

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

В сучасних умовах розвитку світового господарства туризм перетворився на одну з найвагоміших складових експорту послуг в глобальному масштабі й основою розвитку багатьох країн. Крім того, туристична галузь суттєво залежить від тиску глобалізації і, в свою чергу, впливає на економічний розвиток як розвинутих країн, так і країн, що розвиваються. Втім, міжнародний туризм перетворився на предмет наукових досліджень відносно недавно, відтак і теоретико-методологічні підвалини вивчення міжнародного туризму перебувають на стадії формування. Зазначене обумовило мету і завдання даної статті, що полягають у вивченні і систематизації основних підходів до аналізу взаємозв'язку міжнародного туризму й економічного зростання, дослідженні рушійних сил та ефектів туристичних потоків, потенціалу туристичної галузі у забезпеченні економічного зростання.

Ключові слова: міжнародний туризм, сфера послуг, реальний обмінний курс, ВВП, економічне зростання, інновації, економічний розвиток.

In today's world economy international tourism has become one of the most significant components in global exports of services and the basis for development of many countries. In addition, the tourism industry significantly depends on the pressures generated by globalization and, in turn, affects the economic development of both developed and developing countries. However, international tourism has become a subject of research relatively recently, and

* кандидат економічних наук, доцент кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

therefore the theoretical and methodological foundations for the study of international tourism are still under formation. The above has determined the goals and objectives of this paper consisting in the research and systematization of the main approaches to the analysis of the relationship between international tourism and economic growth, the study of driving forces and effects of tourist flows, and the potential of tourism industry in generating economic growth.

Keywords: *international tourism, servicesector, realexchangerate, GDP, economicgrowth, innovations, economicdevelopment.*

В современных условиях развития мирового хозяйства туризм превратился в одну из наиболее значимых составляющих экспорта услуг в глобальном масштабе и основой развития многих стран. Кроме того, туристическая отрасль существенно зависит от давления глобализации и, в свою очередь, влияет на экономическое развитие как развитых, так и развивающихся стран. Впрочем, международный туризм превратился в предмет научных исследований относительно недавно, следовательно, и теоретико-методологические основы изучения международного туризма находятся в стадии формирования. Указанное обусловило цель и задачи данной статьи, заключающиеся в изучении и систематизации основных подходов к анализу взаимосвязи международного туризма и экономического роста, исследовании движущих сил и эффектов туристических потоков, потенциала туристической отрасли в обеспечении экономического роста.

Ключевые слова: *международный туризм, сфера услуг, реальный обменный курс, ВВП, экономический рост, инновации, экономическое развитие.*

Постановка проблемы. У 2014 році у світі нараховувалося 1 138 млн. міжнародних туристів, що на 51 млн. більше рівня 2013 року. Доходивід міжнародного туризму сягнули 1 197 млрд. дол.. США, на 230

млн. перевищуючи показник докризового 2008 року. При цьому, частка галузі у світовому ВВП склала 9%, у світовому експорті – 6% [20]. Міжнародний туризм перетворився на одну з провідних категорій міжнародної торгівлі, а дохід від експорту даного виду послуг посідає четверте місце після експорту пального, продукції хімічної та автомобілебудівної промисловості. З огляду на створення робочих місць та стимулювання економічного зростання, туризм є важливим сектором економіки не лише для країн, що розвиваються, але й для розвинутих країн. Крім того, очікується, що внесок туристичної сфери у світовий ВВП збільшиться з 9,9% в 2008 році до 10,5% у 2018 році, а зайнятість – з 8,4% від загальної кількості зайнятих до 9,2% за той же період [19]. Враховуючи зазначене, постає питання про здатність туристичного сектору стимулювати стійке і стабільне економічне зростання, а також про основні можливості й загрози для економічного розвитку, які виникають у зв'язку зі спеціалізацією в туристичній галузі в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання у тій чи іншій формі є предметом економічних досліджень, переважна більшість з яких наголошують на позитивних наслідках даного виду господарської діяльності. Так, Р. Дюрберрі, Н. Модесте, С. Штайнер у своїх працях пов'язують міжнародний туризм з позитивними ефектами з точки зору надходжень іноземної валюти, створення робочих місць, доходів, стимулювання внутрішнього споживання. У свою чергу М. Ванегас, Р. Кроуз, К. Уілсон, Дж. Шен у дослідженнях країн, що розвиваються, виявляють позитивні і суттєві взаємозалежності між розвитком туризму й економічним зростанням. Перевіряючи наявність зв'язків між спеціалізацією в туризмі і темпами економічного зростання, А. Ланса і Ф. Пільяру виявили, що невеликі держави зростають швидшими темпами, особливо за умови високого ступеня їх спеціалізації у сфері туризму. Позитивні ефекти розвитку міжнародного туризму, зокрема його сприяння економічному зростанню, розкривають у своїх наукових

доробках Р. Гілпін, Д. Дж. Уестерн, М. Хані, зазначаючи, що розвиток нових туристичних напрямків зазвичай супроводжується появою нових підприємств і громадських інститутів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри це, міжнародний туризм як складова сфери послуг став предметом наукових досліджень відносно недавно, відтак і теоретико-методологічні підвалини вивчення міжнародного туризму перебувають на стадії формування. Зазначене актуалізує вивчення і систематизацію основних підходів до аналізу взаємозв'язку міжнародного туризму й економічного зростання.

Формулювання цілей статті. Враховуючи масштаби туристичних потоків і роль туристичної галузі для світового господарства, у статті аналізуються основні підходи до вивчення впливу міжнародного туризму на економічне зростання країн, досліджуються рушійні сили туристичних потоків, спричинені ними транскордонні ефекти і потенціал туристичної галузі у забезпеченні економічного зростання.

Основні результати. Аналізуючи взаємозв'язки між туристичною спеціалізацією й економічним зростанням, більшість дослідників емпірично аргументують прямиий вплив розвитку міжнародного туризму на економічне зростання країн. Втім, згідно з теорією ендогенного зростання, економічне зростання притаманне, по-перше, галузям з високою інтенсивністю НДДКР і, відтак, високим рівнем продуктивності; а, по-друге, секторам, що характеризуються великими масштабами. Насправді ж, ці особливості нехарактерні для туристичних країн. Більше того, туристична галузь вважається доволі нетехнологічною, а країни, що спеціалізуються на туризмі, зазвичай є малими країнами [10;13].

На думку Р. Брау, Б. Коупленд та інших дослідників [4; 6] бурхливий розвиток туризму спричиняє підвищення попиту на неринкові товари, покращуючи умови торгівлі, що в свою чергу веде до зростання добробуту й економіки загалом. Представники іншого підходу, такі як А. Ланса, Ф.

Пільяру, пов'язують порівняльні переваги спеціалізації в сфері туризму із забезпеченістю країн поновлюваними ресурсами (морські пляжі, гори, річки, історична та культурна спадщина)[13; 18].

Дедалі більше досліджень присвячені аналізу взаємозв'язків між туризмом і темпами економічного зростання як в окремих країнах (Дж. Балагер, М. Кантавелла-Хорда[1]– в Іспанії; Р. Дюрберрі[9]– Маврикій; Л. Гюндюз і Дж. Хатемі-Дж[12]– Туреччина), так і в регіонах (Х. Євхеніо-Мартін, Н. Моралес, Р. Скарпа[11]– Латинська Америка, Г. Мілтіадес [16]– Західна Європа). Перші дійшли висновку, що туризм сприяє зростанню в досліджуваних країнах, останні ж доводять, що зростаюча кількість туристів на душу населення спричиняє більше економічне зростання в країнах з низьким і середнім рівнем доходів. Натомість, Р. Брау, А. Ланса, Ф. Пільяру[4] пов'язують розвиток міжнародного туризму з людським капіталом, географічними або культурними особливостями, і відстоюють думку про те, що сам по собі туризм не може бути незалежною детермінантою економічного зростання.

Експерт Міжнародного валютного Фонду А. Кулюк[8] у своєму дослідженні чинників розвитку міжнародного туризму виокремлює макроекономічні детермінанти, які пов'язані з попитом (реальний валютний курс, ВВП країни походження і призначення) і пропозицією (наявність прямих рейсів, готельні номери, клімат та туристичні визначні пам'ятки, конфлікти).

В дослідженні застосовано гравітаційну модель з даними про двосторонні туристичні потоки за останні десять років. Результати свідчать про те, що гравітаційна модель пояснює туристичні потоки краще, ніж торгівлю товарами для еквівалентних характеристик (а подекуди навіть краще ніж прямі іноземні інвестиції і грошові перекази). Еластичність туризму відносно ВВП країни походження менша, ніж у випадку торгівлі товарами. Туристичні потоки реагують на трансформацію детермінант у сфері туризму як через зміну кількості туристів, так і середньої тривалості

перебування. Зокрема, реальний ефективний обмінний курс чинить сильний вплив на тривалість перебування – реальне подорожчання валюти країни призначення пов'язане з меншою кількістю туристів і коротшим терміном перебування. Така еластичність є суттєвою і стійкою за різних методів оцінки і значення реального обмінного курсу. Зокрема виявлено, що туризм до невеликих островів менш чутливий до змін реального обмінного курсу країни, але більш чутливий до запровадження або скасування прямих рейсів [8].

Тісні торговельні зв'язки позитивно корелюють з численнішими туристичними потоками, що свідчить про суттєву частку ділових мандрівників в досліджуваних туристичних потоках, особливо у разі переміщень всередині ОЕСР. Країни ОЕСР в цілому демонструють вищий рівень еластичності по відношенню до економічних змінних (ВВП економік двох країн, реальний обмінний курс, двостороння торгівля) через більшу частку ділового туризму[8].

Застосовуючи метод динамічних панельних даних для Іспанії та Італії, І. Кортес-Хіменес [7] доводить, що як міжнародний, так і внутрішній туризм відіграють важливу і позитивну роль в економічному зростанні досліджуваних країн, хоча характер цих ефектів залежить від регіону. З огляду на це, автори зазначають, що країнам, що розвиваються доцільно сприймати туризм як діяльність, що здатна підтримати економічне зростання і розвиток.

Аналізуючи економічні наслідки зростання туризму в невеликій відкритій економіці із застосуванням моделі загальної рівноваги міжнародної торгівлі, Б. Коупленд [6] доходить висновку, що зростання іноземного туризму веде до збільшення добробуту лише через вплив на ціну неринкових товарів, за умови відсутності оподаткування й іноземної власності. Інакше кажучи, він стверджує, що зростання туризму покращує добробут, лише якщо це викликає збільшення вартості неринкових товарів. Це б означало прямий вплив на реальний обмінний курс країни (тобто

вартість послуг по відношенню до ринкових), і, отже, на добробут. Також зазначається, що мобільність факторів виробництва та іноземна власність здатні скоротити вигоди від туризму, в той час як податки на товари можуть їх збільшити. Ще один важливий аспект, що стосується туризму, пов'язаний з його природою, а саме у тому контексті, що «комплекс товарів і послуг, які купує турист споживається разом із неоціненими природними благами, такими як клімат і краєвиди» [6, с. 516]. З огляду на зазначене, ці положення варто враховувати при реалізації національних стратегій з розвитку туризму. Таким чином, Б. Коупленд підтверджує, що вигоди від іноземного туризму прямо пов'язані з обсягами доходу, репатрійованого іноземцям. Він також припускає, що вартість доходу іноземців може бути настільки великою, що в деяких ситуаціях туризм може спричинити зниження рівня добробуту.

Спостереження Б. Коупленда щодо податків та прямих іноземних інвестицій мають важливе значення при оцінці стратегій, реалізованих урядами, для залучення і стимулювання експорту туризму і гарантування бажаних економічних та соціальних позитивних ефектів для населення. Як зазначає дослідник, в окремих випадках податкові надходження є основним джерелом вигод від туризму, оскільки вони є методом отримання ренти від туристів за користування безцінними природними благами [6, с. 522]. Крім того, Б. Коупленд застерігає про можливість деяких негативних наслідків туризму, коли йдеться про розподіл доходів і можливу деіндустріалізацію.

Застосовуючи модель загальної рівноваги, А. Блейк аналізує економічний вплив туризму в Іспанії. Один із висновків дослідження стосується капіталоемності туризму в цій країні, що перевершує її експорт і є навіть більшою при врахуванні всіх проміжних товарів [3]. Продовжуючи аргументи Б. Коупленда, автор зазначає, що в кінцевому підсумку зростання реального обмінного курсу може призвести до скорочення обсягів інших видів експорту та збільшення імпорту. Крім

того, він наводить аргументи на користь оподаткування зарди охорони довкілля і сталого розвитку туризму. Автор доводить необхідність прямої підтримки пов'язаних з туризмом галузей (повітряний транспорт, готельний, ресторанний бізнес), непрямой – інших секторів (легкої, харчової промисловості), й не виключає занепад традиційного експорту унаслідок несприятливих коливань валютного курсу.

На думку Дж. Бріда, Дж. Перейра, Л. Пунсо, М. Сач[5], зростання туризму трансформує характер економічної діяльності. Цей вплив є структурним, оскільки відбувається основний перерозподіл ресурсів між галузями, а також між приватними й державними споживачами. Порівнюючи дві групи країн – усталені туристичні напрямки і такі, що формуються, – вони доводять, що внесок туризму у ВВП є вищим у першій групі, але це не завжди пов'язано з більшим внеском у зростання економіки.

З огляду на виявлення потенціалу туризму для економічного розвитку, варто з'ясувати у яких секторах існує потреба просування сталого економічного зростання за рахунок активізації НДДКР і державного попиту на особливі товари народного споживання. У даному контексті слід розглянути дві групи компонентів: людський капітал і інституційні механізми, які є чинниками пропозиції туристичної галузі.

Людський капітал у даному контексті є фактором виробництва і сукупністю навичок і вмінь освічених людей, у тому числі якості системи освіти, інвестицій в освіту тощо. Він передбачає здатність легко засвоювати зарубіжні технології і активно розвивати власні. З метою уникнення ризику де-кваліфікації унаслідок тривалого безробіття, безробітні громадяни можуть підвищити рівень працевлаштування через освіту й перекваліфікацію.

Т. Сек'єра і К. Кампос[17] наголошують, що туризм є тією галуззю, що вимагає накопичення людського капіталу. Але, незважаючи на працenasиченість і низький рівень зростання продуктивності

галузі, туризм сприяє вирішенню проблем на ринку праці за рахунок створення робочих місць для некваліфікованих і малокваліфікованих робітників. Йдеться переважно про неповну або сезонну зайнятість, а можливості кар'єрного зростання і наміри інвестувати в освіту й підготовку кадрів є обмеженими, в тому числі й через мінімальну заробітну плату. Тимчасове працевлаштування не може сприяти зростанню якості людського капіталу. Тому в межах ТНК необхідно щоб передача професійних знань іноземних учасників поширювалася й на місцеву робочу силу, співробітників і менеджерів, в процесі навчання і підвищення рівня кваліфікації, що являє собою суттєвий побічний ефект для вітчизняної економіки і залежить від взаємозв'язків між іншими секторами.

Щодо інституційних механізмів, йдеться про культурні і релігійні традиції, політичне середовище, грошово-кредитні чинники, які визначають загальні умови для швидкого поширення знань, інвестицій тощо. Цей фактор включає в себе функціонуючий ринок капіталу, що приваблює іноземних інвесторів, передачу технологій та міжнародні технологічні мережі, а також забезпечує умови для малих і середніх підприємств, та самозайнятості. Що стосується туристичного сектора, йдеться про державну підтримку, реалізацію програм розвитку туризму, створення необхідної інфраструктури. Загалом, ця галузь залежить від попиту, є вкрай нестабільною і чутливою до циклічних коливань в країні походження. Так, наприклад, оцінки еластичності в довгостроковій перспективі для Хорватії, як високо спеціалізованої на туризмі країни, демонструють, що попит в секторі туризму є позитивним і високо еластичним по відношенню до доходу країн походження туристів, втім, на ньому негативно позначилася політична ситуація 1990-х років [14]. Крім того, поведінка туристів є вкрай волатильною і чутливою до соціальних чинників, як мода, короткострокові реакції [15]. Отже, варто пам'ятати, що подальший шлях економічного зростання залежить

відрозвитку виробничого сектора, у тому числі бізнесу та дистрибуторських послугі пов'язаних з ними ефектів. Крім того, незважаючи на можливості витіснення малих локальних фірм міжнародними роздрібними, кейтеринговими та готельними мережами, і часто покладаючись на власних постачальників з-за кордону, ТНК здатні запропонувати ширший спектр послуг для туристів за конкурентоспроможними цінами.

Загалом, рівень продуктивності в галузі туризму є досить низьким, не в останню чергу тому, що продукт, який пропонує туристичний сектор, не можна дослідити до моменту купівлі, не можна зберігати він включає в себе елемент подорожі [18, с. 14]. Разом з тим, цей сектор має потужний потенціал мультиплікаційного та побічних ефектів на решту економіки, включаючи сільське господарство і виробничий сектор, а також банківські, страхові послуги, роздрібну торгівлю, послуги державного сектора.

Визначаючи детермінанти інноваційного потенціалу в галузі туризму, зазначимо, що інновації у сфері послуг передбачають удосконалення існуючих і впровадження нових послуг, а також відкриття нових ринків. Інновації у сфері туризму повинні забезпечувати скорочення витрат за рахунок змін у виробничих процесах і створення нових каналів трансакцій, структури та засобів, головним чином, у сфері інформаційно-комунікаційних технологій на основі інновацій в дистрибуції і маркетингу (Е-туризм).

Досліджуючи інноваційний потенціал туристичного сектору на прикладі Колумбії, А. Бенковіч і Х. Ф. Мехія [2] розділяють туристичний продукт на гомогенні (пов'язані з пропозицією) та індивідуалістичні компоненти, які спрямовані на підвищення якості й унікальності пропонованих туристичних послуг (пов'язані з попитом). Так, пропозиція в галузі туризму представлена більш гомогенними компонентами, такими як транспорт, розміщення, готельні послуги, туристична інформація, які

більш-менш схожі у всіх країнах. У зв'язку з розвитком інформаційних технологій, пропозиція туризму світі стає дедалі прозорішою, стимулюючи глобальну конкуренцію через тиск на якість. Середовище міжнародного туризму надзвичайно широке. Компаніям в туристичному бізнесі необхідно корегувати й пристосовувати свої плани стратегічного розвитку з огляду на рух на світовому туристичному ринку більше, ніж компаніям, які функціонують в інших секторах. Але конкурентоспроможність у сфері туризму включає в себе також різницю цін в поєднанні з коливаннями обмінного курсу. Таким чином, існує ризик підвищення цін на неринкові товари і послуги, які споживаються туристами. Отже, модифікація внутрішнього споживання може мати інфляційний ефект на економіку країни перебування. Інший ризик пов'язаний з тим, що доходи від туризму є нестабільними у часі через відносно високу еластичність попиту по відношенню до змін інфляції, коливань обмінних курсів або політичної нестабільності [2].

З іншого боку, туристичні послуги містять індивідуалістичну складову (пов'язана з попитом), яка проявляється у переорієнтації міжнародного туризму від масових до індивідуальних і гнучкіших форм. Відповідно до цього, основними промоутерами інновацій є клієнти. Це призводить до трансформації продукту, забезпечуючи різноманітніший туристичний досвід нових клієнтів. Такі тенденції, як сучасні трансформації в демографічній піраміді, індивідуалізація, обумовлюють місцеві конкурентні переваги, пов'язані з природою туристичних послуг, внаслідок чого вони повинні надаватися на місцевому рівні споживачам в приймаючих країнах. Туроператори та турагенти надають індивідуальну пропозицію, відштовхуючись від переваг місця відпочинку, у тому числі природних і культурних особливостей. Отже, варто враховувати не лише популярні морські напрямки, адже туристичний сектор потребує диверсифікації та пристосування до умов попиту. Відтак, доцільно розширювати пропозицію продуктів несезонного характеру і з доданою

вартістю (наприклад, діловий, культурний, морський, агро- або еко-туризм, у тому числі відвідування національних парків, термальних, гірських курортів)[2]. Через відсутність мереж, інновації в малих і середніх підприємствах набагато більш обмежені, ніж в ТНК, але вони можуть служити якості нішевого сегмента, задовольняючи попит дуже вузького прошарку споживачів.

Висновки. Міжнародний туризм на сучасному етапі розвитку світового господарства став однією з найбільших складових експорту послуг в глобальному масштабі й основою розвитку багатьох, особливо невеликих, країн. Розвиток міжнародного туризму передбачає як переваги, так і недоліки. В цілому провідні інституційні актори й вчені-економісти поділяють позитивний підхід до оцінки взаємозв'язків міжнародного туризму й стимулювання економічного зростання.

З огляду на чинники розвитку міжнародного туризму варто наголосити на провідній ролі обмінного курсу й необхідності диверсифікації ринку. Разом з тим, не слід відкидати вплив недосліджених додаткових факторів, таких як візові вимоги (особливо у випадку туризму до країн з розвинутою економікою), стихійні лиха (у разі невеликих залежних від туризму країн). Так, валютний курс відіграє важливу роль у стимулюванні туристичних потоків, втім, даний ефект для різних країн є неоднорідним. Зокрема, коли коштик товарів, який споживають туристи і, в більш широкому сенсі, споживання сфери туризму, суттєво імпортонасичені (як у випадку малих острівних країн), зменшення реального курсу навряд чи призведе до зниження цін. У довгостроковій перспективі зниження валютного курсу може спричинити збільшення надходжень від туризму навіть для невеликої економіки через стимулювання інвестицій в пов'язані з туризмом послуги, але короткострокове поліпшення зовнішнього балансу, скоріш за все, можливе за рахунок імпорту.

Вивчаючи потенціал туристичної галузі до інноваційних змін, слід наголосити, що роль інновацій у сфері послуг є недостатньо вивченою. Разом з тим, саме туристична галузь суттєво залежить від тиску глобалізації і, в свою чергу, впливає на економічний розвиток країн. У даному контексті диверсифікація може стати найважливішою ринковою стратегією розвитку туристичних напрямків у майбутньому. Наступний аспект розвитку міжнародного туризму та його впливу на економічне зростання, пов'язаний з його природою, в частині, коли туризм розглядається як комплекс товарів і послуг, які туристи купують і споживають разом із неоціненими природними благами. Враховуючи зазначене, ці положення варто враховувати при реалізації національних стратегій з розвитку туризму, особливо екотуризму. Крім того, пам'ятаючи про можливі негативні наслідки туризму в контексті розподілу доходів і можливої деіндустріалізації, надзвичайно важливо розуміти вигоди від розвитку туристичного сектору, як необхідні для економіки в цілому, і роль зв'язків між галузями, які прямо чи опосередковано відчують на собі ці ефекти.

Список використаних джерел

1. Balaguer J. Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: The Spanish Case / J. Balaguer, M. Cantavella-Jordá // Applied Economics. – 2002. – Vol. 34. – P. 877-884.
2. Benković A. Tourism as a Driver of Economic Development: The Colombian Experience [Electronic resource] / A. Benković, J.F. Mejía // Documentos de Trabajo Economía y Finanzas. – Centro de Investigaciones Económicas y Financieras (CIEF), 2008. – No. 08-08. – Mode of access: <http://ssrn.com/abstract=2475871>.
3. Blake A. The Economic Effects of Tourism in Spain [Electronic resource] / A. Blake // Tourism and Travel Research Institute Discussion Paper. –

- University of Nottingham, 2000. – Mode of access: <http://www.nottingham.ac.uk/ttri/series.html>.
4. Brau R. How Fast Are The Tourism Countries Growing? The Cross Country Evidence [Electronic resource] / R. Brau, A. Lanza, F. Pigliaru // FEEM working paper No. 85. – 2003. – Mode of access: <http://ssrn.com/abstract=453340>.
 5. Brida J. G. The Economic Contribution of Tourism Sector [Electronic resource] / J. G. Brida, J. S. Pereyra, L. F. Punzo, M. J. Such // 4th World Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure. – Antalya, 2008. – P. 254-264. – Mode of access: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1099042.
 6. Copeland B. R. Tourism, Welfare and De-industrialization in a Small Open Economy / B. R. Copeland // *Economica*, New Series. – 1991. – Vol. 58, No. 232. – P. 515-529.
 7. Cortés-Jiménez I. Which Type of Tourism Matters to the Regional Economic Growth? The Cases of Spain and Italy / I. Cortés-Jiménez // *International Journal of Tourism Research*. – 2008. – Vol. 10, Issue 2. – P. 127-139.
 8. Culiuc A. Determinants of International Tourism [Electronic resource] / A. Culiuc // IMF Working Paper. – International Monetary Fund, 2014. – WP/14/82. – Mode of access: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2014/wp1482.pdf>.
 9. Durbarry R. Tourism and Economic Growth: the case of Mauritius / R. Durbarry // *Tourism Economics*. – 2004. – Vol. 10(4). – P. 389-401.
 10. Easterly W. Small States, Small Problems? Income, Growth and Volatility in Small States / W. Easterly, A. Kraay // *World Development*. – 2000. – Vol. 28. – P. 2013-2027.
 11. Eugenio-Martín J. Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A

- PanelDataApproach [Electronicresource] / J. Eugenio-Martín, N. Morales, R. Scarpa // *NotadeLavoroNo.* 26. – 2004. – Modeofaccess: <http://ssrn.com/abstract=504482>.
12. Gunduz L. Isthe Tourism-Led GrowthHypothesisvalidforTurkey? / L. Gunduz, A. Hatemi-J // *AppliedEconomicsLetters.* – 2005. – Vol. 12. – P. 499-504.
13. Lanza A. WhyareTourismCountriesSmallandFastGrowing [Electronicresource] / A. Lanza, F. Pigliaru. – Modeofaccess: <http://ssrn.com/abstract=146028>.
14. Mervar A. AnAnalysisofForeignTourismDemandforCroatianDestinations: Long-Run ElasticityEstimates [Electronicresource] / A. Mervar, J. E. Payne // *EIZ WorkingPaper.* – 2007. – Modeofaccess: <http://hrcak.srce.hr/file/106590>.
15. Mihaljek D. Freemovementofcapital, therealestatemarketandtourism: a blessingor a curseforCroatiaonitswaytotheEuropeanUnion? / D. Mihaljek // Ch. 8 in Ott K. (ed.) *CroatianAccessiontotheEuropeanUnion: FacingtheChallengesofNegotiations.* – InstituteofPublicFinance, 2005. – Vol. 3. – P. 181-222.
16. Miltiades G. Tourismoneconomicgrowth. A Europeanpaneldataanalysis [Electronicresource] / G. Miltiades. – 2015. – Modeofaccess: <http://ssrn.com/abstract=2557424>.
17. Sequeira T. N. InternationalTourismandEconomicGrowth: A PanelDataApproach [Electronicresource] / T. N. Sequeira, C. Campos. – 2005. – Modeofaccess: <http://www.feem.it/NR/rdonlyres/89519C3D-0544-4E07-B34A-BDF8A810E641/1796/14105.pdf>.
18. Sinclair M. T. Tourismandeconomicdevelopment: a survey / M. T. Sinclair // *TheJournalofDevelopmentStudies.* – 1998. – Vol. 34, No. 5. – P. 1-51.

19. Tourism toward 2030. Global overview [Electronic resource] / World Tourism Organization, 2011. – Mode of access: <http://www.e-unwto.org/content/W45127>.
20. UNWTO World Tourism Barometer [Electronic resource] / World Tourism Organization. – 2014. – Vol. 13. – Mode of access: <http://mkt.unwto.org/ru/barometer>.