичного потоку та відповідних надходжень від резидентів з 2,8 млрд дол. США у 2000 р. до 16,8 млрд дол. США – у 2017 р. Для

цієї країни найбільш вагомими будуть «Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь» та «Витрати міжнародних туристів усередині країни».

Для Малайзії рівняння багатофакторної регресії матиме вигляд:

$$Y = -11,88X_1 + 17,33X_2 + 22,17X_4 + 20,82X_5 + 9,81.$$

Таблиця 2.20

**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму  
на соціально-економічний розвиток Малайзії, млрд дол. США \***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
	$Y$	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$	
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>
2000	100,72	12,8	2,8	4	3,5	5,8	–
2001	99,64	15	3,9	6	2,6	7,8	–
2002	108,3	15,5	4,1	6	2,3	8	–
2003	118,34	15	4,4	5	2,5	6,7	–
2004	133,97	17,5	4,6	4	2,7	9,1	–
2005	148,25	19,5	5,0	7	2,7	10,3	–
2006	168,08	23	5,9	8	3,5	12,1	–
2007	199,96	32,8	7,9	14	4,2	17,7	–
2008	238,65	30,3	5,4	13	4,2	18,3	–
2009	208,91	27,8	6,0	12	3,5	17,0	–
2010	255,02	33,4	8,6	14	4,2	19,3	1399
2011	297,96	38	11,8	15	4,6	20,5	1403
2012	314,44	40,5	13,2	15	5,2	21,0	1456
2013	323,28	44,4	15,1	16	5,4	22,3	1660
2014	338,28	48	17,0	17	5,8	23,4	1721
2015	296,43	39,8	15,5	14	5,0	18,1	1678
2016	296,54	40,8	16,0	15	5,0	18,5	1752
2017	314,50	41,9	17,1	19	5,3	18,5	1752
2018	358,58	47,2	19,9	20	5,9	19,7	1766

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Одним з лідерів цієї групи є Південна Корея, яка характеризується значними розмірами ВВП (табл. 2.21) та потенціалом внутрішнього туризму за рахунок високого рівня життя і доходів місцевих мешканців. Зокрема, у 2017 р.



ВВП країни становило 1538,03 млрд дол. США, що перевищує сумарне ВВП попередніх країн, а туристичні витрати резидентів всередині країни характеризуються показником в 49,6 млрд дол. США.

Таблиця 2.21

**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму на соціально-економічний розвиток Південної Кореї, млрд дол. США \***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капітало-вкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
2000	561,63	38	23	13	4,2	8,5	–
2001	533,05	37,2	22,3	14	3,9	7,9	–
2002	609,02	42,7	25,3	15	5,1	7,6	–
2003	680,52	45,7	27	16	5,7	7	–
2004	764,88	50,1	29,3	18	6,0	8,2	–
2005	898,14	53,8	32,9	19	6,4	8,3	–
2006	1011,8	57,3	37	19	7,7	8,4	–
2007	1122,68	62,8	40,9	21	8,2	9,2	–
2008	1002,22	57,9	36,8	20	7,3	13,4	–
2009	901,94	52,8	31,6	18	5,8	13,3	–
2010	1094,5	57,7	37,8	20	6,6	14,3	686
2011	1202,46	58,2	42	22	7,7	17,3	613
2012	1222,81	61,6	43,6	22	7,9	18,8	677
2013	1305,61	67,7	45,9	24	8,7	19,5	732
2014	1411,33	75,1	49,1	26	9,2	22,6	794
2015	1382,76	69,7	46,8	24	9,1	18,9	778
2016	1411,04	72,6	47	25	9,7	20,9	846
2017	1538,03	71,4	49,6	24	11,0	16,8	803
2018	1720,49	44,5	50,1	15	11,4	19,8	812

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Рівняння багатофакторної регресії для Південної Кореї набуває такої форми:

$$Y=24,78X_2+34,08X_4+5,28X_5-200,3.$$

Коментуючи значення коефіцієнтів, слід зазначити, що найбільш вагомий вплив на ВВП Південної Кореї мають туристичні витрати резидентів всередині країни та сукупні капіталовкладення в туристичну галузь, це аргументує високу роль внутрішнього туризму для економічного зростання та необхідність інвестицій у розвиток інфраструктури. Коефіцієнти, що характеризують достовірність рівняння, набувають таких значень  $R^2=0,99$ , розрахунковий критерій Фішера рівний 536,34 при табличному 4,16.

Досліджуючи результати регресійного аналізу та типи рівнянь, що описують взаємозв'язок незалежних змінних та результуючого показника ВВП, можемо констатувати, що пріоритетним є поліноміальне рівняння (фактори  $X_2$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ) та степеневе для факторів  $X_1$  та  $X_3$ . Слід зазначити, що незважаючи на те, що частка загального внеску туристичної галузі не перевищує 5 % у ВВП, сукупні капіталовкладення у цю сферу продовжують зростати і цей фактор характеризується найвищим позитивним коефіцієнтом ( $y = 102,15562x^{1,17007}$ ).

Об'єднані Арабські Емірати – країна, що активно розвиває туристичну галузь і стрімко нарощує свою привабливість для міжнародних туристичних потоків. За рахунок інвестицій, що зростають достатньо стрімкими темпами: з 2000 року до 2017 року у 17 разів, відбувся розвиток інфраструктури, засобів розміщення, туристичних дестинацій тощо. Як наслідок, обсяг доходів від туристичної галузі і вхідного туристичного потоку, зокрема, становив 33,6 млрд дол. США у 2017 р.

Вплив практично усіх показників (окрім сукупних капіталовкладень в туристичну галузь) характеризуються поліноміальним рівнянням другого степеня, що має кумулятивний ефект для ВВП.

Рівняння багатофакторної залежності ВВП для даної країни від виокремлених факторів набуває форми:

$$Y=14,53X_1-9,42X_5+103,72.$$

Як видно з рівняння, найбільш вагомий позитивний вплив на ВВП мають такі фактори як «Загальний внесок від туризму у ВВП» та «Витрати міжнародних туристів у середині країни». З позиції нарощення впливу

туристичної галузі на соціально-економічний розвиток ОАЕ необхідно активізувати фінансове забезпечення галузі через капіталовкладення у розвиток інфраструктури туристичної сфери (табл. 2.22).

Таблиця 2.22

**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму  
на соціально-економічний розвиток ОАЕ, млрд дол. США\***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	–
2000	103,89	4,4	3,2	2	0,4	3,1	–
2001	109,82	4,3	3,2	2	0,5	3,5	–
2002	124,35	4,6	3,2	2	0,5	3,9	–
2003	180,62	4,8	3,6	2	0,6	4,2	–
2004	147,82	5,4	4,0	4	0,6	4,7	–
2005	180,62	9,5	4,6	6	0,8	6,5	–
2006	222,12	13,5	5,3	6	1,3	9,5	–
2007	257,92	17,4	6,4	8	3,1	11,4	–
2008	315,48	25,9	7,5	11	3,9	14,5	–
2009	253,55	21,6	6,0	9	3,3	14,5	–
2010	289,88	24	6,2	10	4,1	16,3	421
2011	350,91	27,8	6,9	12	4,8	19,0	408
2012	374,82	29,6	7,5	13	5,2	20,6	451
2013	390,43	34,5	9,0	15	5,7	24,4	512
2014	403,2	34,5	8,9	15	6,1	26,2	525
2015	357,95	37,1	10,3	16	6,9	28,9	575
2016	348,74	38,9	10,6	17	6,6	30,7	583
2017	377,44	41,6	10,8	19	6,9	33,6	585
2018	414,18	44,8	11,2	22	7,2	37,3	611

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Для Гонконгу внесок туризму у ВВП є найбільш визначальним та становить більше 16 % (табл. 2.23). За іншими показниками країна є близькою до ОАЕ і активно використовує свої конкурентні переваги, нарощуючи доходи від міжнародних туристів, які у 2016–2017 рр. перевищили 39 млрд дол. США.

На відміну від попередніх країн, усі показники у рівняннях регресії мають позитивні значення, а рівняння описують залежність між результуючою і

незалежними факторами у формі експоненціальних складників. Лише для такого фактора, як сукупні капіталовкладення у туристичну галузь, рівняння набуває форми  $y = 8,09346x^2 - 21,94998x + 177,92015$ .

Таблиця 2.23

**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму  
на соціально-економічний розвиток Гонконгу, млрд дол. США\***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
	$Y$	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$	–
2000	171,64	16,2	5,7	4	2,3	8,2	–
2001	169,38	15,0	5,7	4	2,3	7,9	–
2002	166,34	18,0	5,6	5	2,1	9,9	–
2003	161,37	16,3	5,3	4	2,2	9,0	–
2004	169,09	19,3	5,7	5	2,1	11,9	–
2005	181,56	21,1	5,9	6	2,5	13,7	–
2006	193,52	24,1	6,3	6	3,1	15,6	–
2007	211,58	27,6	6,9	7	3,8	18,4	–
2008	219,28	30,5	7,2	8	4,1	20,5	–
2009	214,05	31,2	6,9	8	4,3	20,6	–
2010	228,64	38,7	7,2	10	4,3	27,6	505
2011	248,48	46,5	8,3	13	4,6	34,4	540
2012	262,6	52,0	8,9	15	4,7	38,8	596
2013	275,67	58,2	9,0	17	4,9	45,0	665
2014	291,44	59,5	9,7	17	5,3	45,0	657
2015	309,36	57,2	10,2	16	5,5	42,5	604
2016	320,88	55,3	10,5	15	5,9	39,4	567
2017	341,66	56,7	11,3	15	6,5	39,2	557
2018	362,72	63,3	12,9	17	7,1	43,9	588

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Зведення усіх показників у формі багатofакторного регресійного рівняння представлено у такій формі:

$$Y=30,5X_2-8,78X_3+3,1X_5+7,1.$$

Як видно з рівняння, найбільшим коефіцієнтом характеризуються туристичні витрати резидентів всередині країни, що засвідчує, на нашу думку,

високий рівень впливу внутрішнього туризму на економічне зростання Гонконгу.

Коефіцієнти, що підтверджують адекватність рівняння характеризуються такими значеннями:  $R=0,999$ ,  $R^2=0,998$ , розрахунковий критерій Фішера рівний 1852,04. Поглиблений економетричний аналіз щодо відсутності автокореляцій, мультиколінеарності та побудови системно-динамічної моделі впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання Гонконгу наведено у розділі 3.

Основною відмінною ознакою Сінгапуру є високий рівень інвестицій у туристичну сферу, зокрема, порівняно з іншими країнами цього кластеру, сукупні капіталовкладення у 2017 р. становлять 20,0 млрд дол. США, що у 2, 3 а у випадку Малайзії – в 4 рази більше. Окрім того ця країна характеризується високим рівнем позитивного сальдо за досліджуваний період за доходами від експорту туристичних послуг і внутрішніх витрат резидентів всередині країни.

Взаємозв'язок функцій у системі багатофакторного рівняння можна відобразити за допомогою рівняння такого вигляду:

$$Y=3,3X_1+9,07X_2+3,37X_4+3,84X_5-3,43.$$

При розрахунку показників достовірності моделі ми визначили, що  $R^2 = 0,999$ , а критерій Фішера  $F=2399,183$  ( $F_{\text{табл}} = 4,53$ ). Як видно з рівняння, найбільшим коефіцієнтом та, відповідно, впливом на ВВП Сінгапуру визначені такі показники, як: «Туристичні витрати резидентів всередині країни» та «Витрати міжнародних туристів у середині країни». Це підтверджує нашу тезу про значну залежність макроекономічних показників від внутрішніх туристів і зовнішнього туристичного потоку (табл. 2.24).

Найбільш суттєвими на ВВП є такі фактори, як загальний внесок від туризму у ВВП ( $y = 13,15938x^{0,92848}$ ), прямі надходження від туризму у ВВП ( $y = 21,96778x^{1,05768}$ ) та сукупні капіталовкладення в туристичну галузь ( $y = 54,64243e^{0,09052x}$ ).

**Аналітичні дані для моделювання впливу туризму  
на соціально-економічний розвиток Сінгапуру, млрд дол. США\***

Рік	ВВП	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надто-дження від туризму у ВВП	Сукупні капітало-вкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни	Загальний внесок туризму в зайнятість, тис. осіб
	Y	X1	X2	X3	X4	X5	–
2000	95,84	9,9	3,6	4	5,2	5,0	–
2001	89,29	8,1	3,4	4	5,9	4,5	–
2002	91,94	8,4	3,4	4	6,1	4,4	–
2003	97,0	7,8	3,6	4	7,7	3,8	–
2004	114,19	10,6	4,1	5	8,5	5,2	–
2005	127,42	11,4	4,5	5	8,6	6,1	–
2006	147,79	12,3	4,5	6	10,4	7,4	–
2007	178,98	16,4	5,1	7	13,1	8,9	–
2008	192,23	17	5,6	8	16,7	10,4	–
2009	192,41	17	5,4	7	15,9	9,0	–
2010	236,42	23,2	6,2	10	15,8	14,0	238
2011	275,97	27,1	7,2	11	16,4	17,7	267
2012	290,68	29,4	8,0	12	17,0	18,5	291
2013	304,45	29,3	8,7	12	16,9	18,9	295
2014	311,55	30,2	9,2	13	17,9	18,8	302
2015	304,09	28,6	9,0	11	20,1	16,3	310
2016	309,75	30,3	9,0	12	19,8	18,1	317
2017	323,90	31,5	9,1	13	20,0	19,1	323
2018	364,14	34,5	10,2	14	17,0	19,9	325

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Зведений аналіз проведених досліджень наведений у табл. 2.25.

Як видно з таблиці, усі фактори є значущими та суттєвими, оскільки коефіцієнт детермінації  $R^2$  практично всюди близький до 1. Це свідчить, що вплив міжнародного туризму на економічний розвиток країн, що розвиваються, є вагомим, а рівняння придатні для подальшого використання у прогнозуванні. Окрім того, ці країни характеризуються створеннями туристичного продукту високої доданої вартості, а спираючись на дослідження Лютак О. М. [106, с. 149] стратегія розвитку туризму є ефективною.

**Зведений кореляційно-регресійний аналіз впливу факторів  
на ВВП країн з найвищим рівнем конкурентоспроможності  
туристичної сфери та її розвитком\***

Рівняння, що описує взаємозв'язок фактору та ВВП країни з найвищим коефіцієнтом кореляції				
Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни
<b>Чилі</b>				
$y = -0,27022x^2 + 18,40133x - 29,11647,$ $R^2 = 0,98297$	$y = 22,38463x^{0,92272},$ $R_2 = 0,99331$	$y = -1,02886x^2 + 42,77645x - 17,66799,$ $R_2 = 0,95701$	$y = -3,20029x^2 + 54,65343x + 50,31291,$ $R_2 = 0,95557$	$y = -0,01292x + 461,84373,$ $R_2 = 0,94456$
<b>Тайвань</b>				
$y = -0,36093x^2 + 31,24132x - 40,56537,$ $R_2 = 0,84203$	$y = 130,96665e^{0,08692x},$ $R_2 = 0,95332$	$y = -1,88597x^2 + 63,29189x + 64,45703,$ $R_2 = 0,87367$	$y = 10,83919x^2 - 32,99034x + 334,74336,$ $R_2 = 0,96174$	$y = 147,92689\ln(x) + 108,64937,$ $R_2 = 0,94372$
<b>Малайзія</b>				
$y = 7,59568x^{0,99156},$ $R_2 = 0,97738$	$y = -1,39250x^2 + 43,86186x - 28,61315,$ $R_2 = 0,91620$	$y = 1,08843x^2 - 4,52805x + 112,50024,$ $R_2 = 0,93114$	$y = 3,34602x^2 + 46,45594x - 24,11153,$ $R_2 = 0,90195$	$y = 66,16720e^{0,07236x},$ $R_2 = 0,94944$
<b>Південна Корея</b>				
$y = 1,94863x^{1,54565},$ $R_2 = 0,96714$	$y = 11,05333x^{1,25297},$ $R_2 = 0,99200$	$y = -0,33089x^2 + 89,43068x - 626,84873,$ $R_2 = 0,96898$	$y = 102,15562x^{1,17007},$ $R_2 = 0,93248$	$y = -0,71602x^2 + 68,73719x + 245,25793,$ $R_2 = 0,78571$
<b>ОАЕ</b>				
$y = -0,13786x^2 + 13,28664x + 70,62367,$ $R_2 = 0,94608$	$y = -5,51333x^2 + 111,75030x - 192,40535,$ $R_2 = 0,93231$	$y = -0,57318x^2 + 28,85361x + 64,89339,$ $R_2 = 0,93083$	$y = 175,34292x^{0,41323},$ $R_2 = 0,93697$	$y = -0,43262x^2 + 23,91955x + 43,11470,$ $R_2 = 0,95296$
<b>Гонконг</b>				
$y = 134,65473e^{0,01412x},$ $R_2 = 0,94079$	$y = 82,47681e^{0,13191x},$ $R_2 = 0,98130$	$y = 91,22867x^{0,41282},$ $R_2 = 0,93732$	$y = 8,09346x^2 - 21,94998x + 177,92015,$ $R_2 = 0,97962$	$y = 147,81044e^{0,01609x},$ $R_2 = 0,93333$
<b>Сінгапур</b>				
$y = 13,15938x^{0,92848},$ $R_2 = 0,98797$	$y = -3,89673x^2 + 88,91424x - 174,53310,$ $R_2 = 0,99197$	$y = 21,96778x^{1,05768},$ $R_2 = 0,98796$	$y = 54,64243e^{0,09052x},$ $R_2 = 0,93762$	$y = -0,34406x^2 + 22,56004x + 2,55141,$ $R_2 = 0,98234$

\* Джерело: складено автором

Вплив показника зайнятості у сфері туризму на ВВП країн, що розвиваються наведений в табл. 2.26.

**Зведений кореляційно-регресійний аналіз впливу фактора  
«Загальний внесок туризму в зайнятість», тис. осіб на ВВП\***

Країна	Рівняння, що описує взаємозв'язок	Коефіцієнт детермінації $R^2$	Коефіцієнт кореляції $r$
Чилі	$y = 82,92783\ln(x) - 284,21160$	0,27301	0,520853
Тайвань	$y = 189,58409e^{0,00165x}$	0,58104	0,733587
Малайзія	$y = 3,51647x^{0,60609}$	0,38738	0,615589
Південна Корея	$y = 474,40216e^{0,00140x}$	0,62172	0,770954
ОАЕ	$y = -0,00255x^2 + 2,84296x - 409,11987$	0,36180	0,542302
Гонконг	$y = -0,01049x^2 + 12,57091x - 3445,07960$	0,46562	0,259437
Сінгапур	$y = 94,97667e^{0,00389x}$	0,88082	0,919884

\* Джерело: складено автором

Коментуючи таблицю, слід зазначити, що лише для Тайваню, Південної Кореї та Сінгапуру коефіцієнти детермінації дозволяють стверджувати про наявність залежності між обраними факторами, в свою чергу коефіцієнт кореляції підтверджує прямий зв'язок високого рівня (окрім Гонконгу), оскільки  $r [x; y] > 0$ , та сильний, бо  $0,7 < |r [x; y]| < 1$ .

Визначаючи основні інструменти, що можуть сприяти зростанню рівня соціально-економічного розвитку, слід врахувати механізми, що забезпечують зростання вхідного туристичного потоку, розвитку інфраструктури за рахунок як державного, так і приватного інвестування сфери туризму. Важливим елементом стратегії є зростання доходів громадян, які є внутрішніми туристами та формують туристичні витрати резидентів всередині країни. Перелічені заходи приведуть до зростання рівня конкурентоспроможності туристичної сфери, збільшуватимуть як прямі надходження від туризму у ВВП, так і загальні, а для країн, що розвиваються, будуть вагомим фактором для покращення соціально-економічного розвитку [134].

Аналізуючи зазначені моделі, ми зробили акцент на економічні складові, варто більшу увагу звернути на екологічні, соціальні, інформаційно-інфраструктурні чинники впливу на сталий розвиток. Для країн, що розвиваються, досліджуваного кластеру 3 з найбільш розвинутою туристичною



індустрією (Чилі, Сінгапур, ОАЕ, Південна Корея) ми застосували метод кореляційно-регресійного аналізу (балансова кросс-секшн регресія) для даних з 2012 по 2018 рр (Додаток Л). В якості залежних змінних розглянуто індекс розвитку людського потенціалу ( $Y_1$ ) та індекс людського щастя ( $Y_2$ ). Незалежними змінними виступали показники розвитку туристичної галузі серед яких  $X_1$  - кількість прибулих туристів;  $X_2$  – чисельність іноземців, що прибули до країни (осіб);  $X_3$  - чисельність інтернет- користувачів (% від кількості населення );  $X_4$  – темпи зростання інтернет користувачів;  $X_5$  - індекс споживчих цін;  $X_6$  – темпи зростання зменшення інфляції;  $X_7$  - рівень безробіття;  $X_8$  - темпи зростання зменшення безробіття;  $X_9$  - кількість нападів на 100 тис. населення;  $X_{10}$  - темпи зростання зменшення нападів;  $X_{11}$ - викиди  $CO_2$  (т. 1 особу );  $X_{12}$  –темпи зростання зменшення викидів  $CO_2$ ;  $X_{13}$  – витрати на НДДКР ( % від ВВП);  $X_{14}$  – темпи зростання зменшення витрат на НДДКР. Отримані моделі мають високі показники якості: для  $Y_1$  – коефіцієнт кореляції 0,99; скоригований коефіцієнт детермінації 0,98; для  $Y_2$  – коефіцієнт кореляції 0,92; скоригований коефіцієнт детермінації 0,84; рівень статистичної похибки обох моделей наближений до нуля; F-критерій Фішера та T-критерій Стьюдента – в межах норми.

$$Y_1 = 0,75 + 0,128x_3 + 0,0014x_5 - 0,119x_7 - 0,019x_9 - 0,0053x_{11} + 0,017x_{13}, \quad (2.1)$$

$$R = 0,99; R^2 = 0,98; F = 175,17,$$

$$Y_2 = 7,21 + 0,135X_2 - 0,083X_7 - 0,234X_{13}, \quad (2.2)$$

$$R = 0,92; R^2 = 0,84; F = 42,4,$$

де  $x_2$  – чисельність іноземців, що прибули до країни (осіб);  $x_3$  – чисельність інтернет-користувачів (% від кількості населення);  $x_5$  – індекс споживчих цін;  $x_7$  – рівень безробіття;  $x_9$  – кількість нападів на 100 тис. населення;  $x_{11}$  – викиди  $CO_2$ , т/людину;  $x_{13}$  – витрати на НДДКР, % від ВВП.

Коефіцієнти, що здійснюють прямопропорційний вплив (тобто при зростанні чинника  $x$  зростає залежна змінна  $Y$ ) –  $x_3$ ,  $x_5$ . Обернено пропорційно (тобто при зростанні  $x$  – зменшується залежна змінна  $Y$ ) впливають –  $x_7$ ,  $x_9$ ,  $x_{11}$ .

$x_{13}$  має незначний прямий вплив на  $Y_1$  та обернений на  $Y_2$ . Стосовно інших чинників не виявлено статистично значущого впливу.

Отриманим результатам економіко-математичного моделювання можливо надати наступні економічні інтерпретації.

Моделювання виявило наявність певних закономірностей у розвитку людського потенціалу та рівня щастя в чотирьох країнах, які відрізняються рівнем соціально-економічного розвитку, однак згруповані в єдину групу за результатами кластерного аналізу – Чилі, Сінгапур, ОАЕ, Південна Корея.

Збільшення кількості інтернет-користувачів у країнах приводить до збільшення людського потенціалу, що корелює із сучасними економічними теоріями. Збільшення індексу споживчих цін позитивно впливає на індекс людського потенціалу, що пов'язано з природою інфляції в країнах з ринковою економікою, де помірна інфляція є умовою зростання економіки, і, таким чином, збільшується людський потенціал. Збільшення безробіття негативно впливає на індекс людського розвитку і потребує уваги з боку держави. Екологічний аспект є критично важливим для створення умов зростання людського потенціалу. Модель виявила, що збільшення викидів  $CO_2$ /люд. на одиницю зменшує індекс людського потенціалу на 0,0053 од. Витрати на НДДКР мають позитивний вплив на збільшення індексу людського потенціалу.

Друга модель – Індекс людського щастя, дала можливість отримати такі результати:

– при зростанні кількості прибуваючих до країн, відповідно, збільшується індекс щастя, що вказує на загальну відкритість суспільств зазначених країн щодо прийому іноземців (в т.ч. туристів);

– при збільшенні рівня безробітних зменшується індекс щастя.

Несподіваними виявилися результати щодо залежності між індексом щастя і витратами на НДДКР – при збільшенні витрат на цей важливий напрям сталого розвитку індекс щастя скорочується. Як наслідок, можемо стверджувати, що вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що

розвиваються, є одним з найбільш вагомих рушіїв їх економічного зростання. Враховуючи екологічний напрям туристичного бізнесу, значні соціальні ефекти, які полягають у тому числі й працевлаштуванні значної кількості населення у цій галузі, сукупні економічні вигоди від залученого туристичного потоку, можемо засвідчити сталий та збалансований розвиток міжнародного туризму та його вплив на транзитивні економіки. Визначення закономірностей диференційованого характеру впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що розвиваються, залежної від рівня загального внеску туризму у ВВП, обсягів туристичних витрат резидентів всередині країни, сукупних капіталовкладень у туристичну галузь, витрат міжнародних туристів всередині країни. Побудовані економіко-математичні моделі з використанням багатофакторних регресій, а також проведений системний аналіз кількісних та якісних параметрів розвитку глобального ринку туристичних послуг дають можливість визначення найбільш значущих сегментів туристичної галузі країн, що розвиваються, з метою отримання максимального позитивного ефекту від їх соціально-економічного розвитку.

У роботі ми удосконалили науково-методичні підходи до визначення потенціалу впливу міжнародної туристичної галузі на сталий розвиток країн, що розвиваються, який включає: алгоритм оцінки потенціалу туристичної сфери, туристичних потоків та їх впливу на економічні та соціальні показники, заснований на адаптації методики розрахунку індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму до вимірів впливу галузі на економічне зростання країн, що розвиваються; а також підхід до застосування кластерного аналізу країн, що розвиваються, на основі врахування кількісних та якісних показників розвитку туристичної індустрії (бізнес-середовище, охорона та безпека, здоров'я та гігієна, людські ресурси і ринок праці, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, пріоритет подорожі і туризму в доходах країни, міжнародна відкритість, конкурентоспроможність цін, екологічна стійкість, розвиток авіатранспортної інфраструктури, розвиток наземної і портової інфраструктури, розвиток туристичної інфраструктури та обслуговування, природні та культурні ресурси і ділові поїздки), що дає змогу сформувати групи

країн, які характеризуються диверсифікованим впливом туристичної індустрії на соціально-економічний розвиток країн за рахунок надходження валюти, внеску у ВВП у натуральних показниках і частки туристичної галузі у загальних макроекономічних показниках.

Для країн, що стали об'єктом нашого дослідження, частка загального внеску туризму у ВВП корелюється в межах від 10 до 20 %, що засвідчує високий рівень галузі в макроекономічних показниках. Окрім того, при використанні даних Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму ми виявили значну кореляцію з Глобальними цілями сталого розвитку 2030, що також підтверджує еколого-економо-соціальний вектор розвитку туристичної індустрії. Основними показниками впливу міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються, зокрема ВВП, визначено загальний внесок від туризму у ВВП, туристичні витрати резидентів всередині країни, прямі надходження від туризму у ВВП, сукупні капіталовкладення в туристичну галузь, витрати міжнародних туристів усередині країни. Високий ступінь залежності і впливу цих факторів підтвердили рівняння парної та багатofакторної регресії для кожної країни, що характеризується високим рівнем розвитку туристичної галузі на основі попередньо проведеної кластеризації усіх країн, що розвиваються.

## **Висновки до розділу 2**

1. Аналіз тенденцій та динаміки розвитку глобального ринку туристичних послуг засвідчив значне зростання обсягів туристичних потоків, зокрема у 1950 р. він становив 25,3 млн осіб, у 2018 р. – 1401 млн осіб, тобто абсолютний приріст становить 1375 млн осіб, або зріс більш ніж у 55 разів, що засвідчує величезний потенціал галузі та його використання в сучасних умовах. Визначено, що міжнародна туристична індустрія стає все більш інвестиційно-привабливим напрямом вкладання коштів, яка перетворює туризм на ключовий фактор соціально-економічного прогресу за рахунок доходів від експорту, створення робочих місць і підприємств, а також розвитку інфраструктури.

2. Ключовими внутрішньокраїнними причинами зростання глобального ринку туристичних послуг є зростання економічного добробуту громадян багатьох країн світу, збільшення тривалості відпусток та, відповідно, зменшення робочого часу, бажання розвиватися та побачити нові країни й континенти, культуру, звичаї, мультинаціональність сучасних туристів. Зовнішні передумови полягають у лібералізації перетину кордону, відкритті нових країн, здешевленні авіаційних перевезень та покращенні транспортного сполучення, інформатизації галузі. За останні 60 років туризм продовжив розширення і диверсифікацію, ставши одним з найбільших і швидко зростаючих секторів економіки у світі. На додаток до традиційних туристичних центрів Європи й Північної Америки, з'явилося багато нових країн, які перетворили національний туристичний потенціал на важливе джерело наповнення бюджету та вагомий фактор нарощення економічного розвитку країни.

3. Визначено, що частка міжнародного туризму у світовому ВВП стабільно становить 9–10 %, що характеризує сферу як одну з найбільш пріоритетних у підтримці економічного зростання як всієї світової економіки, так і національних, зокрема. Окрім фінансових ефектів, суттєве значення мають і соціальні показники розвитку туристичної сфери і відповідний вплив галузі на рівень безробіття, зняття соціальної напруженості, покращення рівня комунікації між націями.

4. На відміну від більшості інших ринків послуг, у створенні туристичного продукту вагоме місце належить різним секторам економіки, і зокрема сільському господарству, що забезпечує продуктами харчування ресторани комплекси у готелях та інших засобах розміщення. Для країн, що розвиваються, підтримка даної сфери має суттєве значення, оскільки в структурі їх економіки та ВВП частка цих галузей є високою. Як наслідок, запровадження нових технологій вирощування сільськогосподарської продукції з дотриманням міжнародних стандартів та вимог готельно-ресторанних ланцюгів може слугувати імпульсом щодо нарощення використання як туристично-рекреаційного потенціалу, так і економіки в цілому. Для активізації туризму

значні кошти спрямовуються на збереження місцевої спадщини, вдосконалення інфраструктури, фінансову підтримку місцевих закладів освіти, що, у свою чергу, сприяє кращій освіті, покращенню можливостей для відпочинку, організації соціальних заходів та, як наслідок, кращого способу життя місцевих жителів.

5. Соціальна складова сталого розвитку реалізується через взаємодію з іноземними туристами, що створює космополітичну культуру в регіоні, через попит на кращі послуги в регіоні створюються різноманітні можливості для працевлаштування. Разом з тим, через великий трафік у регіоні, інфраструктура може не впоратись з підвищеною завантаженістю, що приведе до переповнення, погіршення санітарних умов, що може викликати хвороби як у туристів, так і у місцевих жителів.

6. Складовими елементами сталого розвитку є врахування економічних, екологічних та соціальних парламентів, що враховано при розрахунку Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму та здійсненій на його основі кластеризації обраних країн. Це дало змогу сформуванню найбільш вагомих детермінант соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються, з врахуванням рівня розвитку туристичної сфери і їх приналежності до сформованих груп. Відповідно до розвитку туристичної індустрії для кожного кластеру здійснено оптимізацію розвитку соціально-економічної сфери країн, що розвиваються, за умов формування глобального ринку туристичних послуг. Показником, що підсумовує значення туризму в економічному розвитку країн визначено частку туристичної галузі у ВВП країни. Цілком логічно, що найвищим розрахованим показником став в острівних країнах, які володіють лише такими конкурентними перевагами, та в країнах, що розвиваються, і не мають іншого диверсифікованого виробництва, яке б створювало додану вартість у валовому продукті (Беліз, Маврикій). Нові індустріальні країни та більш потужні країни, що розвиваються, за рахунок розвинених сегментів промисловості у ВВП на сферу туризму покладаються меншою мірою (Південна Корея, Кувейт, Саудівська Аравія, Малаві).

7. Результатом кластерного аналізу стало об'єднання країни зі спільними або ідентичними характеристиками розвитку туристичної сфери, але з різними стратегіями розвитку туристичного сектора і широким колом диференціації, а саме: починаючи від незадовільної і закінчуючи агресивною стратегіями розвитку (кластери 2, 4 та 5). Це свідчить про різні механізми використання туристичного потенціалу для розвитку країни в цілому та покращення рівня соціально-економічного розвитку, зокрема.

8. Обґрунтовано, що виміри впливу міжнародного туризму визначаються ефектом, що отримує національна економіка від туристичного потоку, який може бути виражений у доходах, отриманих від іноземних туристів, часткою працевлаштованих у цій галузі та безпосереднім внеском туристичної індустрії у ВВП країни. Всі фактори можуть бути змодельовані, а їх вплив на соціально-економічний розвиток прогнозований як в коротко-, так і довгостроковій перспективі за рахунок багатофакторного рівняння і поглибленого двофакторного аналізу між незалежною та результуючою змінними.

Основні положення, викладені у розділі 2, апробовані на конференціях та опубліковані автором у працях [111–113, 128] (Додаток Б).

**РОЗДІЛ 3**  
**ОПТИМІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ**  
**МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ЩОДО СТАЛОГО РОЗВИТКУ**  
**КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ**

**3.1. Моделювання динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку**

В контексті врахування цілей сталого розвитку ООН слід зазначити, що обсяги туристичних потоків та відповідне зростання ролі туризму у формуванні стабільної економіки країн, що розвиваються, можливо здійснити на основі кореляції показників та їх впливу на визначені країни, що стали об'єктом нашого дослідження. Зокрема, значна частина цілей сталого розвитку ООН стосується навколишнього середовища, що безпосередньо контактує з використанням природних ресурсів та антропогенним навантаженням індустрії туризму. Саме тому глобалізаційні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються повинні відображати стратегію розвитку з врахуванням критеріїв та прогнозованих результатів Глобальних цілей сталого розвитку 2030.

Слід зазначити, що концепція сталого розвитку країн є важливим компонентом сучасного світогосподарського економічного зростання, в тому числі і для країн, що розвиваються. Врахування не лише економічних компонентів, а й впливу на навколишнє середовище, загальний соціальний рівень та його складові ознаки виступають ключовими точками зростання у розбудові та реалізації стратегій розвитку країн.

Сталий розвиток має забезпечити вирішення питання щодо задоволення основних людських якостей інтеграції екологічного розвитку та захисту, досягнення рівності, забезпечення соціального самовизначення та культурного розмаїття і збереження екологічної цілісності, що безпосередньо характеризує використання туристичного потенціалу. Хоча концепція сталого розвитку



пережила певні зміни у минулому, його основні принципи і цілі сприяли більш свідомій поведінці, адаптованій до обмежень навколишнього середовища.

Концепція сталого розвитку розглядається через цілі розвитку тисячоліття ООН, орієнтовані на складну глобальну ситуацію, таку як: зростання населення, голод і бідність, війни і політична нестабільність, а також подальша деградація навколишнього середовища. Багато країн навіть не близькі до сталого розвитку, а розрив між розвинутими та слаборозвиненими країнами поглибився. Фундаментальними обмеженнями реалізації концепції сталого розвитку є ступінь соціально-економічного розвитку, якого багато країн ще не можуть досягнути у зв'язку з нестачею фінансових ресурсів і технологій, а також за рахунок різноманітності політичних та економічних цілей у глобальному масштабі.

Моделювання динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у контексті вимірів сталого розвитку відбувається на основі врахування основних показників розвитку туристичної індустрії та їх прогнозного значення у перспективі. Як наслідок, прогнозування розвитку економіки країн відбувається на основі використання даних кореляційно-регресійного аналізу, оскільки це дало змогу визначити найбільш суттєві фактори туристичної галузі, що впливають на ВВП країн, що розвиваються. У попередньому розділі основна увага була зосереджена на кластері країн, що мають значний економічний рівень розвитку та відповідний використовуваний потенціал туристичної індустрії. Оскільки група країн, що розвиваються, включає дуже диверсифіковану сукупність держав, тому варто здійснити моделювання динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у контексті вимірів сталого розвитку для представників з усіх обраних груп. Це дасть змогу запропонувати різний інструментарій для країн, що характеризуються різними потенційними можливостями як економічного, так і соціального, екологічного та іншого параметрів. Зокрема, варто побудувати багатofакторні рівняння регресії для країн, що характеризують потенціал кожного кластеру (додаток К). Вибірка країн з кожної групи визначалася на основі розміщення до центра

кластера, тобто ці об'єкти дослідження найбільш повно представляють використання потенціалу туристичної індустрії та його вплив на ВВП.

Використання програмного продукту «Аналіз даних» та пакета «Регресія» дало змогу визначити складові коефіцієнти багатofакторного рівняння впливу визначених показників на ВВП країн, що розвиваються (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### Результати багатofакторного регресійного аналізу\*

Назва країни	Назва показника та його значення у рівнянні багатofакторної регресії					Вільний член	$R^2$	Критерій Фішера ( $F_{табл.} = 4,60$ )
	Загальний внесок від туризму у ВВП	Туристичні витрати резидентів всередині країни	Прямі надходження від туризму у ВВП	Сукупні капітало-вкладення в туристичну галузь	Витрати міжнародних туристів усередині країни			
Сінгапур	3,2762	9,2229	-0,9531	3,4558	4,2729	-2,478	0,9986	1783,9
ОАЕ	7,7413	-13,226	12,453	24,261	-9,9611	141,77	0,9465	42,5
Китай	30,4053	27,798	-143,23	-25,503	35,895	-132,46	0,9962	689,3
Мексика	-3,241	2,157	15,29	12,45	-0,306	1,469	0,9972	946,5
Барбадос	1,7103	0	1,945	1,838	-1,030	1,428	0,7616	11,18
Катар	-6,725	110,37	132,49	-37,77	-48,99	-39,92	0,9431	43,09
Індонезія	22,749	18,755	-20,13	-12,22	-1,79	-132,43	0,9949	507,5
Єгипет	-3,087	40,262	-4,96	9,251	-1,87	-4,058	0,9719	90,11
Замбія	-1,564	40,987	5,19	-15,368	-1,411	-1,55	0,9852	173,34
Уганда	6,443	12,742	-0,005	8,593	5,2429	-0,699	0,9788	120,45

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Коментуючи таблицю, ми можемо стверджувати, що розраховані та визначені коефіцієнти рівняння є адекватними, оскільки характеризуються високими показниками перевірки моделей на адекватність, зокрема, коефіцієнт детермінації практично для всіх країн є більшим за 0,9, а критерій Фішера суттєво перевищує табличне значення. Значення перерахованих показників є достатньою підставою, щоб вважати побудоване рівняння статистично адекватним та надійним, і тому воно може бути використане в економічних дослідженнях. Щільність зв'язку між номінальним ВВП і факторами, що визначають його рівень висока. Що стосується значення самих коефіцієнтів, то для більшості країн найбільш суттєвим позитивним коефіцієнтом характеризуються туристичні витрати резидентів всередині країни. Слід зазначити, що для Сінгапуру та Уганди практично усі коефіцієнти мають позитивні значення і лише прямі надходження

від туризму у ВВП з коефіцієнтом  $-0,9531$  й  $-0,005$  негативно впливають на ВВП цих країн. Характеризуючи абсолютні значення коефіцієнтів, то країни з більш високим ВВП мають і більш високі значення показників.

Для перевірки правильності наших багатофакторних рівнянь ми можемо здійснити розрахунки ВВП за визначеними коефіцієнтами та порівняти розрахований показник з фактичними даними у 2018 р.

Таблиця 3.2

**Порівняння фактичного та розрахованого за рівнянням регресії значення ВВП (2018 р.)\***

Країна	Фактичне значення ВВП у 2018 р., млрд дол. США	Розрахункове значення ВВП за визначеним рівнянням регресії, млрд дол. США	Відхилення	
			абсолютне, млрд дол. США	відносне, %
Сінгапур	361,11	335,063808	-26,04619	-7,21
ОАЕ	424,64	417,557	-7,083	-1,67
Китай	13407,4	13143,79972	-263,6003	-1,97
Мексика	1223,36	1229,9	6,54	0,53
Барбадос	5,15	5,16098	0,01098	0,21
Катар	192,45	188,392	-4,058	-2,11
Індонезія	1022,45	1034,71	12,26	1,20
Єгипет	249,56	244,466	-5,094	-2,04
Замбія	25,18	25,313	0,133	0,53
Уганда	28,12	26,9133	-1,2067	-4,29

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Як видно з таблиці, відносне відхилення розрахункового та фактичного значень ВВП для більшості країн не перевищує 3 %, що підтверджує правильність розрахованих коефіцієнтів емпіричним аналізом.

Графічне відображення фактичного та розрахованого рівня ВВП, що показано на рис. 3.1, визначає, що, незважаючи на значні відхилення в абсолютних значеннях, показники ВВП збігаються, зокрема відхилення для Китаю становить 263,6 млрд дол. США або 1,97 %, а для Замбії 0,133 млрд дол. США або 0,53%.

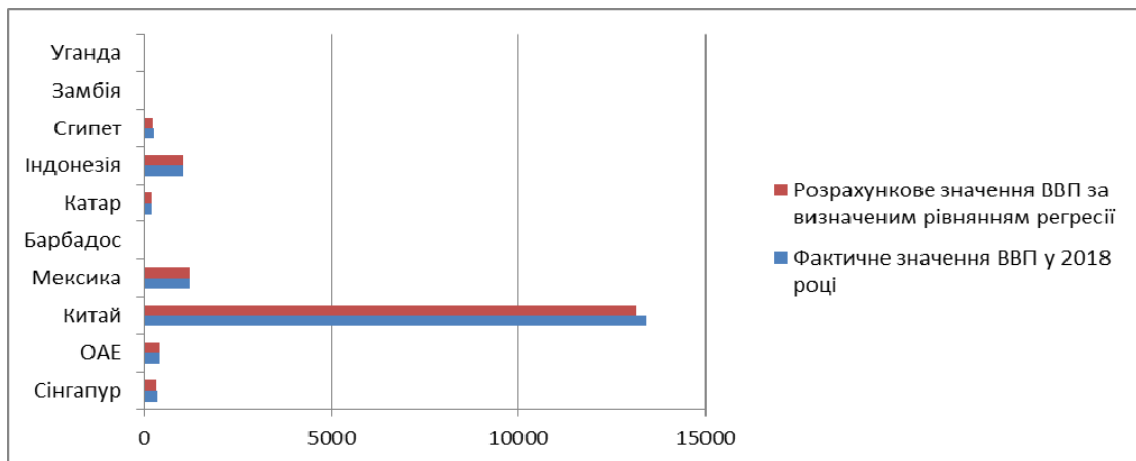


Рис. 3.1. Порівняння фактичного та розрахункового значення ВВП у 2018 р., млрд дол. США\*

\* Джерело: складено автором на основі [127]

Відповідно, спрогнозуємо розвиток основних показників та їх вплив на ВВП країн, що розвиваються, використовуючи функцію екстраполяції для прогнозування зміни факторів у 2020–2022 р. (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Прогнозування впливу факторів та ВВП за моделями (2020–2022 рр.)\***

Рівняння, що описує взаємозв'язок ВВП та показників розвитку туристичної індустрії	Прогнозований обсяг ВВП, млрд дол. США			Відносне відхилення, %	
	2020	2021	2022	2021/2020	2022/2021
Сінгапур					
$Y = 3,27X_1 + 9,22X_2 - 0,95X_3 + 3,45X_4 + 4,27X_5 - 2,47$	369,05	383,39	397,73	3,89	3,74
ОАЕ					
$Y = 14,53X_1 - 9,42X_5 + 103,72$	428,05	438,42	448,76	2,42	2,36
Китай					
$Y = 30,41X_1 + 27,79X_2 - 143,23X_3 - 25,50X_4 + 35,89X_5 - 132,46$	14202,93	14937,64	15672,36	5,17	4,92
Мексика					
$Y = -3,24X_1 + 2,15X_2 + 15,29X_3 + 12,45X_4 - 0,31X_5 + 1,46$	1360,55	1391,78	1423,02	2,30	2,24
Барбадос					
$Y = 1,71X_1 + 1,94X_3 + 1,83X_4 - 1,03X_5 + 1,42$	6,51	7,01	7,49	7,68	6,85
Катар					
$Y = -6,72X_1 + 110,37X_2 + 132,49X_3 - 37,77X_4 - 48,99X_5 - 39,92$	237,76	249,38	260,99	4,89	4,66
Індонезія					
$Y = 7,74X_1 - 13,22X_2 - 20,13X_3 - 12,22X_4 - 1,79X_5 - 132,43$	1204,99	1258,96	1312,93	4,48	4,29
Єгипет					
$Y = -3,08X_1 + 40,26X_2 - 4,96X_3 + 9,25X_4 - 1,87X_5 - 4,05$	342,86	356,47	370,08	3,97	3,82
Замбія					
$Y = -1,56X_1 + 40,98X_2 + 5,19X_3 - 15,36X_4 - 1,41X_5 - 1,55$	31,92	33,35	34,77	4,48	4,26
Уганда					
$Y = 6,44X_1 + 12,74X_2 - 0,004X_3 + 8,59X_4 + 5,24X_5 - 0,699$	32,04	33,79	35,19	5,46	4,14

\* Джерело: складено автором

Прогнозовані показники таблиці засвідчують позитивний вплив та зростання ВВП країн, що розвиваються, за умови нарощення використання

потенціалу міжнародної туристичної індустрії. Зокрема, прогнозоване зростання ВВП на основі визначених факторів у країнах, що розвиваються, становить від 2,24 до 7,68 %. Найбільш суттєвим прогнозується зростання ВВП у Барбадосі (7,68 % – у 2021 та 6,85 % – у 2022 роках) та Китаї (5,17 % та 4,92 %, відповідно). Найменші значення прогнозованого зростання ВВП спостерігатимуться в Мексиці (2,30 % та 2,24 % – у 2021 та 2022 рр., відповідно) та в ОАЕ (2,42 % і 2,36 %). На нашу думку, ці країни вже суттєво наростили використання туристичного потенціалу і сповільнення доходу від туристичної галузі відобразилось у коефіцієнтах рівняння регресії та відповідних прогнозованих показниках ВВП. COVID–19 суттєво вплинув на туристичну галузь, і сформовані тренди не будуть відповідати наявним реальним даним. Лише протягом наступних 5 років можливе відновлення туристичного потоку та нарощення обсягів зростання ВВП в умовах використання потенціалу міжнародного туризму. Цілком логічно зазначити, що для усіх країн, що стали об'єктом аналізу та дослідження, варто нарощувати залучений туристичний потік, щоб прогнозовані значення змінних показників, що лежать в основі регресійного рівняння збіглися з реальними значеннями розвитку міжнародної туристичної індустрії. Слід зазначити, що зростання туристичних потоків та відповідний дохід від міжнародного туризму повинні відбуватися в умовах сталого розвитку. Зростання ролі внутрішнього туризму, розвиток інфраструктури на основі залучення інвестиційних ресурсів лежать в основі використання туристичного потенціалу.

Незважаючи на широкий спектр можливих методів моделювання, при дослідженні міжнародних туристичних послуг виникають об'єктивні складності. На сьогодні не існує системи загальноприйнятих індикаторів впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання, відділення його від загального обсягу туристських послуг. Наявна міжнародна статистика надає досить обмежений набір даних, що ускладнює процес моделювання і знижує якість можливих регресійних і економетричних моделей. Більш того, складна туристична система нелінійна. Поняттям нелінійності легко оперувати, якщо відмовитися від вимоги аналітичного рішення системи рівнянь і допустити більш

емпіричний підхід до імітації системи. Ухвалення нелінійної природи систем концентрує нашу увагу на найбільш важливому питанні про структуру системи.

Наявність невизначеності та факту нелінійності робить доцільним вибір в якості методу дослідження імітаційне моделювання, так як таке моделювання дозволяє враховувати фактори невизначеності і більш точно відображати стан досліджуваної складної динамічної системи. Цей метод також дає змогу вносити зміни в модель в міру поглиблення знань про систему за участю експертів у досліджуваній предметній області.

Стандартні засоби моделювання не завжди повністю враховують та адекватно працюють зі складними динамічними системами. Порівняно з іншими методами, імітаційне моделювання дозволяє розглянути принципово більшу кількість альтернатив, покращувати якість управлінських рішень і якісніше прогнозувати їх наслідки.

В основі імітаційного моделювання лежить методологія системного аналізу. На сьогодні виділяють три основних методики імітаційного моделювання:

1. Системна динаміка, що є методологію вивчення динаміки процесів у складних системах, причому особлива увага приділяється моделюванню і розрахунку параметрів зворотного зв'язку в системі. Такі моделі реалізуються у вигляді потокових діаграм, що включають накопичувачі, потоки між ними, петлі зворотного зв'язку, допоміжні змінні, що формуються потім у систему різницевих або диференціальних рівнянь. Потокова діаграма включає змінні трьох типів: стану (рівня), які пов'язані потоками, темпу (швидкості), які керують потоками, і допоміжні. Всі стани та взаємозв'язки описуються системою диференціальних рівнянь. Системна динаміка являє високий рівень абстракції моделі, оскільки взаємодія об'єктів досліджується на рівні загальних закономірностей і агрегованих показників.

2. Процесне моделювання є формою опису процесів, що відбуваються в системі, у вигляді послідовності операцій над заявками, що представляють людей, документи, транспортні засоби, пакети даних тощо. Динаміка системи представляється як послідовність операцій над транзактами (заявками). Вони є

пасивними і самі не в змозі контролювати свою динаміку, але можуть мати деякі властивості, що впливають на процес їх обробки або статистику. У цьому методі реалізується середній рівень абстракції. Сфера застосування такого підходу – бізнес-процеси, виробництво, масове обслуговування, логістика, охорона здоров'я.

3. Агентне моделювання передбачає опис системи як великої кількості незалежних об'єктів, як взаємодіючих один з одним, так і з навколишнім середовищем за своїми власними правилами. При розробці агентних моделей найбільш часто використовуються кінцеві автомати. Основною відмінною ознакою агентних моделей є їх децентралізація. Для них немає конкретного місця, де б визначалася поведінка системи в цілому, а кожен агент функціонує асинхронно за своїми власними законами.

Для кожного з трьох підходів є області пріоритетного використання. Системна динаміка, що характеризується високим рівнем абстракції, більш підходить для вивчення глобальних залежностей, процесні або дискретно-подієві моделі з їх середнім рівнем абстракції краще використовувати для моделювання, де основний параметр – час. Агентні моделі застосовуються досить широко на всіх рівнях абстракції, але лише в нецентралізованих випадках.

Найбільш характерною особливістю методу системної динаміки є те, що його предметом є не самі системи, а задачі, пов'язані з цими системами; стан досліджуваних систем змінюється з часом (системи є динамічними); структура систем у загальному випадку є нелінійною, передбачає зворотний зв'язок, затримку в реакціях тощо. Таким чином, доцільність методу системної динаміки проявляється у тих випадках, коли традиційні підходи виявляються неефективними, внаслідок або занадто великої складності досліджуваних систем, або браку інформації про них, коли закономірності поведінки системи не вдається описати строго аналітично.

Виходячи з концептуального положення, що сфера туризму – складна слабоструктурована, саморегулююча, динамічна система, вважаємо, що для побудови імітаційної моделі, аналізу та прогнозування розвитку сфери туризму, яку характеризують показники, що взаємодіють на високому рівні абстракції, – в якості методу дослідження доцільніше використовувати системну динаміку як

метод імітаційного моделювання складних систем, що досліджує їх поведінку в часі і залежно від структури елементів системи та взаємодії між ними.

При дослідженні системи функціонування туристичної сфери були виявлені обидві зазначені вище проблеми: система є занадто складною, щоб її можна було адекватно описати формальною аналітикою. Крім того, відсутня вичерпна інформація щодо значень усіх параметрів цієї системи та їхньої динаміки. Тому рішення застосувати метод системної динаміки для моделі впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання країн, що розвиваються, є цілком логічним.

Об'єкт дослідження моделі – процес управління туристичними потоками країн, що розвиваються. Мета побудови моделі – дослідження впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання країн, що розвиваються, із застосуванням системно-динамічного підходу.

Для реалізації мети поставлені завдання:

- аналіз функціонування сфери туризму та визначення можливих шляхів впливу на ситуацію (підбір потенційних регуляторів);
- оцінка і прогноз стану туристичної сфери при збереженні поточних умов у галузі (оцінка поточної стратегії управління, яка визначається набором обраних регуляторів).

У дослідженні широко застосовувалися методи побудови імітаційних моделей, системна динаміка, системний аналіз, статистичні та економіко-математичні методи. Інструментом реалізації моделювання методом системної динаміки було обрано пакет Powersim, призначений для імітаційного моделювання за допомогою системної динаміки. Реалізацію моделі виконано на даних країни третього кластеру, що характеризує найбільш розвинену туристичну індустрію та високий рівень економічного розвитку за 2000–2018 рр.

При розробці системно-динамічної моделі засобами Powersim було використано такі конструкції, як рівні, часові потоки, константи та зв'язки. Рівні моделі є накопичувальними величинами; темпи потоків використовуються для розрахунку інтенсивності вхідних і вихідних переміщень (потоків) між рівнями; управління потоками і початковими значеннями рівнів здійснюється



за допомогою функцій рішень, у поняттях системної динаміки вони присутні як «допоміжні змінні»; фіксовані значення, які задаються у вигляді констант.

Розробка системно-динамічної моделі здійснювалася у кілька етапів: аналіз статистичних даних та ідентифікація причинно-наслідкових зв'язків; розробка карти причинно-наслідкових зв'язків; розробка математичної моделі, представленої у вигляді системи одночасних рівнянь; реалізація математичної моделі на платформі імітаційного моделювання Powersim; проведення чисельних експериментів і калібрування моделі; пошук кращих управлінських, стратегічних і оперативних рішень за допомогою системно-динамічної імітаційної моделі. Такий підхід дозволяє досліджувати поведінку складної системи в часі з урахуванням всіх основних причинно-наслідкових, в тому числі зворотних, зв'язків.

Розглянемо процес побудови системно-динамічної моделі впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання країн, що розвиваються.

Модель складається з двох частин – основної системно-динамічної моделі і 6 субмоделей впливу на ВВП кожної країни 3 кластеру. Для субмоделей в якості основного показника, що характеризує сталий розвиток, обрано показник ВВП кожної з 6 країн, що розглядаються ( $GDP_i$ , де  $i = 1; 6$ ).

На першому етапі побудови моделі було проаналізовано статистичну базу дослідження, яку склали обрані показники, що пов'язують сферу туризму і сталого розвитку країн 3-го кластеру за 2000–2018 рр., які наведено у табл. 2.25.

Розглянемо основні процеси туристичної галузі, що можуть забезпечувати вплив на сталий розвиток країни. В якості основного показника, що характеризує сталий розвиток, обрано показник ВВП ( $GDP_i$ ). Його зміна пояснюється у часі за рахунок зміни системи факторів туристичної галузі, яку складають: загальний внесок від туризму у ВВП ( $Contr\_tourism\_GDP$ ); туристичні витрати резидентів всередині країни ( $Expenses$ ); прямі надходження від туризму у ВВП ( $Direct\ Income$ ); сукупні капіталовкладення в туристичну галузь ( $Aggregate\ investment$ ); витрати міжнародних туристів усередині країни ( $Expenses\ of\ international\ tourists$ ).

Для демонстрації роботи моделі обрано країну Гонконг, яка має найбільшу відстань від центру кластеру, тобто є найнетиповішою серед усіх

обраних, тому поазано застосування моделі для неї. Засобами економетричного моделювання було отримано модель впливу зазначених факторів на показник ВВП:

$$\text{GDP}_i = 11,4 + 0,91 * \text{Contr\_torism\_GDP} + 26,5 * \text{Expenses} - 5,78 * \text{Direct income} + 3,5 * \text{Aggregate investment} + 1,11 * \text{Expenses of international tourists}.$$

Кожен фактор моделі є рядом динаміки, який також було змодельовано і прогнозовано на наступні 2018–2020 роки.

Таблиця 3.4

### Результати моделювання факторів та ВВП\*

Фактор	Апроксимаційна модель	Коефіцієнт детермінації $R^2$
$X_1$	$y = 3,0859x + 6,4288$	0,9266
$X_2$	$y = 0,0191x^2 - 0,0156x + 5,4816$	0,9823
$X_3$	$y = 0,8803x + 1,3595$	0,8863
$X_4$	$y = 0,0044x^2 + 0,1774x + 1,712$	0,9569
$X_5$	$y = 4,7389x + 0,7329$	0,8542

\* Джерело: складено автором

Реалізацію моделі впливу міжнародних туристичних послуг на стає економічне зростання Гонконгу наведено на рис. 3.2.

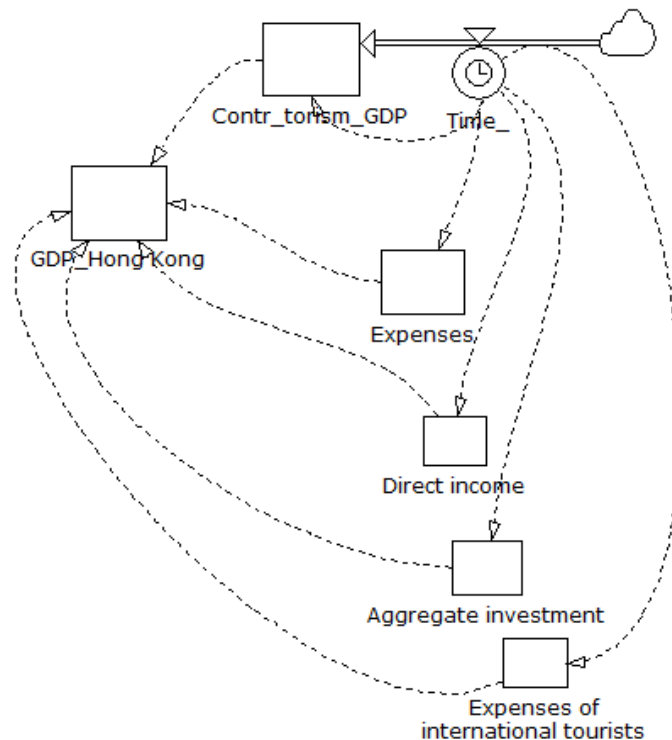


Рис. 3.2. Системно-динамічна модель впливу міжнародних туристичних послуг на стає економічне зростання Гонконгу\*

\* Джерело: складено автором

За результатами моделювання було отримано прогнозне значення ВВП на кінець 2020 р. на рівні 353,77.

Для з'ясування фактора, який має більший вплив на ВВП було проведено кореляційний аналіз:

	$Y$	$X_1$	$X_2$	$X_3$	$X_4$	$X_5$
$Y$	1					
$X_1$	0,957622	1				
$X_2$	0,99765	0,957293	1			
$X_3$	0,936839	0,996195	0,939498	1		
$X_4$	0,976137	0,941239	0,966488	0,912405	1	
$X_5$	0,937121	0,997499	0,936837	0,998013	0,921422	1

Кореляційна матриця показує найбільший вплив на ВВП таких показників як  $X_2$  – «Туристичні витрати резидентів всередині країни» та  $X_4$  – «Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь».

Розглядаючи ряди динаміки за цими показниками, робимо висновок, що на кінець 2020 р. туристичні витрати резидентів всередині країни мають вийти на рівень 11,6, а сукупні капіталовкладення в туристичну галузь – на рівень 6,93. За побудованою моделлю у дослідженні було висунуто гіпотезу, що значення показника ВВП можна вивести на вищий рівень за рахунок збільшення зазначених показників. Побудована модель дозволила знайти значення факторів, при досягненні яких ВВП Гонконгу на кінець 2020 р. вийде на рівень 379. Таким чином, отримані результати доводять, що для збільшення ВВП до рівня 361,95 достатньо залучити додаткові інвестиції і збільшити «Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь» зі значення 6,93, що очікується до рівня 9.

Таблиця 3.5

**Прогнозування впливу факторів згідно системно-динамічної моделі на  
стале економічне зростання Гонконгу\***

Прогнозоване значення ВВП	Фактор впливу	Значення фактора
379	Туристичні витрати резидентів всередині країни	13
358,45	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	8
361,95	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь	9

\* Джерело: складено автором

При збільшенні капіталовкладень до рівня 8 дасть рівень ВВП 358,45, але більш просте і ефективне рішення можна отримати при збільшенні Туристичних витрат резидентів в середині країни з рівня, що очікується 11,6 до значення 13, що надасть збільшення ВВП до рівня 379 замість 353,77, що очікується.

Слід зазначити, що усі розрахунки стосувалися сформованих за остання 20 років трендів, а пандемія 2020 року суттєво вплинула на дані математичні прогнози, тому коректування може бути здійснене на основі оновлених статистичних даних 2020–2022 рр. у наступних дослідженнях.

В основній системно-динамічній моделі продемонстровано, що показник ВВП, в свою чергу, разом із сукупністю інших соціально-економічних та екологічних показників, впливає на формування загальних індексів розвитку країн, таких як Індекс розвитку людського потенціалу (ІРП) та Індекс щастя (ІШ). У попередньому розділі продемонстровано, як засобами економетричного моделювання було отримано моделі впливу на зазначені індекси. Таким чином, з'ясовано систему факторів для керування сталим розвитком країни, зокрема, за рахунок туристичної індустрії.

Реалізацію моделі впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання країн 3 кластеру наведено на рис 3.3.

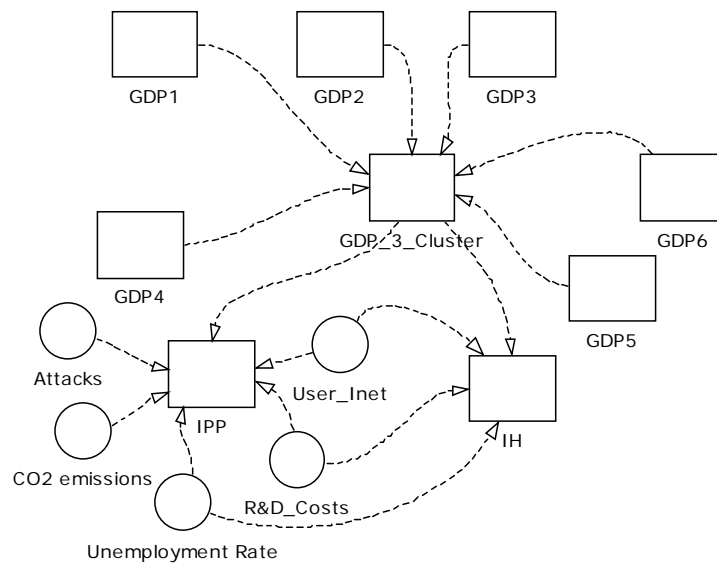


Рис. 3.3. Системно-динамічна модель впливу міжнародних туристичних послуг на стале економічне зростання країн кластеру 3\*

\* Джерело: складено автором

де  $GDP_i$  – ВВП  $i$ -тої країни,  $GDP\_3\_Cluster$  – загальний показник ВВП країн 3 кластеру,  $Attacks$  – кількість нападів на 100000 населення,  $User\_Inet$  – кількість інтернет-користувачів (% від населення),  $CO2\ emissions$  – викиди  $CO_2$  (т/люд),  $R\&D\_Costs$  – витрати на НІОКР, % від ВВП,  $Unemployment\ Rate$  – рівень безробіття,  $PH$  – індекс щастя,  $IPP$  – індекс розвитку людського потенціалу.

Було визначено системи детермінант формування оптимальної комбінації факторів розвитку індустрії міжнародних туристичних послуг з метою отримання максимального позитивного мультиплікативного ефекту для сталого розвитку країн, що розвиваються, яке отримано з використанням методу системно-динамічного моделювання на прикладі країн, що увійшли до кластеру з найбільш розвинутою туристичною індустрією. Отримана модель дає можливість визначати структуру причинно-наслідкових взаємозв'язків між показниками, що характеризують рівень збалансованості факторів соціально-економічного та екологічного розвитку (загальний внесок від туризму у ВВП, туристичні витрати резидентів всередині країни, прямі надходження від туризму у ВВП, сукупні капіталовкладення у туристичну галузь, витрати міжнародних туристів всередині країни, чисельність країни, чисельність інтернет-користувачів, індекс споживчих цін, рівень безробіття, іноземців, що прибули до кількості нападів на 100 тис. населення, викиди  $CO_2$ , витрати на НДДКР), а також розробляти оптимальні управлінські рішення, спрямовані на забезпечення сталого розвитку країн.

Застосування принципів сталості є найкращим способом збереження туристичних напрямів від деградації в соціальному, культурному та екологічному відношенні. Правильно спланований туризм може також збільшити доходи і стати джерелом багатства країн, що розвиваються, на основі принципів сталого розвитку. Туроператори можуть залучати капітал у банків та інвесторів, тому туризм може розглядатися як простий спосіб доступу до капіталу. Стабільні дії можуть допомогти знизити експлуатаційні витрати за рахунок скорочення виробництва відходів та використання води та енергії. Однак, потрібні більш кваліфіковані працівники, тому зростає і людський капітал. Репутація стабільності додає цінності брендам туристичних

підприємств і зміцнює їхню позицію на ринку, роблячи їх менш вразливими до короткострокових ринкових та економічних змін.

У контексті використання стратегії розвитку туристичної галузі і врахування ключових цілей сталого розвитку ми можемо запропонувати такі заходи щодо нарощення використання туристично-рекреаційного потенціалу: забезпечити поширення знань і навичок, необхідних для сприяння сталому розвитку, у тому числі шляхом навчання з питань сталого розвитку та сталого способу життя, прав людини, гендерної рівності, пропаганди культури миру та ненасильства, громадянства світу й усвідомлення цінності культурного різноманіття і вкладу культури в сталий розвиток; істотно підвищити ефективність водокористування в усіх секторах та забезпечити стійкий забір і подачу прісної води для вирішення проблеми нестачі води та значного скорочення кількості осіб, які страждають від нестачі води; надавати країнам, що розвиваються, допомогу в нарощуванні їх науково-технічного потенціалу для переходу до більш раціональних моделей споживання і виробництва; розробляти й упроваджувати інструменти моніторингу впливу на сталий розвиток стійкого туризму, який сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції; підвищити опірність і здатність адаптуватися до небезпечних кліматичних явищ і стихійних лих у всіх країнах; забезпечити запобігання та суттєве скорочення будь-якого забруднення морського середовища, у тому числі внаслідок діяльності на суші, включаючи забруднення морським сміттям і поживними речовинами; забезпечити раціональне використання і захист морських та прибережних екосистем з метою запобігання значному негативному впливу, у тому числі шляхом підвищення стійкості цих екосистем, і вжити заходів щодо їх відновлення для забезпечення гарного екологічного стану та продуктивності океанів; забезпечити збереження, відновлення та раціональне використання наземних і внутрішніх прісноводних екосистем та їхніх послуг, у тому числі лісів, водно-болотних угідь, гір і посушливих земель, відповідно до зобов'язань, що випливають з міжнародних угод; забезпечити збереження

гірських екосистем, у тому числі їх біорізноманіття, щоб підвищити їх здатність давати блага, необхідні для сталого розвитку; вжити заходів для того, щоб покласти край браконьєрству і контрабандній торгівлі охоронюваними видами флори й фауни, та вирішити проблеми, що стосуються як попиту на незаконні продукти живої природи, так і їх пропозиції [148]. Все це дає змогу сформуванню стратегію розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку та моделювати показники міжнародних туристичних потоків.

На основі аналізу основних цілей та напрямів їх реалізації [148] ми визначили ключові параметри, що відображають розвиток сегментів міжнародних туристичних послуг, тобто стратегія розвитку туристичної галузі з врахуванням цих пріоритетів даватиме найбільш продуктивний результат (табл. 3.6).

Отже, туризм прямо чи опосередковано стосується усіх цілей сталого розвитку, звичайно, особливу роль він відіграє у цілях 8, 12 та 14, які відносяться відповідно до використання можливостей туристичної індустрії на основі стійкого економічного розвитку, стійкого споживання і виробництва, сталого використання океанів і морських ресурсів. Як зазначає Всесвітня туристична організація (UNWTO), спеціалізоване агентство ООН та провідні міжнародні організації в туристичній галузі, сталий розвиток напряму залежить від сталого розвитку туризму, що було проголошено після 2015 р.

*Таблиця 3.6*

**Зв'язок цілей сталого розвитку з використання потенціалу міжнародного туризму для їх досягнення\***

Глобальні цілі сталого розвитку 2030	Використання потенціалу міжнародного туризму в контексті виконання цілі розвитку
Ціль 1. Подолання бідності	За рахунок прибутковості галузі відбувається суттєве нарощення доходу, що відповідає стратегічним показникам даної цілі щодо ліквідації бідності до 2030 р., та можливості доступу до базових послуг, природних ресурсів, відповідних нових технологій і фінансових послуг, включаючи мікрофінансування на розвиток бізнесу в тому числі у сфері зеленого та сільського туризму. Мобілізація інвестиційних ресурсів міжнародного туризму надасть країнам, які розвиваються, достатні та передбачувані кошти для здійснення програм і стратегій з ліквідації бідності в усіх її формах

Глобальні цілі сталого розвитку 2030	Використання потенціалу міжнародного туризму в контексті виконання цілі розвитку
Ціль 2. Викорінення голоду, забезпечення продовольчої безпеки та покращення харчування, заохочення раціонального ведення сільського господарства	Оскільки сфера туризму базується на забезпеченні продуктами харчування, то створення стійких систем виробництва продуктів харчування, які дозволяють підвищити продуктивність та збільшити обсяги виробництва, сприяють збереженню екосистем, зміцнюють здатність адаптуватися до зміни клімату, екстремальних погодних явищ, засух, повеней та інших лих і поступово покращують якість земель та ґрунтів, що лягає в основу забезпечення конкурентоспроможності галузі. Крім того, збереження генетичного різноманіття насіння і культивованих рослин, а також сільськогосподарських і домашніх тварин та відповідних ним диких видів, у т.ч. шляхом належного утримання різноманітних банків насіння і рослин на національному, регіональному та міжнародному рівнях, сприяти розширенню доступу до генетичних ресурсів і пов'язаних з ними традиційних знань і спільному використанню на справедливій і рівній основі вигод від їх застосування на умовах, погоджених на міжнародному рівні є інструментом створення нових туристичних дестинацій
Ціль 3. Забезпечення здорового способу життя та добробуту людей будь-якого віку	За рахунок підвищеного ризику міжнародного туризму, що пов'язаний з переїздом у різні країни і можливістю інфікування різними хворобами, вже сьогодні турист підлягає обов'язковій вакцинації та забезпеченні загальним охопленням послугами охорони здоров'я, доступ до якісних основних медико-санітарних послуг і до безпечних, ефективних, якісних і недорогих основних лікарських засобів і вакцин для всіх. Це стимулює дослідження і розробки вакцин і лікарських препаратів для лікування інфекційних та неінфекційних хвороб, які, насамперед, стосуються країн, що розвиваються, забезпечувати доступність недорогих основних лікарських засобів і вакцин
Ціль 4. Забезпечення всеохоплюючої і справедливої якісної освіти та заохочення можливості навчання впродовж життя для всіх	Міжнародний туризм спонукає до підвищення рівня кваліфікації персоналу готельно-ресторанного сектора, гідів та іншого обслуговуючого персоналу переважно з місцевого населення, що сприятиме навчанню з прав людини, пропаганди культури миру та ненасильства, громадянства світу й усвідомлення цінності культурного різноманіття
Ціль 5. Забезпечення гендерної рівності, розширення прав і можливостей усіх жінок та дівчаток	Розвиток туристичної індустрії відбувається на основі транснаціональних туристичних корпораціях, що сформовані на основі гендерної рівності, що є основою управління провідних світових компаній. Саме тому це забезпечить всебічну і реальну участь жінок і рівні для них можливості для лідерства на всіх рівнях прийняття рішень у політичному, економічному та суспільному житті в країнах, що розвиваються
Ціль 6. Забезпечення наявності та сталого управління водними ресурсами та санітарією	Туристична індустрія активно використовує природні ресурси, тому ефективне використання та збереження водних ресурсів є ключовим елементом у забезпеченні подальшого розвитку туризму. Як наслідок, програмні результати щодо підвищення якості води, ліквідації скидання відходів і зведення до мінімуму викидів небезпечних хімічних речовин та матеріалів, скорочення вдвічі частки неочищених стічних вод і значного збільшення масштабів рециркуляції та безпечного повторного використання стічних вод у всьому світі може стати стратегічним у використанні потенціалу міжнародного туризму.



## Продовження табл. 3.6

Глобальні цілі сталого розвитку 2030	Використання потенціалу міжнародного туризму в контексті виконання цілі розвитку
Ціль 7. Забезпечення доступу всіх людей до прийнятних а ціною, надійних, сталих і сучасних джерел енергії	Однією з ключових сучасних тенденцій у сфері міжнародного туризму є впровадження альтернативних джерел, зокрема сонячних батарей у готельній індустрії, тому активізація міжнародного співробітництва з метою полегшення доступу до досліджень і технологій в галузі екологічно чистої енергетики, розширення інфраструктури енергопостачання у країнах, що розвиваються, зокрема у найменш розвинених країнах, малих острівних державах є пріоритетом надання міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку
Ціль 8. Сприяння безперервному, всеохопному і сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх	Проведений попередньо аналіз засвідчив, що загальний внесок від туризму у ВВП, туристичні витрати резидентів всередині країни, прямі надходження від туризму у ВВП, сукупні капіталовкладення в туристичну галузь, витрати міжнародних туристів усередині країни суттєво впливають на ВВП країни, а відповідно нарощення цих показників призведе до зростання валового внутрішнього продукту на рівні не менше 7 % на рік у найменш розвинених країнах
Ціль 9. Створення стійкої інфраструктури, сприяння всеохоплюючій і сталій індустріалізації та інноваціям	Ключовою передумовою розвитку міжнародного туризму є якісна, надійна, стійка та стала інфраструктура, тому й в подальшому завданням індустрії стане розвиток екологічно стійкої і сталої інфраструктури в країнах, що розвиваються, за рахунок збільшення фінансової, технологічної та технічної підтримки африканських країн, найменш розвинених країн, країн, що не мають виходу до моря, і малих острівних держав, що розвиваються, а також істотно розширити доступ до інформаційно-комунікаційних технологій і прагнути до забезпечення загального і недорогого доступу до Інтернету в найменш розвинених країнах
Ціль 10. Скорочення нерівності всередині країн і між ними	Розвиток кустарного виробництва у туристичній індустрії заохочує активну участь усіх людей у соціальному, економічному і політичному житті. Забезпечити більшу представленість і більше право голосу країн, що розвиваються, у процесах прийняття рішень у глобальних міжнародних економічних і фінансових установах, щоб зробити ці установи більш ефективними, авторитетними, підзвітними і легітимними
Ціль 11. Забезпечення відкритості, безпеки, життєстійкості й екологічної стійкості міст і населених пунктів	Туристична індустрія передбачає транспортне сполучення, тому користуватися безпечними, недорогими, доступними та екологічно стійкими транспортними системами на основі підвищення безпеки дорожнього руху, зокрема розширення використання громадського транспорту, забезпечити загальний доступ до безпечних, доступних і відкритих для всіх зелених зон та громадських місць є стратегічним напрямом розвитку в країнах, що розвиваються та намагаються використати свій туристичний потенціал
Ціль 12. Забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва	Оскільки більшість країн, що розвиваються, не володіють ефективним інституційним механізмом для забезпечення раціональних моделей виробництва, створення доданої вартості та споживання, то розробляти й упроваджувати інструменти моніторингу впливу на сталий розвиток стійкого туризму, який сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції належить саме індустрії міжнародного туризму

Глобальні цілі сталого розвитку 2030	Використання потенціалу міжнародного туризму в контексті виконання цілі розвитку
Ціль 13. Вжиття невідкладних заходів щодо боротьби зі зміною клімату та її наслідками	Використання туристичного потенціалу повинно здійснюватись на основі пом'якшення гостроти та послаблення наслідків зміни клімату, адаптації до них і раннього попередження. Як наслідок, сегменти ринку міжнародного туризму повинні бути направлені на створення механізмів зі зміцнення можливостей планування й управління, пов'язаних зі зміною клімату, в найменш розвинених країнах і малих острівних державах, що розвиваються
Ціль 14. Збереження та стале використання океанів, морів і морських ресурсів в інтересах сталого розвитку	Морські ресурси є ключовим багатством більшості острівних держав, тому забезпечити раціональне використання і захист морських та прибережних екосистем з метою запобігти значному негативному впливу, у тому числі шляхом підвищення стійкості цих екосистем, і вжити заходів щодо їх відновлення для забезпечення гарного екологічного стану та продуктивності океанів повинно стати ключовим елементом державних стратегій щодо збереження таких рекреаційних ресурсів та світової спільноти в цілому. Міжнародна туристична діяльність та новостворені туристичні по-токи допоможуть підвищити економічні вигоди, одержувані ма-лими острівними державами, що розвиваються, і найменш розви-неними країнами від екологічно раціонального використання мор-ських ресурсів, у тому числі завдяки екологічно раціональній ор-ганізації рибного господарства, аквакультури і туризму
Ціль 15. Захист і відновлення екосистем суші та сприяння їх раціональному використанню, раціональне лісокористування	Розбудова інфраструктури та значні доходи від туристичної діяльності дадуть змогу мобілізувати значні ресурси з усіх джерел і на всіх рівнях для фінансування раціонального лісокористування та дати країнам, що розвиваються, адекватні стимули для застосування таких методів управління, в т.ч. з метою збереження та відновлення лісів. Окремим напрямом діяльності виступає раціональне ведення сіль-ського господарства, яке забезпечує продуктами харчування ресто-ранний бізнес та може призупинити деградацію земель
Ціль 16. Сприяння розбудові миролюбного і всеохопного суспільства задля сталого розвитку	Одним з ключових напрямів міжнародного туризму є поглиблення крос-культурної взаємодії між різними за рівнями економічного розвитку країнами. Це призводить до підвищення рівня свідомості, скорочення диспропорцій у сприйнятті верховенства права на на-ціональному та міжнародному рівнях, спростування конфліктів між різними верствами населення. Разом з тим, розширюється та акти-візується участь країн, що розвиваються, в діяльності органів гло-бального регулювання. Зміцнення ролі національних, регіональних та міждержавних установ, у т.ч. завдяки міжнародній співпраці, з метою нарощування на всіх рівнях, зокрема в країнах, що розви-ваються, потенціалу у справі запобігання насильству та боротьби з тероризмом і злочинністю
Ціль 17. Зміцнення засобів реалізації глобаль-ного партнерства в інтересах сталого розвитку та активізація його діяльності	Використання потенціалу туристичного ринку дасть змогу суттєво наростити економічний добробут країн, що розвиваються, що дасть їм змогу швидше вирішити проблему зовнішньої заборгованості зав-дяки проведенню скоординованої політики, спрямованої на заохо-чення, залежно від обставин, фінансування за рахунок позикових коштів, полегшення боргового тягара та реструктуризації заборго-ваності, а також вирішити проблему зовнішньої заборгованості бід-них країн з великою заборгованістю, щоб полегшити їх борговий тягар

\* Джерело: складено автором на основі [173]

Однак для виконання цього порядку денного, необхідна чітка рамка імплементації, з відповідними фінансування та інвестиції в технології, інфраструктуру та людські ресурси, які б дали змогу реалізувати потенціал туристичного сектору в досягненні Цілей сталого розвитку 2030 [184, с. 22].

Розширення дешевих та ефективних транспортних систем було однією з основних причин швидкого зростання міжнародного туризму протягом останніх десятиліть. На авіацію припадає 4–9% світових викидів парникових газів, які зросли на 86% у період 1990–2010 рр. Оскільки сучасна статистика підтверджує, що на транспорт, породжений туризмом, припадає близько 75% викидів CO<sub>2</sub>, то для країн, що розвиваються, врахування цієї загрози в умовах забезпечення сталого розвитку є важливим. Зокрема, Міжнародна асоціація повітряного транспорту оголосила програму активних скорочень викидів повітряного транспорту за допомогою трьох конкретних цілей: підвищення ефективності викидів вуглецю; програма стабілізації викидів за рахунок нейтрального вуглецевого зростання; абсолютне скорочення викидів вуглецю авіацією на 50% до 2050 р.

Серед досліджуваних країн у Мексиці вже розробили путівник який пропонує широкий спектр способів вимірювання стійкості в туризмі на основі складання рекомендованих базових показників [176, с. 101].

Як зазначає Організація економічного співробітництва та розвитку, туризм сприяє діяльності практично в усіх галузях економіки, оскільки це діяльність за допомогою якого споживач приходять до послуги, споживає ідентифіковані туристичні продукти, а також несе звичайні щоденні витрати на життя в цьому регіоні. Широкий характер продуктів та послуг, споживаних туристами, представляє особливі проблеми, які не властиві іншим товарним ринкам. Крім того, туризм має соціальні наслідки як позитивного, так і негативного характеру, зокрема, злочинність, затори, ціни на землю та інші товари, а також міські зручності та створення життєво важливих зв'язків з іншим галузями економіки. Це ілюструє, наскільки туризм має безліч зацікавлених сторін, і показує, як уряди повинні вирішувати горизонтальні проблеми (через агенції, відповідальні за це транспорт, інфраструктура, регіональний розвиток, імміграція та митниця, освіта та навчання

тощо) і вертикальні питання (від національного рівня до наддержавного, регіонального, муніципального та місцеві рівні влади) у проектуванні та виконанні пов'язаних з туризмом політики та програм. Сталий розвиток у туризмі визначає багато галузей промисловості, які характерні для туризму або пов'язані з ним. Витрати відвідувачів прямують до широкого кола підприємств, розташованих у туристичному напрямі, який часто не ототожнює себе з туризмом. Крім того, структура галузі є значною розгалуженою порівняно до інших суб'єктів, що працюють на висококонкурентних ринках. Зазвичай, такі фірми мають мало можливостей для довгострокового планування, досліджень або стратегічного розвитку [186]. Тобто, окремо слід зазначити значний вплив макrorівня на формування та реалізацію туристично-рекреаційного потенціалу у країнах, що розвиваються. Оскільки суб'єкти господарювання виступають основними інституціями, що створюють туристичний продукт чи послугу, то їх екологізація стає предметом визначення сталого розвитку світового туристичного продукту.

Як зазначає Романчук Л. Д. [167, с. 245] екологічна складова має гарантувати безпеку суспільству від суб'єктів господарювання, що здійснюють виробничо-комерційну діяльність. З цією метою підприємства готельного господарства повинні ретельно дотримуватись національних норм мінімально допустимого вмісту шкідливих речовин, що потрапляють у навколишнє середовище, та екологічних параметрів послуг, що надаються. Конкурентоспроможність підприємств готельного господарства залежить від елементів впливу екологічної складової та є основою для майбутнього забезпечення еколого-економічної ефективності діяльності підприємства на засадах сталого розвитку.

Моделювання динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у контексті вимірів сталого розвитку повинно відбуватися на основі зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Значне зростання туристичних потоків з 25 млн у 1950-х рр.. до 1350 млн осіб. у 2018 р. суттєво підвищує вплив на навколишнє середовище і змінює структуру розвитку світового господарства. Країни, що розвиваються, володіють значним природним потенціалом і використання цих можливостей дає змогу суттєво

наростити обсяги ВВП за умови збереження природної цілісності ландшафту та можливостям протистояти антропогенному навантаженню. Дані країни прагнуть активно вступати в конкурентну боротьбу щодо залучення туристичного потоку, і, як наслідок, можуть використати накопичений досвід розвинутих держав та в у мовах використання принципів сталого розвитку, в тому числі орієнтуючись на конкретні глобальні цілі сталого розвитку 2030 здійснити економічний прорив. Тісний взаємозв'язок між якістю природного середовища та якістю туристичних послуг вимагає збереження наявних ресурсів та обмеження зростання туристичних комплексів. Саме рекреаційний та екотуризм стають пріоритетними напрямками розвитку туристичного потенціалу у країнах, що розвиваються, оскільки вони є основними стратегічними віхами у врахуванні екологічного, соціального та економічного напрямів діяльності людства, а збереження первинної природи визначено ключовою стратегією усіх країн. Короткочасні пріоритети отримання прибутку від туристичної діяльності повинні поступитися стратегічному баченню розвитку країни з досягненням рівноваги між суспільством, екологією та економікою, незважаючи на пріоритетність нарощення ВВП, особливо у країнах, що розвиваються.

Отже, надання міжнародних туристичних послуг суттєво впливає на економічний розвиток країн, що розвиваються. Оскільки послуга споживається в країні надання, тобто турист приходить до постачальника, галузь може зіграти ключову роль у подоланні бідності, надання робочих місць для некваліфікованих або напівкваліфікованих працівників у готелях, курортах та інших культурних майданчиках, а також заохочення створення робочих місць у галузях постачання. Разом з тим, необхідно забезпечити розподіл антропогенного навантаження та прийняття заходів для мінімізації негативного впливу туризму на навколишнє середовище.

Туристична індустрія пропонує значні можливості як інструмент сталого розвитку, використовуючи, які країни, що розвиваються, можуть узгодити зусилля зацікавлених сторін на всіх рівнях для подолання залишилися викликів

та повноцінного використання туристичного потенціалу як каталізатор позитивних змін [187], серед них UNWTO визначило:

– стале економічне зростання – як економічна сила, туристичний сектор відіграє ключову роль у світовій економіці. Капіталізація сильного економічного потенціалу туризму залежатиме від розвитку сприятливого бізнес-середовища, яке характеризується стабільністю та підтримуючою політикою. Для цього потрібні зусилля для вирішення існуючого обмеженого слабкого ділового середовища, особливо в країнах, що розвиваються – включаючи дефіцит робочої сили та навичок; обмежений доступ до фінансів; і низький рівень інвестицій включаючи прямі іноземні інвестиції (ПІІ);

– соціальна справедливість, зайнятість та зменшення бідності – туризм є частиною світової економіки що сприяє інклюзивному зростанню та стосується збільшення можливостей для всіх, забезпечуючи справедливість та продуктивна зайнятість;

– ефективність використання ресурсів, захист навколишнього середовища та зміни клімату – це екологічна відповідальність, що є основною вимогою сталого розвитку. Відповідно до Паризької угоди 2015 р., туристичний сектор вимагає більш жорстких зусиль для моніторингу, звітування та зменшення споживання ресурсів, викиди за допомогою стратегій для зменшення деградації навколишнього середовища та надмірного використання ресурсів;

– культурні цінності, різноманітність та спадщина – туризм представляє помітні можливості для збереження багатой світової культурної спадщини, в той час, як культура пропонує інноваційні засоби отримання соціально-економічних вигод через туризм. Позиціонування «культурного туризму» як інструмента сталого розвитку вимагає більшої інтеграції між культурною та туристичною політикою на всіх рівнях, що сприяє спільним структурам, мережам і програмам;

– взаєморозуміння, мир і безпека – трансформаційна сила туризму, будучи орієнтованою на людей, може бути використана як сила миру. Досвід може допомогти створити і підтримувати умови для взаємодія, міжкультурні зустрічі та інтерпретацію на місцях, пов'язаних з миром і конфліктами.

### **3.2. Оцінка впливу процесу інтеграції України в глобалізаційні ринки туристичних послуг на показники її сталого розвитку**

Незважаючи на те, що Україна активно інтегрується у сферу послуг системи міжнародних економічних відносин в цілому, вплив міжнародного туризму на її соціально-економічний розвиток може слугувати важливим компонентом, що пришвидшить економічне зростання та динамізує процеси детінізації, зростання рівня соціального забезпечення та гарантій. Незважаючи на те, що наша країна не входить у групу тих, що розвивається, потенціал туристичного ринку є значним і не використовується у повній мірі, що засвідчив попередньо проведений аналіз. Зазначимо, чому відповідно до теми дисертації ми проводимо оцінку впливу процесу інтеграції України до глобального ринку туристичних послуг та показники її сталого розвитку. Необхідно з'ясувати, що об'єднує країни, що розвиваються, кластеру № 3 з Україною, який досвід даних країн можна застосувати у туристичній галузі нашої держави. Отже, що є спільного України із зазначеними державами: по-перше, зручне економіко-географічне положення на перетині головних транспортних шляхів, близькість споживача та туристичних дестинацій; по-друге, нераціональне використання можливостей туристичного ринку; по-третє, різноманітним багатством природних умов та ресурсів, унікальністю історичних пам'яток архітектури, культури та релігії; по-четверте, поєднання різних дестинацій; по-п'яте, однаковий спадок від командно-адміністративних систем, структури господарства та причин економічних криз; по-шосте, подібність трансформації національної економіки на засадах малокапітальних технологій. Саме з цією метою оцінка обсягу туристичних потоків, їх динаміка, географічна структура та вплив на загальні макроекономічні показники може визначити ключові інструменти задля покращення рівня соціально-економічного розвитку країни та подальшого нарощення інтеграції даної галузі у систему міжнародної туристичної діяльності [160, 161].

Визначаючи ключові сфери, які безпосередньо задіяні у створенні туристичного продукту, і вплив нарощення туристичного потоку, на які може бути максимальним, слід виокремити сектор розміщення та громадського харчування. Окрім того, кумулятивний ефект та ефективність розвитку галузі може бути виражений у доходах, отриманих від іноземних туристів, часткою працевлаштованих у цій галузі, безпосереднім внеском туристичної індустрії у ВВП країни, збільшенням надходження іноземної валюти; реформування структури відпочинку, яка може бути використана і місцевими жителями; обсяг залучення капіталу, в т.ч. й іноземного; збільшення податкових надходжень.

За даними міжнародних організацій у 2016 р. Україна увійшла в тридцятку найбільш відвідуваних країн світу з показником 13,33 млн осіб. Ключовим у цьому аспекті слід зазначити, що за даними Державної служби статистики (табл. 3.7) ще у 2013 р. цей показник становив 24,67 млн осіб, що відповідало 15 місцю у загальносвітовому рейтингу. Тобто за рахунок анексії Криму та військовій агресії на сході країни вхідний туристичний потік скоротився на 54 %.

Таблиця 3.7

### Аналіз міжнародних туристичних потоків України у 2000–2018 рр.\*

Рік	Кількість громадян України, які ввійджали за кордон, осіб	Кількість іноземців, які відвідали Україну, осіб	Сальдо, осіб	Загальний туристичний потік, осіб	Дохід від міжнародного туризму		Кількість туристів, обслугованих туроператорами та тур агентами, осіб
					млн дол. США	дол. США на 1 іноземця	
2000	13422320	6430940	-6991380	19853260	563	87,54552	2013998
2001	14849033	9174166	-5674867	24023199	759	82,73232	2175090
2002	14729444	10516665	-4212779	25246109	1001	95,18227	2265317
2003	14794932	12513883	-2281049	27308815	1204	96,21314	2856983
2004	15487571	15629213	141642	31116784	2931	187,5334	1890370
2005	16453704	17630760	1177056	34084464	3542	200,8989	1825649
2006	16875256	18935775	2060519	35811031	4018	212,1909	2206498
2007	17334653	23122157	5787504	40456810	5320	230,0823	2863820
2008	15498567	25449078	9950511	40947645	6722	264,1353	3041655
2009	15333949	20798342	5464393	36132291	4349	209,1032	2290097
2010	17180034	21203327	4023293	38383361	4696	221,4747	2280757
2011	19773143	21415296	1642153	41188439	5406	252,4364	2199977
2012	21432836	23012823	1579987	44445659	5988	260,2028	3000696
2013	23761287	24671227	909940	48432514	5931	240,4015	3454316
2014	22437671	12711507	-9726164	35149178	2264	178,1063	2425089



## Продовження таблиці 3.7

2015	23141646	12428286	-10713360	35569932	1662	133,7272	2019576
2016	24668233	13333096	-11335137	38001329	1723	129,2273	2549606
2017	26437413	14229642	-12207771	40667055	1999	140,4814	2806426
2018	27811000	14104000	-13707000	41915000	2001	1418,037	4557447

\* Джерело: складено автором на основі [176]

Коментуючи таблицю слід зазначити, що кількість іноземців, які відвідали Україну за аналізований період протягом 2000–2013 рр., неухильно зростала, що призвело до формування негативного сальдо по туристичному потоку у 2004–2013 рр. Навіть світова фінансова криза 2009 р. не змінила даної ситуації та незважаючи на скорочення вхідного туристичного потоку з 25,4 млн осіб до 20,8 млн осіб. Сальдо становило –5,4 млн осіб та принесло дохід в розмірі 4,3 млрд дол. США.

Слід відмітити, що лише незначна частина цих туристів використовує туроператорів та тур агентів для організації свого відпочинку, як для вхідного, так і для вихідного туристичного потоку це значення не перевищує 10 %. (табл. 3.8, рис. 3.4).

Таблиця 3.8

**Аналіз використання інституцій (туроператорів) для купівлі та споживання туристичного продукту**

Період	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами		У тому числі					
	усього, осіб.	у % до загального туристичного потоку (ЗТП)	іноземні туристи		туристи громадяни України, які виїжджали за кордон		внутрішні туристи	
			осіб.	у % до ЗТП	осіб.	у % до ЗТП	осіб	у % до ЗТП
2000	2013998	10,14	377871	1,90	285353	1,44	1350774	6,80
2001	2175090	9,05	416186	1,73	271281	1,13	1487623	6,19
2002	2265317	8,97	417729	1,65	302632	1,20	1544956	6,12
2003	2856983	10,46	590641	2,16	344 332	1,26	1922010	7,04
2004	1890370	6,08	436311	1,40	441798	1,42	1012261	3,25
2005	1825649	5,36	326389	0,96	566942	1,66	932318	2,74
2006	2206498	6,16	299125	0,84	868228	2,42	1039145	2,90
2007	2863820	7,08	372455	0,92	336049	0,83	2155316	5,33
2008	3041655	7,43	372752	0,91	1282023	3,13	1386880	3,39
2009	2290097	6,34	282287	0,78	913640	2,53	1094170	3,03
2010	2280757	5,94	335835	0,87	1295623	3,38	649299	1,69
2011	2199977	5,34	234271	0,57	1250068	3,03	715638	1,74
2012	3000696	6,75	270064	0,61	1956662	4,40	773970	1,74

## Продовження таблиці 3.8

2013	3454316	7,13	232311	0,48	2519390	5,20	702615	1,45
2014	2425089	6,9	17070	0,05	2085273	5,93	322746	0,92
2015	2019576	5,68	15159	0,04	1647390	4,63	357027	1,00
2016	2549606	6,71	35071	0,09	2060974	5,42	453561	1,19
2017	2806426	6,9	39605	0,10	2289854	5,63	476967	1,17
2018	4557447	10,87	75945	0,18	4024703	9,60	456799	1,09

\* Джерело: складено автором на основі [176]

Як видно з таблиці, з них в останні роки основна частка припадає на громадян України, які виїждять за кордон (5,63 із 6,9 %), у той час, як частка іноземних туристів, що обслуговуються туроператорами та турагентами становить 0,1 % від загального туристичного потоку. Це свідчить як про низький рівень інституційного розвитку галузі в Україні, так і про відсутність сильної маркетингової системи, що здійснювала просування туристичного бренду за кордоном та давала реальний ефект посиляючись на учасників туристичного ринку в національній економіці. Цілком логічно стверджувати, що за кордоном спостерігається тенденція до відмови від використання таких інституцій, і бажання туриста самостійно формувати пакет туристичних послуг та атракцій, що він планує відвідати. В даному аспекті важливо інформаційно насичити інтернет-простір можливостями українського туристичного бізнесу та, відповідно, супутніх агенцій щодо споживання туристичних товарів на визначених територіях та дестинаціях.

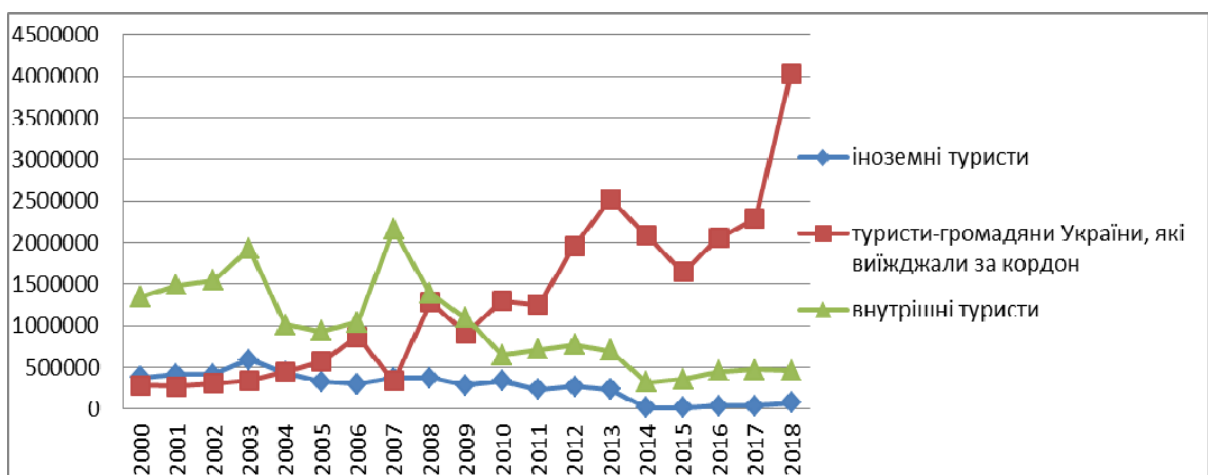


Рис. 3.4. Динаміка використання туроператорів різними видами туристів (2000–2018 рр.)\*

\* Джерело: складено автором на основі [176]

У продовження аналізу слід констатувати, що незважаючи на значні обсяги іноземних туристів, які відвідали Україну, загальний дохід від туристичної сфери є незначним. Зокрема, у 2008 р. цей показник становив 264 дол. США на 1 іноземного туриста, а у 2017 – 129 дол. США/люд.

Порівнюючи частку галузі в структурі ВВП з іншими країнами, що розвиваються, можна констатувати значне недоотримання прибутків від міжнародного туризму та, відповідно, його впливу на соціально-економічний розвиток нашої держави.

Рівень загальної конкурентоспроможності України у сфері туризму та подорожей протягом 2009–2019 рр. досить суттєво коливався (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

**Місце України в глобальному рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей за даними Всесвітнього економічного форуму\***

Показник	Місце в рейтингу					Динаміка абсолютних змін	
	2009	2011	2013	2016	2019	2016/ 2013	2019/ 2009
Загальний рейтинг конкурентоспроможності	77	85	76	88	78	12	1
Бізнес-середовище	104	107	114	124	103	10	-1
Безпека та захист	86	82	77	127	107	50	21
Здоров'я та гігієна	18	17	8	8	11	0	-7
Людські ресурси та ринок праці	68	68	65	41	48	-24	-20
Інформаційно-комп'ютерна готовність	51	68	70	81	78	11	27
Пріоритетність туризму	87	101	84	90	92	6	5
Міжнародна відкритість				78	55	78	55
Цінова конкурентоспроможність	116	119	110	48	19	-62	-97
Сталість навколишнього середовища	79	88	92	97	114	5	35
Інфраструктура повітряного транспорту	94	93	78	79	71	1	-23
Інфраструктура наземного транспорту та портів	72	74	73	81	77	8	5
Туристична інфраструктура	55	53	50	71	65	21	10
Природні ресурси	112	119	102	71	116	-31	4
Культурні ресурси та бізнес-подорож	88	86	80	115	56	35	-32

\* Джерело: складено автором на основі [104]

За даними форуму, основними факторами, що заважають веденню бізнесу та, відповідно, знижують рівень конкурентоспроможності, у 2016 р. є корупція (14 % респондентів), політична нестабільність (13,2 %), інфляція (11,9 %),

неефективна урядова бюрократія (11,4 %), доступ до фінансування (11,2 %), нестабільність уряду (8,2 %), податкові ставки (7,3 %), податкові правила (6,8 %), нормативні акти щодо іноземної валюти (4,5 %), недостатній розвиток інфраструктури (2,7 %), обмежувальні норми трудового законодавства (2,5 %), недостатня здатність до впровадження інновацій (1,6 %), рівень злочинності (1,6 %), погана трудова етика щодо робочої сили (1,5 %), низький стан охорони здоров'я (1,3 %), малоосвічена робоча сила (0,3 %) [188].

У 2016 р. Україна знову опустилася на 85 місце зі 138 досліджуваних країн із загальним рейтингом 4,0. Серед індексів потрібно виокремити інституційний блок, макроекономічні показники й розвиток фінансового ринку, де наша держава займає відповідно 129, 128 та 130 місця. Найкращі позиції вона має за показниками освіти (33 позиція), інновацій (52), охорони здоров'я та первинної освіти (54).

Дані 2019 року засвідчують вагомі покращення показників за певними групами субіндексів у порівнянні з 2016 р. (рис. 3.5), зокрема, відбулося суттєве зростання індексу, що характеризує бізнес-середовище (Україна піднялася з 124 місця на 103), показників здоров'я та гігієни (11 місце), людські ресурси та ринок праці (41 позиція), цінова конкурентоспроможність (19 місце), культурні ресурси та бізнес-подорожі (115 місце у 2016 р. та 56 місце у 2019 р.). Дані субіндекси характеризуються суттєвими змінами у порівнянні навіть з 2009 р., що визначає позитивний тренд сформованих трансформацій та підтверджує тезу про позитивний вплив туризму як на загальне економічне зростання, так і на кумулятивний ефект у розвитку усіх суміжних складових, таких як інфраструктура, соціальний вектор, природний потенціал, що становлять основу сталого розвитку.

Враховуючи проведений аналіз, ми можемо стверджувати, що основними галузевими факторами, які заважають нарощувати використання конкурентних можливостей у галузі туризму, є низький рівень розвитку інституцій та туристичної інфраструктури, відсутність держаної політики щодо їх відповідності світовим стандартам, але водночас важливий складник

реалізації конкурентного потенціалу – просування туристського продукту на міжнародні ринки [176].

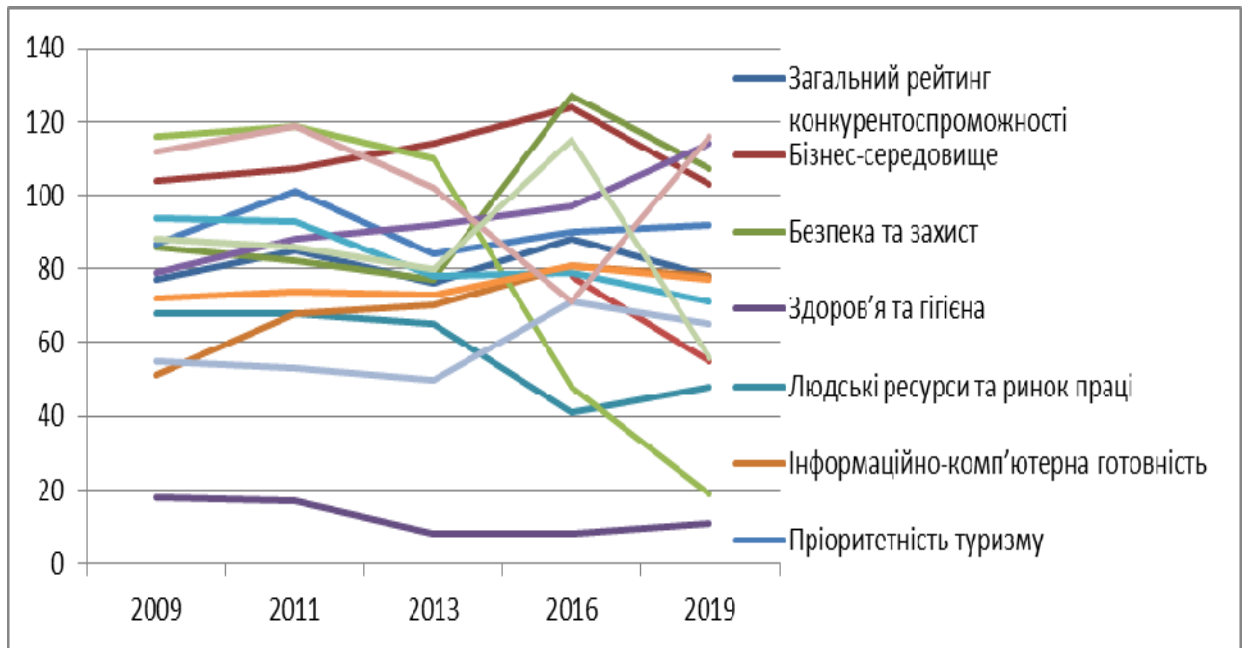


Рис. 3.5. Динаміка складових індексу конкурентоспроможності подорожей та туризму України у 2009–2019 рр.\*

\* Джерело: складено автором на основі [176,186]

Інвестиційний розвиток сфери туризму значною мірою залежить від рівня економічного розвитку країни, а з іншого боку, інвестиційний динамізм сфери туризму є важливим поштовхом до економічного зростання країни. В підтвердження, Європейська туристична комісія, зазначає, що у 2014 р. темпи зростання світового ринку туристичних послуг перевищили темпи зростання світової економіки. За експертними оцінками, при повноцінному використанні українського туристичного потенціалу надходження до бюджетів усіх рівнів можуть становити приблизно стільки ж (близько 10 млрд дол. США на рік), скільки отримують країни, співвимірні з Україною за туристично-рекреаційним потенціалом [154, с. 26–27].

Визначаючи тренди впливу туризму на економічний розвиток України, ми можемо сформулювати залежність, яка обґрунтовується парною кореляцією цих складових.

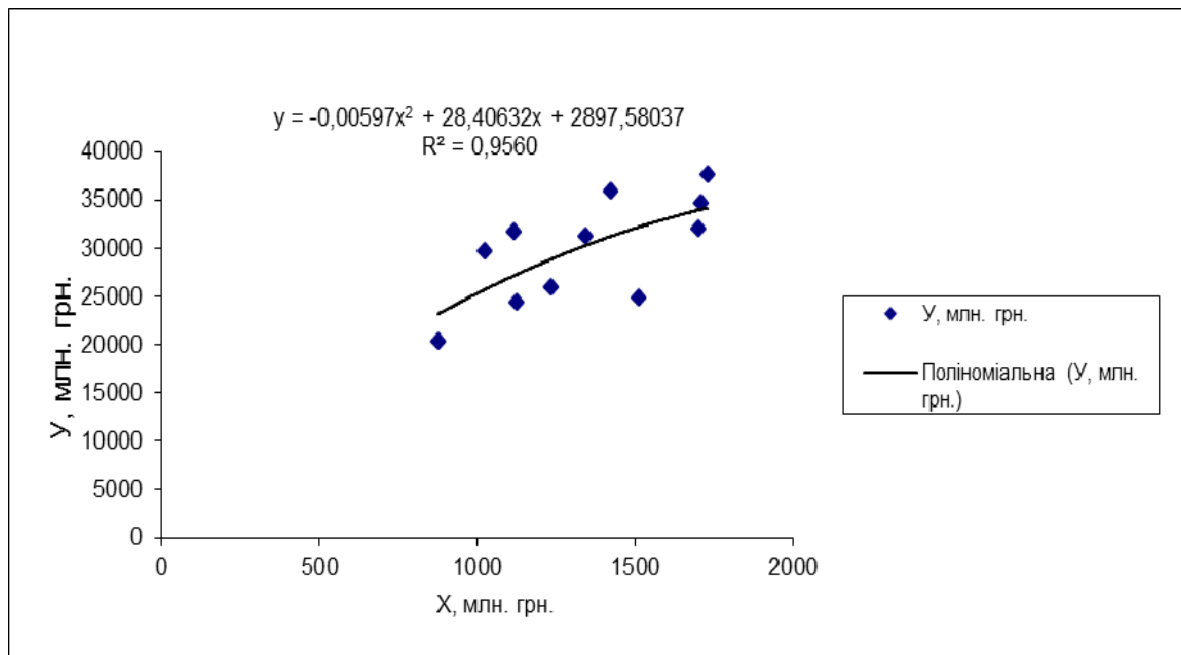


Рис. 3.6. Лінія тренду впливу туризму на ВВП України\*

\* Джерело: складено автором

Як зазначалося, показниками, вплив яких є найбільш суттєвим та кореляційно значимим, визначено надходження від міжнародного туризму, витрати туристів за кордоном, прямі надходження від туризму у ВВП, сукупні капіталовкладення в туристичну галузь, витрати міжнародних туристів усередині країни; усі показники є співвимірними, оскільки розраховані в мільярдах доларів США (табл. 3.8). Сформоване рівняння дасть змогу визначити вплив кожного фактора та розробити пропозиції щодо нарощення використання конкурентних переваг України.

Таблиця 3.10

**Емпіричні дані для побудови кореляційно-регресійної моделі залежності ВВП України від факторів розвитку міжнародного туризму\***

Рік	ВВП, млрд дол. США	Надходження від міжнародного туризму, млрд дол. США	Витрати туристів за кордоном, млрд дол. США	Прямі надходження від туризму у ВВП, млрд дол. США	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь, млрд дол. США	Витрати міжнародних туристів у середині країни, млрд дол. США
2000	32,33	2,2	0,561	0,6	0,12	0,563
2001	39,31	2,7	0,676	0,7	0,13	0,759
2002	43,96	2,9	0,794	0,8	0,18	1,001
2003	52,01	3,5	0,953	1	0,21	1,204

## Продовження таблиці 3.10

2004	67,23	5,9	2,66	1,7	0,25	2,931
2005	89,28	7,5	3,078	2	0,4	3,542
2006	111,89	9,1	3,202	2,4	0,5	4,018
2007	148,73	11,8	4,022	3,1	0,9	5,32
2008	188,24	14,4	4,585	3,7	1,3	6,722
2009	121,55	9,8	3,751	2,6	0,7	4,349
2010	136,01	10,3	4,134	2,7	0,5	4,696
2011	163,16	12,3	4,829	3,3	0,7	5,406
2012	175,71	13,4	5,536	3,6	0,8	5,988
2013	179,57	13,9	6,3	3,8	0,7	5,931
2014	132,34	7,4	5,47	2	0,4	2,263
2015	90,52	4,9	4,8	1,3	0,2	1,4
2016	93,31	5,1	4,9	2,4	0,4	1,5
2017	112,13	6,3	5,0	2,3	0,3	1,7
2018	130,86	6,8	5,0	2,0	0,4	2,0

\* Джерело: складено автором на основі [167]

Результати використання програмного продукту для побудови багатofакторної моделі наведено в табл. 3.11.

Отже, рівняння залежності ВВП від показників розвитку туризму для України матиме такий вигляд:

$$Y = 22,032X_1 + 5,509X_2 - 8,5136X_3 + 26,999X_4 - 23,8121X_5 - 0,70136.$$

Таблиця 3.11

**Результати моделювання на основі  
використання програмного продукту «Аналіз даних»\***

	Коефіцієнти	Стандартна похибка	t-статистика	P-значення	Нижнє, 95%	Верхнє, 95%	Нижнє, 95,0%	Верхнє, 95,0%
Y-перетин	-0,701361196	4,141433235	-0,169352288	0,868340854	-9,724769062	8,32204667	-9,72477	8,322047
1	22,032019	3,539172002	6,225190238	4,41591E-05	14,32082563	29,74321236	14,32083	29,74321
2	5,509150711	2,135771569	2,579466264	0,024121452	0,855704215	10,16259721	0,855704	10,1626
3	-8,513631897	6,108137836	-1,393817907	0,188647312	-21,82212098	4,794857185	-21,8221	4,794857
4	26,9994936	10,97622236	2,459816567	0,030048561	3,084359504	50,9146277	3,08436	50,91463
5	-23,81216752	5,572540612	-4,273125883	0,001082086	-35,9536905	-11,67064454	-35,9537	-11,6706

\* Джерело: складено автором

Як бачимо, найбільш позитивно значущі показники надходжень від міжнародного туризму ( $X_1$ ), витрати туристів за кордоном ( $X_2$ ), сукупні капіталовкладення в туристичну галузь ( $X_4$ ), витрати міжнародних туристів

усередині країн, високі коефіцієнти яких вказують на тісну залежність ВВП від цих змінних. Протилежний йому фактор – витрати туристів за кордоном, що цілком логічно зменшуватиме ВВП країни постійного проживання туриста, тому й коефіцієнт має від’ємне значення. Зведений аналіз множинних коефіцієнтів кореляції адекватності моделі наведено в табл. 3.12.

Таблиця 3.12

**Перевірка моделі на адекватність на основі основних показників\***

Регресійна статистика					
Множинний R			0,995605548		
R-квадрат			0,991230407		
Нормований R-квадрат			0,98757641		
Стандартна помилка			5,163669978		
Спостереження			18		
Дисперсійний аналіз					
	df	SS	MS	F	Значення F
Регресія	5	36165,41031	7233,082062	271,2729166	6,59458E-12
Залишок	12	319,9618518	26,66348765		
Усього	17	36485,37216			

\* Джерело: складено автором

Аналіз даних табл. 3.12 свідчить, що всі коефіцієнти відповідають нормативним значенням, це дає нам підставу стверджувати, що модель є достовірною й може використовуватися для подальшого прогнозування.

На основі досліджень С. Русу ми можемо виокремити мультиплікативний ефект доходу від туризму, ефект туристичних грошових витрат, з огляду на створення нових доходів у національній економіці та мультиплікаційний ефект іноземних інвестицій. Первинна витрата, яку робить турист у готелі, використовуватиметься для нових інвестицій (обладнання) для оплати штату, товарів чи послуг або виплати боргів, в свою чергу, одержувачі використають ці гроші для покриття особистих потреб або для виплати власних боргів, розподіляючи їх між різними секторами економіки, і тим самим отримують новий дохід щоразу. Враховуючи величину даних, необхідних для достовірного розрахунку визначених мультиплікативних ефектів, ми вважатимемо за доцільне врахувати коефіцієнти нашого регресійного рівняння для обґрунтування



додаткових надходжень від туристичного сектора і залученого потоку. Коефіцієнт, що визначає сукупні капіталовкладення в туристичну галузь, становить 26,18, тобто кожна додаткова грошова одиниця, що у формі інвестицій буде залучена в туристичну сферу принесе у 26 разів більше доходу в сукупному ВВП, аналогічно і з витрати міжнародних туристів у середині країни, де коефіцієнт становить 14,7418, тобто саме ці дві складові даватимуть найбільший кумулятивний ефект у структурі ВВП і повинні стати пріоритетними в інструментарії нарощення конкурентоспроможності туристичного сектора України. Основними аспектами, що зупиняють використання туристично-рекреаційного потенціалу, є відсутність чітких механізмів контролю реальних надходжень та відповідного фінансування галузі для розбудови інфраструктури [162, 163].

Нами розроблено інтеграційний механізм входження туристичної галузі України у міжнародний ринок. Основою даного механізму є сучасні засади конкурентоспроможності туристичної галузі України (рис. 3.7). Вони обґрунтовують зручне економіко-географічне розташування, а також достатній рівень людського розвитку. Забезпеченість групами ресурсів та аспектами культури для формування гідного та конкурентоспроможного туристичного продукту, а також визначаємо наявність комплексу товарів та послуг для задоволення туристичних потреб населення та іноземних відвідувачів.



Рис. 3.7. Сучасні конкурентні переваги туристичної галузі України\*

\* Джерело: складено автором

Зазначимо, що загрозами ефективній туристичній діяльності є недостатній стан використання здобутків науково-технічного прогресу у туристичну галузь (рис. 3.8).



Рис. 3.8. Сучасні загрози ефективній діяльності туристичної галузі України\*

\* Джерело: складено автором

Також негативно впливає на ефективність туристичної діяльності недостатньо сприятливі умови для соціально-економічного розвитку та фінансування галузі, мовна політика для підготовки кадрів туристичної сфери, а також відставання розвитку туристичної інфраструктури від міжнародних стандартів. Отже, суть інтеграційного механізму входження туристичної галузі України у міжнародний ринок є структурні та валютно-інвестиційні засади, які включають наступні складові правничо-нормативні, інституційно-управлінські, гуманітарні та соціальні, інформаційно-інноваційні та логістичні (рис. 3.9).

Правничо-нормативні складові включають документи міжнародних інститутів; формування стратегій розвитку на регіональному та державному рівнях; система забезпечення якості виконання.

Інституційно-управлінські складові містять організаційну та інституційну систему співпраці між суб'єктами туристичного бізнесу на державному та міжнародному рівнях. Гуманітарні та соціальні складові реалізуються через освітню систему, фахове стажування та соціальний захист як основу сприяння сталого розвитку. Інформаційно-інноваційні та логістичні складові використовуються в результаті впровадження науково-технічного прогресу у туристичну сферу, транспортну інфраструктуру та PR-технологій [160,164, 165].

Зазначимо, що з 4.12.2019 р. постановою № 995 «Питання утворення деяких центральних органів виконавчої влади», державний механізм регулювання туристичної галузі України зазнав трансформації. Було створено Державне агентство

розвитку туризму України, що є центральним органом виконавчої влади. Головні його функції: сприяння ефективній реалізації державної політики у сфері туризму та курортів; стимулювання дій щодо створення конкурентної туристичної пропозиції, яка здатна активізувати як внутрішній, так і в'їзний туристичні потоки; координування дій усіх зацікавлених учасників туристичного ринку щодо популяризації вітчизняного туристичного продукту; адаптація стандартів міжнародних туристичних організацій для подальшої їх імплементації у національну нормативно-правову базу функціонування туристичної галузі; розробка дієвих механізмів інтеграції туристичного ринку України в єдиний європейський туристичний простір; здійснення категоризації об'єктів туристичної інфраструктури тощо.



Рис. 3.9. Інтеграційний механізм входження туристичної галузі України у міжнародний ринок\*

\* Джерело: складено автором

Даний орган координується Кабінетом Міністрів України через Міністерство культури та інформаційної політики, у повному обсязі свої

обов'язки розпочав виконувати 1.04.2020 р.

Отже, для України розвиток туристичної галузі та залучення додаткових туристичних потоків може слугувати вагомим інструментом задля покращення рівня соціально-економічного розвитку держави в цілому та регіонів, зокрема. В умовах децентралізації, значна частина об'єднаних територіальних громад отримала в розпорядження фінансові ресурси для розвитку інфраструктури, в тому числі й туристичної.

### **3.3. Механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму в контексті сталого розвитку**

Найважливішим етапом при формуванні механізму державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму в контексті сталого розвитку необхідно визначити стратегію розвитку туризму в країні (регіоні, місті), для чого необхідно застосувати стратегічний і конкурентний аналіз. Одним із таких інструментів є SWOT-аналіз, який широко використовується у зарубіжній практиці корпоративного управління. Цей універсальний метод особливо ефективний при аналізі переваг і недоліків туристичного ринку країн. На основі результатів стратегічного аналізу виробляються пріоритети розвитку туризму, а також у частині стратегії протидії негативним факторам. SWOT-аналіз допомагає з'ясувати обставини, за яких розвивається туристичний ринок країн, що розвиваються, збалансувати вплив внутрішніх переваг і недоліків з впливом сприятливих можливостей і загроз. Такий аналіз допомагає визначити не тільки можливості країни, а й усі доступні переваги над конкурентами [172, с. 43]. Врахування усіх чотирьох складових SWOT-аналізу в комплексі дасть змогу визначити основні стратегічні напрями розвитку туризму, сформулювати цілі та конкретні завдання. Крім того, SWOT-аналіз дасть змогу намітити план стратегічного розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються, в майбутньому, передбачити необхідні дії та засоби, врахувати нові можливості.

Проведений нами SWOT-аналіз наведено у табл. 3.13, на основі якого будуть розроблені рекомендації щодо підвищення ефективності функціонування туристичного сектору країн, що розвиваються.

Проведений у роботі SWOT-аналіз розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються, кластеру 3 дав можливість порівняти окремі напрями, недоліки та переваги туристичної діяльності у зазначених країнах в умовах формування засад сталого розвитку. Зокрема, до сильних сторін та можливостей країн, що розвиваються, на міжнародному ринку туристичних послуг запропоновано відносити: кваліфікацію персоналу та високий контроль якості, які сприятимуть швидкому пристосуванню до ринкових змін; високу технологічність, яка впливатиме та створюватиме нові види туризму з високою доданою вартістю (медичний, освітній) за допомогою віртуалізації, автоматизації, підвищення якості обслуговування, у результаті чого зростатиме рівень привабливості індустрії туризму зазначених країн у всіх сегментах. Підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту даних країн відбудеться завдяки запровадженню діджиталізації, віртуалізації, спрощенню електронних розрахунків, еволюції інтернет-платформ, зниженню частки транспортних витрат у загальній вартості турпродуктів і збільшенню частки розважальної компоненти; високий розвиток консалтингу в сфері туризмі, що дає можливість працювати з критичною масою платоспроможного споживача у сегменті професійної експертизи та налагодження бізнес-процесів у галузі.

Позитивним є високий мультиплікативний ефект від інвестицій в галузі туризму; дешева праця, яка дає можливість країнам, що розвиваються, досягати порівняно більшого ефекту мультиплікатора зайнятості в порівняльних умовах з точки зору абсолютних значень інвестицій, що особливо важливо з позиції парадигми зменшення бідності, відомої як *pro-poor tourism* і *pro-poor tourism development*. Запропоновано використовувати зазначені засоби при формуванні та реалізації державної політики для мінімізації ризиків порушення дисбалансу сталого розвитку, поєднувати глобальні медичні дослідження, превентивні заходи щодо запобігання поширення пандемії, а також перегляд інформаційно-інфраструктурно-логістичного інструментарію.

## Розширений SWOT-аналіз туристичної галузі країн, що розвиваються

<p style="text-align: center;">Зовнішнє середовище</p> <p style="text-align: center;">Внутрішнє середовище</p>	<p style="text-align: center;"><b>Opportunities – можливості (зовнішні)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Популяризація національних культур, історичної спадщини, природних багатств на закордонних ринках.</li> <li>2. Учассть у соціально-економічних структурах АСЕАН, сприяє інтенсифікації подорожей.</li> <li>3. З'явлення нових стандартів безпеки в туризмі</li> <li>4. Поява нових ринків-постачальників туристів.</li> <li>5. Зростання технологічності туристичного продукту з високою доданою вартістю (розвиток освітнього туризму) та формування освітніх кластерів у сфері туризму).</li> <li>6. Інвестування в галузі туризму.</li> <li>7. Розвиток консалтингу в туристичній сфері.</li> <li>8. Потенційна роль туризму у досягненні Цілей сталого розвитку.</li> <li>9. Механізми державного регулювання туризму, що формують моделі соціального партнерства.</li> <li>10. Запровадження стратегії конкурентоспроможного сталого туризму Координаційними радами з розвитку туризму</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Threats – загрози (зовнішні)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Зростання конкуренції між туристичними регіонами/країнами.</li> <li>2. Зростання мобільності для виїзду за кордон.</li> <li>3. Структурні втрати в індустрії туризму (недоотримані доходи).</li> <li>4. Економічні кризи.</li> <li>5. Природні та техногенні катастрофи.</li> <li>6. Політична нестабільність.</li> <li>7. Тероризм та загальний рівень злочинності.</li> <li>8. Екологічна деградація.</li> <li>9. Виклики пандемії, зокрема COVID19</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Strength – сильні сторони (внутрішні)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Унікальний історико-культурний потенціал.</li> <li>2. Різноманіття та багатство природних ландшафтів та рекреаційних ресурсів.</li> <li>3. Інвестиційна привабливість країн.</li> <li>4. Розвинений внутрішньо регіональний туризм.</li> <li>5. Дешева вартість трудових ресурсів, задіяних у туристичній галузі.</li> <li>6. Формування туристичних пропозицій з високою доданою вартістю (зокрема, популярність медичного туризму в країнах кластеру №3).</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>СІМ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Популярність та широкий асортимент туристичної продукції будуть сприяти виходу на нові ринки.</li> <li>2. Кваліфікація персоналу та високий контроль якості сприятимуть швидкому пристосуванню до ринкових змін.</li> <li>3. Використання нових технологій дозволить знизити витрати.</li> <li>4. Завдяки високій технологічності вдається створювати нові види туризму з високою доданою вартістю. За допомогою віртуалізації, автоматизації, підвищення якості обслуговування підвищують рівень вражень у всіх сегментах індустрії туризму.</li> <li>5. Підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту завдяки діджиталізації, віртуалізації, спрощення електронних розрахунків, еволюції інтернетплатформ, зниження частки транспортних витрат в загальній вартості турпродуктів і збільшення частки розважальної компоненти.</li> <li>6. Ступінь розвитку консалтингу в туризмі дає можливість працювати з критичною масою платоспроможного споживача у сегменті професійної експертизи та налагоджені бізнес-процесів в галузі.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>СІЗ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Посилення конкуренції спричинить додаткові фінансові витрати.</li> <li>2. Конкуренція, державна політика, економічні зміни впливатимуть на стратегію сталого розвитку туризму</li> <li>3. Популярність туристичних послуг захистить від туристичного продукту-субституту і зміцнить конкурентні переваги.</li> <li>4. Ефективний моніторинг дозволить вчасно виявити тенденції зміни попиту, а технічна оснащеність – оперативно пристосуватись до змін.</li> <li>5. Туристичний розвиток територій перед'являє більш високі вимоги до підготовки кадрів, що впливає на ефективність туристичного підприємництва.</li> </ol>

	<p>7. Мультиплікативний ефект від інвестицій в галузі туризму (розвиток регіональної економіки, зайнятості, суміжних галузей (сільського господарства, харчової промисловості); стимулювання розвитку багатоваріантної інфраструктури та запровадження високих її стандартів).</p> <p>8. Завдяки дешевій праці країна, що розвивається може досягти порівняно більшого ефекту мультиплікатора зайнятості в порівняльних умовах з точки зору абсолютних значень інвестицій, що особливо важливо з точки зору парадигми зменшення бідності, відомої як pro-poor tourism і pro-poor tourism development.</p>	
<p><b>Weakness – слабі сторони (внутрішні)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Недооцінка ролі туризму в економіці країни.</li> <li>2. Високий рівень цін, несприятливе співвідношення «ціна-якість».</li> <li>3. Недосконала законодавча та нормативно-правова база щодо розвитку курортів, курортних територій і курортно-туристичних регіонів.</li> <li>4. Соціально-економічні проблеми розвитку курортно-туристичних регіонів.</li> <li>5. Обмеженість участі місцевих громад у туристичному процесі.</li> <li>6. Міжрегіональна незбалансованість розвитку індустрії туризму в зазначених країнах.</li> <li>7. Диспропорції між рівнями розвиненості різних сегментів індустрії туризму та гостинності.</li> <li>8. Недостатність маркетингових просувань територій щодо подолання стереотипів та побоювань з боку туристів (безпечності і комфортності у країнах).</li> <li>9. Вузька палітра аспектів сервісного менеджменту в бізнес-процесах</li> <li>10. Низький рівень використання штучної атракційності дестинацій країни, що розвиваються.</li> <li>11. Недостатній рівень усвідомлення проблематики сталого розвитку туризму.</li> <li>12. Відсутність достатнього рівня підготовки кадрів в туризмі, їх спеціалізації, сертифікації і професіоналізації.</li> </ol>	<p><b>СЛІМ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розширення асортименту призведе до збільшення оборотних засобів.</li> <li>2. Зниження собівартості туристичних послуг при незмінному рівні цін та збільшення завантаження туристичних підприємств дозволять збільшити прибутки.</li> <li>3. Державне регулювання галузі з метою не допустити надмірних дисбалансів, координуючи розвиток регіонального туризму.</li> <li>4. Формування системних міжсекторальних економічних зв'язків для диверсифікації економіки та поглиблення інтегрування місцевих громад в процес туристичного обслуговування.</li> <li>5. Створення і функціонування потужних аналітичних структур, які детально вивчають національні портрети споживачів, створюють позитивний імідж щодо успішного маркетингового просування територій країни.</li> <li>6. Застосування кількісних оцінок, пропонуючи методики та індекси споживчого задоволення (зокрема, customer satisfaction index model for international tourist hotels).</li> <li>7. Застосування інструментів маркетингу (зокрема, брендингу територій), за рахунок елементів: діджиталізація, віртуалізація із застосуванням на вищому рівні сучасних технологічних новинок.</li> <li>8. Перехід до більш повного і багатоаспектного обліку соціальних, економічних, інформаційних та екологічних складових сталого розвитку.</li> </ol>	<p><b>СЛІЗ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Поява нових конкурентів, високі витрати погіршать конкурентну позицію.</li> <li>2. Непродумана рекламна політика не втримає покупців при зміні смаків.</li> <li>3. Негативні зміни рівня життя населення зменшать попит на туристичні послуги.</li> <li>4. Несприятлива державна політика, високі розміри податків можуть привести до негативних наслідків.</li> <li>5. В багатьох видах туризму, залежних від стану інфраструктури, мають місце провали в рівні обслуговування (так звані service failure), що призводять до розмивання туристичних вражень; зниження рівня сервісного менеджменту в індустрії туризму, а також відсутність достатньої уваги до категорії туристів похилого віку</li> <li>6. Загальна недорозвиненість ділового середовища країни з точки зору структурних втрат.</li> <li>7. Принцип «залишайся вдома».</li> </ol>

Обґрунтовано заходи державної політики забезпечення сталого розвитку, що враховують розміри та динаміку глобальних подорожей, географічне поширення COVID-19 та економічні наслідки. Отже, глобальним викликом для суспільства є пандемія коронавірусу. Уряди країн світу запроваджують політично-інституційні та економічно-соціальні заходи для пом'якшення впливу COVID-19 на економіку туризму. Держави світу, в тому числі країни, що розвиваються, кластеру 3 вживають заходів з координації політичних дій на регіональному, національному та міжнародному рівнях, щоб мінімізувати втрати робочих місць та закриття туристичного бізнесу. Першочерговими завданнями країн є: а) сприяння охороні здоров'я; б) зменшення економічного впливу COVID-19 на бізнес та працівників туристичної галузі; в) надання ліквідних капіталів; г) сприяння фіскальному полегшенню; д) заохочення інвестиційної ініціативи для забезпечення ліквідності малого бізнесу та сфери охорони здоров'я.

Попередній огляд антикризової політики країн щодо пандемії COVID-19 дав можливість виділити три основні категорії та типи заходів:

*Населення.* Захист туристів: туристи поза їх нормальним середовищем життя, часто страждають від дефіциту інформації. Країни вживають заходів для надання допомоги та інформації щодо підтримки працівників галузі.

Туристичний сектор вирає також від міжгалузевих заходів, запроваджених урядами, щоб забезпечити гнучкість та полегшення для компаній і працівників у процесах скорочення робочого часу, деякі країни запровадили закони, спеціально спрямовані на самозайнятість працівників.

*Компанії.* Забезпечення виживання туристичного бізнесу країн, в яких найбільше відчувається вплив пандемії на туризм. Необхідно зосередитись на наданні фінансової допомоги (наприклад, відстрочення сплати ПДВ) туристичним підприємствам малого та середнього бізнесу. Для виживання туристичної індустрії Чилі, ОАЕ, Малайзії, Сінгапура, Гонконгу, Республіки Корея було здійснено значні фінансові вливання коштів у ліквідність підприємств. У зазначених країнах податок на ночівлю призупиняється до



31 грудня 2021 року. Інші зусилля включають інформацію про допомогу у запобіганні поширенню вірусу, підтримують гнучкість та полегшення для компаній і працівників у скороченні робочого часу, наданні вихідних та лікарняних відпусток, фінансових інструментах для зменшення впливу (наприклад, податкові пільги, гарантії, дотації), заходи щодо закупівель та несвоєчасних платежів, а також заходи, спрямовані на допомогу підприємцям у впровадженні нових робочих процесів та пошуку нових ринків збуту [186].

*Галузева політика.* Координація цільових дій та відновлення. Деякі країни запровадили координаційні механізми, щоб контролювати негативний вплив (наприклад, Республіка Корея, Сінгапур, Малайзія, Гонконг). Ці механізми часто спрямовані на виявлення тих підгалузей, які зазнають найбільшого лиха і де потрібна негайна допомога. Допомога галузі стала пріоритетним для забезпечення спрямованих та ефективних заходів реагування. Також деякі країни (наприклад, Австралія, Ізраїль, Італія та Нова Зеландія) розглядають активізацію маркетингових зусиль для заохочення попиту на альтернативних ринках та зміна іміджу країни. Окрім того, криза підкреслила недоліки в наявності своєчасних та порівняльних даних, необхідних для забезпечення розробки адекватної політики у ситуаціях, що швидко розвиваються. Деякі країни створили інструменти для обміну оновленими даними з підприємствами. Наприклад, Failte Ireland надає щотижневі бюлетені про розвиток ситуації з COVID-19, Німеччина створила вебсторінку, що включає щоденні оновлення секторального опитування настрою.

Так, у Республіці Корея, Сінгапурі, Чилі, Гонконгу туристичний сектор отримує значну частину урядового пакета підтримки: допомог в розмірі 271 млн дол. США від Органу управління туристичною інфраструктурою та підприємництвом (TIEZA), що було виділено для різних проектів та Відділу туризму. Відбувається також мобілізація коштів державних або приватних корпорацій для надання допомоги авіакомпаніям та іншим продуцентам туристичних послуг. Департаменти туризму виділяють близько 118 млн дол. на стимулювання туризму (для нової кампанії активізації внутрішніх подорожей,

створення пропозиції, орієнтованої на країни, що розвиваються, які найменше постраждали від COVID-19, на проведення міжнародних заходів відповідно до нових санітарно-гігієнічних вимог тощо).

Уряд ОАЕ розпочав інформаційні кампанії, щоб уникнути паніки серед туристів, які планують відвідати цю країну, інформуючи їх про вірус та способи запобігання його поширенню. Уряд забезпечив тимчасове карантинне проживання в готелях для постраждалих та з підозрою на інфікування, забезпечуючи їх харчуванням та всім необхідним.

У Малайзії, після грошової допомоги, яку оголосив Центральний банк, запровадили низку фіскальних заходів, які націлені на регіони особливо уражені коронавірусом, де податок на проживання у готелях та туристичних об'єктах буде скасований до листопада 2020 р.

Досліджуючи особливості функціонування туризму та його вплив на сталий розвиток країн, що розвиваються, необхідно здійснити порівняння за критеріями, які є базовими, щодо місця та ролі туризму в умовах зростаючої глобалізації та переходу до постіндустріального суспільства.

В умовах реалізації 17 цілей сталого розвитку важливим є узгодження місця та ролі механізмів державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму. Важливими залишаються питання створення нормативно-правової бази державного регулювання в галузі туризму та адаптація її до сучасного міжнародного середовища, податкової політики, сприятливого інвестиційного клімату для надходження коштів до об'єктів туристичної галузі країн, що розвиваються. Насамперед, це стосується готельної та курортно-лікувальної інфраструктур зазначених країн, з метою зменшення безробіття та популяризації культурних цінностей та туристично-рекреаційного потенціалу регіонів [187].

Завданням державного регулювання туристичної галузі є виявлення особливостей та трендів розвитку міжнародного туризму та впровадження відповідних ефективних кроків інтеграції країн, що розвиваються, у міжнародний туристичний простір, з урахуванням їх реальних можливостей.

Крім того, необхідно визначити рівень втручання та роль держав у регулюванні туристичного ринку, оскільки саме вони формують необхідні умови господарювання для суб'єктів туристичної діяльності як на національному, так і на міжнародному ринках [169].

У багатьох країнах світу туристична політика проводиться через центральні органи влади, за допомогою органів підтримки інфраструктури, правових важелів і міжнародних інституцій. Державне сприяння розвитку туризму має як загальні ознаки, так і специфічні чинники, які пов'язані, по-перше, з природно-кліматичними умовами, по-друге, – із соціально-економічним розвитком, по-третє, – з рівнем розвитку інфраструктури, по-четверте, – з існуючим туристичним законодавством. Зазначимо, механізм реалізації туристичної політики держав має включати: складання державних та регіональних цільових програм з розвитку туризму; розробку системних заходів, спрямованих на досягнення поставленої стратегічної мети; державне регулювання розвитку туристичної галузі [151]. Підкреслимо, що державна туристична політика повинна передбачати цілеспрямований вплив органів державної влади на розвиток туристичної галузі для створення умов ефективної взаємодії держави, місцевої громади та приватного сектора щодо розвитку туризму та оперативного реагування на виклики сьогодення. Беручи до уваги зростаючу роль ринку туристичних послуг в економічній діяльності країн, що розвиваються, помірковане державне регулювання є запорукою отримання максимального мультиплікативного ефекту від його розвитку. В свою чергу нерегульований туризм може спричинити довгострокові соціально-економічні та екологічні проблеми.

Для успішної побудови системи державного регулювання туризму в країнах, що розвиваються доцільним є використання відповідного досвіду розвинутих країн та країн кластеру 3, зазначених в роботі.

На сучасному етапі у світовій практиці виділяють чотири організаційні моделі державного управління розвитком туризму (рис. 3.10).

Перша модель є характерною для країн з високорозвиненою та диверсифікованою економікою: туризм не є пріоритетним сектором, але

спеціальні недержавні туристичні організації мають необхідний потенціал та ринкову вагу для забезпечення ефективного функціонування галузі, компенсуючи відсутність державного фінансування (США).

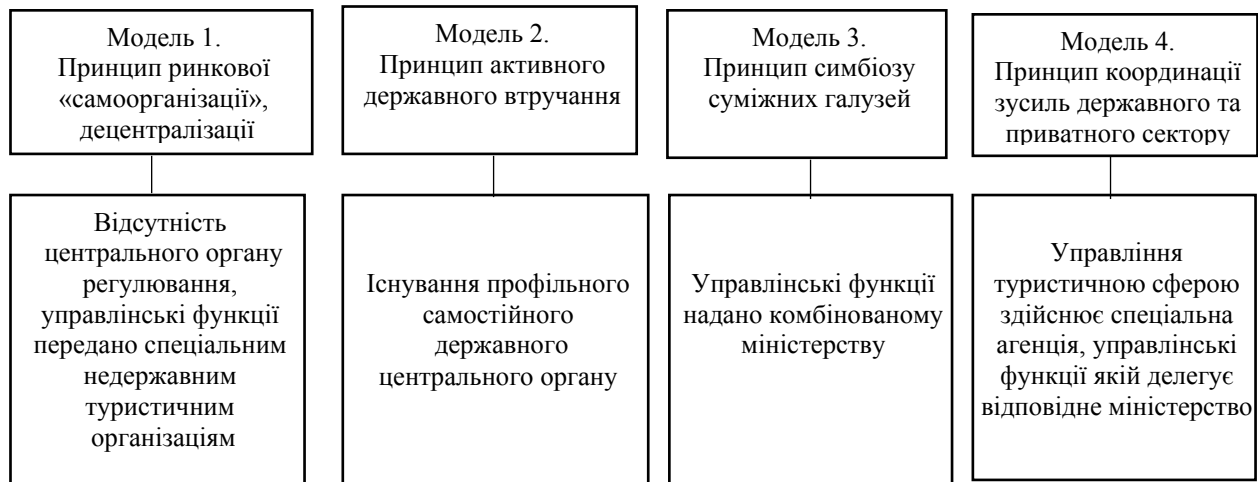


Рис. 3.10. Організаційні моделі державного регулювання розвитку туристичної сфери\*

\* Джерело: складено автором на основі [169]

Друга модель передбачає централізований підхід до державного регулювання за допомогою наявності авторитетного органу (міністерства, агенції), який здійснює жорсткий контроль за розвитком туристичної галузі. Визнаючи важливість туризму як фактора економічного зростання, ця державна управлінська система потребує значних фінансових капіталовкладень для проведення активної туристичної політики.

Саме ця модель найбільш розповсюджена в країнах, що розвиваються Американського, Африканського, Близькосхідного та Азіатсько-Тихоокеанського макрорегіону (Венесуела, Бразилія, Парагвай, Еквадор, Мексика, Малайзія, Єгипет, Сирія, Туніс, Індія та ін.). Слід зазначити, що характерною рисою країн, які обрали вказану модель, є відставання їх у впровадженні новітніх технологій та обладнання, а також в підготовці кваліфікованих кадрів, що було відображено в SWOT-аналізі.

Третя модель найбільш поширена серед європейських країн, відповідно до якої управління здійснюється в рамках багатопрофільного міністерства.

Четверта модель є фактично різновидом (підвидом) третьої, але заслуговує на особливу увагу через актуалізацію державно-приватницького співробітництва в галузі туристичного бізнесу з метою розробки та впровадження механізмів активізації туристичних потоків, подолання негативних та кризових явищ в туризмі, забезпечення справедливого використання та доступності туристичних ресурсів, популяризації національних туристичних продуктів тощо (Велика Британія, Польща).

На нашу думку, комбінування елементів другої моделі з принципами четвертої є найбільш оптимальним та доцільним для країн, що розвиваються, що підтверджується Програмами розвитку туризму, Законами щодо заохочення туристичного бізнесу Чилі, ОАЕ, Республіки Корея, Гонконгу, а також України [166, 169, 190].

Підсумовуючи вищенаведене, можна стверджувати, що існує взаємозв'язок між внеском туризму в соціально-економічний розвиток країни та обраною організаційною моделлю регулювання туристичної діяльності.

В контексті даного дослідження цікавим є досвід державного регулювання туристичної сфери Польщі, Великої Британії, а також країн, що розвиваються, кластеру 3.

Вибір саме цих країн був зумовлений наступним:

*1. Польща.* Вихідні умови розвитку туристичних сфер України та Польщі були дуже схожими, але завдяки більш ефективним трансформаціям структури державного регулювання туристичної сфери та економіки в цілому туризм в Польщі розвивався активніше та мав кращі показники. Також потребує уваги той факт, що у розрахунках середнього доходу від одного туриста Польща має один з найкращих показників у регіоні. Вивчення державної політики Польщі у сфері туризму дозволить запозичити досвід сусідів та змоделювати певні процеси, що відбуватимуться в Україні та країнах, що розвиваються [169].

*2. Велика Британія.* Один із світових лідерів у сфері туризму, а також координатор організації Співдружності націй. Зазначимо, що колишніми колоніями Великої Британії, а тепер незалежними державами, є 52 країни, що

розвиваються, у тому числі в кластері 3, а саме Гонконг, ОАЕ, Малайзія, Сінгапур, які є членами зазначеної організації. Тому досвід Великої Британії в організації туристичної діяльності для цих країн є важливим. Туристична галузь країни має чітко сформовану структуру органів державного регулювання туристичної сфери та дієвий механізм співпраці цих органів з приватним сектором, що є актуальним через низький рівень розвитку туристичних бізнесових структур та бізнес-середовища в країнах, що розвиваються [169].

Головним органом державного регулювання туризму в Польщі є Міністерство спорту і туризму, яке реалізує свої функції за допомогою Департаменту туризму.

До головних завдань Департаменту відносять: забезпечення ефективного багатостороннього співробітництва уряду, місцевих органів самоврядування, приватного сектору, а також неурядових організацій [169]; розробка та впровадження цільових програм; механізму розвитку туризму на різних організаційних рівнях; координування діяльності регіональних та місцевих туристичних організацій, у склад яких входять представники місцевих органів самоврядування та суб'єкти туристичного бізнесу; співробітництво з системою підготовки професіональних кадрів тощо.

Державною установою, яка займається популяризацією туристичного потенціалу та національного продукту Польщі на місцевому та міжнародному ринках є Польська Туристична Організація (ПТО). ПТО має філії в 14 країнах по всьому світу (в т.ч. і в Україні) та планує міжнародні рекламні кампанії з урахуванням етнокультурних особливостей потенційних споживачів. Необхідно зазначити, що туристичні організації країн, що розвиваються, та України поступаються у функціональності та ефективності діяльності своїм польським аналогам.

Структура та учасники системи державного регулювання туризму Польщі наведені на рис. 3.11. і характеризується чітким розподілом функцій, взаємопов'язаністю та взаємоузгодженістю [169].



Рис. 3.11. Структура державного туристичного сектора Польщі\*

\* Джерело складено автором на основі [169]

Аналізуючи досвід побудови системи державного регулювання туризму в Польщі, необхідно зазначити, що для країн, що розвиваються, та України пріоритетними напрямками вдосконалення механізму державного управління туристичною галуззю вбачається у наступному: вдосконалення фінансування туризму та розподілу доходів, децентралізація та перерозподіл обов'язків та функцій між елементами системи, розвиток ефективних державно-приватних взаємовідносин за участю неурядових організацій, забезпечення послідовності

туристичної політики шляхом прийняття стратегій та програм розвитку туризму, повної реалізації інфраструктурних інвестиційних проектів тощо.

Модель державного регулювання розвитку туризму у Великій Британії представляє собою динамічний симбіоз структур державного та приватного секторів, включаючи малі та середні підприємства; профільних представників міжнародного бізнесу (міжнародні готельні мережі, авіакомпанії та ін.); а також організацій управління DESTINATION (DMO) [188].

Головні функції розвитку та популяризації Великої Британії як туристичного напрямку покладені на позавідомчий державний орган – VisitBritain, який за векторами своєї діяльності є аналогом національному туристичному агентству. VisitBritain/VisitEngland відіграє унікальну роль у створенні національного туристичного продукту, підвищенні рівня британського престижу в усьому світі, збільшенні обсягу та вартості туристичного експорту та розвитку економіки відвідувачів Англії та Великобританії в цілому [188].

VisitBritain/VisitEngland отримує фінансування через дотації Міністерства з питань цифрових технологій, культури, ЗМІ та спорту, активно співпрацює з урядом в напрямках загальної стратегії, політики та завдань туризму, а також з автономними організаціями, які відповідають за регулювання туристичної галузі у складових Сполученого Королівства (VisitScotland, Visit Wales, The Northern Ireland Tourist Board, London & Partners та ін.), місцевими органами самоврядування та організаціями управління DESTINATION тощо.

VisitBritain має розгалужену мережу представництв в Європі, Америці та Азіатсько-Тихоокеанському регіонах як перспективних ринках-генераторах туристичного потоку. Саме через ці представництва здійснюється реалізація ефективних диференційованих маркетингових стратегій, метою яких є максимальна популяризація британського туристичного продукту.

У 2019/20 роках фінансування діяльності становило 19,5 мільйонів фунтів стерлінгів на VisitBritain та 6,9 мільйонів фунтів стерлінгів на VisitEngland [188].



Окремий структурний підрозділ (так звана рекламна агенція London & Partners) займається промоцією м. Лондон як провідного місця для відпочинку в світі. Це - приклад некомерційного державно-приватного партнерства, що в даному випадку, фінансується мером та мережею комерційних організацій. Беручи до уваги той факт, що м. Лондон вже багато років входить у трійку міст-лідерів за кількістю відвідувачів, можна стверджувати, що вказаний інструмент популяризації міської дестинації є дієвим.

Зазначимо, що державне регулювання туризму в Англії має певні особливості, а саме наявність організацій управління дестинаціями (DMO) та товариств місцевих підприємців (LEP). DMO відповідальні за координацію та підтримку діяльності всіх суб'єктів, що займаються маркетингом певної території.



Рис. 3.12. Узагальнена структура державного регулювання туризму Великої Британії\*

\* Джерело складено автором на основі [188]

Товариства місцевих підприємців основані на добровільній співпраці місцевої влади та представників бізнесу та мають на меті визначення економічних пріоритетів та сприяння економічному зростанню та створенню робочих місць у регіонах.

Узагальнена структура державного регулювання Великої Британії зображена на рис. 3.12.

Як демонструють нам вищенаведені приклади моделей державного сприяння розвитку туризму, потужна популяризаційна платформа та активне державно-приватницьке співробітництво сприяють створенню синергетичного ефекту від функціонування туристичної системи як складного міжгалузевого комплексу взаємозв'язків, який сприяє підвищенню рівня та якості життя населення. Адже в країнах, що розвиваються туристичне бізнес-середовище знаходиться на стадії формування, тому взаємодія державного сектору з приватним допоможе більш повно розкрити туристичний потенціал цих держав через формування відповідного іміджу, модернізувати інфраструктуру та стимулювати більш ефективно створення та реалізацію національного туристичного продукту з високими якісними характеристиками.

Тож, в багатьох країнах світу просування національних туристичних послуг на ринки-генератори є одним з пріоритетних завдань державної підтримки галузі, що включає систему організаційних заходів та відповідного фінансування (як бюджетного, так і з залученням коштів приватного бізнесу). Так, державні туристичні інституції, а також допоміжні та спеціалізовані структури, фінансування яких повністю або частково здійснюється за рахунок державного бюджету, інвестують значні фінанси в діяльність туристично-інформаційних центрів та закордонних представництв, організацію ярмарок та виставок, проведення певних подієвих заходів (наприклад, днів відповідних культур тощо).

У більшості країнах, що розвиваються, система державного регулювання туризму є недостатньо розвиненою, та характеризуєть у більшості випадків недовістю регіональних структур, відповідальних за розвиток туристичної

діяльності. Враховуючи досвід країн-лідерів, трансформація таких систем повинна здійснюватися саме в напрямках певної децентралізації та регіонального координування функцій та повноважень місцевих туристичних органів, формування взаємовигідного партнерства між державою, туристичними організаціями та бізнесовим сектором, розробки ефективних механізмів посилення туристичного іміджу держав на світовій арені та популяризацію туристичного потенціалу шляхом створення конкурентної пропозиції національних туристичних продуктів.

Узагальнено розглянемо особливості державного регулювання туристичної сфери у країнах, що розвиваються, кластеру 3.

Чилі є одним з лідерів серед країн на латино-американському континенті за відвідуванням туристів. Держава приймає активну участь у виробленні, прийнятті, координації та реалізації планів та програм розвитку туризму, стимулює діяльність приватного сектору. В основі законодавчого регулювання туристичної індустрії покладено «Закон про туризм», відповідно до якого стимулювання розвитку внутрішнього туризму є одним із завдань державної політики. Законом визначено участь муніципальної влади в просуванні туризму в рамках програми з децентралізації регіонів.

В Тайвані розвитком туристичної галузі опікується Бюро з питань туризму Міністерства транспорту та комунікацій, головним завданням якого є створення сприятливого туристичного середовища, промоція туристичних можливостей районів та відповідних видів туризму, зокрема в рамках програми «Туризм-2020», зміцнення співробітництва між державним і приватним секторами з метою надання туристам послуг більш високої якості тощо.

Уряд ОАЕ також відіграє важливу роль в активізації розвитку туристичної індустрії та використовує різні механізми стимулювання її розвитку. Так, для заохочення іноземних інвестицій та розвитку туристичної інфраструктури було започатковано вільні економічні зони туристсько-рекреаційного типу у регіонах країни, де запроваджувалися певні фінансові та податкові пільги. Окрім того, інвестиції у сферу подорожей та туризму склали

7,1 млрд. дол. США, що становить 7% від загального обсягу інвестицій. Тобто, спостерігається комбінування інструментів прямого та непрямого стимулювання туристичної діяльності.

Державна політика Малайзії та Сінгапуру направлена на формування, позиціонування та реалізацію високоякісного міжнародного туристичного та інфраструктурного продукту. Органом державного управління в країнах є Ради з розвитку туризму, які входять до профільних Міністерств: в Сінгапурі - Міністерство торгівлі та індустрії; в Малайзії – Міністерство культури та туризму. Основними функціями вказаних органів є: популяризація національних брендів на світовому ринку, розробка програм та стратегій розвитку туризму, сприяння впровадженню принципів сталого розвитку в туристичну діяльність, заохочення участі місцевих громад у розвитку туризму, підтримка конкурентоспроможності галузі тощо.

Утримання провідних позицій на міжнародному туристичному ринку є результатом реалізації системних заходів державної туристичної політики Гонконгу. Рада з туризму Гонконгу є головним органом державного управління туристичною діяльністю, який сприяє формування іміджу Гонконгу як провідної туристичної дестинації світового рівня. Реалізуючи це завдання, Рада співпрацює з відповідними урядовими відомствами, секторами та іншими організаціями, пов'язаними з подорожами, систематизує статистичну інформацію, досліджує профілі туристів, з метою кастомізації туристичного продукту та формування відповідних маркетингових стратегій.

Розробкою генерального плану загальнодержавного розвитку туризму в Республіці Корея займається Міністерство культури, спорту та туризму, в рамках якого відбувається координація роботи регіональної влади з облаштування туристичних маршрутів, організації тематичних фестивалів, виставок, ярмарок і створення рекреаційних районів. Для вказаних цілей складаються спеціальні бізнес-плани, виділяються фінансові кошти з центрального бюджету. Окрім того, для активізації внутрішнього туризму

запроваджуються альтернативні системи святкових днів та розробляються різні туристичні програми з урахування туристичних можливостей кожного регіону.

Отже, туризм в країнах кластеру 3 є об'єктом постійного державного регулювання та фінансування. Внутрішній туризм та експансивні заходи стимулювання в'їзних туристичних потоків є головними пріоритетами їх туристичної політики, для досягнення яких використовуються маркетингові інструменти, прямої та непрямой фінансової підтримки суб'єктів туристичного ринку. Також, спостерігається зародження державно-приватницького партнерства як результат імплементації кращих світових практик організації туризму. Використовуючи досвід розвинутих країн та країн кластеру 3, ми пропонуємо для країн, що розвиваються кластерів 1, 2, 4, 5 наступні заходи, зокрема: прийняття закону про туризм, який спрямований на формування системи якості туризму на основі принципів сталості з ефективними механізмами контролю; провести інституційні реформи з децентралізації регулювання та передачі повноважень в регіони; надання пріоритету приватній складовій бізнесу, який має зайняти визначальну роль у формуванні Рад з розвитку туризму і державно-приватного партнерства з метою створення стратегії, спрямованої на заохочення міжнародного попиту щодо збільшення потоку туристів у зазначені країни; проведення активної політики з макроекономічного регулювання туризму для створення і просування власних національних туристичних продуктів.

Чинники, які мають визначати характерні особливості туристичної політики країн, що розвиваються, має бути: політична стабільність, верховенство права, розвинене громадянське суспільство, ефективна соціально-орієнтована економіка, підвищення рівня та якості життя населення, турбота про охорону культурної спадщини та навколишнього середовища. Поштовхом для гармонізації законодавства у сфері макроекономічного регулювання туризму в країнах, що розвиваються, на загальнодержавному рівні необхідно прийняти закон «Про комплексний розвиток туризму», на основі якого мають бути розроблені обов'язкові вимоги до туристичних продуктів, змісту інформації, що має надаватися туристам, в

тому числі і щодо механізмів попередження розповсюдження вірусних та інфекційних хвороб, тематичного страхування, соціальних заходів підтримки у часи пандемії тощо. Необхідно встановити загальні вимоги до фінансового забезпечення відповідальності туристичних організацій, задіяних в процесі виробництва та реалізації туристичних продуктів, для створення ефективно діючої системи фінансового захисту прав і законних інтересів туристів.

Також, важливо пріоритезувати галузь в нормативно-правових актах регулювання туризму та акцентувати увагу на тому, що метою макроекономічного регулювання туризму є підтримка країн, що розвиваються, як привабливих туристичних дестинацій, сприяння формуванню конкурентоспроможності, диверсифікації та високої якості послуг, інноваціям та сталому розвитку, особливо стосовно малих і середніх підприємств, сприяти взаємозв'язку туризму з іншими важливими сегментами соціально-економічного та культурного розвитку [151, с. 52–56; 186].

Виходячи з вищенаведеного, розробка та впровадження національної стратегії сталого та конкурентоспроможного туризму є критично важливим. Розробляючи стратегію сталого туризму, урядам необхідно оцінити та визначити потенційні зв'язки або пов'язані з туризмом ланцюги цінностей в економіці, а також спрямувати її на отримання не лише економічних, але й соціальних результатів, якісне покращення життя населення, захист природного середовища, зменшення негативного впливу туристичної сфери; систему заходів щодо попередження не раціонального використання і деградації туристично-рекреаційних ресурсів, збереження культурно-історичної спадщини – тобто на те, що відносять до основ сталого туризму [191].

Зазначимо, що ефективна стратегія повинна включати цілеспрямовану політику, регуляторні та інституційні механізми для стимулювання приватних інвестицій та розвитку внутрішньої потенціальної пропозиції.

Аналізуючи рис. 3.13, з'ясуємо, що метою стратегії є сприяння підвищенню конкурентоспроможності туризму країн, що розвиваються, через забезпечення сталості.



Рис 3.13. Стратегія сталого та конкурентоспроможного туризму країн, що розвиваються\*

\* Джерело складено автором

Визначимо роль міжнародного туризму як рушійної сили економічного поступу країн, що розвиваються під впливом механізму державного регулювання.

Зазначимо, що внесок туристичного сектора в економічне зростання, створення робочих місць, нарощування внутрішнього потенціалу та зменшення бідності в країнах, що розвиваються, залежить від таких факторів:

- Ступінь інтеграції туристичного сектору в національну економіку завдяки різновекторним зв'язкам з іншими секторами та інтеграцію в регіональні та глобальні ланцюги цінностей;

- Рівень доходів, отриманих від туризму, включаючи іноземну валюту, які використовуються для фінансування розвитку інфраструктури, підтримки місцевих підприємств, зокрема малих та середніх, та для розвитку навичок та інституцій, необхідних для створення динамічної місцевої економіки;

- Наявність відповідної політики та стратегії, прийнятих урядами, які направлені на збільшення внутрішніх та іноземних інвестицій у туризм, передачу технологій та ноу-хау; сприяння трудомісткій діяльності тощо;

- Національні зусилля, спрямовані на те, щоб туристична діяльність здійснювалася на принципах сталості та відповідала економічним, соціальним та екологічним цілям.

Проаналізувавши статистичні дані ЮНВТО, виокремимо наступні характерні риси міжнародного туризму в країнах, що розвиваються: - через відмінності у соціально-економічному розвитку країн зазначеної групи, рівні розвитку туристичної інфраструктури, забезпеченості туристичними ресурсами спостерігається неоднорідність залучення країн, що розвиваються до міжнародного туристичного обміну; - переважання внутрішньо регіонального туризму над міжрегіональним; – головними зовнішніми ринками-генераторами туристичних потоків для країн, що розвиваються є розвинуті країни; країни із середнім рівнем доходу виступають головними дестинаціями, але найвищі темпи зростання міжнародних туристичних прибуттів демонструють країни з низьким рівнем доходу.



Більшість країн, що розвиваються, розглядають туризм як важливий чинник економічного прогресу та скорочення бідності. Але, треба зазначити, що зв'язок між цими явищами не є автоматичним. Це в більшій мірі залежить від того, чи здатен туризм генерувати можливості для зайнятості та створювати системні зв'язки, зокрема з сільським господарством та сектором надання послуг, та стимулювати розвиток базової інфраструктури через будівництво доріг, портових та аеропортних споруд та надання фінансових послуг, забезпечуючи синергетичний ефект в економіці в цілому.

Важливим в цьому випадку є наявність згаданої національної стратегії, що включає політичну, регулятивну та інституційні рамки з достатніми механізмами для стимулювання розвитку перспективних пропозицій на національних ринках та актуалізує зусилля, докладені до мінімізації негативного впливу туризму на навколишнє середовище та на культурну спадщину.

В країнах, що розвиваються, міжнародний туризм можна розглядати як потенційний стратегічний вектор економічного зростання, адже туристичні витрати, як альтернативна форма експорту, забезпечують надходження валюти. Згодом вона використовується для імпорту основних товарів для подальших циклів виробництва, що в свою чергу призводить до економічного зростання країн-реципієнтів.

Туризм є вирішальним для платіжного балансу та макроекономічної стабільності. Прямий внесок сектора у ВВП, зайнятість, доходи та валютні надходження найбільший у тих країнах, що розвиваються, які значною мірою залежать від туризму, наприклад, малі острівні країни.

Наслідки та особливості туризму в країнах, що розвиваються, у цьому контексті можна також розглядати крізь призму таких категорій як: національна економіка, зайнятість, інвестиції, диверсифікація економіки.

*Національна економіка.* Соціальна-економічна природа туризму пов'язана з особливим принципом прямої та зворотної трансформацій. Економічний розвиток туризму сприяє поповненню доходної частини бюджету, що в свою

чергу підвищує рівень та якість життя населення. Тобто на кожному оберті, економічна складова трансформується в соціальну, а соціальна основа – в економічну. Окрім того, фактом є те, що існує тісний зв'язок між зростанням туристичної сфери та загальною ходою розвитку економіки.

У реальній економічній ситуації причинно-наслідкові зв'язки постійно змінюються, випереджаючи один одного. Тобто відбувається постійна взаємна стимуляція в рамках системи «туризм – національна економіка», що є вкрай важливим для країн, що розвиваються на їх шляху до сталості [161].

*Зайнятість.* Низький рівень економічного зростання та жорстка структура ринку праці в багатьох країнах, що розвиваються, ускладнює поглинання нової робочої сили формальною економікою, призводячи до росту безробіття. Туризм може виступати як альтернативна форма створення робочих місць. Не дивлячись на те, що структура зайнятості галузі пов'язані з сезонністю та тимчасовим характером багатьох робочих місць, а також відносно високою часткою некваліфікованих та напівкваліфікованих можливостей працевлаштування, МОП підрахувала, що з точки зору створюваного потенціалу, одне робоче місце в основній галузі туризму створює близько 1,5 додаткових або непрямих в економічній діяльності, пов'язаних з туризмом.

*Інвестиції.* Геопросторова структура інвестицій у розвиток туристичної індустрії країн, що розвиваються, представлена значною мірою розвинутими країнами, що призводить до значного вимивання доходів та недоотримання прибутків місцевими бюджетами. Більшість доданої вартості в туристичному секторі, як правило, отримують іноземними інвесторами, міжнародні туроператори та зарубіжні авіакомпанії, а приймаючим дестинаціям надходять лише обмежені вигоди.

*Диверсифікація економіки.* Зазначимо, що ланцюжок вартості туризму може включати в себе багато секторів економіки. Його просування вимагатиме будівництва та експлуатації готелів, ресторанів та інших об'єктів, пов'язаних з туризмом, через зворотні зв'язки та розвиток основних інфраструктурних

послуг, таких як енергетика, телекомунікації та екологічні послуги, сільське господарство, виробництво та інші допоміжні послуги.

Він також може створити широкий спектр прямих зв'язків із секторами, що надають послуги, споживані туристами. До них відносяться фінансові, телекомунікаційні, роздрібні, рекреаційні, культурні, особисті послуги, послуги гостинності, безпеки та охорони здоров'я.

Крім того, країнам, які бажають зміцнити свій туристичний сектор, потрібно буде розвивати іншу туристичну інфраструктуру, таку як аеропорти, дороги, порти, лікарні та банки, які мають важливе значення для забезпечення доступу до високоякісних послуг та створення конкурентоспроможного туристичної дестинації.

Тож, каталізується значний мультиплікативний ефект, який може принести широкі економічні вигоди на національному рівні, а також підвищення рівня зайнятості та зменшення бідності на місцевому рівні.

Таким чином, при формуванні та розвитку ефективної системи управління туристичною індустрією необхідно аналізувати та враховувати всі особливості прямого та опосередкованого впливу туризму з метою генерування позитивних та запобігання появі негативних тенденцій для туристської дестинації та місцевої громади.

Визначивши місце та роль міжнародного туризму, з'ясуємо напрями та механізми регулювання туристичної сфери країн, що розвиваються. Регулювання господарського процесу туристичної галузі вимагає проведення системних заходів щодо управлінських, економічних, організаційних, фінансових складових запровадження раціональної державної політики країн, що розвиваються [151, 175].

Формуючи взаємопов'язане складне середовище, туризм вимагає розробки узгодженого та всебічного державно-регуляторного механізму, який забезпечить інтеграцію сталого туризму в загальну економічну, соціальну та екологічну політику країн, що розвиваються та стимулюватиме реалізацію наявних конкурентних переваг. (рис. 3.14).



Рис 3.14. Напрями та механізми державного регулювання туристичної галузі країн, що розвиваються\*

\*Джерело: складено автором

Беручи до уваги багаторівневу та комплексну систему управління туризмом, припускаємо, що організаційний механізм може бути базовою ланкою економічного регулювання розвитку туризму.

Основоположними засобами, які приводять в дію організаційний механізм є: розподіл виконавчих обов'язків між місцевими і центральними органами влади в сегменті туризму країн, що розвиваються (тобто впровадження функціональної децентралізації); формування структурних ланок з організації туризму та координація дій консультативних та дорадчих органів управління; активізація та поглиблення партнерських відносин регіональних суб'єктів господарської діяльності з органами місцевого самоврядування щодо надання туристичних послуг; функціонування туристичних та інформаційних центрів і створення на якісно новому рівні системи з підвищенням фахової компетенції відповідальних осіб місцевого самоврядування та державних службовців, відповідальних за якісний розвиток туризму [175].

До першочергових завдань, які необхідно розв'язати туристичній галузі країн, що розвиваються, для підвищення рівня економічного зростання відносять наступні: з метою імплементації принципів сталості започаткувати інституції охорони та обліку туристичних ресурсів; створити центри моніторингу, реклами та формування туристичної індустрії у країнах, що розвиваються; розв'язати питання якісного навчання кадрів туристичної сфери та менеджменту підприємствами готельно-ресторанного господарства; узгодити роботу туристичних підприємств зі всіма виробниками туристичного продукту; забезпечити відрахування певної частини прибутку в місцеві бюджети підприємствами туристичної індустрії для створення високоякісної інфраструктури та попередити відтік доходів, створюючи міцні міжгалузеві зв'язки туризму з іншими економічними секторами; здійснити оцінку економічної результативності туризму та рекреаційного потенціалу територій з метою виявлення найсприятливіших регіонів щодо розвитку туризму та його спеціальних видів; запропонувати класифікацію місць для відпочинку за рівнем важливості, природно-географічними умовами, функціональними складовими; розробити сучасні методи визначення норм антропогенного навантаження на різні

комплекси природного середовища та ступеня взаємодії туристів та місцевого населення.

Законодавство країн, що розвиваються, у туристичній сфері потребує значного доопрацювання, максимальної адаптації до міжнародних норм та поміркованої імплементації. З'ясуємо головні напрями створення дієвого законодавства у туристичній сфері зазначених країн.

Туристична галузь формується на системних засадах, враховуючи усі складові законодавства, у т.ч. що стосується суміжних галузей. Визначальним напрямом законодавчих змін має бути система спрощеного регулювання на рівні міжнародного і національного туризму. Зазначимо, що для ефективного застосування світового досвіду країни мають узгоджувати дії з міжнародними нормами та враховувати рекомендації міжнародних туристичних організацій.

Базовою умовою функціонування туризму, яка стала особливо актуальною на сучасному етапі розвитку світового господарства, є надання безпеки туристів. Чинне законодавство у сфері безпеки та захисту туристів має відповідати іншим складовим системи нормативно-правових інструментів щодо усунення насильства та злочинності. Обов'язковим є тісна співпраця з питань безпеки на регіональному та міжнародному рівнях, зокрема з питань протидії розповсюдженню пандемії. Варто проводити заходи щодо надання туристам необхідного страхування щодо усунення можливих ризиків (хвороби, крадіжки, репатріація).

Чинним законодавством мають заохочуватись заходи, які сприяють: а) оперативній репатріації туристів, які постраждали, у результаті замахів, крадіжок; б) повернення власності туриста, в) створення безпечних умов в контексті світової пандемії тощо.

До рекомендацій підвищення ефективності регулювання та організації туристичної діяльності в країнах, що розвиваються відносимо: інституційний вектор – створення структур та організацій (Туристичні Ради, асоціації, робочі групи), які мали б розробляти та реалізовувати туристичні проекти та ініціативи. Це потребує змінення ролі недержавних організацій в напрямку посилення їхнього впливу на регіональні та національні гілки влади; проведення консультаційної та дорадчої

діяльності, моніторинг, аналіз та дослідження державної туристичної політики і законодавчої бази (фінансової, податкової, візової політики тощо), напрацювання пропозицій щодо реалізації регіональної туристичної політики; маркетинговий вектор – формування сприятливого туристичного іміджу регіону та просування його на ринки потенційних генераторів туристичних потоків за допомогою вебсайтів, рекламної продукції, подієвих інструментів, виставково-ярмаркової діяльності тощо; підготовка кадрів для туризму – започаткування дорадчих органів щодо підготовки кадрів для туристичної індустрії; створення шкіл готельного та ресторанного бізнесу; організація консультативних семінарів та тренінгів щодо стандартів сервісної діяльності для підприємців та інших зацікавлених учасників; відкриття інформаційно-ресурсного центру із відеоматеріалами та підручниками; підтримка малого бізнесу через пільгове кредитування проектів в галузі туризму [175].

На підставі проведеного дослідження пропонуємо наступні рекомендації:

1. Сформувати державний механізм туризму, який базується на моделі управління, в основі якої співпраця недержавних та державних інститутів, що виходять за рамки моделі державно-приватного партнерства, залучаючи громадські організації, створюючи нову модель соціального партнерства.

2. Підприємницьким, науковим, природоохоронним, просвітницьким та культурологічним організаціям країн, що розвиваються, започаткувати Координаційні Ради з перспектив розвитку індустрії туризму, адже це дасть можливість розробляти та запроваджувати стратегії конкурентоспроможного, доступного та сталого туризму в країнах, що розвиваються, а також популяризувати розвиток природоорієнтованих видів туризму (м'який, гірський, природний, зелений, пригодницький, сільський, екологічний або екотуризм та ін.).

3. Координаційним Радам з перспектив розвитку туризму координувати створення системи показників сталого туризму в даних країнах.

4. Запропонувати систему якості туризму з ефективними механізмами контролю, де інститути відповідали б за реалізацію політики у сфері туризму та наданні пріоритету приватній складовій.

5. Створення Стратегії, спрямованої на заохочення міжнародного попиту щодо збільшення потоку туристів у зазначені країни; проведення активної політики з макроекономічного регулювання туризму для створення і просування власних національних туристичних продуктів.

Таким чином, через кардинальні зміни в соціально-економічному житті країн, що розвиваються, і нові суспільно-політичні орієнтири, актуалізується проблема формування дієвого державного механізму регулювання туристичної галузі з метою каталізації позитивних ефектів та нівелювання негативних наслідків розбудови туристичної індустрії.

### **Висновки до розділу 3**

1. На основі проведеного SWOT-аналізу розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються, кластеру 3 було порівняно окремі напрями, недоліки та переваги туристичної діяльності у зазначених країнах. Зокрема, виділено наступні можливості галузі: популяризація національних культур, історичної спадщини, природних багатств на закордонних ринках; участь у соціально-економічних структурах АСЕАН, сприяє інтенсивності подорожей; привабливість медичного туризму в країнах кластеру 3; висока безпека подорожей; поява нових ринків-постачальників туристів; тенденція до короткотривалих та екскурсійних подорожей; зростання технологічності туристичного продукту високою доданою вартістю (медичний туризм, освітній туризм); інвестування в галузі туризму.

2. Моделювання динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку відбувається на основі врахування основних показників розвитку туристичної індустрії та їх прогностичному значенні у перспективі. Як наслідок, прогнозування розвитку економіки країн відбулося на основі використання даних кореляційно-регресійного аналізу. Прогнозовані показники засвідчили позитивний вплив та зростання ВВП країн, що розвиваються, за умови нарощення використання потенціалу міжнародної туристичної індустрії. Зокрема, прогнозоване зростання ВВП на основі визначених факторів у країнах, що



розвиваються становить від 2,24 до 7,68 %. Найбільш суттєвим прогнозується зростання ВВП у Барбадосі (7,68 % – у 2021 р. та 6,85 % – у 2022 р.) та Китаї (5,17 % та 4,92 %, відповідно). Найменші значення прогнозованого зростання ВВП спостерігатимуться в Мексиці (2,30 % та 2,24 % – у 2021 та 2022 рр., відповідно) та в ОАЕ (2,42 % і 2,36 %). На нашу думку, ці країни вже суттєво наростили використання туристичного потенціалу і сповільнення доходу від туристичної галузі відобразилось у коефіцієнтах рівняння регресії та відповідних прогнозованих показниках ВВП. COVID-19 суттєво вплинув на туристичну галузь і сформовані тренди не будуть відповідати наявним реальним даним. Лише протягом наступних 5 років можливе відновлення туристичного потоку та нарощення обсягів зростання ВВП в умовах використання потенціалу міжнародного туризму. Цілком логічно зазначити, що для усіх країн, що стали об'єктом аналізу та дослідження, варто нарощувати залучений туристичний потік, щоб прогнозовані значення змінних показників, що лежать в основі регресійного рівняння, збіглися з реальними значеннями розвитку міжнародної туристичної індустрії.

3. При розробці системно-динамічної моделі засобами Powersim було використано такі конструкції, як рівні, часові потоки, константи та зв'язки. Рівні моделі є накопичувальними величинами; темпи потоків використовуються для розрахунку інтенсивності вхідних і вихідних переміщень (потоків) між рівнями; управління потоками і початковими значеннями рівнів здійснюється за допомогою функцій рішень, в поняттях системної динаміки вони присутні як «допоміжні змінні»; фіксовані значення, які задаються у вигляді констант. Розглядаючи ряди динаміки за показниками Гонконгу, було розраховано, що на кінець 2020 р. туристичні витрати резидентів всередині країни мають вийти на рівень 11,6, а сукупні капіталовкладення в туристичну галузь – на рівень 6,93. За побудованою моделлю, у дослідженні було висунуто гіпотезу, що значення показника ВВП можна вивести на вищий рівень за рахунок збільшення зазначених показників. Побудована модель дозволила знайти значення факторів, при досягненні яких ВВП Гонконгу на кінець 2020 р. вийде на рівень 379. Тобто, для збільшення ВВП до рівня 361,95 достатньо залучити додаткові інвестиції і збільшити сукупні капіталовкладення в туристичну

галузь зі значення 6,93, що очікується до рівня 9, а при збільшенні капіталовкладень до рівня 8 дасть рівень ВВП – 358,45. Але більш просте і ефективне рішення можна отримати при збільшенні туристичних витрат резидентів всередині країни з рівня, що очікується, – 11,6 до значення 13, що надасть збільшення ВВП до рівня 379 замість 353,77, що очікується. Усі розрахунки стосувалися сформованих за остання 20 років трендів, а пандемія 2020 р. суттєво вплинула на дані математичні прогнози.

4. У контексті використання стратегії розвитку туристичної галузі і врахування ключових цілей сталого розвитку було запропоновано такі заходи щодо нарощення використання туристично-рекреаційного потенціалу, як: забезпечити поширення знань і навичок, необхідних для сприяння сталому розвитку; істотно підвищити ефективність водокористування; надавати країнам, що розвиваються, допомогу в нарощуванні їх науково-технічного потенціалу для переходу до більш раціональних моделей споживання і виробництва; розробляти й упроваджувати інструменти моніторингу впливу на сталий розвиток стійкого туризму, який сприяє створенню робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництву продукції; забезпечити збереження гірських екосистем, у т.ч. їх біорізноманіття, щоб підвищити їх здатність давати блага, необхідні для сталого розвитку. Все це дає змогу сформуувати стратегію розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку та моделювати показники міжнародних туристичних потоків.

5. Враховуючи проведений аналіз розвитку туризму в Україні, можемо стверджувати, що основними галузевими факторами, які заважають нарощувати використання конкурентних можливостей у галузі туризму, є низький рівень розвитку інституцій та туристичної інфраструктури, відсутність держаної політики щодо їх відповідності світовим стандартам, але, водночас, важливий складник реалізації конкурентного потенціалу – просування туристського продукту на міжнародні ринки.

6. Інвестиційний розвиток сфери туризму значною мірою залежить від рівня економічного розвитку країни, а з іншого боку, – інвестиційний динамізм сфери туризму є важливим поштовхом до економічного зростання країни. Порівнюючи частку галузі у структурі ВВП з іншими країнами, що розвиваються,

можна констатувати значне недоотримання прибутків від міжнародного туризму та, відповідно, його впливу на соціально-економічний розвиток нашої держави.

7. Поглиблено стратегію розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються, яка має бути спрямована на отримання не лише економічних, але й соціальних результатів підвищення рівня та якості життя населення, захист природного середовища, зменшення негативного впливу на нього, попередження його погіршення і деградації, збереження культурно-історичної спадщини, тобто на те, що входить до поняття сталого туризму.

8. Удосконалено процес економічного регулювання туристичної сфери, що потребує здійснення комплексу організаційних, економічних, фінансових, управлінських та інших заходів як складових ефективною реалізації державної політики країн, що розвиваються. Враховуючи зазначене, державне регулювання туристичної сфери можна розглядати через дію основних механізмів регулювання на всіх рівнях управління, до переліку яких нами віднесено: регламентуючий, організаційний, контролюючий, коригуючий, соціальний, стимулюючий. До основних засобів реалізації організаційного механізму відносяться: розмежування повноважень центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму країн, що розвиваються; створення структурних підрозділів з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів; удосконалення взаємовідносин органів місцевого самоврядування із суб'єктами господарчої діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг; створення туристсько-інформаційних центрів; удосконалення системи підвищення кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

Основні положення, викладені у розділі 3, апробовані на конференціях та опубліковані автором у працях [160–166].

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження вирішено важливе наукове завдання – поглиблення теоретико-методичних засад міжнародного туризму, наукове та прикладне обґрунтування закономірностей, результатів та перспектив впливу міжнародних туристичних послуг на сталий розвиток країн, що розвиваються, що дозволило зробити такі висновки:

1. У роботі доведено, що туризм, виходячи із сталого розвитку країн, що розвиваються, займає одну з провідних ролей у їх соціально-економічних трансформаціях. Визначено, що ефективність його впливу прямо пропорційна реальному туристично-рекреаційному потенціалу країн. Основними глобалізаційними пріоритетами сталого розвитку країн, що розвиваються, визначено концепцію впливу розвитку міжнародної туристичної сфери, яка дає можливість визначити принципи (еволюційний характер, екологічна ефективність, гармонійність усіх складових, соціальна справедливість, динамічний характер) формування стратегії сталого розвитку, структурно-логічні складові сталого розвитку на засадах синергії щодо використання туристичного потенціалу, обґрунтування механізму забезпечення ефективного функціонування туризму, а також визначення шляхів досягнення мети щодо забезпечення постійного процесу розвитку галузі, який задовольняє потреби туристів та приймаючих країн на основі ефективного управління усіма ресурсами, що зберігає можливості для майбутнього розвитку.

2. Визначено, що економічна природа міжнародних туристичних послуг ґрунтується на поєднанні наукових підходів до дослідження суті впливу міжнародного туризму на соціально-економічні перетворення даних країн. Міжнародні туристичні послуги та міжнародний туризм в цілому, економічна інтеграція і світогосподарські процеси та синергетика сьогодні все глибше проникають у діалектику взаємопереходів світового хаосу і порядку, нестабільності і стабільності природних і суспільних процесів, прогресу і регресу, визначеності і невизначеності (віртуальності) явищ матеріального світу.

3. Обґрунтовано механізми впливу міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються на основі врахування причинно-наслідкових засад формування механізмів та їх структурно-логічної послідовності дій, реалізації цілей сталого розвитку країн, що розвиваються, формування засад сталого розвитку туризму в країнах, що розвиваються, моделей сталого розвитку туристичних DESTINATION як самостійного виду територіальної системи.

4. Проаналізовано тенденції та динаміку розвитку глобального ринку туристичних послуг, а саме: системний аналіз кількісних та якісних параметрів розвитку глобального ринку туристичних послуг, який дав змогу виявити високий рівень впливу міжнародного туризму на ВВП країн, на рівень зайнятості, розрахувати середні витрати на одного туриста, визначити структуру галузей, задіяних у створенні туристичного продукту в країнах, що розвиваються, обґрунтувати кореляцію динаміки створеної валової доданої вартості в світовому господарстві відповідно до вхідного туристичного потоку на основі врахування принципів сталого розвитку.

5. Доведено, що індустрія туризму сприяє економічному зростанню країни через такі фактори, як: індустріалізація, освіта, передові технології, більш високий рівень кваліфікованих фахівців, відкриття зовнішніх ринків, ліберальна торгова політика, краща реклама та стратегічний маркетинг. Зазначені фактори посилюють економічні резерви країни, що приводить до зростання доходу та збільшення ВВП. Складовими елементами сталого розвитку є врахування економічних, екологічних та соціальних параметрів, що враховано при розрахунку Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму та здійсненій на його основі кластеризації обраних країн. Це дало змогу сформуванню найбільш вагомих детермінант соціально-економічного розвитку країн, що розвиваються, з урахуванням рівня розвитку туристичної сфери і їх приналежності до сформованих груп. Відповідно до розвитку туристичної індустрії для кожного кластеру здійснено оптимізацію розвитку соціально-економічної сфери країн, що розвиваються, за умов формування глобального ринку туристичних послуг.

6. Визначено виміри впливу міжнародного туризму на макроекономічну

динаміку країн, що розвиваються, зокрема, встановлено різноступеневий характер впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що розвиваються. У результаті проведення економіко-математичного моделювання з використанням функцій лінійного, ступеневого, експоненціального, логарифмічного та поліноміального взаємозв'язку доведено, що обрані фактори характеризуються високим рівнем диференціації коефіцієнтів та різновекторністю впливу на результуючий показник, а виокремлені значимі сегменти можуть слугувати орієнтиром для оптимального моделювання впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток країн, що розвиваються.

7. Обґрунтовано, що виміри впливу міжнародного туризму визначаються ефектом, що отримує національна економіка від туристичного потоку, який може бути виражений у доходах, отриманих від іноземних туристів, часткою працевлаштованих у даній галузі та безпосереднім внеском туристичної індустрії у ВВП країни. Усі фактори можуть бути змодельовані, а їх вплив на соціально-економічний розвиток прогнозований в коротко- та довгостроковій перспективі за рахунок багатфакторного рівняння і двофакторного аналізу між незалежною та результуючою змінними.

8. Здійснено оцінку впливу процесу інтеграції України в глобалізаційні ринки туристичних послуг на показники її сталого розвитку, а саме: проведено оцінку використання інституцій (туроператорів) для купівлі та споживання туристичного продукту; визначено місце України в глобальному рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей за даними Всесвітнього економічного форуму; встановлено, що в країні використовується інтеграційний механізм входження туристичної галузі України у міжнародний ринок, що дало змогу визначити її сучасні конкурентні переваги, а також з'ясувати загрози ефективній діяльності туристичної галузі країни.

9. У контексті використання стратегії розвитку туристичної галузі та врахування ключових цілей сталого розвитку було запропоновано такі заходи щодо нарощення використання туристично-рекреаційного потенціалу: забезпечення поширення знань і навичок, необхідних для сприяння сталому

розвитку; підвищення ефективності водокористування; надання країнам, що розвиваються, допомоги у нарощенні їх науково-технічного потенціалу для переходу до більш раціональних моделей споживання і виробництва; розробка та впровадження інструментів моніторингу впливу на сталий розвиток стійкого туризму, який сприятиме створенню робочих місць, розвитку місцевої культури та виробництву місцевої продукції; забезпечення збереження сільських екосистем, у тому числі їх біорізноманіття, щоб підвищити їх здатність давати блага, необхідні для сталого розвитку. Все це дає змогу сформулювати стратегію розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг у контексті вимірів сталого розвитку та моделювати показники міжнародних туристичних потоків.

10. Проведено SWOT-аналіз розвитку туристичної галузі країн, що розвиваються, що дало можливість порівняти окремі напрями, недоліки та переваги туристичної діяльності у зазначених країнах. Даний аналіз визначив їх перспективи на міжнародних ринках туристичних послуг, зокрема: зростання частки технологічності туристичного продукту, а саме медичного та освітнього туризму, що мають високу додану вартість. Обґрунтовано, що дешева праця, яка дає можливість країнам, що розвиваються, досягати порівняно більшого ефекту мультиплікатора зайнятості з точки зору абсолютних значень інвестицій, що особливо важливо з точки зору парадигми зменшення бідності, в контексті *pro-poor tourism* і *pro-poor tourism development*.

11. Розроблено механізм державного сприяння розвитку конкурентних переваг країн, що розвиваються, на ринку міжнародного туризму на засадах сталого розвитку, зокрема через використання моделей впливу держави на розвиток туристичної сфери; стратегії сталого та конкурентоспроможного туризму країн, які розвиваються, що дало змогу визначити напрями та механізми державного регулювання туристичної галузі зазначених країн. При обґрунтуванні перспектив туристичної сфери в регіонах країн, які розвиваються, визначено, що принципове значення надається питанням теоретичного осмислення їх функцій, визначення соціально-економічного змісту, механізмів врахування туристичної політики.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Список використаних джерел до розділу 1

1. Алейникова Г.М. Организация и управление турбизнесом. Донецк : ДИТБ, 2002. 184 с.
2. Балабанов И. Т. Экономика туризма. М. : Финансы и статистика, 2003. 176 с.
3. Бельских И. Е. Территориальные стратегии имиджа туристского бизнеса в мировой экономике. *Региональная экономика: теория и практика*. 2009. № 8. С. 62–67.
4. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма : учеб. пособие. М. : Академия, 2005. 192 с.
5. Босовська М. В. Інтеграційні процеси в туризмі : монографія. Київ : КНТЕУ, 2015. 832 с.
6. Брутланд Г. Програма дій. Порядок денний на ХХІ століття та інші документиконференції в Ріо-де-Жанейро в популярному викладі / за ред. М. Кітінга. Женева, 1993. 70 с.
7. Брутланд Г. Х. Наше общее будущее. Доклад Комиссии ООН по окружающей среде и развитию. 1987. М. : Прогресс, 1988. 280 с.
8. Вагурин В. А. Синергетика эволюции современного общества. Луганск : Копицентр, 2005. 252 с.
9. Валюх А. М., Зайцев Д. Б., Якимчук А. Ю. Роль міжнародних організацій у сфері збереження й відтворення природного капіталу. URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2018/12.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/12.pdf).



10. Гайдук А. Б. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств. *Регіональна економіка*. 2003. № 1. С. 227–233.
11. Ганский В. А. Современные тенденции развития мирового рынка туристических услуг. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка*. 2012. № 10/1, т. 20. С. 267–273.
12. Гелд Д. Демократія та глобальний устрій / пер. з англ. Київ : Port-Royal, 2005. 358 с.
13. Грико Ю. Вплив міжнародного туризму на розвиток країн світу. *Студентський науковий вісник Луцького національного технічного університету*. 2014. Вол. 4. С. 67–73.
14. Данилішин Б. М., Дорогунцов С. І., Міщенко В. С., Коваль Я. В., Новоторов О. С., Паламарчук М. М. Природно-ресурсний потенціал сталого розвитку України. Київ : Нічлава, 1999. 715 с.
15. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку. Київ : Інтелсфера, 2002. С. 49–69.
16. Дергачов В. Геоэкономический словарь-справочник. Одеса, 2004. 358 с.
17. Довгаль Г. В. Еволюція транснаціоналізації світового туристичного бізнесу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2014. № 1144. С. 162–165.
18. Дорогунцов С., Ральчук О. Ідентифікація цивілізаційного розвитку: проблеми моделювання й аналізу. *Вісник НАН України*. 2006. № 12. С. 25–42.
19. Дугінець Г. В. Особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір* : зб. наук. пр. 2018. № 139. С. 5–13.

20. Дугінець Г.В. Транснаціоналізація світового ринку туристичних послуг. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 9. С. 123–128.
21. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособ. Мн. : Новое знание, 2005. 496 с.
22. Економічна теорія: політекономія : підручник / за ред. В. Д. Базилевича. 7-ме вид., стер. Київ : Знання Прес, 2008. 719 с.
23. Журба І. Є., Матюх С. А., Земський Ю. С. Міжнародний туризм – рушійна сила економічного зростання країн світу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 1. С. 123–129.
24. Журба І. Є. Методологічні принципи розробки соціально-економічних та фінансових основ сталого розвитку в умовах глобалізації. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Економічні науки*, 2017, Вип. 45, ч. 1. С. 42–48.
25. Журба І. Є. Сучасні тенденції інституційних перетворень та капіталізації сфери міжнародного туризму. *Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць*. Луцьк, 2017. Вип. 14 (56). С. 83–91.
26. Журба І. Є. Транскордонне співробітництво країн Центральної та Східної Європи в умовах розширеного ЄС (питання теорії та практики) : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2008. 311 с.
27. Заячківська Г.А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. *Інноваційна економіка - 1'2015[56]*. С. 153-157.
28. Загорський В. С. Концептуальні основи формування системи управління сталим розвитком еколого-економічних систем : монографія. 2018. 336 с.

29. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підручник. Київ: Знання, 2012. 343 с.
30. Кинг А. Введение. Пестель Э. За пределами роста. М. : Прогресс, 1988. 270 с.
31. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2012. С. 325.
32. Котлер Ф., Боуен Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм : учеб. для вузов ; пер. с англ. под ред. Р. Б. Ноздревой. М. : ЮНИТИ, 1998. 787 с.
33. Лебедев К. А. Влияние процессов глобализации на развитие туризма. *Экономика и социум*. 2017. № 1 (32). С. 1–5.
34. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2003. 104 с.
35. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
36. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Київ : Знання, 2008. 661 с.
37. Мартен Д., Мецжер Ж.-Ж., Пьер Ф. Соціологія глобалізації. Київ : КМ Академія, 2005. 376 с.
38. Медведева А. В. Современный международный туризм: тенденции и перспективы. *SCI-ARTICLE*. Опубл. 14.12.2015. URL: <http://www.sciarticle.ru/stat.php?i=144058909>.
39. Моїсєєва Н. І. Інноваційність туристичної сфери в умовах сталого розвитку: стратегічний вимір.: дис. ... д-ра екон. наук : спец. 08.00.05 «Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка»: Одес. нац. акад. харч. технологій, Харк. нац. техн. ун-т сіл. госп-ва ім. П. Василенка. – Харків, 2019. – 523 с.

40. Небава М. І. Макроекономіка: Тематичний тлумачний словник термінів [Текст] : навч. посіб. для студ. екон. спец. / М. І. Небава. - Вінниця : ВДТУ, 2000. - 152 с.
41. ООН. Глобальні Цілі Сталого Розвитку. URL: <http://un.org.ua/ua/>.
42. Пестель Э. За пределами роста. М. : Прогресс, 1988. 270 с.
43. Печчеи А. Человеческие качества. М. : Прогресс, 1985. – 312 с.
44. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на сучасні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються. *Вісник ЧДТУ. Економічні науки*. 2019. Вип. 54. С. 17–24.
45. Подлепіна П. О. Деякі тенденції розвитку світового туристичного ринку. *Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу* : матеріали V наук.-практ. конф. молодих вчених 11 груд. 2009 р. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2009. С. 265–267.
46. Подлепіна П. О. Економічна природа міжнародних туристичних послуг в умовах трансформаційних процесів країн, що розвиваються. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 3 (270). С. 131–136.
47. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як багатогранний феномен сьогодення. *Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу* : тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. 22–23 трав. 2008 р. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. С. 61–63.
48. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як чинник соціально-економічного розвитку (на прикладі країн, що розвиваються). *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети* : матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. 27 жовтня 2017 р. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 217–219.

49. Подлепіна П. О. Основні засади капіталізації сфери міжнародного туризму в країнах з різним рівнем економічного розвитку. *Вісник ЧДТУ. Економічні науки*. 2017. Вип. 45, ч. II. С. 97–103.
50. Поleshuk Н. И. Основные тенденции развития международного туризма. *Научный сборник Белорусского государственного университета*. 2012. Вып. 3. С. 176–179.
51. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / пер. с англ. М. : Альпина Бизнес, 2008. 715 с.
52. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М. : ИД «Вильямс», 2003. 496 с.
53. Рогач О. Теорія міжнародного бізнесу: підручник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів. К.: ВПЦ «київський університет», 2018. 687 с.
54. Рокоча В. В., Одягайло Б. М., Терехов В. І. Глобальна економіка: парадигми та парадокси розвитку : монографія / за заг. ред. В. В. Рокочої. Київ : ВНЗ Університет економіки та права «КРОК», 2017. 314 с.
55. Стоян К. С. Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток. *Економіка. Управління. Інновації. Серія: Економічні науки*. 2011. №2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2011\\_2\\_51](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2011_2_51).
56. Сокіл О. Г. Концептуальні основи сталого розвитку в економічних та облікових теоріях. *Ефективна економіка*. 2016. URL: №10. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_10\\_30](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_10_30)
57. Солових В. Сталий розвиток в концепції ноосферної парадигми. *Новий колегіум: наук-інформац. журнал*. 2017. С. 16-17.
58. Ткаченко Т. І. Індикатори розвитку туризму: методичні та практичні аспекти. *Культура і освіта фахівців туристичної*

- сфери: сучасні тенденції та прогнози* : матеріали III міжнар. наук.-практ. конф. Київ : КУТЕП, 2005. С. 491–496.
59. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : *монографія*. Київ : НТЕУ, 2009. 463 с.
60. Трегубов О. С. Особливості конкуренції в туризмі. *Економіка і організація управління*. 2016. №22. С. 101-107.
61. Філіпішина Н. М. Еволюція концептуальних підходів до формування стратегії сталого економічного розвитку промислових підприємств. *Вісник Приазов. держ. техн. ун-ту: серія «Економічні науки»*. 2017. Вип.34. С. 172–180.
62. Холловой Дж. К. Туристический маркетинг : пер. с 4-го англ. изд. Київ : Знання, 2008. 575 с.
63. Цілі сталого розвитку: Україна. *Урядовий портал*. URL: [http://un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf)
64. Чентуков Ю. І. Особливості розвитку міжнародного науково-технічного обміну в сучасних умовах. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2012. № 1. С. 105–110.
65. Чентуков Ю. І. Особливості формування глобального інноваційного простору. *Науковий вісник Дипломатичної академії України*. 2012. Вип. 18 (спец. вип.). С. 274–279.
66. Шевчик Б. М. Сучасні економічні теорії глобальних систем / за наук. ред. Г. І. Башняніна. Львів : Новий Світ-2000, 2011. 352 с.
67. Шевчук О. Б. Глобально-інформаційна економіка та синергетичний підхід до її дослідження. Київ : Фенікс, 2004. 356 с.
68. Agenda 21: Programme of Action for Sustainable Development and Rio Declaration. New York, 1993.

69. Bleile, G. (2003). *Tourismusmärkte: Fremdenverkehrsmarkt – Hotelmarkt – Touristikmarkt – Verkehrsmarkt – Luftverkehrsmarkt im Wandel*. München : Oldenbourg, 120 s.
70. Botterill D., Pointing Sh., Hayes-Jonkers Ch., Clough A., Jones T., Rodrigues C. Violence, backpackers, security and critical realism. *Annals of Tourism Research*. Vol. 42. Pp. 311–333.
71. Bull, A. (1995). *The economics of travel and tourism*. 2nd Edition. Melbourne : Longman, 267. s. 2.
72. Carter N. *The Politics of the Environment. Ideas, Activism, Policy*. Copyright Cambridge University Press. Published November 2001. 382 p. *Картер Н. Політика довкілля. Ідеї, активізм, політика. Авторські права Cambridge University Press. Опубліковано в листопаді 2001. 382 с.*
73. Costanza R., Folke C. *Ecological and Sustainable Development. Paper prepared for the international Experts Meeting for the Operation of the Economics of Sustainability*. Manila, Philippines. 1994. July 28–30.
74. Development of the tourism cluster/ M. Boiko, M. Bosovska, N. Vedmid, L. Bovsh, A. Okhrimenko. *Problems and Perspectives in Management*. 2017. Vol. 15, Issue 4. C. 134–149.
75. Журба Є. *The regional dimensions of the social solidarity economy of Ukraine A social and solidarity economy : the monograph / ed. by A. S. Filipenko*. Newcastle : Cambridge Scholars Publishing, 2017. 207 s.
76. Журба І. Є. *Latest innovative technologies in international tourism / Innovative Trends in World Trade Development : the monograph / ed. by A. P. Rumeantsev*. Kyiv : NAU, 2018, 416 s.

77. Georgesçu-Roegen N. Energy Analysis and Economic Evaluation. *Southern Economic Journal*. Vol. 45. No.4. (Apr., 1979). P. 1023–1058.
78. Georgesçu-Roegen N. The entropy law and the economic process / N. Georgesçu-Roegen. Cambridge : Harvard University Press, 1971. 457 p.
79. Glazer R. Marketing in an Information-Intensive Environment: strategic Implications of Knowledge as an Asset. *Journal of Marketing*. 1991. Vol. 55 (4) October. URL: [https://www.researchgate.net/publication/242549306\\_Marketing\\_in\\_an\\_InformationIntensive\\_Environment\\_Strategic\\_Implications\\_of\\_Knowledge\\_as\\_an\\_Asset](https://www.researchgate.net/publication/242549306_Marketing_in_an_InformationIntensive_Environment_Strategic_Implications_of_Knowledge_as_an_Asset).
80. Harris D., Moore M., Schmitz H. Country Classifications for a Changing World. Bonn: Brighton, 2009. 48 p.
81. Kaspar C. (1996). Die Tourismuslehre im Grundriss. Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 194. s. 4.
82. Kates R. W., Parris T. M., Leiserowitz A. A. What is Sustainable Development? Goals, Indicators, Values, and Practice. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*. 2005. No 3. P. 8–21.
83. Kenneth Boulding, General Systems Theory – the Skeleton of Science, «General Systems», vol. I, 1956, p. 320.
84. Marshall A. Principles of Economics. [8th ed.]. London : Macmillan and Co., 1920. 627 p.
85. Ma T., Hong T., Zhang H. Tourism spatial spillover and urban economic growth // *Journal of Business Research*, Vol. 68, Issue 1. Pp. 74–80.



86. Meadows D. H., Meadows D. L., Randers J. *Beyond the Limits: Confronting Global Collapse, Envisioning a Sustainable Future*. Chelsea Green Publishing Company, 1992. 300 p. 11; Meadows D. H., Meadows D. L., Randers J. (2004) *Limits to Growth: The 30-Year Update*. London, Earthscan, 2004. 363 p.
87. Meadows D. L. *Dynamics of Growth*. London, 1974. 126 p.
88. Mesarovic M., Pestel E. *Mankind at the Turning Point*. New York, 1974. 210 p.
89. *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Report of the WCED. 1987. P.61
90. *Political Economy of the Environment*. Washington, D C, 1996.
91. Saarinen J., Rogerson C.M., Manwa H. *Tourism and the Millennium Development Goals : Tourism, Local Communities and Development*, Routledge, 256 p.
92. Seitz E., Wolf J. (1991): *Tourismus management und -marketing*. Landsberg/Lech. 219 s.
93. The International Ecotourism Society : website. URL: <http://www.ecotourism.org>.
94. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <http://www.mkt.unwto.org/en/barometr>.
95. Webley P., Lewis A., Mackenzie C. Commitment among ethical investors: An experimental approach. *Journal of Economics Psychology*. 2001. Vol. 22. P. 27–42.
96. Welford R., Gouldson A. *Environmental Management and Business Strategy* Pitman Publishing. London, 1993. 210 p.

## Список використаних джерел до розділу 2

97. Абдулгазис В., Чалбаш А. Анализ динамики мирового рынка экспорта и импорта туристических услуг. *Теория и практика современной науки*. 2017. № 6 (24). С. 19–23.
98. Барометр международного туризма ЮНВТО. 2016. Вып. 14. Март. URL:  
[http://www/cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_02\\_march\\_excerpt.pdf](http://www/cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_02_march_excerpt.pdf).
99. Бондаренко М. П. Дослідження туристичного ринку Європи та його конкурентоспроможність на міжнародному ринку. *Економічний форум*. № 3. 2012. С. 95–109.
100. Булатова О. В. Дубенюк Я. А. Особливості транснаціоналізації світового туристичного ринку. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2009. № 13. С. 163–170.
101. Гук Н. А. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток держави. *Актуальні проблеми моделювання та управління соціально-економічними системами в умовах глобалізації* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Дрогобич : ДДПУ ім. І. Франка, 2018. 308 с. С. 143–147.
102. Илькевич С. В. Тенденции развития концепции сервисного менеджмента: анализ зарубежных исследований. *Сервис в России и за рубежом*. 2015. № 2 (58), т. 9. С. 176–193. DOI: 10.12737/11902.

103. Илясова Ю.В., Орехова Т. А., Тополь Б. Я. Тенденции развития международного рынка туристических услуг. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2016. № 3. С. 79–83.
104. Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма. URL: [http://www.feg.org.ua/uploadfiles/reports/files/ukraine\\_inthe\\_world\\_2013\\_rus\\_web\\_part2\\_2\\_travel.pdf](http://www.feg.org.ua/uploadfiles/reports/files/ukraine_inthe_world_2013_rus_web_part2_2_travel.pdf).
105. Інститут світових ресурсів. URL: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvnu/ekonomika/2007\\_12/R5/5.pdf](http://www.nbuu.gov.ua/portal/natural/Nvnu/ekonomika/2007_12/R5/5.pdf).
106. Лютак О. М. Інституційне забезпечення міжнародної туристичної діяльності в умовах глобалізації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. 428 с.
107. Лютак О. М., Савош Л. В., Кравчук О. Я. Економіко-математичне моделювання розвитку туристично-рекреаційної сфери транскордонного регіону. *Актуальні проблеми економіки*. 2013. № 11 (149). С. 230–239.
108. Мацука В. М. Транснаціоналізація туризму в умовах сучасності. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2017. Т. 22, вип. 4. С. 21–25.
109. Мировой атлас данных. Туризм. *Кноета*: глобальная база данных : вебсайт. URL: <https://knoeta.ru/atlas/topics/Туризм>.
110. Осипенко К. В. Розвиток міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу : монографія. Київ, 2017. 219 с.
111. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 1 (211). С. 21–29.

112. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як рушійна сила економічного поступу країн, що розвиваються *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 4 (260). С. 280–287.
113. Подлепіна П. О. Оцінка динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 3 (213). С. 20–29.
114. Рожук Р. Е. Динамика мировых туристических потоков. URL: [http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Prvs/2013](http://www.nbuu.gov.ua/portal/soc_gum/Prvs/2013).
115. Світовий атлас даних. URL: <http://knoema.ru/atlas/topics/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC> 45-49-51.
116. Скарга О. О. Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Дніпропетровськ, 2016. С. 52–57.
117. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : КНТЕУ, 2010. 596 с.
118. Тараненко І. В. Аналіз еколого-економічних аспектів міжнародної конкурентоспроможності країн. *Економічний простір*. 2014. № 92. С. 69–77.
119. Фалько Є. А. Вплив туристичного бізнесу на економічний розвиток країн. *Сталий розвиток промисловості та суспільства* : матеріали Міжнар. наук.-техн. конф. Т. 1. Кривий Ріг : ДВНЗ «Криворізький національний університет», 2014. С. 60–61.
120. Фалько Е. А. Особенности менеджмента в туристическом бизнесе в условиях глобализации. *Проблемы устойчивости социально-экономического развития в условиях глобализации* :

материалы Междунар. науч.-практ. конф. (Республика Таджикистан, г. Душанбе, 7–8 апреля 2015 г.). Душанбе, 2015. С. 78–81.

121. Шуплат О. М. Фінансове забезпечення інвестиційної діяльності підприємств сфери туризму URL: [https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.04/2016/Shuplat\\_dis.pdf](https://kneu.edu.ua/userfiles/d-26.006.04/2016/Shuplat_dis.pdf).
122. Adamanova Z. Trends in the Development of International Tourism and Imperatives of Modernising of Tourism. *Industry European Researcher. Series A*. 2015. № 1 (90). P. 17–25.
123. Athula Gnanapala W. K., Sandaruwani J. A. R. C. (2016). Socio-economic Impacts of Tourism Development and Their Implications on Local Communities. *International Journal of Economics and Business Administration*. Vol. 2, No. 5, 2016, pp. 59–67.
124. Economic aspects of international travel. URL: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism\\_statistics#Economic\\_aspects\\_of\\_international\\_travel](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics#Economic_aspects_of_international_travel).
125. Geethika Nayomia, W.K. Athula Gnanapalab Socio-Economic Impacts on Local Community through Tourism Development with Special Reference to Heritage Kandalama. *Papers from the 7th Tourism Outlook Conference : Tropical Tourism Outlook Conference, 8–10 August 2014, Dambulla – Kandalama, Sri Lanka* (Copyright: CC-BY-NC-ND).
126. Maria-Carmen I. Internationalization of Tourism Services and Their Role in World Economy. URL: [http://www.academia.edu/2160715/Internationalization\\_of\\_Tourism\\_Services\\_and\\_Their\\_Role\\_in\\_World\\_Economy](http://www.academia.edu/2160715/Internationalization_of_Tourism_Services_and_Their_Role_in_World_Economy).
127. Mathouraparsad S., Maurin A. (2017). Measuring the Multiplier Effects of Tourism industry to the Economy. *Advances in Management*

- & *Applied Economics*, vol. 7, no. 2, 2017, 123–157. URL: [http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol%207\\_2\\_7.pdf](http://www.scienpress.com/Upload/AMAE%2FVol%207_2_7.pdf).
128. Podlepina P. O. International market of tourist services: conceptual category apparatus. *International journal of economics and society*. Vol. 2. Issue 9. Decembe, 2017. P. 151–155.
129. The main determinants affecting economic growth F. BOLDEANU, L. CONSTANTINESCU URL: [http://webbut.unitbv.ro/BU2015/Series%20V/BILETIN%20I/38\\_Boldeanu%20Constantinescu.pdf](http://webbut.unitbv.ro/BU2015/Series%20V/BILETIN%20I/38_Boldeanu%20Constantinescu.pdf).
130. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015: Growth Through Shocks. Geneva : World Economic Forum. 2015. 519 p.
131. Tourism 2020: Policies to Promote Competitive and Sustainable Tourism. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/tour-2010-4-en.pdf?expires=1566762117&id=id&accname=guest&checksum=B858F1ED6F14587FEDE074A3AC540646>.
132. Tourism and Economic Development Issues. URL: [https://www.researchgate.net/publication/269113395\\_Tourism\\_and\\_Economic\\_Development\\_Issues](https://www.researchgate.net/publication/269113395_Tourism_and_Economic_Development_Issues).
133. Tourism for Development – Volume I: Key Areas for Action. URL: [https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generate\\_d/document/en/UNWTO-9789284419722.pdf](https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generate_d/document/en/UNWTO-9789284419722.pdf).
134. Travel and Tourism Economic Impact 2018. URL: <http://www.wttc.org>.
135. UI.com: website. URL: <http://www.tui.com>.
136. UNCTAD statistics : website. URL: <http://www.unctad.org>.

137. United Nations Development Program : website. URL: <http://www.undp.org>.
138. UNWTO Tourism Highlights (2019Edition). URL: [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2019.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2019.pdf) 62.
139. World Tourism Organization (UNWTO) : website. URL: <http://www.unwto.org>.
140. World Tourism: Way of Access. URL: <http://www.world-tourism.org>.
141. World travel & tourism council. URL: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic%20impact%20research/regional%202019/world2019.pdf> 46.
142. World Travel & Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org>.

### Список використаних джерел до розділу 3

143. Барометр міжнародного туризму ЮНВТО. 2016. Вып. 14. Март. URL: [http://www/cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom16\\_02\\_march\\_excerpt.pdf](http://www/cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_02_march_excerpt.pdf).
144. Бойко М. Г., Ведмідь Н. І. Охріменко А. Г. Транзитивність національної туристичної системи. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 5. С. 5–20.
145. Булатова О. В., Чентуков Ю., Чентуков І. Інтеграційні процеси та глобальні регіони. *Журнал європейської економіки*. 2018. Т. 17, № 3. С. 297–309. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee\\_2018\\_17\\_3\\_](http://nbuv.gov.ua/UJRN/jee_2018_17_3_).

146. Геращенко О. О. Місце України на світовому ринку туристичних послуг. *Трансформація національних моделей економічного розвитку в умовах глобалізації* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 20–22 листоп. 2013 р. Київ, 2013. С. 218–2019.
147. Геращенко О. О. Розвиток внутрішнього середовища сучасних туристичних ТНК. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2014. Т. 19, вип. 2 (1). С. 82–86.
148. Глобальні цілі сталого розвитку 2030. URL:[http://www.un.org.ua/images/documents/3615/%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96\\_web\(2\).pdf](http://www.un.org.ua/images/documents/3615/%D1%86%D1%96%D0%BB%D1%96_web(2).pdf) 70.
149. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. *Young Scientist*. 2016. № 8 (35). August, С. 15–18.
150. Державна служба статистики. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
151. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / за заг. ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.
152. Довгаль Г. В. Еволюція транснаціоналізації світового туристичного бізнесу. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2014. № 1144. С. 162–165.
153. Дугінець Г. В. Трансформація світового ринку послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір* : зб. наук. пр. 2014. № 87. С. 5–13.
154. Економіка регіонів у 2015 році: нові реалії і можливості в умовах започаткованих реформ : аналіт. доп. / авт.: О. В. Шевченко, В. І. Жук, К. Г. Юрченко [та ін.] ; за ред. О. І. Олійник. Київ : НІСД, 2015. 92 с.



155. Калачова І. В. Інтегрована система статистики туризму: структура та напрями використання. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 16. С. 955–961.
156. Мешко Н. П. Стратегія управління регіональним туризмом в умовах міжнародної конкуренції. *Регіональний туризм: стратегія, ресурси, перспективи розвитку* : монографія / за ред. Н. П. Мешко, В. Є. Редько, О. П. Крупського. Дніпро : Акцент ПП, 2016. С. 6–54.
157. Михайлишин Л. І. Транснаціоналізація світової економіки: інноваційний аспект : монографія. Вінниця : ДонНУ, 2016. 314 с.
158. Михайліченко Г. І. Інноваційне зростання інтегрованих туристичних підприємств. *Бізнес-інформ*. 2013. № 4. С. 247–253.
159. Михайліченко Г. І. Світосистемні закономірності консолідації туристичного бізнесу в умовах інноваційного розвитку. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3 (41). С. 24–32.
160. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 2 (268). С. 203–206.
161. Подлепіна П. О. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток регіону. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку : монографія / за ред. В. В. Александрова. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2010. 268 с.
162. Подлепіна П. О. Вплив туристичних потоків на сталий розвиток транскордонних територій країн, що розвиваються. *Транскордонне співробітництво, як форма розвитку міжнародної інтеграції* : тези ІХ міжнар. наук.-практ. семінару. Луцьк, 2019. С. 77–80.
163. Подлепіна П. О. Новітні інноваційні технології в розробці туристичного продукту у Східній Європі (на прикладі Поділля та

- Південно-Східної Волині). *Міжнародні відносини країн Центрально-Східної Європи в умовах бігравітаційних процесів* : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. Хмельницький : ХНУ, 2017. С. 121–122.
164. Подлепіна П. О., Парфіненко А. Ю., Кондакова Г. О. Нові індустріальні країни «першої хвили» в системі міжнародних економічних відносин. *Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2014. № 1144. Вип. 2. С. 146–151.
165. Подлепіна П. О. Посткризові реалії розвитку туристичної сфери України. *Економіческие аспекты развития туризма в регионах Украины: настоящее и будущее* : матеріали Всеукр. науч.-практ. конф. 3 апреля 2012 г. : Донецкий институт туристического бизнеса / отв. ред.: И. П. Подмаркова. Донецк : ЧВУЗ «ДИТБ», 2012. С. 69–72.
166. Подлепіна П. О. Співпраця країн, що розвиваються, Південно-Східної Азії як чинник розвитку туризму в регіоні. *Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства* : матеріали XIV Міжнар. наук.-практ. конф., 20–21 квітня 2018 р., Хмельницький–Сатанів. Хмельницький : ХНУ, 2018. С. 158–163.
167. Романчук Л. Д. Екологічна складова в діяльності підприємств готельного господарства. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку* : матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.) / голова редкол. С. В. Мельниченко. Київ : КНТЕУ, 2014. 418 с.
168. Смирнов І. Г. Визначення рівня конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи. *Зовнішня торгівля:*

*економіка, фінанси, право. Науковий журнал. Серія: Економічні науки.* 2015. № 5–6. С. 37–49.

169. Соловійов Д. І. Іноземний досвід регулювання діяльності туристичної сфери та його використання в Україні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.* 2011. Вип. III (43).
170. Стеченко Д. М., Безуглий І. В., Турло Н. П., Мархонос С. М. Управління регіональним розвитком туризму / за ред. Д. М. Стеченка. Київ : Знання, 2012. 455 с.
171. Фалько Є. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму. *Механізм регулювання міжнародних економічних відносин* : XXVIII Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 13–14 грудня 2013 р.): у 2 ч. Київ : Аналітичний центр «Нова Економіка», 2013. Ч. 1. С. 26–28.
172. Фролова В. Ю. SWOT-аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку України. URL: [http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/10\\_6.pdf](http://old.bumib.edu.ua/sites/default/files/visnyk/10_6.pdf).
173. Цілі сталого розвитку. URL: <http://knowledge.org.ua/uk/cili-stalogo-rozvitku/>.
174. Черніченко Г. О., Мітюшкіна Х. С. Теорія і практика екологізації міжрегіонального співробітництва. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка.* 2016. Вип. 12. С. 143–152.
175. Шпак А. О. Напрями та механізми регулювання туристично-рекреаційної сфери на регіональному рівні *Інвестиції: практика та досвід. Економічна наука.* 2013. № 21. С. 28–30.
176. Alternative Development Models and Good Practices for Sustainable Coastal Tourism: A Framework for Decision Makers in

Mexico. URL: <https://www.responsibletravel.org/docs/Alternative%20Coastal%20Tourism%20in%20Mexico.pdf>.

177. Avraham E., Ketter E. *Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East*. Springer, 193 p.
178. Brandon-Jones A., Lewis M., Verma R., Walsman M. C. Examining the characteristics and managerial challenges of professional services: An empirical study of management consultancy in the travel, tourism, and hospitality sector. *Journal of Operations Management*. Vol. 42–43. Pp. 9–24.
179. Bulatova O. Processes of transnationalisation and regionalization in the context of global development. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка* / за заг. ред. К. В. Балабанова. Маріуполь, 2016. Вип. 11. С. 123–129.
180. Chen S.C., Shoemaker S. Age and cohort effects: The American senior tourism market. *Annals of Tourism Research*. Vol. 48. Pp. 58–75.
181. Deng W.J., Yeh M.L., Sung M.L. A customer satisfaction index model for international tourist hotels: Integrating consumption emotions into the American Customer Satisfaction Index. *International Journal of Hospitality management*. Vol. 35. Pp. 133–140.
182. Seabra C., Dolnicar S., Abrantes J.L., Kastenholz E. Heterogeneity in risk and safety perceptions of international tourists. *Tourism Management*. Vol. 36. Pp. 502–510.
183. Spenceley A., Meyer D. Tourism and poverty reduction: theory and practice in less economically developed countries. *Journal of Sustainable Tourism*. 2012. Vol. 20. Issue 3. Pp. 293–317.
184. The tourism sector and the Sustainable Development Goals – Responsible tourism, a global commitment. URL:

[http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo\\_responsable\\_omt\\_acc.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_acc.pdf).

185. Thomas J. Wilbanks, Robert W. Kates. Beyond Adapting to Climate Change: Embedding Adaptation in Responses to Multiple Threats and Stresses. *Annals of the Association of American Geographers*. 2010. No 100 (4). P. 719–728.
186. Tourism 2020: Policies to Promote Competitive and Sustainable Tourism. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/tour-2010-4-en.pdf?expires=1566762117&id=id&accname=guest&checksum=B858F1ED6F14587FEDE074A3AC540646>.
187. Tourism for Development – Volume I: Key Areas for Action. URL: <https://espas.secure.europarl.europa.eu/orbis/sites/default/files/generated/document/en/UNWTO-9789284419722.pdf>.
188. VisitBritain/VisitEngland URL: <https://www.visitbritain.org>
189. World Economic Forum/ Reports. URL: [http://reports.weforum.org/pdf/gci-2018/WEF\\_GCI\\_2018\\_Profile\\_UKR.pdf](http://reports.weforum.org/pdf/gci-2018/WEF_GCI_2018_Profile_UKR.pdf).
190. Yang Y., Fik T. Spatial effects n regional tourism growth. *Annals of Tourism Research*. Vol. 46. Pp. 144–162.
191. Zaman Gh., Vasile V., Surugiu M.-R., Surugiu C. Tourism and Economic Development in Romania: InputOutput Analysis Perspective. *Romanian Journal of Economics*. Vol. 31. Issue 2 (40). Pp. 5–37.

**ДОДАТКИ***Додаток А*

*Всеукраїнське громадське об'єднання «Українська асоціація економістів-міжнародників»*

№ 57/3 від 25.12.2019 р.

**ДОВІДКА**

про впровадження результатів дисертаційної роботи  
**Подлепіної Поліни Олександрівни**  
на тему: «Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн,  
що розвиваються»,  
поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук  
за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні  
економічні відносини

Всеукраїнське громадське об'єднання «Українська асоціація економістів-міжнародників» зазначає, що результати дисертаційного дослідження Подлепіної П.О. є актуальними та мають наукове і практичне значення для розроблення програми діяльності організації на 2020-2022 рр. Зокрема, для відділу «Міжнародні економічні відносини», обґрунтовані науково-теоретичні засади дослідження міжнародних туристичних послуг та проаналізовано тенденції і динаміку розвитку глобального ринку туристичних послуг.

Автором вдало удосконалено понятійно-категоріальний апарат: міжнародний туризм; міжнародна туристична послуга; сталий розвиток туризму.

Особливої уваги заслуговують пропозиції щодо методики розрахунку ефективності реалізації туристичних послуг. У подальшому результати дослідження Подлепіної П.О. будуть використані при організації та проведенні міжнародних конференцій та круглих столів.

Президент асоціації

Д.е.н., професор



А.С.Філіпенко

Продовження додатку А



УКРАЇНА  
ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА РАДА



вул. Сумська, 64, м. Харків 61002, тел. (057) 700-40-57, тел./факс (057) 700-53-35  
E-mail: info@oblrada-kharkiv.gov.ua Сайт: www.oblrada-kharkiv.gov.ua Код ЄДРПОУ 24283333

13.04.2020 № 044/935

На \_\_\_\_\_

**ДОВІДКА**

про впровадження результатів дисертаційного дослідження  
Подлепіної Поліни Олександрівни  
на тему: «Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн,  
що розвиваються»

Результати та матеріали дисертаційного дослідження Подлепіної П. О. щодо шляхів підвищення конкурентоспроможності туристичного сектору України, аналізу розвитку інфраструктурного забезпечення туристичної галузі, нарощення використання рекреаційного потенціалу Харківської області в умовах глобалізації та ефективного формування регіонального туристичного продукту на принципах сталості проаналізовані та використані у роботі Харківської обласної ради при реалізації регіональних проектів у Харківській області.

Довідка видана для подання у спеціалізовану вчену раду за місцем захисту дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук Подлепіної П. О.

Довідка видана без фінансових зобов'язань перед автором.

Перший заступник  
голови обласної ради

Віктор КОВАЛЕНКО

000796



Продовження додатку А



У К Р А І Н А

ХАРКІВСЬКА МІСЬКА РАДА  
ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ  
ВИКОНАВЧИЙ КОМІТЕТ



## ДЕПАРТАМЕНТ МІЖНАРОДНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА

майдан Конституції, 7, м. Харків, 61200  
тел. +38 (057) 760-74-42, факс +38 (057) 760-77-54  
E-mail: [umz@citynet.kharkov.ua](mailto:umz@citynet.kharkov.ua), код ЄДРПОУ 37458823

В.г. 08.04.2020 № 183/01-01-26  
На №

Спеціалізованій вченій раді  
Д 11.051.03 Донецького  
національного університету  
ім. Василя Стуса  
Міністерства освіти і науки  
України

## ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи  
**Подлепіної Поліни Олександрівни**  
на тему: «Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн,  
що розвиваються»,  
поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук  
за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні  
економічні відносини

Результати та матеріали дисертаційного дослідження Подлепіної П.О. дали можливість використовувати такі найбільш суттєві положення:

- пропозиції щодо застосування науково-методичного підходу до визначення потенціалу міжнародної туристичної галузі, що дає можливість ефективно досліджувати та застосовувати індекс конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму;
- результати та матеріали щодо кластерного аналізу країн, що розвиваються на основі врахування кількісних та якісних показників розвитку туристичної індустрії;
- концептуальні підходи щодо впливу розвитку міжнародної туристичної сфери на сталий розвиток країн, що розвиваються.

Крім цього, результати та матеріали дисертаційного дослідження будуть застосовуватись у поточній діяльності Департаменту міжнародного співробітництва Харківської міської ради щодо забезпечення зростання потенціалу туристичних підприємств та обсягів реалізації туристичного продукту на зовнішньому та внутрішньому ринках, створення сприятливих умов для залучення інвестицій та інших коштів у туристичну сферу міста, сприяння розвитку туристичної інфраструктури міста, а також підприємств у сфері туризму.

Заступник директора Департаменту  
міжнародного співробітництва



Ю.В. ЗГУРСЬКА



Продовження додатку А



**LLC «CALYP SO TOUR UA»**



**LLC «PROFI STUDY AND WORK»**

11.12.2019 № 08-02/09-13

на № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

Спеціалізованій вченій раді  
Д 11.051.03 Донецького  
національного університету  
ім. Василя Стуса  
Міністерства освіти і науки України

#### ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи  
Подлепіної Поліни Олександрівни  
на тему: «Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн,  
що розвиваються»,  
поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук  
за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні  
економічні відносини

Довідка видана для підтвердження того, що науково-методичні матеріали, висновки та пропозиції, розроблені та сформульовані в роботі Подлепіної П. О. використані в роботі міжнародного туристичного оператора «КАЛПСО ТУР ЮА» при розробці пропозиції щодо формування та реалізації політики у сфері міжнародного туризму.

Зокрема, були використані такі суттєві положення:

**Україна, 01030**  
м. Київ, пров. Георгіївський, 2 офіс 44  
тел. +380 (95) 275 95 65  
+380 (95) 904 03 03  
[www.profi-jobs.com](http://www.profi-jobs.com)  
[www.calypsotourua.com](http://www.calypsotourua.com)  
[profistudywork@gmail.com](mailto:profistudywork@gmail.com)  
[cv.profijobsua@gmail.com](mailto:cv.profijobsua@gmail.com)  
[ukr.calypso@gmail.com](mailto:ukr.calypso@gmail.com)

**Ukraine, 01030**  
Kyiv, Heorhiivskiy lane, 2 office 44  
Tel. +380 (95) 275 95 65  
+380 (95) 904 03 03  
[www.profi-jobs.com](http://www.profi-jobs.com)  
[www.calypsotourua.com](http://www.calypsotourua.com)  
[profistudywork@gmail.com](mailto:profistudywork@gmail.com)  
[cv.profijobsua@gmail.com](mailto:cv.profijobsua@gmail.com)  
[ukr.calypso@gmail.com](mailto:ukr.calypso@gmail.com)

*Продовження додатку А*

- результати та матеріали щодо різноступеневого характеру впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що розвиваються;

- концептуальні підходи до проведення кластерного аналізу країн, що розвиваються на основі врахування кількісних та якісних показників розвитку туристичної індустрії.

Вищевикладені положення були також використані «КАЛПСО ТУР ЮА» для розроблення стратегії розвитку фірми на 2020-2025 рр., диверсифікації участі туристичного оператора у міжнародній туристичній діяльності із врахуванням потреби споживачів туристичних послуг.

Генеральний директор  
«КАЛПСО ТУР ЮА»



Е. Чаушев

Продовження додатку А



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
імені В. Н. КАРАЗІНА**

61022, м. Харків, майдан Свободи, 4, факс +38 057 705-02-41, тел. +38 057 705-12-47, +38 057 707-52-31,  
E-mail: univer@karazin.ua, код ЄДРПОУ 02071205

22.01.2020 № 0301-111  
на № \_\_\_\_\_

Спеціалізованій вченій раді  
Д 11.051.03 Донецького  
національного університету  
ім. Василя Стуса  
Міністерства освіти і науки України

**ДОВІДКА**

**про впровадження результатів дисертаційної роботи  
Подлепіної Поліни Олександрівни  
на тему: «Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн,  
що розвиваються»,  
поданої на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук  
за спеціальністю 08.00.02 – світове господарство і міжнародні  
економічні відносини**

Дисертаційну роботу виконано відповідно до тематики науково-дослідної роботи кафедри туристичного бізнесу та країнознавства (до 13.12.2016 р. кафедра туристичного бізнесу) Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України за темами: «Туристична політика зарубіжних країн» (номер держреєстрації 0113U006006, 2013 р.), в рамках якої було проведено економіко-математичне моделювання з використанням різних функцій взаємозв'язку для визначення впливу міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток країн, що розвиваються; «Регіональні особливості розвитку міжнародного туризму» номер держреєстрації 0114U002889, 2014-2015 рр.), в рамках якої здійснено оцінку системного аналізу кількісних та якісних параметрів розвитку глобального ринку туристичних послуг; «Міжнародний туризм, як фактор економічної та суспільно-політичної модернізації країн Центральної та Східної Європи» (номер держреєстрації 0116U000918, 2016-2017рр.), в рамках якої було обгрунтовано різноступеневий характер впливу ключових показників розвитку міжнародного туризму на ВВП країн, що розвиваються.

Наукові результати, викладені у дисертаційній роботі використовуються також у навчальному процесі Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України при викладанні навчальних дисциплін: «Світова економіка» «Міжнародний туризм».

Декан факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Валерій ПУЗНИКОВ

Начальник Інформаційно-методичного центру

Агріпіна ВІНОГРАДОВА

Начальник Управління якості освіти

Людмила ІВАНЕНКО

Проректор з наукової роботи

Віктор КАТРИЧ







**УКРАЇНА**  
**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА**  
 вул. 600-річчя, 21, м. Вінниця, 21021, тел. приймальні: +38 (0432) 50-89-30,  
 факс: +38 (0432) 50-87-78, E-mail: rector@donnu.edu.ua, код ЄДРПОУ 02070803

№11/01.1.3-43 від 05.02.2020

### ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційної роботи  
 Подлепіної Поліни Олександрівни  
 на тему «Вплив міжнародного туризму на сталий розвиток країн, що  
 розвиваються», поданої на здобуття наукового ступеня  
 кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.02 – світове  
 господарство і міжнародні економічні відносини

Дисертаційну роботу Подлепіної П. О. виконано відповідно до тематики наукових досліджень кафедри міжнародних економічних відносин Донецького національного університету імені Василя Стуса: «Формування конкурентних стратегій національних виробників в сучасній парадигмі глобального економічного середовища» (номер держреєстрації 0118U002395, 2018–2020 рр.), в рамках якої визначено сучасні детермінанти сталого розвитку країн, що розвиваються.

Отримані наукові результати також використовуються у навчальному процесі Донецького національного університету імені Василя Стуса при викладанні навчальних дисциплін «Міжнародні стратегії економічного розвитку», «Міжнародний маркетинг».

Проректор з наукової роботи



*I. V. Hadzhiyov*  
 І. В. Хаджинов

## СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Подлепіна П. О. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток регіону. *Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку*: кол. монографія. За ред. проф. В. В. Александрова. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. С. 28–44 (1,06 д.а.). *Особистий внесок здобувача полягає у дослідженні напрямів та обґрунтування механізмів регулювання туристичної сфери на регіональному рівні.*
2. Podlepina P. O. International market of tourist services: conceptual category apparatus. *International journal of economics and society*. 2017. Volume 2. Issue 9. P. 151–155 (0,54 д.а.).
3. Подлепіна П. О., Парфіненко А. Ю., Кондакова Г. О. Нові індустріальні країни «першої хвилі» в системі світогосподарських зв'язків. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2014. № 1144. Вип. 3 (1). С. 146–150 (0,68 д.а./ 0,23 д.а.). *Особистий внесок здобувача полягає у дослідженні ролі нових індустріальних країн в системі світогосподарських зв'язків.*
4. Подлепіна П. О. Основні засади капіталізації сфери міжнародного туризму в країнах з різним рівнем економічного розвитку. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. Вип. 45 (2). С. 97–102 (*Index Copernicus та інші*) (0,68 д.а.).
5. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як рушійна сила економічного поступу країн, що розвиваються. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 4 (260). С. 280–286 (*Index Copernicus та інші*) (0,8 д.а.).
6. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на сучасні пріоритети сталого розвитку країн, що розвиваються. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2019. Вип. 54. С. 17–24 (*Index Copernicus та інші*) (0,8 д.а.).
7. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на соціально-економічний розвиток України. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 2 (268). С. 203–206 (*Index Copernicus та інші*) (0,54 д.а.).
8. Подлепіна П. О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 1 (211). С. 21–29 (0,82 д.а.).
9. Подлепіна П. О. Оцінка динаміки розвитку сегментів міжнародних туристичних послуг в контексті вимірів сталого розвитку. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 3 (213). С. 69–77 (0,88 д.а.).
10. Подлепіна П. О. Економічна природа міжнародних туристичних послуг в умовах трансформаційних процесів країн, що розвиваються. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 3 (270). С. 131–135 (*Index Copernicus та інші*) (0,6 д.а.).
11. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як багатогранний феномен сьогодення. *Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу*: тези доп. Міжн. наук.-пр. конф. 22–23 травня 2008 р., м. Харків. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2008. С. 61–63 (0,13 д.а.).
12. Подлепіна П. О. Деякі тенденції розвитку світового туристичного ринку. *Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу*: матеріали V наук.-практ. конф. молодих вчених. 11 грудня 2009 р., м. Харків. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2009. С. 265–267 (0,17 д.а.).
13. Подлепіна П. О. Посткризові реалії розвитку туристичної сфери України. *Экономические аспекты развития туризма в регионах Украины: настоящее и будущее*: матеріали Всеукр. науч.-практ. конф. 3 апреля 2012 г., г. Донецк. Донецк: ЧВУЗ «ДИТБ», 2012. С. 69–72 (0,18 д.а.).
14. Подлепіна П. О. Новітні інноваційні технології в розробці туристичного продукту у Східній Європі (на прикладі Поділля та Південно-Східної Волині). *Міжнародні відносини країн Центрально-Східної Європи в умовах бігравітаційних процесів*: зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф. 12–13 травня 2017 р., м. Хмельницький-Старокостянтинів-Меджибіж. Хмельницький: ХНУ, 2017. С. 121–122 (0,13 д.а.).

15. Подлепіна П. О. Міжнародний туризм як чинник соціально-економічного розвитку (на прикладі країн, що розвиваються). *Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети*: матеріали VIII міжнар. наук.-практ. конф. 27 жовтня 2017 р., м. Харків. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. С. 217–219 (0,18 д.а.).

16. Подлепіна П. О. Співпраця країн, що розвиваються, Південно-Східної Азії як чинник розвитку туризму в регіоні. *Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства*: матер. XIV міжн. наук.-пр. конф. 20–21 квітня 2018 р., м. Хмельницький. Хмельницький: ХНУ. 2018. С. 158–163 (0,27 д.а.).

17. Подлепіна П. О. Вплив туристичних потоків на сталий розвиток транскордонних територій країн, що розвиваються. *Транскордонне співробітництво, як форма розвитку міжнародної інтеграції*: тези IX міжнар. наук.-практ. семінару. 24 травня 2019 р., м. Луцьк. Луцьк: Редакційно-інформаційний відділ Луцького НТУ. 2019. С. 77–80 (0,23 д.а.).

### ВІДОМОСТІ ПРО АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Міжнародна науково-прпрактична конференція «Проблемні та перспективні аспекти туристичного бізнесу» (м. Харків, 2008 р.),

2. V науково-прпрактична конференція молодих вчених. «Актуальні проблеми міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу» (м. Харків, 2009 р.),

3. Всеукраїнська науково-прпрактична конференція «Экономические аспекты развития туризма в регионах Украины: настоящее и будущее» (м. Донецьк, 2012 р.),

4. Міжнародна науково-прпрактична конференція «Міжнародні відносини країн Центрально-Східної Європи в умовах бігравітаційних процесів» (м. Хмельницький, 2017 р.),

5. VIII міжнародна науково-прпрактична конференція «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети» (м. Харків, 2017 р.),

6. XIV міжнародна науково-прпрактична конференція «Актуальні проблеми та перспективи трансформації міжнародних економічних відносин і світового господарства» (м. Хмельницький, 2018 р.),

7. IX міжнародний науково-прпрактичний семінар «Транскордонне співробітництво як форма розвитку міжнародної інтеграції» (м. Луцьк, 2019 р.).

## Історія становлення концепції сталого розвитку

№	Етапи	Розробники наукових теорій	Еволюція термінології	Основи наукового підходу	Наукові форуми
1	1980-1990	Герман Дейлі	тлумачення «сталого розвитку» як гармонійного, збалансованого, безконфліктного прогресу людської цивілізації	Неухильний інноваційно-інтенсивний економічний розвиток країн, де позитивно вирішується комплекс питань щодо збереження довкілля, ліквідації експлуатації, бідності та дискримінації людей та народів	монографії «Поза зростанням: економічна теорія сталого розвитку»
		Брундланд Г. Х.	ідея людського суспільства має полягати в активізації пошуку кращого життя та добробуту	Необхідність «сталого розвитку», що забезпечує потреби нинішнього покоління без завдання шкоди майбутньому у задоволенні своїх власних потреб	доповіді «Наше спільне майбутнє» Міжнародна комісія з довкілля і розвитку (МКНСР) у 1987 р.
2	1990-1999	Кинг А., Шнайдер Р. Дорогунцов С.,	у перше з'явився термін «сталий розвиток»	Оточуюче середовище і соціально-економічний розвиток розглядається, як взаємопов'язані і взаємозалежні складові. Сталий розвиток пов'язується з гармонічним досягненням наступних цілей: високої якості довкілля і здорової економіки для всіх народів світу; задоволенні потреб людей і збереженні сталого розвитку протягом тривалого періоду	«Порядку денному на XXI століття» (Agenda 21), Міжнародна конференція з довкілля і розвитку в Ріо-де-Жанейро (Самміт Землі) у 1992 р.
			удосконалення термінології «сталий розвиток»		міжнародна угода «Киотський протокол» у грудні 1997 р. в Києво (Японія)
3	2000-2015	Дейлі Г. Картер Н. Данилишин Б.	удосконалення термінології «сталий розвиток» втілення ідей сталого розвитку на міждержавному рівні	Інтернаціональне погодження цілей розвитку, у тому числі тих, що містяться в Цілях Тисячоліття із використанням таких інструментів: податкові важелі, інвестиції в економічну і соціальну інфраструктуру, розвиток ринків капіталу через банківські системи, проводити розсудливу бюджетну і грошову політику	«Цілі Тисячоліття» Міжнародна конференція з фінансування розвитку у Монтерреї (Мексика) 18-22 березня 2002 р.
				визначити цілі, часові рамки і зобов'язання з широкого спектру питань, які покликані змінити життя у всіх регіонах світу, у тому числі, деякі нові цільові показники, пов'язані із забезпеченням базовими елементами санітарії, використанням і виробництвом хімічної продукції та ін	«Саміт Землі 2002, Ріо+10» Світовий саміт зі сталого розвитку в Йоганнесбурзі з 26 серпня по 4 вересня 2002 р. Перелік ЦСР був затверджений на засіданнях Генеральної Асамблеї ООН у вересні 2015р

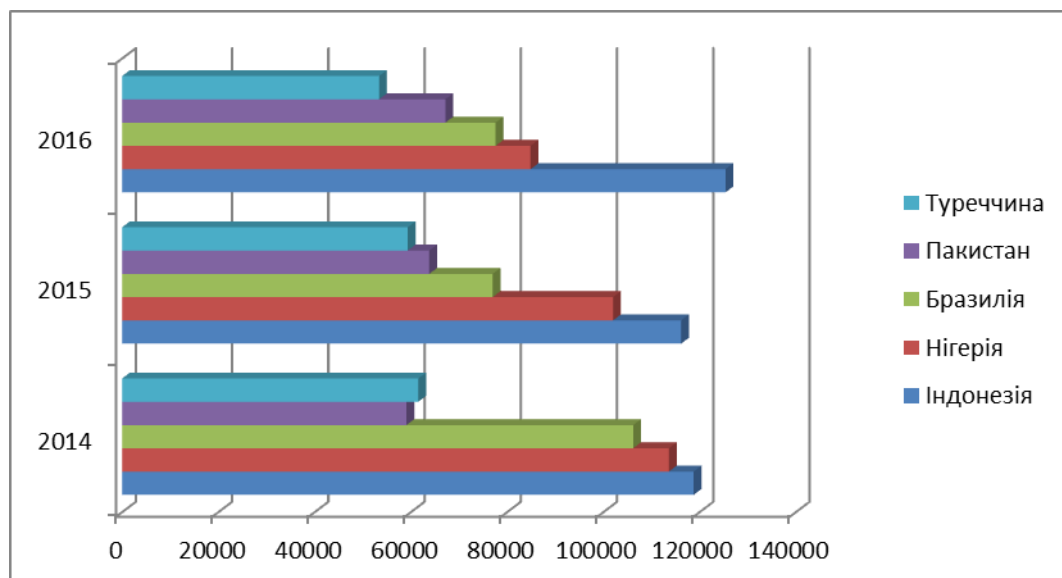
4	2016-2030	П.Велбі, А.Льюїс та К.Маккінзі Дж.М. Хулс, Херман Е., Ткаченко Т.І., Кожухова Т	Формування якісно нової моделі екологізації національних економік в контексті забезпечення добробуту	<p>Екологічна підсистема, яка виступає середовищем життєдіяльності населення, й визначає якість життя, добробут на локальному, національному та міжнародному рівнях, а також є середовищем економічної діяльності людини, з якого черпаються природні ресурси, використовується просторовий та асиміляційний потенціал, які, переважно, є обмеженими, а тому потребують ефективної алокації та експлуатації.</p> <p>Пошук інноваційних рішень, використання інструментарію регулятивного впливу на економіку для забезпечення паритетності економічної, соціальної, екологічної, просторової, інституційної складових розвитку, збалансування відтворювальних, секторальних, регіональних пропорцій в напрямку розвитку державидобробу ХХІ ст</p>	Засідання генеральної асамблеї ООН 2019р (74 сесія), 2020 р (75 сесія).
---	-----------	---	--	---	---



**Порівняльна оцінка динаміки створеної валової доданої вартості в світовому господарстві у відповідності до вхідного туристичного потоку**

	2014		2015		2016	
	млн. дол.	млн. осіб.	млн. дол.	млн. осіб.	млн. дол.	млн. осіб.
Китай	979349	55,6	1010227	56,8	992770	59,3
Індія	339009	13,1	339124	13,3	353014	14,6
США	204400	75,02	184800	77,4	177600	75,61
Індонезія	118806	9,4	116192	10,4	125410	11,5
Нігерія	113644	1,8	102042	1,2	84908	0,6
Бразилія	106238	6,3	77025	6,4	77632	6,51
Пакистан	59111	0,9	63859	1,1	67204	0,96
Російська Федерація	73013	32,4	55921	33,7	54791	24,6
Туреччина	61559	39,8	59355	39,5	53409	30,3
Японія	51174	13,4	46408	19,7	52968	24,04

*Джерело: складено автором на основі [10]*



**Рис. Д 1. Динаміка лідерів щодо створеної доданої валової вартості в світовому господарстві в країнах, що розвиваються**

*Джерело: складено автором*

## Продовження додатку Д

## Таблиця Д2

## Аналіз структури пасажироперевезення у країнах, що розвиваються

Назва країни	2014		2015		2016	
	млн. дол.	%	млн. дол.	%	млн. дол.	%
Китай	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в
Індія	645	1,76	1056	2,88	459	1,25
Мексика	398	1,09	995	2,71	969	2,64
Бразилія	562	1,53	410	1,12	589	1,61
Туреччина	9214	25,12	8835	24,09	7952	21,68
Південна Корея	4868	13,27	3841	10,47	3843	10,48
Саудівська Аравія	1025	2,79	1053	2,87	1043	2,84
Індонезія	1306	3,56	1293	3,53	1361	3,71
Гонконг	6836	18,64	6655	18,14	6730	18,35
ОАЕ	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в
Сінгапур	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в
Чилі	963	2,63	884	2,41	821	2,24
Ізраїль	729	1,99	696	1,90	709	1,93
Єгипет	771	2,10	832	2,27	879	2,40
В'єтнам	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в	д/в
Марокко	1687	4,60	1505	4,10	1365	3,72
Катар	5985	16,32	7096	19,35	7182	19,58
Туніс	683	1,86	488	1,33	587	1,60
Бахрейн	691	1,88	700	1,91	718	1,96
Маврикій	272	0,74	247	0,67	253	0,69
Камерун	31	0,08	34	0,09	26	0,07
Замбія	1	0,00	2	0,01	2	0,01
Мадагаскар	3	0,01	4	0,01	4	0,01
Бенін	4	0,01	2	0,01	6	0,02
Малаві	4	0,01	6	0,14	8	3,22
Всього	36678,0	100,00	36634,0	100,00	35506,0	100,00

д/в – дані відсутні

*Джерело: складено автором на основі [10]*

## Кластеризація середньоарифметичного значення по 14 складовим Індексу

Країна	Бізнес-середовище	Охорона та безпека	Здоров'я та гігієна	Людські ресурси та ринок праці	Розвиток інформаційних та комунікаційних технологій	Пріоритет подорожей та туризму в доходах країни	Міжнародна відкритість	Конкурентоспроможність цін	Екологічна сталість	Розвиток авіатранспортної інфраструктури	Розвиток наземної та портової інфраструктури	Розвиток туристичної інфраструктури та обслуговування	Природні ресурси	Культурні ресурси та ділові поїздки
Мексика	4,2	4,2	5,3	4,6	4,3	5,1	3,7	4,9	3,6	3,7	3,2	4,7	5,6	5,3
Панама	4,9	5,3	5,1	4,4	4,5	5,1	4,4	5,2	4,6	4,7	4,2	4,9	4,6	1,7
Коста-Ріка	4,5	5,4	5	4,9	5,2	5,2	4,2	4,3	4,6	3,2	2,6	5,3	5,4	1,7
Барбадос	4,4	5,6	6	4,7	5,2	5,8	2,8	3	4,7	3,8	5,2	4,9	2,3	1,2
Ямайка	4,8	4	4,7	4,7	4,2	5,9	4	4	3,6	2,4	4,4	4,6	3	1,4
Тринідад і Тобаго	4,4	4,1	5,1	4,5	4,8	3,7	3,5	4,8	3,8	4,1	4,2	4,1	2,7	1,3
Домініканська Республіка	4,2	4,5	4,9	4,1	3,7	5,8	3,3	4,4	3,7	2,8	3,5	4,6	3,2	1,4
Гватемала	4,4	3,7	4,6	4,1	3,8	4,4	3,9	5,6	3,8	1,9	2,7	3,7	3,7	1,6
Гондурас	4,2	3,5	4,6	4,3	3,4	5	4,2	4,7	4,3	2,2	3	3,7	3,5	1,5
Нікарагуа	3,5	5,4	4,6	4,2	3,3	4,6	4,3	5,1	4	2	2,7	3,5	3,3	1,4
Сальвадор	4	3	4,9	4,2	3,7	4,3	4,5	4,8	4,1	2,1	3	3,3	2,4	1,5
Бразилія	3,5	4,5	5,3	4,3	4,6	3,9	2,6	5,3	4,1	3,7	2,4	4,9	6,1	5,7
Чилі	5	5,7	5,2	4,8	4,9	4,6	4,7	5,3	4,1	2,7	3,3	4,4	3,3	2,7
Аргентина	3,1	5	6,4	4,6	4,7	4,6	2,8	4,1	3,4	2,7	2,6	4,5	4,4	4,5
Перу	4,3	4,5	4,8	4,7	4,2	4,6	4,3	3,8	4,1	2,5	2,4	4,7	5,3	3,3
Еквадор	3,9	5,2	5,1	4,2	3,9	4,7	3,9	5,1	4	2,5	3,6	3,9	4,9	2
Колумбія	4	2,6	5	4,6	4,4	4,1	4,6	4,4	4,2	2,8	2,3	3,7	4,5	3,4
Уругвай	4,6	5,5	6	4,6	5,5	5,3	2,7	4	3,9	2,1	2,8	4,4	2,5	1,8
Болівія	3	5	4,4	4	3,8	3,6	2,8	4,3	4,2	2,2	2,2	3,3	4	2
Венесуела	2,4	3,3	5,1	3,9	3,5	3,4	2,2	5,5	3,7	2	2	3,1	4,6	2,2
Парагвай	4,3	4,7	5	4,1	3,7	4,9	2,5	5	3,8	1,6	2,1	3,3	2,3	1,4
Марокко	4,7	6,1	4,6	3,9	4,3	5	2,7	5,2	3,7	2,8	3,4	3,8	3,6	2,5
Єгипет	4,3	3,3	5,4	4,1	3,9	5	2,5	6,2	4,1	2,9	3	3,2	2,5	3,3
Туніс	4,4	4,7	5,2	4	4,3	4,8	3	5,9	3,9	2,3	2,7	4,1	2,5	1,5
Алжир	4	5,3	4,9	4	3,7	2,8	1,5	6	3,7	2,1	2,5	2,1	2,2	2,1
ПАР	5,3	3,9	3,8	4,6	4,4	4,7	2,4	5,2	3,6	3,4	3,4	4,4	4,4	3,4
Намібія	4,9	5,2	3,5	4,1	3,9	4,6	2,7	5,4	3,9	3	3,2	4	3,8	1,2
Ботсвана	5,1	5,3	3,5	4,5	4,1	4,6	2,2	5,7	4,5	2,2	2,8	3,6	3,5	1,3
Замбія	4,6	5,4	2,7	4,1	2,8	3,9	2,9	4,8	4,6	1,9	2,3	2,6	3,7	1,3
Зімбабве	3	5,5	2,9	3,6	2,9	3,9	2,9	5,1	4,1	1,9	2,4	2,8	3,6	1,5
Лесото	4,2	5,4	2,9	3,6	3,2	4,7	1,7	5	4,7	1,3	1,9	2,5	2,1	1
Маврикій	5,2	5,9	5,3	4,8	4,5	6	3,5	4,1	4,3	3	4,5	4,9	2,4	1,3
Кенія	4,4	3,4	3,2	4,5	3,4	5,3	3	4,8	4,7	2,5	3,1	3,2	4,7	1,6
Танзанія	4,1	5,1	2,9	3,6	2,7	4,8	3,2	5,4	4,2	2	2,6	2,9	4,9	1,5
Руанда	5,1	6,4	3,8	4,7	3,3	4,3	2,9	4,8	4,8	1,9	3,5	2,4	2,7	1,3
Уганда	4,3	4,6	2,8	4	2,8	4,1	3	5	4,3	1,8	2,3	3	3,7	1,6
Ефіопія	4	4,9	4,5	3,7	2,6	3,6	2,6	4,9	4,2	2	2,8	2,2	3	1,7
Мадагаскар	3,6	5	3,3	3,8	2,1	4,4	3	5	3,6	1,8	2	2,7	3,1	1,4
Мозамбік	4,2	4,6	1,8	3,6	2,6	4	3,1	4,6	4,2	1,8	2,1	2,8	2,9	1,3
Малаві	4,2	5,4	3	4,2	2,5	3,4	2,8	4,6	4,2	1,4	2,1	2,2	2,9	1,3
Дем.респ. Конго	4,1	4	2,8	3,9	1,6	1,9	1,5	3,8	4	1,6	1,8	1,9	4,1	1,4
Бурунді	3,9	4,2	3,8	3,9	1,6	2,5	1,8	4,7	4,1	1,6	2,3	1,8	2	1,1
Кабо-Верде	4,4	5,2	4,7	4,5	4	4,6	3,2	5,2	4,4	3,5	3,1	4,6	2,1	1,1
Кот-д'Івуар	4,3	5	2,6	3,7	3,5	3,5	2,6	4,4	4,3	2,2	3,2	2,9	3,5	1,3
Сенегал	4,2	5,4	3,6	3,6	3,2	3,3	2,5	3,7	4,3	2	2,9	3,1	3,4	1,4
Гамбія	4,2	5,6	3,6	4	3,3	4,8	2,1	5,3	4	1,8	3	2,8	2,3	1,2
Габон	4	5,3	4,4	3,7	3,8	2,6	2,3	5,5	4,6	2,1	2,2	2,5	2,7	1,2
Гана	4,6	5,5	3	4,7	3,6	3,5	1,9	4,2	4,1	2	2,7	2,4	2,7	1,5
Камерун	4	4,3	3,1	4,4	2,7	2,8	1,8	5	4,1	1,6	2,2	2,4	3,3	1,3
Бенін	4,3	5,2	2,9	4,5	2,7	3,1	1,5	4,9	3,9	1,7	2,3	2,4	2,7	1,2
Нігерія	4,3	3,1	2,7	3,6	3,2	3,2	1,9	4,9	3,9	2	2,1	2,7	2,4	1,9
Малі	4,1	3,6	2,6	3,1	2,4	3,8	1,6	5	4,3	1,7	2,3	2,6	2,5	1,8
Сьєрра-Леоне	4,2	5,1	2,3	4,2	2,3	3,6	1,8	4,5	4	1,5	2,3	1,9	2,3	1,3
Мавританія	3,4	4,2	3,7	2,6	2,2	3,2	2,9	4,8	3,7	1,6	2	2,4	2,3	1,1
Чад	2,9	3,7	2,9	3,1	2	3,1	1,7	4,9	4,2	1,5	2	2	2,7	1

## Продовження додатку Ж

## Продовження таблиці Ж 1

ОАЕ	5,9	6,6	5,4	5,2	6,1	5,1	3	5	4,5	5,8	4,9	5,4	2,6	2,2
Катар	5,8	6,3	6	5,2	5,8	4,5	2	5,7	4,1	4,3	4,7	5	1,8	1,6
Бахрейн	5,5	5,7	5,2	4,7	6	4,3	2,9	5,5	3,8	3,5	5,2	4,9	1,7	1,3
Ізраїль	5	4,6	6,1	5,2	5,5	4,6	2,5	3,1	3,9	3,2	4,2	5,4	2,6	2
Саудівська Аравія	5,2	5,5	5,6	4,6	5,6	4,4	1,6	5,6	3,5	3,7	3,3	4,7	2,5	2,2
Оман	5,1	6,5	5,4	4,1	5,1	4,4	2,2	5,5	3,7	3	3,9	4,1	2,6	1,9
Йорданія	4,8	5,8	5,5	4,5	5,1	5,3	3,3	4,8	4	2,6	3	4,1	2,3	1,3
Іран	4,3	5,2	4,7	4,1	3,8	3,6	2,4	6,7	3,6	2,2	3,1	2,5	2,4	2,8
Ліван	4,2	3,6	5,9	3,8	4,3	5	2,5	5,5	3,7	2,4	2,9	4,3	2,1	1,4
Кувейт	4,6	5,7	5,4	4,3	5,5	3,3	1,9	5,3	3,1	2,5	3,5	3,8	1,9	1,2
Ємен	3,5	2,8	3,8	3,2	2,3	2,4	1,3	5,9	2,8	1,5	2	2,2	1,9	1,3
Туреччина	4,5	4,1	5,4	4,3	4,3	4,3	3,9	4,9	3,7	4,7	3,5	4,7	3	4,1
Гонконг	6,2	6,5	6,6	5,4	6,5	5,8	3,9	4,2	4,3	5,5	6,4	4,4	3,5	3
Китай	4,2	5	5,4	5,2	4,6	4,8	3	5,3	3,2	4,3	4	3,2	5,3	6,9
Південна Корея	4,7	5,8	6,4	4,9	6,2	4,6	4,3	4,7	4,2	4,3	5	4,6	2,3	4,9
Тайвань	5,2	6	6,1	5,3	5,5	4,7	4,2	5,2	4,1	3,5	5,2	4,5	3,4	3,2
Сінгапур	6,1	6,5	5,5	5,6	6,1	6	5,2	4,7	4,3	5,3	6,3	5,4	2,4	3,1
Малайзія	5,4	5,8	5,2	5,2	5,2	4,7	4,1	6,1	3,5	4,5	4,4	4,7	4,1	2,9
Таїланд	4,7	4	4,9	4,9	4,8	5	3,8	5,6	3,6	4,6	3,1	5,8	4,9	2,8
Індонезія	4,5	5,1	4,3	4,6	3,8	5,6	4,3	6	3,2	3,8	3,2	3,1	4,7	3,3
Шрі-Ланка	4,7	5,5	5,3	4,5	3,7	5,2	3,1	5,6	3,9	2,6	3,9	3,2	4,1	1,6
В'єтнам	4,4	5,6	5	4,9	4,2	4	3	5,3	3,4	2,8	3,1	2,6	4	3
Філіппіни	4,3	3,6	4,8	4,8	4	4,8	3,4	5,5	3,6	2,7	2,5	3,4	4	1,9
Камбоджа	3,7	5,1	4	4,1	3,6	5,1	3,5	5,1	3,3	2,1	2,4	2,9	3,2	1,6
Індія	4,3	4,1	4,4	4,4	3,2	3,9	3,7	5,8	3,1	3,9	4,5	2,7	4,4	5,3
Бутан	4,7	6,1	4,6	4,3	3,9	5	2,9	6	4,6	2,7	2,5	2,7	3,5	1,3
Непал	4,1	4,8	5	4,2	2,6	4,8	2,8	5,6	3,4	2	1,9	2,3	4,2	1,3
Пакистан	3,9	3,1	4,5	3,1	2,5	3,4	2,2	5,4	3,1	2,1	3	2,3	2,2	1,9
Бангладеш	4,1	3,7	4,3	3,8	3,1	3,2	2,5	4,7	3,4	1,9	3,1	1,9	2,4	1,6

## Аналітичні дані для прогнозування багатofакторної моделі

Рік	ВВП У	Загальний внесок від туризму у ВВП Х1	Туристичні витрати резидентів в середині країни Х2	Прямі надходження від туризму у ВВП Х3	Сукупні капіталовкладення в туристичну галузь Х4	Витрати міжнародних туристів у середині країни Х5
2000	5,98	0,5	0,2	0,2	0,05	0,2
2001	6,04	0,5	0,1	0,2	0,06	0,2
2002	6,49	0,5	0,1	0,3	0,07	0,25
2003	6,72	0,5	0,2	0,4	0,08	0,26
2004	8,29	0,7	0,2	0,5	0,09	0,3
2005	9,6	0,9	0,2	0,6	0,1	0,3
2006	10,85	0,9	0,3	1	0,1	0,35
2007	13,5	1,1	0,3	1	0,2	0,4
2008	17,28	1,3	0,4	1	0,2	0,5
2009	18,58	1,4	0,3	1	0,2	0,7
2010	20,21	1,5	0,3	1	0,2	0,8
2011	21,11	1,8	0,3	1	0,3	0,9
2012	24,59	2,2	0,3	1	0,3	1,1
2013	25,71	2	0,4	1	0,3	0,9
2014	26,72	2,1	0,4	1	0,3	1
2015	22,96	2,1	0,4	1	0,3	1
2016	24,75	2,1	0,4	1	0,3	1,1
2017	26,46	2	0,4	1	0,3	0,9
2018	28,12	2,2	0,4	1	0,3	1,1
2019	31,0076	2,5245614	0,4561404	1,25964912	0,36842105	1,23368421
2020	32,4033	2,6385965	0,4722807	1,30561404	0,38552632	1,29252632
2021	33,799	2,7526316	0,4884211	1,35157895	0,40263158	1,35136842
2022	35,1947	2,8666667	0,5045614	1,39754386	0,41973684	1,41021053
	26,9133					

## ВИВІД ВСЬОГО

<i>Регресійна статистика</i>	
Множинний R	0,989379
R-квадрат	0,978871
Нормований R-квадрат	0,970744
Стандартна помилка	1,39935
Спостереження	19

## Продовження додатку К

## Дисперсійний аналіз

	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимість F</i>
Регресія	5	1179,34396	235,8687927	120,4531126	2,0391E-10
Остаток	13	25,456331	1,958179309		
Всього	18	1204,80029			

	<i>Коефіцієнти</i>	<i>Типова помилка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-Значення</i>	<i>Нижнє 95%</i>	<i>Верхнє 95%</i>	<i>Нижнє 95,0%</i>	<i>Верхнє 95,0%</i>
Y-перетину	-0,69924	1,08552321	-0,644152	0,530678517	3,044372275	1,645888382	-3,04437	1,645888
Змінна X 1	6,443278	4,66611532	1,380865528	0,19059861	3,637251487	16,52380708	-3,63725	16,52381
Змінна X 2	12,7419	8,41473928	1,51423645	0,153894739	5,437034058	30,92084395	-5,43703	30,92084
Змінна X 3	-0,00471	2,32878391	-0,00202283	0,998416732	-5,0357425	5,026321053	-5,03574	5,026321
Змінна X 4	8,59343	17,4779755	0,491671944	0,631148536	29,16544033	46,35230074	-29,1654	46,3523
Змінна X 5	5,242982	6,08001864	0,862329971	0,404133252	-7,8920994	18,378064	-7,8921	18,37806

Кореляційно-регресійний аналіз (балансова кросс-секшин регресія) за даними 2012–2018 рр

Крайна	Роки	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	x13	x14
		Кількість прибулків	Інтернет-користувачі, % від населення	Індекси інфляції	Рівень безробіття	Напади на 100000 населення	Викиди CO <sub>2</sub> т/особу	Витрати на НДДКР, % від ВВП							
Чилі	2012	3554000	13,29%	52,2	16,11%	3	-10,07%	6,4	-9,65%	133,9	2,20%	4,66	1,83%	0,4	3,06%
	2013	3576000	0,62%	55,1	5,36%	1,8	-40,35%	5,9	-7,77%	114,5	-14,50%	4,87	4,41%	0,4	7,32%
	2014	3674000	2,74%	58	5,36%	4,7	163,50%	6,4	7,75%	82	-28,39%	4,48	-8,00%	0,4	-3,52%
	2015	4478000	21,88%	61,1	5,36%	4,3	-7,74%	6,2	-2,78%	75,8	-7,46%	4,76	6,33%	0,4	1,52%
	2016	5641000	25,97%	76,6	25,40%	3,8	-12,90%	6,5	4,44%	69,3	-8,67%	4,98	4,56%	0,4	-4,92%
	2017	6450000	14,34%	83,6	9,04%	2,2	-42,37%	6,7	2,84%	67,1	-3,19%	4,92	-1,21%	0,4	
	2018	5723000	-11,27%	82,3	-1,47%	2,3	6,18%	7	4,38%	60,8	-9,41%	5,01	1,83%	0,4	
	2012	11098000	6,81%	72	1,41%	4,6	-12,80%	2	-3,70%	7,8	-7,22%	10,08	-2,85%	2	-7,33%
Сингапур	2013	11899000	7,22%	80,9	12,36%	2,4	-48,45%	1,9	-2,56%	8,6	9,32%	10	-0,75%	2	0,06%
	2014	11864000	-0,29%	79	-2,31%	1	-56,55%	2	2,63%	8,9	3,54%	9,59	-4,15%	2,1	8,72%
	2015	12051000	1,58%	79	-0,02%	-0,5	-151,02%	1,9	-2,56%	9,4	6,04%	9,27	-3,26%	2,3	5,56%
	2016	12913000	7,15%	84,5	6,88%	-0,5	1,72%	2,1	9,21%	8,5	-9,25%	9,32	0,54%	2,2	-3,97%
	2017	13903000	7,67%	84,4	0,00%	0,6	-208,27%	2,2	4,82%	8,8	2,54%	9,72	4,28%	2,2	
	2018	14673000	5,54%	88,2	4,40%	0,4	-23,78%	2,1	-3,45%	7,4	-16,04%	9,65	-0,73%	2,3	
	2012	6195000	5,52%	85	8,97%	0,7	-24,52%	2,5	0,52%	4,2	-70,63%	20,86	2,66%	0,5	
	2013	7126000	15,03%	88	3,53%	1,1	66,31%	2,6	2,67%	3,5	-18,69%	21,76	4,28%	1	7,67%
ОАЕ	2014	16232000	127,79%	90,4	2,73%	2,3	113,08%	2,2	-14,13%	3,5	0,88%	21,84	0,38%	1,3	35,23%
	2015	17472000	7,64%	90,5	0,11%	4,1	73,49%	1,9	-13,65%	3,5	0,34%	22,1	1,22%	0,7	42,65%
	2016	18967000	8,56%	90,6	0,11%	1,6	-60,27%	1,6	-14,35%	3,7	7,21%	22,56	2,08%	0,9	29,04%
	2017	20394000	7,52%	94,8	4,66%	2	21,65%	2,5	50,55%	2,4	-36,70%	22,14	-1,90%	1	7,67%
	2018	21286000	4,37%	98,5	3,83%	3,1	56,02%	2,2	-9,50%	2,3		22,44	1,37%	1,3	35,23%
	2012	11140000	13,73%	84,1	0,37%	2,2	-45,68%	3,2	-5,37%	626,9	6,26%	12,61	-0,06%	3,7	8,01%
	2013	12176000	9,30%	84,8	0,83%	1,3	-40,51%	3,1	-3,88%	124,6	-80,12%	12,47	-1,13%	4	7,33%
	2014	14202000	16,64%	87,6	3,29%	1,3	-2,00%	3,5	12,65%	111,4	-10,62%	12,34	-1,08%	4,1	3,06%
Республіка Корея	2015	13232000	-6,83%	89,9	2,68%	0,7	-44,63%	3,6	2,86%	99,8	-10,41%	12,63	2,34%	4,3	3,38%
	2016	17242000	30,31%	92,8	3,27%	1	37,68%	3,7	2,31%	94,9	-4,92%	12,81	1,46%	4,2	-1,67%
	2017	13336000	-22,65%	95,1	2,40%	1,9	100,00%	3,7	0,22%	98,5	3,84%	13,25	3,42%	4,2	0,25%
	2018	15347000	15,08%	95,9	0,87%	1,5	-24,07%	3,8	4,32%	87,5	-11,19%	13,59	2,58%	4,6	7,71%