

О. О. Тимошук,  
к. ю. н., докторант кафедри математики та економіки,  
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка  
ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-1000-9721>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.18.111

# ТУРИЗМ ЯК ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ КРАЇН СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ

O. Timoshchuk,  
PhD in Law, Doctoral student of the Department of Mathematics and Economics,  
Ivan Franko State Pedagogical University of Drohobytsh

## TOURISM AS A FACTOR OF ECONOMIC GROWTH OF THE COUNTRIES OF THE MEDITERRANEAN REGION

*У статті досліджуються міжнародний туризм як драйвер соціально-економічного та соціокультурного розвитку країн Середземномор'я, оскільки він є найважливішим каталізатором економічного зростання. Проаналізовано роль туризму в економічному зростанні через призму збільшення доходів країн завдяки механізму витрат туристів у відвідуваних країнах, що безпосередньо та опосередковано впливає на розвиток націй. Показано, що туризм, передовсім, служить інтересам людини та суспільства загалом і джерелом доходу як на мікро-, так і макроекономічних рівнях, а ступінь економічного розвитку туризму оцінюється питомою вагою у валовому внутрішньому продукті країни (ВВП) та його часткою у доходній частині бюджету. Підтверджено, що туризм у багатьох країнах Середземномор'я активно впливає на розвиток націй, сприяє припливу іноземних доходів більше, ніж багато інших економічних секторів та вважається основною експортно-орієнтованою сферою, котра не стикається з торговельними обмеженнями. Підкреслено, що міжнародний туризм має потужний мультиплікаційний ефект, завдяки якому він сприяє функціонуванню багатьох малих підприємств національних економік середземноморського регіону, та успішно виконує роль фактора зростання та розвитку. Доведено, що внесок туризму в економічний розвиток країн Середземномор'я спостерігається на прямих, непрямих і індукованих рівнях. Підтверджено, що індустрія туризму відіграє визначальну роль в економічному зростанні ВВП багатьох держав середземноморського регіону.*

*The article examines international tourism as a driver of socio-economic and socio-cultural development of the Mediterranean countries, as it is the most important catalyst of economic growth. The role of tourism in economic growth is analyzed through the lens of increasing income due to the mechanism of spending by tourists in the visited countries, which directly and indirectly affects the development of nations. It is shown that tourism, above all, serves the interests of man and society in general and is a source of income at both the micro- and macroeconomic levels, and the degree of economic development of tourism is assessed by its share in the country's gross domestic product (GDP) and its share in the revenue part of the budget. It has been confirmed that tourism in many Mediterranean countries actively influences the development of nations, contributes to the inflow of foreign income more than many other economic sectors and is considered the main export-oriented sphere, without facing trade restrictions. It is emphasized that international tourism has a powerful multiplier effect, thanks to which it contributes to the functioning of many small enterprises of the national economies of the Mediterranean region, and successfully fulfills the role of a factor of growth and development. It has been proven that the contribution of tourism to the economic development of the Mediterranean countries is observed at the direct, indirect and induced levels. Effect multipliers in tourism convert, on foot, direct sales into income, value added and employment related to spending by travelers in various tourism sectors, secondly, indirect effects represent changes in sales, income and employment within an industry that are inversely related to tourism, thirdly, induced effects reflect increased sales in local industries, resulting in increased household*

*spending on tourism and related industries and developing sectors such as housing, food, transportation, education, and many goods and services, which consumers need. It has been confirmed that the tourism industry plays a decisive role in the economic growth of the GDP of many countries of the Mediterranean region.*

*Ключові слова: туризм, економічне зростання, середземноморський регіон, мультиплікаційний ефект туризму, прямі, непрямі, індуковані ефекти.*

*Key words: tourism, economic growth, Mediterranean region, multiplier effect of tourism, direct, indirect, induced effects.*

## ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Міжнародний туризм у процесі глобалізації набуває все більшого значення, оскільки виступає не тільки динамічним комплексом, але й найважливішим каталізатором економічного зростання, котре проявляється у довготривалому збільшенні реального валового внутрішнього продукту (ВВП) як в абсолютних значеннях, так і в розрахунку кожного жителя країни. Туризм на сьогодні є загально визнаним драйвером соціально-економічного та соціокультурного розвитку країн Середземномор'я, оскільки його успішне функціонування формують масу позитивних наслідків — створення нових робочих місць; розвиток інфраструктури; поповнення доходної частини бюджетів; збереження об'єктів культурного спадщини, відновлення духовних і фізичних сил подорожуючих, що суттєво впливає на стабільність економічного потенціалу держав загалом. Туризм отримав глобальне визнання як мотивація для економічного зростання, розвитку сільського господарства, енергетики та подолання бідності в країнах, що розвиваються. Роль туризму в економічному зростанні можна розглядати з різних сторін, по-перше, він сприяє збільшенню іноземних доходів через механізм витрат туристів у відвідуваній країні, а по-друге, через свій потенціал безпосередньо та опосередковано впливає на розвиток націй.

## АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Упродовж останніх десятиліть дослідженням впливу індустрії туризму на економічне зростання країн середземноморського регіону займається багато відомих зарубіжних науковців — Н. Антонакіс [6], Б. Ван [11], В. Ву [10], Гао, Вэнь Сюй [8], С. Гобер [7], М. Джан [10], М. Драгуні [6], Б. Екельс [6], Дж. Кейнс [9], Лей Чжан [8], С. Парамати [10], Т. Рен [10], Е. Рібейро [11], Д. Сантамарія [12], Б. Фабер [7], Дж. Фанг [10], Дж. Філіс Джордж [12].

Українські науковці також аналізують потенціал міжнародного туризму, котрий стає головною рушійною силою регіонального розвитку та прискорює економічну діяльність країн середземноморського басейну — С. Богуславська [3], М. Бойко, І. Журба [1], Ю. Земський [1], І. Кудінова, І. Лебедев [2], С. Матюх [1], Ю. Ольвінська, О. Підвальна [3], О. Подлепіна [4], М. Разінкова [5], І. Сазонець, А. Самойленко, О. Шуплат та інші.

Оскільки туризм тісно пов'язаний з іншими секторами економіки та служить двигуном зростання, водночас може бути і чинником розвитку, пропонуючи різноманітні можливості збільшення іноземних доходів країн Середземномор'я. Тому необхідно проаналізувати можливі перспективи розширення інструментів впливу міжнародного туризму на стимулювання інших видів господарської діяльності у Середземноморському регіоні.

## МЕТА СТАТТІ

Метою статті є дослідження комплексу напрямків цільового спрямування впливу міжнародного туризму на економічне зростання країн Середземномор'я.

## ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Показник економічного розвитку національного туризму можна назвати одним із ключових індикаторів якості життя. Чим доступнішим є туризм для громадян, тим більший дохід здатний отримати держава від туристської діяльності і тим вищий рівень добробуту населення. Економічна ефективність туризму відображає той факт, що туризм у країні має розвиватися у взаємодії з іншими галузями соціально-економічного комплексу. Сприятливий вплив туризму на економіку держави відбувається лише тоді, коли туризм розвивається всебічно, не перетворюючи економіку країни на економіку послуг та не завдає шкоди іншим галузям [9, с. 31]. На сьогодні туризм як галузь відіграє значну роль у процвітанні багатих держав, оскільки він, передусім, служить інтересам людини, суспільства загалом і, що дуже важливо, є джерелом доходу як на мікро, так і макроекономічних рівнях. Ступінь економічного розвитку туризму оцінюється питомою вагою у валовому внутрішньому продукті країни (ВВП) та її часткою у доходній частині бюджету [1, с. 124].

У глобалізаційному контексті туризм є важливим елементом розвитку світової економіки та одним із провідних джерел доходу для розвинутих держав та країн, що розвиваються. Туризм став міцною опорою для сталого розвитку туристичних регіонів світу, оскільки пропонує різноманітні культурні, соціальні, технологічні і природні продукти для відпочинку та бізнесу [8, с. 1517]. У зв'язку з цим Всесвітня рада з подорожей і туризму (WTTC 2022) зазначила, що подорожі та туризм відіграють життєво важливу роль у створенні робочих місць, включаючи його прямий, непрямий та індукований вплив. За її оцінками, одне з чотирьох робочих місць, або 10,6%, створених у всьому світі, тобто близько 334 мільйонів зайнятих у сфері туризму, а його внесок становить 9,2 трильйона доларів США, тобто 10,4% світового ВВП. При цьому, витрати міжнародних відвідувачів становили 6,8% від загального експорту та 27,4% від світового експорту послуг, що склало 1,7 трильйона доларів США у 2019 році. У 2022 році світові надходження від міжнародного туризму зросли приблизно на 61 % порівняно з попереднім роком після різкого зниження, зумовленого початком пандемії коронавірусу (COVID-19). Незважаючи на різке щорічне зростання, надходження від міжнародного туризму в усьому світі залишилися нижче рівня до пандемії, склавши приблизно 1 трильйон доларів США у 2022 році. Тому можна стверджувати, що туризм залишається важливою час-

тиною міжнародної торгівлі послугами, зростаючою галуззю світової і національних економік та відновлює свої позиції після пандемії [14, с. 22].

Туризм бере активну участь у зростанні та розвитку країн, перш за все, приносячи численні економічні цінності та переваги, а по-друге, допомагаючи створити цінність бренду, імідж та ідентифікацію у середземноморському регіоні. Індустрія туризму формує істотний внесок в економічне зростання та розвиток економіки націй. Для більшої частини країн туризм має стати головною рушійною силою регіонального розвитку, що прискорює економічну діяльність. Це позитивно впливає на зростання доходів (Табл 1), можливості працевлаштування, валовий дохід і виробництво, але може завдати шкоди навколишньому середовищу через руйнування національних екосистем [10, с. 8]. Залучаючи міжнародних туристів, він сприяє отриманню надходжень в іноземній валюті, які створюють робочі місця, покращують інфраструктуру та якість життя, сприяють сталому економічному зростанню країни, оскільки від туристів залежать обсяги продажів, прибутків, зарплат, податкових надходжень та експорту. Найбільш прямий вплив стосується таких інфраструктурних об'єктів як транспорт, готелі, ресторани, розваги та магазини [6, с. 13].

Бурхливий розвиток туристичної індустрії у середземноморському регіоні може генерувати таке ж зростання доходу, як і від експорту природних ресурсів. На відміну від нафтової, газової та видобувної промисловості, які спричиняють деградацію природних ресурсів, туристичний сектор може стати зеленим сектором, життєздатним варіантом просування вперед до сталого туризму з меншою залежністю від традиційних засобів підвищення економічного зростання. Туризм став третьою за величиною галуззю експорту в світі після палива та хімічних речовин і попереду продуктів харчування та та товарів автомобільної промисловості [5, с. 34].

Іспанія займає домінуюче місце на середземноморському ринку туристичних послуг. Туризм є однією з опор економіки Іспанії та суттєвим рушієм соціального розвитку [2, с. 147]. На його частку припадає 11,1 % ВВП і 13 % зайнятості. До кінця 2021 року в Іспанії в туристичному секторі працювало близько 2,5 мільйонів людей, що означає зростання більше чим на 12 % порівняно з останнім кварталом попереднього року. Туристична індустрія має у своєму розпорядженні близько 38 000 закладів розміщення подорожуючих [12, с. 451]. Упродовж останнього десятиліття в'їзний туризм становив більше половини експорту послуг Іспанії. Однак ця частка знизилася до 20 % у 2020 році в результаті впливу COVID-19 на туризм у всьому світі та ще не повністю відновилася, оскільки витрати на в'їзний туризм досягли 28,9 % експорту послуг в Іспанії в 2021 році [14, с. 43].

У 2022 році загальний внесок подорожей і туризму у валовий внутрішній продукт Італії знизився на 0,4 відсоткових пункти порівняно з 2019 роком — початку пандемії коронавірусу (COVID-19). У 2021 році індустрія подорожей і туризму Італії внесла 162,6 мільярда євро у ВВП країни, або 9,1 %. У 2022 році подорожі та туризм створили, прямо чи опосередковано, близько 10,2 % ВВП країни. Загалом прямий і опосередкований внесок цих галузей у ВВП країни склав більше 194,4 мільярда євро у 2022 році, зменшившись із 200,5 мільярда євро у 2019 році.

**Таблиця 1. Доходи від міжнародного туризму окремих країн Середземномор'я за 2000–2022 рр. (млрд. євро).**

| Країни                                        | 2000  | 2005  | 2010  | 2015  | 2019  | 2022  |
|-----------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Іспанія                                       | 33,4  | 39,9  | 41,2  | 62,2  | 71,2  | 65,2  |
| Франція                                       | 35,7  | 35,3  | 35,4  | 49,3  | 56,7  | 51,7  |
| Італія                                        | 29,8  | 28,4  | 29,2  | 43,3  | 44,3  | 40,1  |
| Греція                                        | 9,9   | 10,7  | 9,6   | 17,3  | 17,8  | 13,3  |
| Хорватія                                      | 2,9   | 5,9   | 6,0   | 9,7   | 12,1  | 9,3   |
| Марокко                                       | 2,2   | 3,7   | 5,0   | 6,9   | 8,7   | 6,5   |
| Алжир                                         | 0,104 | 0,148 | 0,166 | 0,238 | 0,398 | 0,219 |
| Туніс                                         | 1,8   | 1,7   | 1,9   | 1,5   | 1,9   | 1,1   |
| Єгипет                                        | 4,7   | 5,5   | 9,4   | 6,7   | 8,1   | 6,1   |
| Туреччина                                     | 8,2   | 15,4  | 17,0  | 29,3  | 30,6  | 21,1  |
| Середземноморський регіон загалом (млрд євро) | 152   | 171   | 191   | 207   | 231   | 194   |

Джерело: сформовано на основі [13; 14].

У 2020 році частка доходів від туризму в експорті Італії становили 3,7 %, тоді як у 1999 році вона була на рівні — 10,2 %. У 2022 році загальний внесок подорожей і туризму в зайнятість населення Італії знизився на 5,2 % порівняно з 2019 роком. Загалом у 2022 році відпочинкові галузі створили, прямо чи опосередковано, приблизно 2,7 мільйона робочих місць у країні [14, с. 42].

У 2019 році індустрія подорожей і туризму внесла у валовий внутрішній продукт Франції майже 211 мільярдів євро. Згодом у 2020 році показники значно знизилися до 108 мільярдів євро, що безпосередньо пов'язане з пандемією COVID-19, яка різко вплинула на туристичний сектор не лише у Франції, але й на міжнародному рівні. Незважаючи на те, що внесок подорожей і туризму Франції у ВВП суттєво коливався в останні роки, він і мав тенденцію до зменшення упродовж 2000—2019 років і склав 9,6 % у 2019 році. Туризм є головним сектором у Франції, де безпосередньо зайнято 1,5 мільйона людей, що складає близько 7,5 % національної робочої сили [13, с. 2].

У середземноморському регіоні важливе місце у наданні туристичних послуг займають країни Північної Африки. Так, зокрема, індустрія туризму робить помірний внесок в економіку Алжиру. У 2021 році цей сектор становив близько 4 % ВВП країни, повільно відновлюючись після туристичної кризи 2020 року, спричиненої пандемією COVID-19. У 2021 році галузь подорожей і туризму в Алжирі створила близько 540 000 робочих місць. Станом на 2022 рік галузь туризму та подорожей становила 5,3 % від загальної зайнятості в країні. У 2022 році доходи від міжнародного туризму в Алжирі становили 2,7 % ВВП, а у 2019 році такий показник був на рівні — 4,3 %. Найвища частка доходів від міжнародного туризму в експорті послуг Алжиру була у 2015 році — 10 % [13, с. 4].

Туризм є важливою галуззю марокканської економіки, безпосередній внесок у ВВП країни склав — 82,1 млрд. марокканських марок, або 7,1 % у 2019 році та забезпечив близько 565 000 робочих місць (5,0 % від загальної зайнятості). Туризм загалом є ключовим джерелом іноземної валюти, надходження становили 42 % експорту послуг у 2019 році, але знизилися до 29 % у 2022 році, а доходи від туризму як частки загального експорту Марокко поступово знижувалися з 31,1 % у 2001 році до 12 % у 2022 році [13, с. 5].

Туніс є одним з найпопулярніших туристичних напрямків Північної Африки. Індустрія туризму країни становить приблизно 5% ВВП і є життєво важливим джерелом місцевої зайнятості. У 2022 році Туніс зафіксував загалом більше двох мільйонів туристів, посівши 42 місце у світі в абсолютному вираженні, та зайнявши у Північній Африці займає 1 місце. У 2022 році лише в туристичному секторі Туніс отримав дохід близько 1,34 мільярда доларів США. Це відповідає 2,7 % валового внутрішнього продукту та приблизно 8 % усіх надходжень від міжнародного туризму в Північній Африці. Упродовж 2000—2022 років доходи від міжнародного туризму як частка експорту Тунісу мав тенденцію до зниження і склав 7,3% у 2022 році [14, с. 19].

Туризм має потужний мультиплікаційний ефект, завдяки якому він сприяє розвитку. Через споживання місцевих туристичних продуктів він може виступати як засіб для розвитку багатьох малих підприємств національних економік Середземномор'я, а тому сектор туризму має бути стійким, щоб успішно виконувати свою роль фактора зростання та розвитку. Вплив туризму на розвиток галузей національної економіки проявляється через ефект мультиплікатора, що означає стимулювання економічної діяльності в результаті дії у якомусь іншому секторі [3, с. 86]. Туристичний мультиплікатор базується на припущенні, що витрати на туризм розподіляються між іншими економічними секторами. Ідея полягає в тому, що туристична діяльність не є окремою формою діяльності і знаходиться в межах усієї економіки країни та взаємопов'язана з іншими секторами. Наприклад, щоб задовольнити попит туристів, туризм не потребує лише туристичних продуктів (природні пам'ятки, туристичні курорти тощо), але й послуг інших секторів (транспортний, сільськогосподарський, фінансовий тощо). Водночас, іноземний турист може привезти іноземну валюту не тільки до відвідуваного місця, але також може розподілити цей дохід на інші об'єкти відпочинку які підтримують туризм. Останні, своєю чергою, витрачають власні доходи в інших секторах економіки. І чим більше розвинений туризм, тим суттєвіший вплив, який він може мати на інші напрямки в результаті мультиплікаційних ефектів між ними [7, с. 2247].

Внесок туризму в економічний розвиток країн спостерігається на прямих, непрямих і індукованих рівнях. Мультиплікатори ефекту в туризмі перетворюють прямі продажі на дохід, додану вартість і зайнятість, пов'язані з витратами відвідувачів у секторах туризму, котрі безпосередньо працюють з туристами та є першими бенефіціарами туристичних витрат — готелі, ресторани, туристичні курорти тощо. Проте переваги отримані від таких туристичних послуг не зупиняються на досягнутому, вони продовжують доходити і до інших секторів, що впливають на їхнє зростання та на розвиток країни загалом.

Непрямі ефекти представляють собою зміни у продажах, доходах і зайнятості всередині галузі, котрі мають зворотні зв'язки (постачання товарів і послуг) з туризмом. Вигоди, отримані безпосередньо від туристів, поширюються на інші сектори, ефект переливу дозволяє цим пов'язаним галузям опосередковано розвиватися як результат туристичної діяльності.

Індуковані ефекти відображають збільшення продажів у місцевих галузях промисловості в результаті

витрати домогосподарств на туризм і суміжні галузі. Ці витрати розвивають такі сектори, як житло, продовольство, транспорт, освіту та багато товарів і послуг, котрих потребують споживачі. Цей процес витрачання і витрачання знову генерує продажі, доходи і робочі місця в економіці країн Середземномор'я [11, с. 182].

За допомогою прямих, опосередкованих та індукованих ефектів зміни витрат туристів можуть вплинути майже на кожен сектор економіки. Ступінь непрямих і індукованих впливів залежить від схильності бізнесменів і домогосподарств у регіоні до купівлі і споживання товарів і послуг місцевого виробництва. Чим більше товарів і послуг купуються у місцевих жителів, тим більше регіон може отримати вигоду від туризму. Таке явище збільшення доходу в інших секторах як результат початкових і наступних витрат туристів відоме як "ефект мультиплікатора".

Туризм неухильно зростає, займаючи свою нішу в світовій економіці. Багато країн приділяють значну увагу індустрії туризму для досягнення економічного зростання упродовж останніх десятиліть. Водночас, важко точно визначити, що представляє собою індустрія туризму, оскільки, на відміну від інших галузей, туризм не має конкретних продуктів, але включає різні суміжні сектори, такі як житло, транспорт, пам'ятки, подорожі та транспорт. Індустрія туризму відіграє визначальну роль в економічному зростанні багатьох держав. У більшості країн, що розвиваються, туристичний сектор робить значний внесок у її ВВП та економіку загалом [4, с. 23]. Так, частка загального внеску подорожей і туризму у світовий ВВП в 2019 та 2022 роках з прогнозом на 2023 рік, складають відповідно — 10,4%, 7,6 %, та 9,2% [13, с. 7]. Отже, належне управління туристичною сферою може покращити державні доходи, надходження в іноземній валюті та зайнятість на місцях, що позитивно впливає на економіку. Багато країн, що розвиваються, зіткнулися з економічними проблемами щодо дефіциту поточного рахунку, збільшення тягаря зовнішнього боргу, тому більшість з них залежать від валютних надходжень. Однак, якщо індустрія туризму розвинена та сприяє економічному зростанню вона є фактором від якого залежить держава, тим більше, що велика частина державних доходів формується з туристичного сектора.

## ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

За останні кілька десятиліть туристичний сектор пережив величезне розширення. Частка туристичного сектору у світовому валовому внутрішньому продукті значно зросла, а тому індустрія туризму стала одним із найважливіших інструментів для досягнення сталого економічного зростання в більшості країн Середземномор'я. Сектор туризму не тільки робить значний внесок у ВВП країн регіону, але й відіграє важливу роль у забезпеченні можливостей зайнятості, скороченні бідності, збільшенні розподілу доходів, створенні додаткового попиту на товари та послуги, забезпеченні додаткових податкових надходжень і валютних резервів для урядів країн середземноморського побережжя. Тому всі ці фактори відіграють важливу роль для сталого економічного розвитку будь-якої держави.

Будучи тісно пов'язаним з іншими секторами економіки, туризм служить двигуном зростання, водночас виступає і чинником розвитку, пропонуючи різноманітні можливості збільшення іноземних доходів, які у багатьох країнах використовуються для стимулювання інших видів господарської діяльності: розваги, транспортні послуги, оренда та продаж ремесел, тур путівники, ресторани, готелі тощо. Туризм у країнах Середземномор'я активно впливає на розвиток націй, сприяє припливу іноземних доходів більше, ніж багато інших економічних секторів та вважається основною експортно-орієнтованою галуззю, не стикаючись з торговельними обмеженнями. Зі зростанням глобалізації та можливостей у всьому світі більшість країн ініціюють кілька стратегій для досягнення своїх цілей економічного зростання, і туризм став одним із найважливіших інструментів для досягнення поставленої мети.

#### Література:

1. Журба І. Є., Матюх С. А., Земський Ю. С. Міжнародний туризм — рушійна сила економічного зростання країн світу. Вісник Хмельницького національного університету. № 1, 2019. С. 123—128.
2. Лебедев, І. В. Рекреація і туризм як фактори розвитку людського потенціалу. Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць. Одеса: Одеський національний економічний університет. № 3—4, 2021. С. 143—158.
3. Підвальна О.Г. Богуславська С.І. Оцінка економічного впливу індустрії туризму регіону: мультиплікативний ефект. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. Том 32 (71). № 3, 2021. С. 85—89.
4. Подлепіна П.О. Вплив міжнародного туризму на макроекономічну динаміку країн, що розвиваються. Актуальні проблеми економіки. № 1 (211), 2019. С. 21—29.
5. Разінкова М.Ю. Міжнародний туризм і його вплив на розвиток міжнародної економіки. Інвестиції: практика та досвід. № 3, 2020. С. 32—36.
6. Antonakakis N, Dragouni M, Eeckels B. (2019) The tourism and economic growth enigma: examining an ambiguous relationship through multiple prisms. *Journal of Travel Research* 58 (1), pp. 3—24.
7. Faber B and Gaubert C (2019) Tourism and economic development: evidence from Mexico's coastline. *American Economic Review*, 109 (6), pp. 2245—2293.
8. Gao & Wen Xu & Lei Zhang, 2021. "Tourism, economic growth, and tourism-induced EKC hypothesis: evidence from the Mediterranean region," *Empirical Economics*, Springer, vol. 60 (3), pp. 1507—1529.
9. Keynes, John Maynard, "The General Theory of Employment, Interest, and Money", MacMillan and Co., London, 1936. — 190 p.
10. Ren T, Can M, Paramati SR, Fang J, Wu W. The Impact of Tourism Quality on Economic Development and Environment: Evidence from Mediterranean Countries. *Sustainability*. 2019; 11, pp. 1—17.
11. Ribeiro E.C., Wang B. (2020). Tourism led growth hypothesis: has the tourism industry an impact on the economic growth of Sao Tome and Principe? *International Journal of Economics and Financial Issues* 10 (1), pp. 180—185.
12. Santamaria Daniel and Filis George. Tourism demand and economic growth in Spain: New insights based on the yield curve. *Tourism Management*, № 75, 2019, pp. 447—459.
13. UNWTO/World Tourism Barometer, Madrid, Spain. 2023. 9 p.
14. World Travel & Tourism Council (2023). *Travel & Tourism Economic Impact*. London: World Travel & Tourism Council. 417 p.

#### References:

1. Zhurba, I. E. Matyukh, S. A., and Zemskyi, Yu. S. (2019), "International tourism is the driving force of economic growth of the countries of the world", *Bulletin of the Khmelnytskyi National University*, vol.1, pp. 123—128.
2. Lebedev, I. V. (2021), "Recreation and tourism as factors in the development of human potential", *Bulletin of socio-economic researches: coll. of science works Odesa: Odesa National University of Economics*, vol. 3—4, pp. 143—158.
3. Basement, O.H. and Bohuslavska, S.I. (2021), "Assessment of the economic impact of the tourism industry in the region: the multiplicative effect", *Scientific notes of TNU named after V. I. Vernadskyi. Series: Economics and management*, vol. 32, pp. 85—89.
4. Podlepina, P. O. (2019), "The influence of international tourism on the macroeconomic dynamics of developing countries", *Actual problems of the economy*, vol. 1, pp. 21—29.
5. Razinkova, M.Yu. (2020), "International tourism and its impact on the development of the international economy", *Investments: practice and experience*, vol. 3, pp. 32—36.
6. Antonakakis, N. Dragouni, M. and Eeckels B. (2019), "The tourism and economic growth enigma: examining an ambiguous relationship through multiple prisms", *Journal of Travel Research*, vol. 58, pp. 3—24.
7. Faber, B. and Gaubert, C. (2019), "Tourism and economic development: evidence from Mexico's coastline", *American Economic Review*, vol. 109, pp. 2245—2293.
8. Gao, Wen. and Lei, Zhang. (2021), "Tourism, economic growth, and tourism-induced EKC hypothesis: evidence from the Mediterranean region", *Empirical Economics*, Springer, vol. 60, pp. 1507—1529.
9. Keynes, J. M. (1936), *The General Theory of Employment, Interest, and Money*, MacMillan and Co., London, UK.
10. Ren, T. Can, M. Paramati, S. Fang, J. and Wu, W. (2019), "The Impact of Tourism Quality on Economic Development and Environment: Evidence from Mediterranean Countries", *Sustainability*, vol. 11, pp. 1—17.
11. Ribeiro, E. and Wang, B. (2020), "Tourism led growth hypothesis: does the tourism industry have an impact on the economic growth of Sao Tome and Principe?", *International Journal of Economics and Financial*, vol. 10, pp. 180—185.
12. Santamaria, Daniel and Philis, George. (2019), "Tourism demand and economic growth in Spain: New insights based on the yield curve", *Tourism Management*, vol. 75, pp. 447—459.
13. UNWTO. (2023), *World Tourism Barometer*, Madrid, Spain.
14. WTTC. (2023), *Travel & Tourism Economic Impact*, London, UK.

*Стаття надійшла до редакції 31.08.2023 р.*