

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ МІСЦЕВИХ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ В ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ.

Анотація. У статті розглядаються роль туристичної індустрії в економіці країн, що розвиваються в якості важливого двигуна економічного прогресу та зниження рівня бідності через здатність туризму сприяти створенню нових робочих місць, посилення ланцюгів між галузями національної економіки, чи стимулювати розвиток базової інфраструктури, а також розвиток фінансових послуг на користь економіці в цілому

Ключові слова: туристична індустрія, торгівля послугами, розвиток туристичної галузі, сфера послуг, місцеві ланцюги постачання, додана вартість, країни, що розвиваються, боротьба з бідністю.

Abstract. The article deals with the role of touristic industry in the economies of developing countries as an important engine of economic progress and poverty reduction. Among the main ideas of the author is that the relationship between tourism and economic growth and poverty reduction does not occur automatically. Much of this depends on whether tourism helps to create jobs, generates linkages between sectors of economy and stimulates the development of basic infrastructure as well as the development of financial services which are all beneficial for the economy.

Keywords: tourism industry, trade in services, the development of touristic services, services sector, local supply chains, developing countries, poverty reduction.

¹ д.е.н, професор кафедри світового господарства і міжнародних економічних відносин Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

***Аннотация.** В статье рассматривается роль туристической индустрии в экономике развивающихся стран в качестве важного фактора экономического прогресса и снижение уровня бедности через способность туризма создавать новые рабочие места, усиление связей между отраслями национальной экономики или стимулировать развитие базовой инфраструктуры, а также развивать сферу финансовых услуг для развития экономики в целом.*

***Ключевые слова:** туристическая индустрия, торговля услугами, развитие туристической отрасли, сфера услуг, местные каналы поставок, добавленная стоимость, развивающиеся страны, борьба с бедностью.*

Зростаюча детермінованість туристичного процесу в умовах глобалізації обумовила переважаючу роль індустрії туризму як його стимулятора. На початку ХХІ ст.. суспільство переосмислює значення туризму в освітньому, культурологічному, соціально-економічному, політичному житті народів як важливої умови взаємного ознайомлення громадян різних країн з досягненнями світової цивілізації, скарбами духовної та матеріальної культури. Стрімкий розвиток індустрії туризму може стати причиною ряду проблем соціально-економічного характеру для туристичних регіонів України. Досвід Тунісу, Маврикієві, Іспанії, Греції, Туреччині свідчить про необхідність державного планування розвитку в сфері туризму. Розробка стратегії розвитку туризму в Україні дозволить забезпечити прогнозування й планування розвитку туризму, параметрів туристичного потоку відповідно до ресурсних можливостей туристичних територій, потребами населення й економіки держави.

У статті розглядаються роль туристичної індустрії в економіці країн, що розвиваються в якості важливого двигуна економічного прогресу та зниження рівня бідності через здатність туризму сприяти створенню нових робочих місць, посилення ланцюгів між галузями національної економіки, чи

стимулювати розвиток базової інфраструктури, а також розвиток фінансових послуг на користь економіці в цілому

Аналіз торгівлі міжнародними туристичними послугами як окремого напрямку господарської діяльності проводиться сучасними економічними школами та формує базу основних категорій цього сегменту світового ринку послуг. Вивчення ролі туристичної галузі щодо економічного розвитку знаходить своє відображення у працях і дослідженнях вітчизняних і закордонних вчених, таких як Р. Макінтош, Ч. Голднер і Б. Рітчі, Р.Стерн, Б. Хокман, А.Маттоо, П.Сове, П.Брага, П. Блок-Дюрафора,, Ш. Пішлер, Г. Ганна, Р. Бартон та ін. У вітчизняній науковій літературі з означеного проблемного кола питання розвитку туризму, шляхи та механізми його державного регулювання окремо не розглядалися. У працях таких учених, як Л.Г. Агафонова, В.Д. Безносюк, А.М. Виноградська, В.К. Євдокименко, В.С. Кравців, М.П. Крачило, В.І. Мацола, О.В. Мельник, В.К. Федорченко аналізуються окремі аспекти розвитку міжнародного туризму, його регулювання в Україні та за кордоном.

Розвиток світового ринку туристичних послуг зумовлювався рядом факторів. Одними з основних є економічне зростання і соціальний прогрес в промислово-розвинутих країнах, що призвели до розширення об'єму ділових поїздок і поїздок з пізнавальними цілями. Відбувалося вдосконалення всіх видів транспорту, що зробило туристичні поїздки більш дешевими, швидкими та зручними. Посилення міжнародного поділу праці викликали збільшення числа найманих робітників і службовців з інших країн, це вимагає зростання кількості транскордонних подорожей. Відчутний вплив має інтенсифікація праці, зростання її продуктивності, що залишає працівникам більше часу для дозвілля та відпусток. Перманентне послаблення обмежень на вивіз валюти в багатьох країнах і спрощення митних формальностей теж робить вагомий внесок у зростання туристичних галузей.

В умовах поглиблення глобалізації та зростання наявних доходів туризм в останні кілька десятиліть перетворився на одну з найбільших і швидкозростаючих галузей. В даний час на цю галузь припадає приблизно 5% глобального валового внутрішнього продукту (ВВП) і 6-7% загального числа робочих місць у всьому світі, в обігу цієї галузі перебуває приблизно 9 трлн. дол. [1] . Доходи від галузі є основною статтею бюджету як мінімум для третини країн, для восьми десятків держав це одна з п'яти основних статей. Відомо, що 1 робоче місце в туристичній галузі прирівнюється до 9 робочих місць в інших сферах економіки. Дотепер це єдиний сектор у сфері послуг, де в країн, що розвиваються, спостерігається постійне позитивне сальдо. Зважаючи на високий мультиплікатор індустрія відпочинку залишається дуже привабливою для інвесторів [2.]

Глобалізацію галузі туристичних послуг найповніше відображають показники чисельності прибулих туристів та їхніх витрат. Якщо на початку ХХ ст. переважав елітний туризм і кількість туристів не перевищувала 20 млн. осіб, то вже у 1950-х роках зафіксовано 30 млн. туристів, то в 2013 р. – в 1 млрд. 087 млн. Це обумовлено тим, що останні десятиліття в туристичному бізнесі спостерігається експонентний ріст туристів.

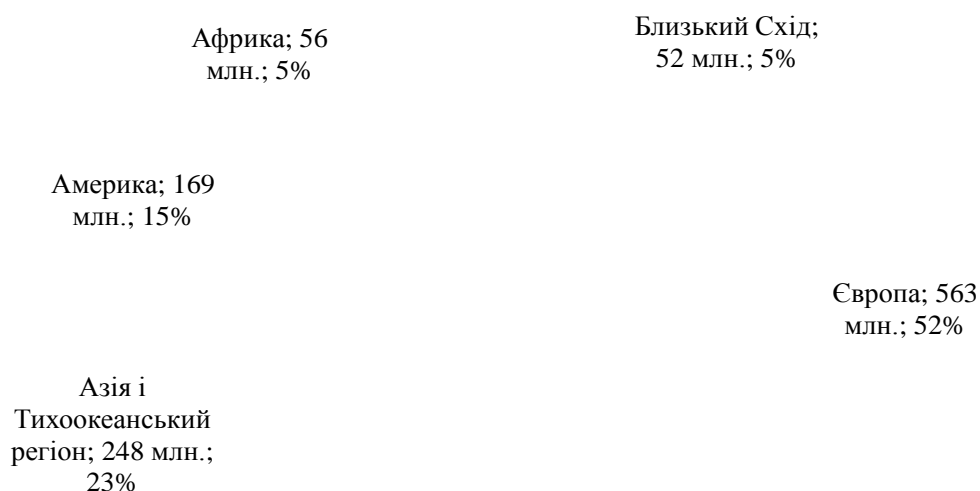


Рис. Міжнародні туристичні прибуття, 2013 (млн. людей).[2]

Зниження вартості авіап перевезень, розширення дешевих видів транспорту, особливо для віддалених туристичних місць, роблять міжнародну подорож доступнішою для мільйонів людей. Між 2000 і 2013 роками зростання експорту туристичних послуг склало в середньому 6%, проте їхня частка в загальному обсязі експорту комерційних послуг суттєво знизилася – від 32% у 2000 р. до 26 % у 2013 р. – за рахунок більш динамічного зростання експорту інших секторів послуг [3].

Міжнародний туризм є одним з найважливіших джерел іноземної валюти, від якого багато в чому залежить стан платіжного балансу і макроекономічна стабільність, в першу чергу в країнах, що розвиваються. Загальна експортна виручка від міжнародного туризму склала в 2013 році 1.4 трлн.дол. США. Виручка, що надійшла в турцентри від міжнародних відвідувачів, зросла на 5% і досягла 1,159 трлн. дол. США і ще 218 млрд.дол. виручив міжнародний пасажирський транспорт. [3]. В абсолютному розмірі доходи від туризму поступають тільки доходам від торгівлі на світовому ринку нафтою і нафтопродуктами та автоекспорту, майже вдвічі перевищуючи доходи від торгівлі металовиробами, майже втричі - від торгівлі теле- і радіоапаратурою, більше ніж утворює - від торгівлі зерном і газом.

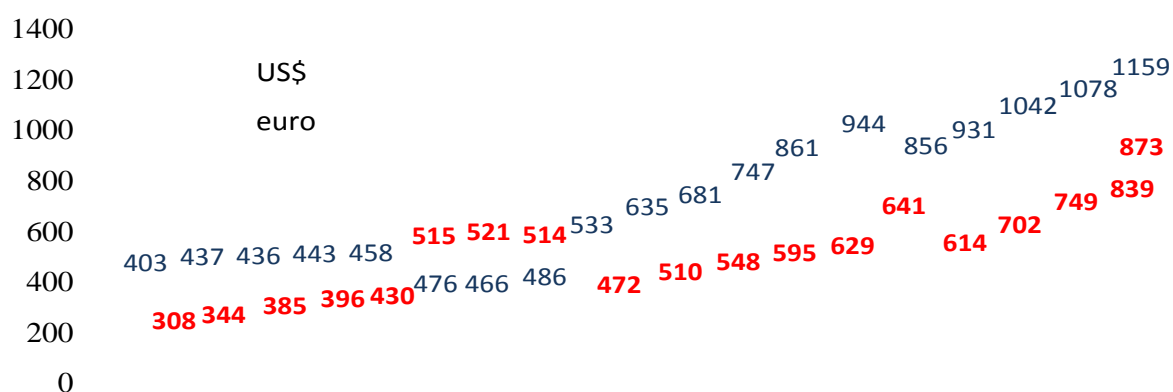


Рис. Міжнародні туристичні надходження, 1995-2013 (млрд.дол). [2]

Доходи від експорту туристичних послуг відіграють важливу роль в економіках багатьох країн, що розвиваються. Китай став третім найбільшим експортером туристичних послуг, за шість років подвоївши доходи до 50 млрд дол. [3.] .

Ще однією незвичайною особливістю сектора туризму є те, що від 60 до 70% зайнятих у ньому є жінки та середній вік половини зайнятих становить не більше 25 років. [4.]. Знайти роботу в секторі туризму порівняно легко можуть і працівники- мігранти. Для багатьох країн, що розвиваються надання послуг туризму громадянами, які працюють за кордоном, являє собою важливе джерело грошових надходжень. Країни, що приймають працівників - мігрантів, отримують також віддачу від експорту туристичних і транспортних послуг, який стає можливим завдяки витратам працівників - мігрантів у своїх країнах.

Очікуване збереження високого рівня попиту в умовах зростання доходів домашніх господарств в країнах з ринками, що формуються стимулює дозвілля і міжнародну торгівлю, що веде до зростання ділових поїздок. З урахуванням розміру сектора він може мати величезне значення для зростання економіки, її диверсифікації та структурної перебудови економіки.

За оцінками МОП, з точки зору потенціалу створення робочих місць, одне робоче місце в основних секторах туризму дозволяє додатково або побічно створити 1,5 робочих місця в інших галузях, пов'язаних туризмом. Більшість підприємств, що мають відношення до туризму в країнах, що розвиваються, особливо в найменш розвинених (НРК), є малими, середніми або мікропідприємства, багато з яких працюють у неформальному секторі.

Безпосередній внесок даного сектора у ВВП, зайнятість, доходи і валютні надходження є найбільшим в країнах, що розвиваються, які сильно залежать від туризму, як наприклад, багато малі острівні держави, що розвиваються. У той же час вага сектора туризму в абсолютному вираженні є найбільшим в країнах з великої, диверсифікованою економікою, таких як

США, Китай, Японія, Франція, Бразилія, Іспанія та Італія. За оцінками ЮНВТО, "у розвинутих країнах з диверсифікованою економікою частка туризму у ВВП коливається приблизно від 2% у країнах, де туризм є порівняно невеликим сектором, до більш ніж до 10% там, де індустрія туризму є однією з важливих основ економіки" [1].

В останні два десятиліття в країнах, що розвиваються цей сектор ріс набагато швидше, ніж у розвинених, що частково пояснюється збільшенням наявних доходів і тим, що подорожувати стало помітно дешевше і простіше. Сьогодні країни, що розвиваються акумулюють понад 45% усіх туристів, отримуючи понад 35% світових надходжень від туризму. Тенденція зростання міжрегіональних поїздок сприяла також розвитку сектора туризму в багатьох країнах, що розвиваються [1].

З точки зору внеску у ВВП і зайнятість, туризм відіграє особливо помітну роль у малих острівних державах, частина з яких відноситься також до категорії НРК. У деяких з них на частку туризму припадає понад 25% ВВП. Так, туризм є першим або другим за важливістю джерелом експортних надходжень для 20 з 49 НРК. У десяти з них він є головним джерелом експортної виручки. Серед країн, що розвиваються в цілому на долю туризму припадає 12-15% загального обсягу надходжень від експорту [1].

Внесок сектора туризму в економічне зростання, зайнятість, зміцнення вітчизняного потенціалу і боротьбу з бідністю залежить від наступних факторів:

а) глибини інтеграції сектора туризму в національну економіку, показником якої служать прямі і зворотні зв'язки з іншими секторами та інтеграція в регіональні і глобальні виробничо-збутові ланцюга;

б) якою мірою надходження від туризму, в тому числі валютні, спрямовуються на фінансування розвитку інфраструктури, підтримку місцевих підприємств, зокрема малих і середніх підприємств (МСП), і вдосконалення професійної підготовки та інституційної бази, без яких неможливо створити динамічно зростаючу місцеву економіку;

в) політики і стратегій заходів уряду і того, чи сприяють вони зростанню вітчизняних та іноземних інвестицій в туризм, передачі технологій і ноу-хау, заохочують чи вони розвиток трудомістких виробництв і чи є об'єктом їхньої особливої уваги ті регіони, де живуть і трудяться бідні верстви населення;

d) національних зусиль, покликаних забезпечити сталий розвиток туризму та вирішення економічних, соціальних та екологічних завдань.

Важливою особливістю індустрії туризму є її потенціал у справі формування міцних і різноманітних прямих і зворотних зв'язків. Дійсно, в ході вивчення секторів туризму в Індії, Бразилії та Індонезії Ж.М.Джелозо та ін.. прийшли до висновку, що в секторі туризму зв'язку (прямі і зворотні) є особливо інтенсивними в порівнянні зі зв'язками більшості інших секторів і це вказує на здатність цього сектора стимулювати широку економічну активність. Тісні зв'язки стимулюють ефект мультиплікатора і можуть генерувати різноманітні економічні вигоди в масштабах країни, а також сприяти створенню робочих місць і скорочення масштабів убогості на місцевому рівні [5.].

В процесі створення туристичного продукту можуть брати участь самі різні сектора економіки. Для його просування на ринок необхідно будувати та експлуатувати готелі, ресторани та інші туристичні об'єкти на основі зворотних зв'язків, а також розвивати основні інфраструктурні послуги, наприклад енергетичні, телекомунікаційні та екологічні, так само як і сільське господарство, обробну промисловість та інші допоміжні галузі. Сектор туризму може мати і широке коло прямих зв'язків з галузями, що пропонують туристам споживчі послуги. Йдеться про фінансові послуги, зв'язку, роздрібній торгівлі, рекреаційних, культурних, персональних і представницьких послугах, медичних послугах та ін.. Крім того, країни, що бажають зміцнювати сектор туризму, повинні розвивати й інфраструктуру аеропортів, автомобільних шляхів сполучення, портів,

медичних об'єктів і банків, яка необхідна для надання якісних послуг і створення конкурентоспроможних туристичних напрямків.

Національна стратегія розвитку основної інфраструктури відіграє найважливішу роль, проте не менш важливо і активну участь в її реалізації уряду. Найбільших успіхів у розвитку індустрії туризму вдалося домогтися тим країнам, котрі виробили чітку стратегію фінансування та розвитку найважливіших об'єктів туристичної інфраструктури за участю як державного, так і приватного сектора.

Разом з тим у багатьох країнах, що розвиваються зв'язку туризму з іншими секторами залишаються слабкими і задіюються недостатньо. У результаті більша частина доданої вартості, створюваної в секторі туризму, дістається закордонним інвесторам, міжнародним туроператорам і іноземним авіакомпаніям і лише трохи дістається бідним верствам населення. Наприклад, на думку Мітчелла і Ешлі (Ashley Мітчелл і), бідним верствам населення безпосередньо і через ланцюжки надання послуг дістається від однієї п'ятої до однієї третини сукупних витрат туристів в місці їх перебування [6].

Таким чином, розробляючи стратегії сталого розвитку туризму, уряди повинні виявляти й оцінювати потенційні зв'язки, що мають відношення до туризму і відповідно до створення ланцюжка доданої вартості в економіці. Інтеграції місцевих виробників у процес створення доданої вартості сприяють прямі договірні відносини між виробниками та готелями. Такі договірні відносини надають виробникам можливість заздалегідь узгоджувати ціни, планувати виробництво та інвестувати в передові технології, маючи більш гарантований дохід. З метою надання якісних послуг, багато готелів також вкладають кошти в надання консультаційних послуг та підвищення кваліфікації кадрів. Ці ініціативи не тільки відповідають інтересам постачальників, але і дозволяють готелям впливати на обсяг, якість і асортимент виробленої продукції.

Крім безпосередніх вигод від туризму, ця галузь має ще одним цінним активом - знаннями і технологіями. У динамічно розвивається галузі, де

клієнти можуть мати самі різні уподобання, наявність таких нематеріальних активів, як знання потреб клієнтів, доступ до систем бронювання, наявність брендів і моделей організації бізнесу, дає порівняльні переваги і можливість завоювати глобальний ринок.

Здатність сектора туризму стимулювати і полегшувати ріст і розвиток в обробній промисловості, будівництві та на транспорті також була предметом численних дискусій. Досить істотним може бути і безпосередній вплив сектора на попит на промислову продукцію, починаючи від таких простих товарів, як постільна білизна, рушники, мило і меблі, і кінчаючи високотехнологічними або капіталомісткими промисловими товарами, що вимагаються в будівництві та на транспорті для надання високоякісних і конкурентоспроможних послуг туризму. Зростання сектора нерідко стимулює попит на будівництво таких туристичних об'єктів, як готелі, порти, автомобільні дороги, сучасні аеропорти, а також на автомобілі та інші засоби доставки туристів до пам'яток. Це, у свою чергу, викликає ефект мультиплікатора по всьому ланцюжку створення доданої вартості і в самих різних секторах, таких як гірська видобувна галузь, енергетика, водопостачання і виробництво наукомістких товарів, що використовуються в будівництві та на транспорті. Більш того, створення транспортної інфраструктури не тільки відповідає інтересам туризму, а й стимулює торгівлю.

У той же час з урахуванням низького рівня промислового розвитку та слабкості виробничої структури різних секторів в багатьох країнах, що розвиваються, зокрема в НРК, найслабшими, як правило, є зв'язки між туризмом і такими ключовими секторами, як сільське господарство, транспорт і обробна промисловість. Таким чином, чимала частка факторів виробництва, необхідних для створення базової інфраструктури та стимулювання туризму, нерідко імпортується.

Сьогодні індустрія туризму є джерелом додаткового попиту на інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), що відкриває ще одну можливість для вибудовування більш глибоких зв'язків. Крім того,

інфраструктура ІКТ відкриває широкі можливості і за межами сектора туризму. Наприклад, такі телекомунікаційні технології, як мобільний телефонний зв'язок та Інтернет, приносять користь малозабезпеченим громадянам, полегшуючи доступ до важливої для них інформації, наприклад до інформації про ціни на сільськогосподарські товари.

Сектор має також можливість інтегрувати в процес створення додаткової вартості велике число місцевих підприємців, наприклад ремісників / жінок або місцевих екскурсоводів. Туристи витрачають чимало грошей на купівлю виробів місцевих ремісників і творів мистецтва, і ці кошти зазвичай є прямим доходом місцевих громад.

У цьому відношенні транснаціональні корпорації (ТНК) відіграють важливу роль, сприяючи передачі знань або через прямі іноземні інвестиції (ПІІ), або через не зв'язані з участю в капіталі форми інвестицій, такі як ліцензування або франчайзинг, що представляють собою традиційні механізми проникнення в індустрію туризму. [7,8.]. Залучення ПІІ залишається найважливішим завданням для сектора туризму країн, що розвиваються, що не мають достатніх внутрішніх ресурсів. Інвестиції потрібні в базові туристичні об'єкти, такі як готелі та місця відпочинку, а також у допоміжну матеріальну інфраструктуру та основні послуги. В одній з останніх публікацій ЮНКТАД зазначається, що головною вигодою від інвестицій в туризм часто є не розмір інвестицій, а підготовка кадрів, вдосконалення управлінських процесів та інтеграція в міжнародні ланцюжки створення доданої вартості [9.].

Внесок туризму в боротьбу з бідністю залежить не тільки і не стільки від масштабів сектора (тобто від числа прибуваючих туристів і темпів зростання галузі), скільки від того, чи можуть бідні верстви населення інтегруватися в процес створення туристичного продукту або стати його повноправними учасниками.

Створення робочих місць є запорукою скорочення масштабів бідності. У всьому світі вкрай працездатної індустрії туризму велике число робочих місць і кар'єрних можливостей відкриті для некваліфікованої і недостатньо кваліфікованої

робочої сили, в першу чергу для малозабезпечених громадян, жінок та молоді. Ця галузь може стати важливим джерелом робочих місць для багатьох з тих, хто втратив роботу під час фінансової кризи або тільки вливається в ряди робочої сили.

Розвиваючи свої туристичні сектори, країни, особливо країни що розвиваються країни з низькими доходами, стикаються зі всілякими проблемами і перешкодами. Деякі пов'язані із зовнішніми факторами, над якими національні суб'єкти або уряду не мають ніякого контролю, наприклад глобальна та регіональна економічна кон'юнктура (періоди зростання і рецесії) і таким негативним явищам, як стихійні лиха, пандемії, політичні хвилювання і тероризм. Ці фактори можуть чинити сильний вплив на рішення потенційних туристів. Але крім цього виклики виникають і у зв'язку із проведеною національною політикою або її відсутністю. Йдеться про нездатність або неможливості стимулювати розвиток зв'язків, що може призводити до фінансових втрат, соціально-культурним проблем та екологічних збитків, пов'язаних з туризмом.

Туризм забезпечує приплив великих коштів не тільки в місцеву, а і в міжнародну економіку. Перед більшістю бідних країн, для яких туризм є запорукою розвитку, варто вічне питання - як отримати велику частку цього доходу. Та частина доходу, яка не осідає в місцевій економіці, а витікає в інші країни, обмежує ефект мультиплікатора, а також позитивний вплив сектора на економіку і його потенціал каталізатора розвитку. Витік доходів відбувається тоді, коли виникає потреба у закупівлі туристичних товарів і послуг за кордоном. Такий витік може приймати форму прибутку або доходу, що дісталися міжнародним туроператорам, витрат на імпорт товарів і послуг або сплати відсотків за боргами. Середня величина витоку для більшості країн, що розвиваються становить 40-50% валових доходів від туризму, а для розвинених і більш диверсифікованих країн, що розвиваються - близько 10-20%.

Як нами було зазначено вище, індустрія туризму володіє широкими можливостями для налагодження зворотних і прямих зв'язків у національній

економіці. Для того щоб туристична діяльність була стійкою, національна економічна політика не повинна обмежуватися одним туризмом, а повинна враховувати всі передумови для підвищення стійкості на всіх рівнях економіки. Тісні зв'язки, що сприяють створенню робочих місць, формування доходів і підвищенню професійної кваліфікації, стануть запорукою довготривалого поступального розвитку економіки і скорочення масштабів бідності.

Все нові й нові країни, що розвиваються розробляють цільові програми налагодження зв'язків у сфері туризму, які передбачають прийняття заходів для розширення таких зв'язків, наприклад в Індії або на Ямайці. Аналогічні програми потрібні і для зміцнення зв'язків у НРК і в малих острівних державах. ЮНКТАД пропонує, зокрема, наступні заходи для прискорення розвитку місцевих ланцюжків постачання:

а) підвищення продуктивності праці в сільському господарстві та зміцнення його зв'язків з туризмом;

б) надання малим підприємствам безоплатної допомоги для налагодження виробництва, навчання і підготовки кадрів, а також низькопроцентних позичок для стимулювання розвитку МСП;

в) стимулювання готелів і ресторанів до роботи з місцевими постачальниками;

д) лібералізація вимог до районування і ліцензуванню, з тим щоб малі підприємства могли брати участь у туристській діяльності на етапах, де створюється більше доданої вартості [10.].

Для отримання максимальної віддачі від туризму, тісно пов'язаного з іншими галузями, потрібно послідовна і комплексна політика. Така політика повинна гарантувати інтеграцію роботи зі сталого розвитку туризму в загальну економічну, соціальну та екологічну стратегію. Для взаємної кооперації самих різних сфер політики і суб'єктів вимагається розвинений інституційний потенціал. Для цього необхідні також ефективні туристичні

органи, здатні координувати свої зусилля з іншими державними установами та зацікавленими сторонами, наприклад з місцевими органами влади, приватним сектором та НУО. З урахуванням того, що індустрія туризму не є монолітом, а складається з численних підприємств, у тому числі малих, середніх і мікропідприємств, це завдання є дуже непростим.

Багато країн, що розвиваються вважають туризм важливим двигуном економічного прогресу і боротьби з бідністю. У той же час очевидно, що зв'язок між туризмом і економічним зростанням і скороченням масштабів бідності не виникає автоматично. Багато в чому це залежить від того, чи допомагає туризм створювати нові робочі місця, генерує він зв'язки, зокрема з сільським господарством і іншими галузями послуг, чи стимулює він розвиток базової інфраструктури завдяки будівництву доріг, морських і повітряних портів, а також розвитку фінансових послуг, від яких виграє економіка в цілому. Залежить це і від того, чи розвивається туризм в руслі національної стратегії, яка охоплює політичні, регулятивні та інституційні основи та передбачає достатні стимули для розширення потенціалу пропозиції на національних ринках. Не менш важливо і те, якою мірою національна стратегія стримує відтік капіталу з національної економіки, що є хронічною проблемою для багатьох країн, що розвиваються, і зводить до мінімуму збиток, який туризм завдає довкіллю та культурній спадщині. Хоча роль туризму в структуруванні економічного прогресу та сталого розвитку не є новою темою в міжнародному порядку денному, питання про те, як зробити туризм більш стійким і поставити його на службу сталого розвитку країн, що розвиваються, не втратив своєї актуальності і нагальності.

Список використаних джерел

1. World Tourism Organization. UNWTO Tourism Highlights: 2012 Edition. UNWTO. Madrid. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enhr.pdf>

2. World Tourism Organization. UNWTO Tourism Highlights, 2014 Edition – 16 с. . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
3. World Trade Organisation. International Trade Statistics 2014. . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2014_e/its14_toc_e.htm
4. Bolwell D. and Weinz W. Guide for social dialogue in the tourism industry. Sectoral Activities Programme. Working Paper No. 265. International Labour Organization. Geneva. October. 2008. – 97 p. . [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---sector/documents/publication/wcms_162264.pdf
5. Geloso Grosso M, Leshner M and Pinali E (2007). Services trade liberalization and tourism development. OECD Trade Policy Working Paper No. 57. JT03235678. Organization for Economic Cooperation and Development. Paris. 2007. – 42 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=td/tc/wp\(2006\)37/final](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?doclanguage=en&cote=td/tc/wp(2006)37/final)
6. Mitchell J and Ashley C. Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity? Examining evidence on the impact of tourism on poverty. Briefing Paper 22. Overseas Development Institute (ODI). June. 2007. – 4 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.odi.org.uk/sites/odi.org.uk/files/odiassets/publications-opinion-files/110.pdf>.
7. World Investment Report 2007: Transnational Corporations, Extractive Industries and Development. United Nations publication. Sales No. E.07.II.D.9. New York and Geneva. 2007. – 323 p.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unctadstat.unctad.org/>
8. World Investment Report 2012: Towards a New Generation of Investment Policies. United Nations publication. Sales No. E.12.II.D.3. New York and

Geneva. 2012. – 239 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://unctadstat.unctad.org/>

9. Promoting foreign investment in tourism. Investment Advisory Series. Series A, No. 5. UNCTAD/DIAE/PCB/2009/16. New York and Geneva. 2010. – 67 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://unctadstat.unctad.org/>
10. Investment Policy Framework for Sustainable Development. UNCTAD/DIAE/PCB/2012/5. United Nations. New York and Geneva. 2012. – 67 p. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/webdiaepcb2012d6_en.pdf