

в Европейскую ассоциацию университетов на правах полноправного членства. В университете открыт Информационный центр Европейского Союза и представительство Мирового банка, действуют две программы двойных дипломов – с Лионским университетом имени Люмьера (Франция) и Венским техническим университетом (Австрия). Реализуются также две магистерские программы с университетом Масарика (г. Брно, Чехия), ведется работа по подписанию соглашения с университетом Манитоба (г. Виннипег, Канада).

Острог (Украина): население города – 18 000 чел., количество студентов – 1 300 чел., вуз основан в 1576 г. Этот город известен благодаря тому, что здесь были типография, где был отпечатан один из первых славянских переводов Библии, а также старейший вуз нашей страны. В 1576 г. князем Василием-Константином Острожским здесь была открыта академия, которая после 60 лет расцвета перешла во владение иезуитов и была восстановлена в новом статусе только в 1996 г. Острожская академия связана с именем книгопечатника Ивана Федорова.

Таким образом, экономика студенческих городов сильно зависит, а иногда и полностью ориентирована на обслуживание одного или нескольких высших учебных заведений, которые и привлекают студенческое население и преподавательский состав. Библиотеки, общежития, клиники, заведения питания – все здесь ориентировано на нужды студентов и преподавателей. На каждом шагу здесь встречаются лаборатории, залы и кабинеты, ставшие свидетелями великих научных прорывов и открытий, зарождения революционных учений и политических движений, повлекших за собой структурные изменения в обществе. Вышеприведенные ведущие высшие учебные заведения помогли образоваться и укорениться понятию "студенческий город", став "по совместительству" и безусловными центрами мирового туризма. В момент подготовки и проведения "Евро – 2012" студенческие города Украины – Киев, Харьков, Донецк и Львов – безусловно станут центрами не только спортивной жизни страны, но и центрами делового, культурного, научного общения гостей чемпионата и студенческо-преподавательского состава вышеуказанных городов посредством волонтерского движения и непосредственных дружеских контактов.

Литература: 1. Васильченко А. Университетские центры Европы / А. Васильченко // "Кампус". – 2009. – № 7. – С. 30. 2. National Geographic TRAVELER [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.rhul.ac.uk>. 3. National Geographic TRAVELER [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.uh.cu>. 4. National Geographic TRAVELER [Electronic resource]. – Access mode : <http://web.mit.edu>. 5. National Geographic TRAVELER [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.unam.mx>. 6. Книга инвестора: Харьковская область [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.folio.com.ua>.

Стаття надійшла до редакції
18.11.2010 р.

УДК 338.48:330.526

Лебедева О. А.

ВПЛИВ СЕКТОРУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Розглянуто теоретико-методологічні засади впливу туризму на національну економіку, здійснено класифікацію впливу туризму на національну економіку, визначено причини та наслідки негативного впливу туризму, досліджено сутність і параметри туристичного мультиплікатора, сформульовано механізм впливу сектору туристичних послуг на рівень розвитку національної економіки.

Аннотация. Рассмотрены теоретико-методологические принципы влияния туризма на национальную экономику, осуществлена классификация влияния туризма на национальную экономику, определены причины и последствия негативного влияния туризма, исследованы сущность и параметры туристического мультипликатора, сформулирован механизм влияния сектора туристических услуг на уровень развития национальной экономики.

Annotation. The theoretical and methodological principles of tourism influence on national economy are considered, the classification of tourism influence on national economy is carried out, reasons and consequences of negative influence of tourism are determined, essence and parameters of tourist multiplier are researched, the mechanism of influence of tourist services' sector on the level of national economy development is formulated.

Ключові слова: позитивний та негативний впливи туризму, прямий та непрямий впливи туризму, туристичний мультиплікатор, механізм впливу.

На стан національної економіки держави різноспрямований та багатобічний вплив здійснює сектор туристичних послуг. Адже туризм стає ресурсом економічного зростання в країнах, які акумулюють значні туристичні потоки, позитивно впливає на макроекономічну ситуацію в державі, оптимізує структуру національної економіки.

Вивчення питань, пов'язаних з економічним впливом сектору туристичних послуг, набуло широкого висвітлення в науковій літературі, зокрема, в працях таких дослідників, як: М. Борушак, І. Зорін, Н. Кабушкін, Х. Клемент, В. Козирев, О. Любіцева, Г. Папірян, П. Ротоу, А. Сурін. Але проблемам класифікації впливу туризму на розвиток національної економіки й визначенню його причин та наслідків не приділяється достатньої уваги.

Метою написання статті є узагальнення теоретичних підходів до визначення функцій туризму, здійснення класифікації впливу туризму на національну економіку, визначення причин і наслідків цього впливу та економічної сутності туристичного мультиплікатора, формування комплексного механізму впливу сектору туристичних послуг на рівень розвитку національної економіки.

Аналіз економічної літератури показав, що вітчизняні та зарубіжні дослідники виділяють такі види впливу туризму на національну економіку: 1) за напрямом впливу: позитивний та негативний; 2) за джерелом впливу: прямий та непрямий.

Більшість вчених, наприклад [1 – 5], відзначають позитивний вплив туризму на національну економіку. Так, М. Борушак виділяє такі функції туризму: активізації соціально-економічного розвитку, створення робочих місць, залучення інвестицій [1, с. 6, 7], формування додаткового попиту на товари та послуги, збільшення доходів засобів зв'язку, підвищення попиту на сувенірну продукцію, сприяння відродженню народних промислів, традицій та фольклору, припливу іноземної валюти, принесення надходжень до державного бюджету [1, с. 15, 16].

В. Козирев, І. Зорін та А. Сурін зазначають, що "туризм спроможний чинити активний вплив на економіку регіону (або країни), в якому він розвивається, на його господарську, соціальну та гуманітарну основи", тобто сектор туристичних послуг має індустріальну форму, створює нові робочі місця, виступає піонером освоєння нових районів та каталізатором прискореного розвитку національної економіки, є мультиплікатором зростання національного доходу, зайнятості й розвитку місцевої інфраструктури і зростання рівня життя місцевого населення, виступає як ефективний засіб охорони природи та культурної спадщини [2, с. 21].

Н. Кабушкін розрізняє п'ять економічних функцій туризму, що визначають вплив на національну економіку: виробничу забезпечення зайнятості населення; створення доходу; згладжування (туризм сприяє економічному розвитку слабких регіонів); нівеляції платіжного балансу [3, с. 60–63].

На думку Г. Папіряна, "міжнародний туризм є також активним генератором міжнародних торгових потоків товарів та послуг інших сфер економіки" [4].

За словами вітчизняних економістів І. Карпенко та Ю. Олішевської, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури (готелів, ресторанів, підприємств торгівлі тощо), має широкі можливості для залучення інвестицій, забезпечує диверсифікацію економіки шляхом створення галузей, що обслуговують індустрію туризму, підвищує рівень добробуту нації [5].

Таким чином, узагальнюючи літературні джерела [1 – 5], можна зробити висновок, що позитивний економічний вплив сектору туристичних послуг проявляється за допомогою таких функцій:

1) формування валової доданої вартості (у 2009 р. на туристичну галузь припадало 3,2 % світового ВВП, а на туристичну галузь із суміжними галузями – 9,4 % [6]);

2) забезпечення зайнятості населення як у туристичній галузі, так і в інших (суміжних) галузях економіки (у 2009 р. світовий рівень зайнятості населення в туристичній галузі складав 2,8 %, а в туристичній галузі та суміжних галузях – 8,2 % [6]);

3) активізації внутрішньої та міжнародної торгівлі товарами та послугами інших галузей економіки (на імпорт товарів для туристів щорічно припадає від 15 до 55 % надходжень від туризму [7]);

4) забезпечення притоку іноземної валюти (в 46-ти із 49-ти найменш розвинених країнах світу та 40 % усіх країн світу туризм став основним джерелом припливу іноземної валюти в країну [8]);

5) вирівнювання стану платіжного балансу (завдяки розвитку туризму деякі країни, наприклад, Польща, Болгарія, Чехія, Хорватія, ліквідували негативне сальдо торговельного балансу та покращили сальдо платіжного балансу);

6) формування дохідної частини державного бюджету (у 2008 р. частка туристичних надходжень у загальному експорті країни становила в Хорватії – 74,4 %, в Албанії – 70,8 %, в Іспанії – 43,5 % [9]);

7) сприяння економічному розвитку регіонів та підвищення рівня життя місцевого населення;

8) забезпечення припливу інвестицій (у 2009 р. 9,4 % світового обсягу інвестицій припадало на сектор туристичних послуг [6]);

9) розширення виробництва галузей, що обслуговують туристичну галузь;

10) підвищення добробуту нації.

Незважаючи на позитивний економічний вплив сектору туристичних послуг на національну економіку, деякі вчені, (наприклад [4; 10 – 12 та ін.], зазначають, що туризм може мати негативний вплив. Причини та наслідки негативного впливу на розвиток національної економіки подані в таблиці.

Таблиця

Негативний вплив туризму на розвиток національної економіки*

Сутність негативного ефекту	Причина	Наслідки негативного впливу
Дефіцит туристичного балансу	Відсутність необхідної інфраструктури; імпорт товарів та обладнання; виплата кредитів на розвиток туризму та заробітної плати іноземному персоналу; повернення частини доходів у країну інвестора	Відплив грошових ресурсів з країни
Додаткове навантаження на місцеву інфраструктуру	Збільшення кількості туристів	Необхідність розширення аеропортів, вокзалів, морських та річних портів, готелів, доріг тощо за рахунок значних капіталовкладень
Переміщення ресурсів з інших секторів та галузей економіки в сектор туристичних послуг	Необхідність забезпечення виробництва туристичної продукції та послуг	Дефіцит ресурсів в інших галузях економіки; диспропорції у структурі економіки та зайнятості; надмірна залежність регіону від туризму
Перенаселення туристичних регіонів	Безконтрольний розвиток туризму	Позбавлення місцевого населення елементарних зручностей
Зростання темпів інфляції	Прибуття великої кількості туристів з високою купівельною спроможністю	Підвищення цін на товари та послуги, скорочення споживання продуктів місцевим населенням

Примітка: * Складено автором на основі джерел [4; 10; 11; 13].

Тобто вплив сектору туристичних послуг на стан та розвиток національної економіки не можна охарактеризувати однозначно. З одного боку, розвиток туризму прискорює економічне зростання країни, виконує функцію формування добробуту населення, активізує виробництво, споживання, торгівлю, а з іншого – неконтрольований розвиток туризму призводить до дефіциту трудових і грошових ресурсів унаслідок неефективного їх переливу в сектор туристичних послуг з інших галузей економіки, веде до погіршення економічних умов життя місцевого населення. Втім негативні ефекти впливу сектору туристичних послуг зменшуються ефективними напрямками державної туристичної політики.

Держава спроможна чинити суттєвий вплив на посилення ефективності туристичного сектору шляхом цілеспрямованих дій, зосереджених на забезпеченні ключових вимог до безпеки, екології, стану основних туристичних об'єктів у межах країни, а також на формуванні позитивного іміджу та просуванні бренда країни в цілому. Проте В. Квартальнов наголошує, що "позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише в тому випадку, коли туризм в країні розвивається всесторонньо, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг" [14].

Доцільно розрізнити також прямий та непрямий впливи туризму на національну економіку. Прямий вплив становить обсяг витрат туристів у країні перебування за вирахуванням обсягів імпорту, необхідного для повного забезпечення товарами та послугами туристів [4]. Тобто при прямому впливі витрати туристів забезпечують формування доходів суб'єктів сектору туристичних послуг. Прямий вплив туризму на національну економіку проявляється, передусім, на національному рівні через формування дохідної частини державного бюджету, валової доданої вартості сектору туристичних послуг, стан платіжного балансу країни та характеризується такими показниками: частка туристичних витрат та частка податкових надходжень від туризму у ВВП.

При непрямому впливі туризму на національну економіку прямий вплив туризму генерує зростання попиту в суміжних галузях [15]. Тобто підприємства сектору туристичних послуг, до яких безпосередньо поступають доходи туристів, також купують товари та послуги в інших секторах економіки. Як наслідок, виникає генерована сукупність у вигляді ланцюга економічної активності в секторі туристичних послуг "витрати – прибуток – витрати – доходи", що становить послідовні етапи витрат його суб'єктів.

Таким чином, при прямому впливі витрати туристів забезпечують формування доходів суб'єктів сектору туристичних послуг, при непрямому – генерується зростання попиту в суміжних галузях, що можна кількісно оцінити за допомогою туристичного мультиплікатора.

У загальному розумінні туристичний мультиплікатор становить коефіцієнт непрямого впливу туризму на економіку та соціальну сферу в даній галузі [16, с. 24]. Всесвітня туристична організація рекомендує розглядати туристичний мультиплікатор як вимір економічних вигод від туризму в якості впливу на ВВП через туристичні витрати [16, с. 27]. Більш конкретним є визначення туристичного мультиплікатора, що базується на кейнсіанському аналізі: "мультиплікатор туризму – це відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництва, зайнятості, доходу) до змін витрат туристів" [4]. Х. Клемент визначає туристичний мультиплікатор як "річний обіг одного долара витрат туристів, який генерує економічну діяльність регіону" [16, с. 29].

Аналіз економічної вітчизняної та зарубіжної літератури [4; 10; 15; 17] дозволив визначити економічну сутність туристичного мультиплікатора. Перше коло туристичних витрат формують витрати туристів на туристичні підприємства, що їх обслуговують, тобто витрати на подорож, розміщення, харчування, відпочинок та дозвілля. При цьому частина цих коштів виходить з економічного обігу на оплату імпорту товарів та послуг, які споживаються на місці перебування. Друге коло витрат формує решта коштів, що використовуються туристичними підприємствами на придбання місцевих товарів та послуг, покриття витрат на енергоносії, оплату праці, податки тощо. Третє коло витрат характеризується витратами місцевих жителів на придбання товарів і послуг. Утім на цьому етапі частина доходів місцевих жителів, що зайняті в секторі туристичних послуг, вилучається з економіки, тобто йде на накопи-

чення та збереження, що значно зменшує дію туристичного мультиплікатора. В кожному наступному колі витрат частина коштів накопичується, а частина сплачується державі у вигляді податків. Мультиплікаційний ефект туризму спостерігається доти, доки кошти не перестануть обертатися в економіці тієї чи іншої території.

Виходячи з цього, можна зробити висновок, що величина туристичного мультиплікатора залежить від таких параметрів: 1) обсягу витрат туристів на певній території; 2) схильності до накопичення та збереження підприємств, тобто частки грошових коштів, що вилучаються з економічного обороту на імпорт товарів та послуг, а також на формування різних резервних фондів; 3) схильності до накопичення й збереження місцевого населення, що зайняте в секторі туристичних послуг. Тобто чим більші витрати туристів у країні розміщення та менша схильність учасників мультиплікативного процесу, тим більшою є величина туристичного мультиплікатора.

Російські вчені А. Круглик та М. Решетова зазначають, що для підвищення мультиплікативного ефекту необхідними є такі умови: розвинена індустрія туризму, наявність багатих туристичних екологічно чистих ресурсів, розвинена економіка та її сфера споживання, високий туристичний імідж регіону, наявність товарів, продуктів, напоїв та послуг, що спроможні замінити імпорتنі, активний в'їзд та виїзд туристів у регіоні [16, с. 25, 26].

Аналіз літературних джерел [4; 5; 10; 15; 16; 18] показав, що сектор туристичних послуг впливає на розвиток національної економіки. Втім окремі вчені [2; 19; 20] визначають пряму кореляцію між рівнем розвитку національної економіки та ступенем ефективності сектору туристичних послуг.

Так, в 1959 р. П. Ротоу одним із перших відзначив існування залежності між стадіями розвитку країн та особливостями розвитку в них сектору туристичних послуг. Сутність гіпотези П. Ротоу полягає в тому, що для певної стадії розвитку суспільства є характерним розвиток окремого виду туризму: незначний розвиток внутрішнього туризму – для низьких економічних стадій суспільства; поширення внутрішнього і виникнення іноземного туризму – для країн, що розвиваються; поширений туристичний обмін – для розвинених країн [2, с. 21 – 23].

Утім гіпотеза П. Ротоу є дотепер актуальною, оскільки основні туристичні центри розташовані в економічно розвинених країнах, а в країнах, що розвиваються, спостерігається ефект мультиплікації доходів у секторі послуг на основі поширення внутрішнього туризму, відбувається зростання зайнятості місцевого населення в секторі туристичних послуг та розвиток туристичної інфраструктури.

Інший вітчизняний економіст С. Гаврилюк акцентує увагу на тому, що "високорозвинений туристичний ринок веде до примноження багатства країни за рахунок одержання доходів від туризму, що зрештою зумовлює збільшення інвестицій у туристичну сферу та в інші галузі туристичної індустрії" [19, с. 21, 22].

О. Любіцева виявляє такий взаємозв'язок туризму з національною економікою: рівень соціально-економічного розвитку країни впливає на рівень життя населення та формує відповідні запити до туристичного продукту. Це, у свою чергу, визначає рівень розвитку індустрії туризму та її частку на світовому ринку туристичних послуг, що впливає на рівень споживання туристичних послуг на національному ринку завдяки туристичній привабливості. Це забезпечує стабільні та зростаючі надходження від туризму до національного бюджету, які сприяють підвищенню соціально-економічного розвитку країни [20, с. 94, 95].

Таким чином, багатосторонній аналіз залежності між рівнем розвитку національної економіки та сектором туристичних послуг, проведений на основі вивчення останніх публікацій зарубіжних та вітчизняних вчених, дозволив сформулювати комплексний механізм впливу сектору туристичних послуг на рівень розвитку національної економіки. Його сутність полягає в такому: поступове підвищення соціально-економічного рівня життя населення країни збільшує його потреби у відпочинку й дозвіллі, що збільшує внутрішні та виїзні туристичні потоки. У свою чергу, поширення внутрішнього туризму стає стимулюючим чинником для розвитку сектору туристичних послуг: відбувається зростання внеску туристичної галузі в бюджет, зростає кількість зайнятих у туристичному секторі. Зростання інвестицій у туристичний сектор веде до створення туристичних об'єктів та розвитку туристичної інфраструктури, що підвищує привабливість національного сектору туристичних послуг. Це стимулює зростання внутрішніх та в'їзних туристичних потоків і забезпечує підвищення соціально-економічного розвитку країни. У подальшому планується аналіз чинників, що впливають на розвиток туристичного сектору.

Література: 1. Борушак М. А. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів [Текст] : монографія / М. А. Борушак. – Львів : ІРД НАН України, 2006. – 288 с. 2. Менеджмент туризму: економіка туризму [Текст] : учебник / В. М. Козырев, И. В. Зорин, А. И. Сурин и др. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 320 с. 3. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма [Текст] : учебник / Н. И. Кабушкин. – 7-е изд., стер. – Мн. : Новое знание, 2007. – 408 с. 4. Папирян Г. А. Международные экономические отношения. Экономика туризма [Текст] : учебное пособие / Г. А. Папирян. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 208 с. 5. Карпенко И. О. Влияние туризма на экономику государства / И. О. Карпенко, Ю. А. Олишевская // Молодые научные работники – географической науке : материалы научной конференции, Киев, 27 – 28 октября 2006 г. – К., 2006. 6. Tourism Research [Electronic resource]. – Access mode : http://www/wttc.org/eng/Tourism_Research/EconomicData/Search/Tool. 7. The World Bank Group [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.worldbank.org>. 8. Новости туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.travel.ru/news/2005/12/29/84942.html>. 9. Time Series on international trade [Electronic resource]. – Access mode : <http://stat.wto.org/StatisticalProgram>. 10. Боголюбов В. С. Экономика туризма [Текст] / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – 3-е изд. – М. : Академия, 2005. – 192 с. 11. Менеджмент туристической индустрии [Текст] : навч. посібник / І. М. Школа, Т. М. Ореховська, І. Д. Козьменко та ін. ; за ред. проф. Школи І. М. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с. 12. Момот Т. В. Основні напрями формування ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] / Т. В. Момот // Економіка. Управління. Інновації. – 2009. – № 1. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/e-journals/eui/2009_1/09mtvtrp.pdf. 13. Тропина Е. А. Особенности управления негативными факторами современного туризма [Электронный ресурс] / Е. А. Тропина. – Режим доступа : http://tourlib.net/statti_tourism/tropina2.htm. 14. Квартальнов В. А. Теория и практика туризма [Текст] : учебник для вузов туристского профиля / В. А. Квартальнов ; Рос. междунар. акад. туризма. – М. : Финансы статистика, 2003. – 670 с. 15. Свірідова Н. Д. Соціально-економічні та психологічні особливості взаємодії сфери туризму з економікою регіону [Електронний ресурс] / Н. Д. Свірідова, Ю. О. Тихонова. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Tipp/2009_2/sviridova-tihonova.pdf. 16. Крутик А. Б. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учебн. пособ. для студ. высш. учеб. заведений / А. Б. Крутик,

М. В. Решетова. – М. : Издательский центр "Академия", 2007. – 224 с. 17. Уокер Дж. Р. Введение в гостеприимство [Текст] : учебн. пособ. / Дж. Р. Уокер ; пер. с англ. – 2-е изд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 607 с. 18. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие [Текст] / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 304 с. 19. Гаврилюк С. П. Конкурентоспособность предприятий в сфере туристического бизнеса [Текст] : навч. посібн. / С. П. Гаврилюк. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 180 с. 20. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг: геопросторові аспекти [Текст] / О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2002. – 436 с.

Стаття надійшла до редакції
17.11.2010 р.

УДК 330(075.8)

**Бережна А. Ю.
Попова Ю. М.**

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО МОДЕЛЮВАННЯ СТАЛОГО СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА

Анотація. Здійснено огляд досліджень у сфері моделювання територіального розвитку та узагальнено методологічні підходи щодо моделювання сталого соціально-економічного розвитку міст. Визначено фактори впливу на вибір підходів моделювання.

Аннотация. Осуществлен обзор исследований в сфере моделирования территориального развития и обобщены методологические подходы по моделированию устойчивого социально-экономического развития городов. Определены факторы влияния на выбор подходов моделирования.

Annotation. An overview of researches in modeling spatial development is made and methodological approaches to the modeling of sustainable socio-economic development of cities are generalized. Factors that influence the choice of modeling approaches are suggested.

Ключові слова: моделювання територіального розвитку, моделювання сталого соціально-економічного розвитку міста, балансове моделювання, модель збалансування інтересів.

Сьогодні в Україні соціально-економічні проблеми міст набули особливої гостроти. Актуальність даної роботи обумовлена тим, що в умовах транзитивної економіки України форсований перехід до ринку викликав ряд негативних соціально-економічних наслідків як у країні в цілому, так і в окремих містах. Подолання кризових тенденцій і перехід до сталого розвитку країни потребує формування зваженої державної і регіональної соціально-економічної політики, спрямованої на забезпечення соціально-економічного розвитку міст. Розробка такої політики передбачає попереднє проведення аналітичних і методоло-