

Дубенюк Я.А.,

асистент кафедри міжнародної економіки

Маріупольського державного гуманітарного університету

м. Маріуполь

Туристичний мультиплікатор як комплексний показник розвитку туристичної галузі

Економіка туристичного ринку, як і будь-якого іншого, визначається попитом і пропозицією. Обидві ці категорії є базою для розрахунку багатьох показників, що відображують розвиток туристичної галузі. Одним з найбільш комплексних показників ефективності розвитку туристичної галузі є туристичний мультиплікатор, розрахунок якого здійснюється на основі вивчення туристичного попиту за допомогою аналізу туристичних витрат.

Мультиплікатор туризму можна визначити як відношення змін ключових показників, що характеризують рівень розвитку галузі (дохід, зайнятість, бюджетні надходження та ін.) до приросту витрат туристів в регіоні.

В залежності від того, в якій сфері діє туристичний мультиплікатор, існує декілька його видів.

Мультиплікатор продажу – це мультиплікатор, що характеризує додатковий обсяг продажів в результаті збільшення туристичних витрат.

Мультиплікатор виробництва – це коефіцієнт непрямого впливу туризму на сферу виробництва та випуск продукції.

Мультиплікатор зайнятості – характеризує кількість робочих місць, що створені за рахунок додаткових витрат туристів. Мультиплікатор зайнятості розглядається з двох точок зору. З однієї сторони, він виражається як

відношення сполучення кількості робочих місць, створених як безпосередньо туристичній галузі, так і в суміжних галузях народногосподарського комплексу країни, 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 розвитку туристичної галузі на одиницю туристичних витрат.

Мультиплікатор доходів – вимірює додаткові доходи, що створюються в результаті зростання витрат туристів. Такий дохід може розцінюватися як національний дохід (або регіональний у випадку внутрішнього туризму) або як будь-який інший дохід, який може бути витрачений або збережений його власником. З цієї суми повинні бути виключені доходи, які отримані за рахунок продажу товарів, що імпортувалися в країну (регіон).

Мультиплікатор доходів бюджету – характеризує вплив на доходи бюджету всіх джерел, пов'язаних із збільшенням туристичних витрат. Він може виражатися через валові показники, наприклад, через валове збільшення доходів бюджету внаслідок збільшення туристичних витрат або у показниках чистого доходу, коли дохід бюджету зменшується на суму пов'язаних з туристичною діяльністю витрат.

Існуючі моделі розрахунку мультиплікаторів можна поділити на дві основні групи: кейнсіанська модель та модель “витрати-випуск”.

Кейнсіанська модель ґрунтується на підрахунку потоків доходів та зайнятості населення, які генеруються під час обігу туристичних витрат та зменшуються в геометричній прогресії через витрати кожного кола.

Модель “витрати-випуск” полягає в тому, що економіка країни поділяється на сектори, а мультиплікатор показує зв'язок цих секторів у матричному вигляді.

Розрахунок туристичних мультиплікаторів – це складний трудомісткий процес. У світовій практиці туристичні мультиплікатори розраховуються лише Всесвітньою туристичною організацією, яка отримує всі необхідні статистичні показники для їхнього розрахунку. Туристичні мультиплікатори розраховуються лише для тих країн, котрі надають необхідну статистичну інформацію. Для жодної з країн колишнього СРСР туристичні мультиплікатори не були розраховані у зв'язку з національними особливостями ведення статистики, і як наслідок, з відсутністю показників, необхідних для їхнього розрахунку.