

rate from gross capital formation growth rates, the number of employees growth rates, and annual percentage change in total factor productivity (TFP). To confirm the hypothesis, the macro economic growth model for countries with similar characteristics of innovation potential was constructed. The analysis showed that for most countries the greatest impact on economic growth provides TFP dynamics. For Ukraine, the influence of annual percentage change in TFP on GDP growth is less compared to the influence of the dynamics of employment. Using econometric modeling for Romania, Turkey and Ukraine obtained predicted values of macroeconomic indicators until 2030 – an annual growth rate of GDP, growth rates of gross capital formation, the annual percentage change in TFP and the annual growth rate in employment for optimistic, baseline, pessimistic scenarios. Found that the development of the optimistic scenario will almost halve the gap between Ukraine and the EU in terms of GDP per capita and labor productivity. Baseline scenario provides a moderate growth and pessimistic scenario actually saves gap that exists at the current time. Therefore, the leading targets for national development strategy should select indicators base / optimistic scenarios and make necessary efforts towards increasing TFP determinants through innovative development. Given demographic trends, should recognize the necessary change model of economic growth in Ukraine to strengthen the impact on economic growth annual percentage change of total factor productivity.

**Key words:** economic growth, total factor productivity, development scenarios, forecast, economic model.

УДК 338.48

Г.О. Горіна

### ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ

Досліджено підходи до визначення змісту поняття «туристичний мультиплікатор». Встановлено, що в міжнародній практиці виділяють чотири види туристичного мультиплікатора: мультиплікатор продажу, мультиплікатор виробництва, мультиплікатор доходів, мультиплікатор зайнятості. Розкрито сутність мультиплікатора зайнятості в туристичній галузі, способи його вираження. Обґрунтовано доцільність використання Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму 2008 (IRTS 2008) та впровадження сателітних рахунків індустрії туризму (TSA: RMF 2008) в систему національних рахунків держави.

**Ключові слова:** туристична галузь, туризм, туристичний мультиплікатор, зайнятість населення, туристська статистика.

**Постановка проблеми.** Соціально-економічна роль туристичної галузі як інструмента розвитку та стимулювання економіки шляхом збільшення робочих місць в туристичній сфері та супутніх галузях, що у свою чергу спонукає подолання бідності та підвищенням зайнятості населення різного статево-вікового та професійно-кваліфікаційного складу, набуває все більшого значення та актуальності як у світі в цілому так і в Україні зокрема. У зв'язку з цим доцільним є узагальнення та систематизація теоретичних аспектів впливу туристичної галузі на зайнятість населення в туризмі та супутніх галузях, визначення взаємозв'язку між туристичними витратами та зайнятістю населення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Зі збільшенням ролі туристичної галузі у формуванні ВВП, поповненні як місцевих так і державного бюджету країни та зростаючим

впливом на формування робочих місць, дослідженню як прямого так і опосередкованого впливу туризму на економіку держави приділяється значна увага. Так, питання мультиплікаційного впливу туризму на супутні галузі та сфери економіки знаходять своє відображення у працях вітчизняних та закордонних вчених та дослідників, серед яких: І. Алексеев, В. Глибовець, В. Гуляєва, Я. Дубенюк, Г. Карпова, Х. Клемент, Е. Немкович, М. Сигова, О. Сорокіна, Т. Трусова, Є. Шевченко, Е. Хорват, Д. Фречтлинг. Вплив туристичної галузі на розбудову шляхів мінімізації безробіття та підвищення зайнятості населення розглядають у своїх роботах І. Алексеев, В. Глибовець, Я. Дубенюк, Ю. Зеленюк, Т. Трусова та ін.

Разом з тим, дослідження з боку як вітчизняних так і зарубіжних науковців стосовно мультиплікаційного впливу туристичної галузі на зайнятість населення у супутніх галузях носять фрагментарний характер, недостатньо дослідженими та висвітленими у вітчизняних наукових доробках є питання впровадження сателітних рахунків індустрії туризму («TSA: RMF - Рекомендації по методології допоміжних рахунків індустрії туризму») в систему національних рахунків держави.

**Мета статті** – здійснення компаративного аналізу існуючих дефініцій терміну «туристичний мультиплікатор», дослідження мультиплікаційного ефекту туристичної діяльності на зайнятість населення, обґрунтування доцільності впровадження сателітних рахунків індустрії туризму в систему національних рахунків держави.

**Виклад основного матеріалу.** Прямий вплив туристичної галузі на економіку держави відображається в дохідній частини бюджетів усіх рівнів, в формуванні ВВП, у створенні робочих місць у даній галузі. Разом з тим, непрямий вплив туризму ширше і перевершує по ефективності прямий. Такий вплив є результатом стимулювання опосередковано зв'язаних з туризмом сфер діяльності. Усі витрати, які несуть туристи під час подорожі – це доходи суб'єктів, які надають товари та послуги під час їх обслуговування. Чим більше сума та диверсифікація туристичних витрат, тим вище опосередкований (мультиплікативний) вплив туристичної галузі на соціально-економічний розвиток держави у цілому, та на рівень зайнятості населення зокрема.

Згідно з визначенням статистичної комісії Світової туристичної організації туристичний мультиплікатор розглядається як вимір економічних вигод від туризму з огляду впливу на валовий внутрішній продукт через туристичні витрати [1, с. 39]. Е. Немкович наголошує, що туристичний мультиплікатор це «...чисельний коефіцієнт, що показує, у скільки разів зросте або скоротиться валовий регіональний продукт в результаті збільшення або скорочення виручки туристських фірм (витрат туристів)» [2, с. 98].

Я. Дубенюк визначає туристичний мультиплікатор «...як відношення змін ключових показників, що характеризують рівень розвитку галузі (дохід, зайнятість, бюджетні надходження тощо) до приросту витрат туристів в регіоні» [3, с. 64]. Спільної думки з Я. Дубенюк дослідники І. Алексеев та Т. Трусова, які пропонують розглядати мультиплікатор туризму «... як відношення змін одного з ключових економічних показників (виробництва, зайнятості або доходу) до зміни витрат туристів» [4, с. 193].

Е. Хорват та Д. Фречтлинг пропанують розглядати туристичний мультиплікатор «...як загальне збільшення обсягів виробництва, трудових доходів і зайнятості за допомогою міжгалузевих зв'язків в регіоні, у результаті туристичних витрат» [5, с. 324].

Х. Клемент розглядає туристичний мультиплікатор як річний обіг 1 долара витрат туристів, який генерує економічну діяльність регіону [1, с. 42]. На думку В. Гуляєва, туристичний мультиплікатор – це величина коефіцієнта непрямого впливу туризму на суміжні галузі економіки та соціальної сфери на федеральному, регіональному і муніципальному рівнях [6, с. 55]. Він підкреслює, що «для конкретного регіону туристський мультиплікатор - це коефіцієнт збільшення доходів в економіці та соціальній сфері регіону залежно від витрат туристів в цьому регіоні» [6, с. 57]. Г. Карпова, М. Сигова, Є. Шевченко у загальних рисах трактують мультиплікатор туризму «... як

поняття, яке відображає уявлення про сукупний вплив туризму на національну економіку» [7, с. 232].

О. Сорокіна зазначає, що «сутність теорії мультиплікатора полягає в підтвердженні того, що туристські витрати є не тільки результатом споживання послуг і товарів підприємств індустрії туризму, але самі підприємства також споживають послуги та товари інших підприємств різних галузей, необхідні для виробництва» [8, с. 130]. Таким чином, за рахунок витрат туристів реалізується процес геометричної прогресії: «витрати - доходи - витрати - доходи...», тобто у процесі свого обігу вони проходять декілька послідовних циклів в результаті подальшого інтегрування економічної діяльності.

Незалежно від відмінності у формулюванні запропонованих визначень терміна «туристичний мультиплікатор» усі вищенаведені дефініції зводяться до тези, що мультиплікаційний ефект туризму виражається, головним чином, в тому, що дохід, отриманий в туристичній галузі, сприяє виникненню нового доходу в іншого суб'єкта господарської діяльності у супутніх галузях.

Взаємозв'язок туристичної галузі з багатьма секторами економіки, викликає необхідність розрахунку туристичного мультиплікатора для кожної окремої сфери впливу.

Так, світова туристична організація сумісно з міжнародною консалтинговою компанією Horwath Tourism & Leisure Consulting, яка є світовим лідером у сфері надання консалтингових послуг у готельній та туристичній галузях, виділяють чотири типи мультиплікаторів, які нерозривно пов'язані між собою і знаходяться в постійній взаємодії [9]:

– мультиплікатор продажу - вимірює додатковий обсяг продажів, створений (прямо чи опосередковано) у результаті збільшення кількості туристичних витрат;

– мультиплікатор виробництва (продуктивності) – вимірює непрямий вплив туризму на сферу виробництва та випуск продукції. Враховує зміни запасів, таких як збільшення рівня запасів в готелях, ресторанах і магазинах через збільшення торговельної активності;

– мультиплікатор доходів - вимірює дохід, що отримується за допомогою додаткової одиниці туристичних витрат. Він може бути виражений одним із двох способів: через прямі і непрямі доходи (прямі і вторинні доходи) у розрахунок на одиницю прямого доходу; або через загальний дохід, отриманий на одиницю збільшення кінцевого попиту, створеного в рамках конкретної галузі.

– мультиплікатор зайнятості може бути виражений двома способами. З однієї сторони, як відношення сполучення кількості робочих місць, створених як безпосередньо в туристичній галузі, так і в суміжних галузях, що генеруються додатковою одиницею туристичних витрат до кількості робочих місць створених безпосередньо в туристичній галузі. З іншого боку, мультиплікатор зайнятості – це кількість робочих місць, створених завдяки туризму на одиницю туристичних витрат.

Отже, забезпечення зайнятості у туризмі відбувається за рахунок отримання роботи населенням на туристичних підприємствах та підприємствах суміжних галузей. Тобто, внаслідок мультиплікаційного ефекту робочі місця створюються у супутніх галузях економіки, які з різним ступенем опосередкованості та участі задіяні у обслуговування туристів під час подорожі.

В. Глибовець стверджує, що «мультиплікаційний ефект туристичної діяльності саме й виявляється у створенні робочих місць в інших галузях економіки, таких як транспорт, зв'язок, будівництво, агропромисловий комплекс, фінансова сфера, інформаційні технології тощо» [10, с. 50].

Виходячи з цього зайнятість населення у туризмі формується завдяки специфіки попиту туристського споживання. Згідно з методикою розрахунку обсягів туристичної діяльності, запропованою державною службою статистики України, відповідно до того, якою мірою послуга або товар належать до туристського споживання, їх поділяють на дві

основні групи: специфічні та неспецифічні (такі, що не мають прямого відношення до туризму та туристичної діяльності).

У свою чергу специфічні туристські товари та послуги розділяються на дві вузкі підгрупи [11]:

– характерні туристські товари та послуги – товари та послуги, більша частина яких зникне або рівень споживання яких значно скоротиться за умови відсутності туристів;

– супутні туристські товари та послуги – залишкові товари та послуги, які в деяких країнах визначені як специфічні для туристичної галузі, але за міжнародною класифікацією не увійшли до цієї категорії.

Виробництво та надання характерних туристських товарів та послуг формує додаткові робочі місця і тим самим підвищує зайнятість населення за такими сферами: послуги розміщення (послуги готелів та аналогічних засобів розміщення); громадське харчування та продаж напоїв; послуги пасажирського транспорту (послуги залізничного, сухопутного, водного, повітряного транспорту; оренда пасажирських транспортних засобів; технічне обслуговування та ремонт пасажирських транспортних засобів); послуги турагентів, туроператорів, туристських гідів; послуги у сфері культури; рекреація та інші види дозвілля (спорт та спортивне дозвілля; санаторно-курортні послуги); інші туристські послуги (фінансові та страхові; інші види оренди тощо).

Чисельність, якість та структура зайнятості в туризмі залежить від рівня соціально-економічного розвитку країни, від тієї ролі, яку відіграє туристична галузь в національній економіці. Туристична галузь потребує трудових ресурсів з різними професійно-кваліфікаційними характеристиками та специфічними особливостями їх використання – від некваліфікованої робочої сили до фахівців управлінського рівня.

Розрахунок показників зайнятості у туризмі на загальнодержавному рівні є основою для визначення ефективності та соціально-економічного значення туристичної галузі у забезпеченні населення робочими місцями, а динаміка цих показників та їх варіювання відображають стан та розвиток туризму, а у певній своїй частині і економіки держави у цілому.

Показники зайнятості у туристичній діяльності доцільно розділити на три основні групи:

1. Середньооблікова чисельність працівників туристичної галузі:

$$Ч_{г\text{гал}} = Ч_{г\text{діял}} + Ч_{кзр}, \quad (1)$$

де  $Ч_{г\text{діял}}$  - середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності (Звіт про туристичну діяльність. Форма №1 – туризм (річна));

$Ч_{кзр}$  - кількість штатних працівників колективних засобів розміщування (Звіт про діяльність колективного засобу розміщування. Форма № 1 – КЗР (річна)).

$Ч_{дзо}$  - середньооблікова кількість штатних працівників дитячих закладів оздоровлення та відпочинку (додатковий показник) - Звіт дитячого закладу оздоровлення та відпочинку. Форма № 1-от (один раз на рік).

2. Середньомісячна заробітна плата в туристичній галузі – визначається діленням суми фонду оплати праці працівників галузі за рік на середньорічну кількість працівників.

3. Продуктивність праці в туристичній галузі – показує, який обсяг наданих туристичних послуг припадає на одного середньооблікового працівника туристичної галузі:

$$ПП_{г} = \frac{Отп}{Ч_{г\text{гал}}}, \quad (2)$$

де  $Отп$  – обсяг наданих туристичних послуг.

Разом з тим, недосконалість вітчизняної туристської статистики не дозволяє достовірно розрахувати кількість зайнятих у туристичній галузі, визначити непрямий вплив туризму на формування зайнятості у супутніх галузі економіки. Вирішення цього питання було би можливо при використанні Міжнародних рекомендацій зі статистики туризму 2008 (IRTS 2008 [12]) та впровадженні сателітних рахунків індустрії туризму («TSA: RMF 2008 - Рекомендації по методології допоміжних рахунків індустрії туризму» [13]) в систему національних рахунків держави, що дозволило би визначити сукупний внесок туризму у вітчизняну економіку.

Концепція обліку непрямого впливу туризму на супутні галузі економіки та соціальну сферу починаючи з 1999 р. розроблялася фахівцями Всесвітньої туристської організації (UNWTO), Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Всесвітньої ради з туризму і подорожей (WTTC) і Статистичного бюро Європейського співтовариства (EUROSTAT). У 2000 р. був розроблений і опублікований стандарт «TSA: RMF - Рекомендації по методології допоміжних рахунків індустрії туризму». На сучасному етапі у міжнародній практиці використовується TSA:RMF 2008, які є адаптованою версією TSA:RMF 2000 та забезпечують оновлену основу для побудови допоміжних рахунків туризму.

Основною метою сателітних рахунків індустрії туризму є детальний аналіз всіх аспектів попиту на товари і послуги туристів під час подорожі; відстеження оперативного взаємозв'язку з пропозицією таких товарів і послуг в економіці; дослідження взаємодії цієї пропозиції з іншими видами економічної діяльності.

Проте, відсутність сателітних рахунків індустрії туризму у структурі вітчизняної статистики, невідповідність національних і міжнародних туристських дефініцій та економічних показників не дозволяють на сучасному етапі скористатися існуючими методиками розрахунку мультиплікаційного ефекту для визначення опосередкованого впливу туризму на суміжні галузі економіки та соціальну сферу, проаналізувати внесок туристичної галузі держави у створення додаткових робочих місць у супутніх галузях.

**Висновки.** Прямий вплив туристичної галузі на соціальну сферу держави виявляється у підвищенні якості трудових ресурсів через відпочинок та оздоровлення, а також збільшення кількості зайнятого населення в даній галузі. Непрямий вплив туризму за своєю природою набагато ширше, та виявляється у стимулюванні зайнятості у пов'язаних з ним суміжних галузях. Проте, недосконалість вітчизняної статистики туристичної галузі не дозволяє застосувати існуючі методики розрахунку непрямого впливу туризму через туристський мультиплікатор та об'єктивно оцінити його внесок у створення робочих місць у супутніх галузях. Вирішення цього питання можливо при розробці методології впровадження сателітних рахунків індустрії туризму в систему національних рахунків, що дало би змогу врахувати внесок туризму у суміжні галузі та сукупний внесок туристичної галузі у вітчизняну економіку та соціальну сферу.

### Список використаної літератури

1. Гуляев В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие.- М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
2. Немкович Е. Г. Мультипликатор туризма / Е. Г. Немкович. // Роль туризма в модернизации экономики российских регионов. Сборник научных статей по матер. междунар. научно-практич. конф., 8-10 июня 2010 г., Петрозаводск-Кондопога. Петрозаводск: КарНЦ РАН. – 2010. – С. 97–100
3. Дубенюк Я.А. Туристичний мультиплікатор як комплексний показник розвитку туристичної галузі // Регіональні проблеми розвитку туризму та рекреації: Зб. наук. пр. Ін-ту економіко-правових досліджень НАН України. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2005. – С. 61-69

4. Алексеев И. В. Социально-экономические предумысли та наслідки туристичної діяльності / И. В. Алексеев, Т. С. Трусова. // Науковий журнал «БІЗНЕС ІНФОРМ». - Харків: Видавничий дім «ІНЖЕК», 2014. – №7. – С. 191–195
  5. Horváth E. Estimating the Multiplier Effects of Tourism Expenditures on a Local Economy through a Regional Input-Output Model / E. Horváth, D.C. Frechtling. // Journal of Traveo Research. – 1999. – vol. 37. - №4. – p. 324–332
  6. Гуляев В. Г. Мультипликативный эффект туризма / В. Г. Гуляев. // Научно-практический журнал «Вестник РМАТ». – 2011. – №3. – С. 54–64.
  7. Карпова Г. А. Актуальные вопросы оценки влияния туризма на экономику региона / Г. А. Карпова, М. В. Сигова, Е. П. Шевченко. // Журнал правовых и экономических исследований. – 2013. – №4. – С. 232–236
  8. Сорокина О. Н. Зарубежный опыт оценки мультипликативного эффекта развития туризма / О.Н. Сорокина // Сервис в России и за рубежом. – 2010. – №3. – С. 127–132
  9. Tourism Multipliers Explained [Електронний ресурс] // Horwath Tourism & Leisure Consulting. – 1981. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.horwathhtl.co.za/includes/newsroom/Tourism%20Multipliers.pdf>.
  10. Глибовець В. Зайнятість населення на туристичному ринку України: фактори впливу, актуальні проблеми та перспективи розвитку / В. Глибовець // Географія та туризм. –2010. – Вип. 4. – С. 47–52
  11. Наказ Державної туристичної адміністрації України, Державного комітету статистики України від 12.11.2003 N 142/394 «Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [http://www.ukrstat.gov.ua/metod\\_polog/metod\\_doc/sp/sp\\_03.pdf](http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/sp/sp_03.pdf)
  12. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.28. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm\\_83rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesM/seriesm_83rev1e.pdf).
  13. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 [Електронний ресурс] // United Nations Publication Sales No. E.08.XVII.27 – 2010. – Режим доступу до ресурсу: [http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF\\_80rev1e.pdf](http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesf/SeriesF_80rev1e.pdf).
- Стаття надійшла до редакції 15.05.2015р.

**G. Gorina**

#### **INVESTIGATION OF THE INFLUENCE OF THE TOURISM INDUSTRY ON EMPLOYMENT: THEORETICAL ASPECT**

*The article discusses the theoretical basis of the impact of the tourism industry on employment. The presence of double impact of tourism on the social sphere of the state are established. The direct influence of the tourism industry in the social sphere of the state is expressed in improving the quality of human resources through the rest and recovery, as well as an increase in the number of employed population in this area. The indirect impact of tourism is much broader and is in stimulating employment in related allied industries. Different interpretations of the concept of "tourism multiplier" are highlighted. It was founded that regardless of the differences discussed definitions of the term "tourism multiplier" all definitions are reduced to the thesis that the multiplier effect of tourism is expressed mainly in the fact that income received in the tourism industry, contributes to the emergence of a new income to another business entity in related industries. It was established that in international practice there are four types of tourism multiplier: sales (transaction) multiplier, output multiplier, income multiplier, employment multiplier. The essence and ways of expression of the multiplier of employment in the tourism industry are determined. Employment Multiplier can be expressed in one of two ways: as a ration of the combination of direct and secondary employment generated per additional unit of tourist expenditure to direct employment generated, or as the employment created by tourism per unit of tourist expenditure. It was determined that employment in tourism*

*is formed due to the specific demand of tourist consumption. In accordance with the extent to which a product or service belonging to tourism consumption, they are divided into two main groups: specific and non-specific. Specific tourism products and services are divided into two narrower subgroups: typical tourist goods and services and tourism related products and services. The expediency of using International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008) is justified.*

*It is proved that the imperfection of the domestic tourism industry statistics does not allow using of existing methods of calculating the indirect impact of tourism through tourist multiplier model and objectively assessing its contribution to the creation of jobs in related industries. Introduction of Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008 (TSA: RMF 2008) in national accounts of Ukraine is justified. Pointed out that the main purpose of a Tourism Satellite Account is to analyze in detail all the aspects of demand for goods and services associated with the activity of visitors; to observe the operational interface with the supply of such goods and services within the economy; and to describe how this supply interacts with other economic activities.*

**Key words:** *travel and tourism industries, tourism, tourist multiplier, employment, tourism statistics.*