

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ЗМІН

### PROSPECTS OF TOURIST SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE UNDER THE CONDITIONS OF TRANSFORMATIONS

УДК 338.486

DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct49-9>**Підгірна В.Н.**

к.е.н., доцент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

**Ємчук Т.В.**

к.г.н., асистент кафедри економічної географії та екологічного менеджменту Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

**Pidgirna Valentyna**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

**Yemchuk Tetiana**

Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University

У статті проаналізовано базові тенденції розвитку ринку туристичних послуг. Доведено, що туристична сфера посідає вагоме місце в економіці країни, адже загальний внесок від туристичної діяльності у ВВП країни становить 5,6%, а частка доходів від туризму у загальному експорті країни дорівнює 2%. Визначено низку перешкод, які лежать на шляху повноцінного використання конкурентного потенціалу України, до яких відносять нестабільну економічну та політичну ситуацію в країні, відсутність якісної транспортної інфраструктури, ефективної логістики та ін. З'ясовано, що в Україні недостатньо використовуються сприятливі передумови для належного розвитку в'їзного туризму, до яких відносяться її вигідне географічне розташування, природно-рекреаційні та культурно-історичні ресурси, трудовий потенціал. Запропоновано перспективні напрями розвитку туристичної галузі України. Практична цінність статті полягає у виокремленні базових пріоритетів розвитку ринку туристичних послуг України на сучасному етапі.

**Ключові слова:** туризм, туристичні послуги, туристичні потоки, туристичний ринок, туристичний оператор, туристичний потенціал, стратегія розвитку.

В статті проаналізовані базові тенденції розвитку ринку туристич-

ських послуг. Доказано, що туристическая сфера занимает важное место в экономике страны, ведь общий вклад от туристической деятельности в ВВП страны составляет 5,6%, а доля доходов от туризма в общем экспорте страны – 2%. Определен ряд препятствий, которые лежат на пути полноценного использования конкурентного потенциала Украины, к которым относят нестабильную экономическую и политическую ситуацию в стране, отсутствие качественной транспортной инфраструктуры, эффективной логистики и др. Установлено, что в Украине в достаточной мере не используются благоприятные предпосылки для надлежащего развития въездного туризма, к которым относятся ее выгодное географическое положение, природно-рекреационные и культурно-исторические ресурсы, трудовой потенциал. Предложены перспективные направления развития туристической отрасли Украины. Практическая ценность статьи состоит в выделении базовых приоритетов развития рынка туристических услуг Украины на современном этапе.

**Ключевые слова:** туризм, туристические услуги, туристические потоки, туристический рынок, туристический оператор, туристический потенциал, стратегия развития.

*Today tourism is considered to be one of the most perspective directions of social-economic development of the country, regions, towns as the tourist industry generates 11 % of the gross product in the world. Total contribution of tourist business into GDP of Switzerland is 8,2%. In 2015 about 983 million foreign tourists used services of the tourist field and in 2017 their number was 1 billion persons. At the end of 2018 the turnover of the world tourism was more than 1,2 trillion US\$. The USA. More than 235 mln people work in tourism or every 12 worker. So a maximum 2018 – the number of citizens who came to Ukraine was 14,2 mln people in least number was 12,4 mln people in 2015. And in 2018 the number of foreigners that visited Ukraine decreased in comparison with 2017 for 1,4%. According to the index of competitiveness in the field of travelling and tourism in 2018 Ukraine got 3,5 points from 7 possible and held 88 place among 136 countries of the world having lost 12 positions in comparison with 2013. A low level of the usage of Ukraine tourist potential is confirmed by small volumes of export of tourist services. As we see Ukrainian market of tourist services develops quite slowly and is not characterized by a stable growth. So we can say that Ukraine has not used an available resource potential of the tourism field to the full extent. In its turn, as investigations show the development of the tourist service market causes a stimulative influence on forming profits of regions, encourages the development of flexible forms of employment for the population. Thus all expenses that tourists have during travelling are profits of the subjects that give goods and services. The more is the sum and diversification of the tourist expenses, the greater is the indirect influence of the tourist field on the social-economical development of the country in general. But even a significant tourist potential does not give a guarantee for a successful tourist industry. As a result the necessity of finding obstacles is of urgent topicality. They are in the base of the full value use of the potential of the tourist industry field and distinguishing strategic directions of the tourist service market development of Ukraine.*

**Key words:** tourism, tourist services, tourist flows, tourist market, tourist operator, tourist potential, development strategy.

**Постановка проблеми.** Ринок туристичних послуг належить до системи задоволення потреб населення у відпочинку та функціонує за принципами і механізмами світового ринку послуг. Під останнім у широкому сенсі прийнято розуміти розгалужену систему ринків із вузькою спеціалізацією, де відношення купівлі-продажу будуються на основі дій, що приносить користь іншому. Наявні туристичні ресурси сприяють входженню України на світовий туристичний ринок. Як показують дослідження, розвиток ринку туристичних послуг чинить стимулюючий вплив на формування доходів регіонів, сприяє розвитку гнучких форм зайня-

тості населення, адже всі 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.

Але навіть значний туристичний потенціал ще не дає гарантії успішного розвитку туристичної індустрії. Низький рівень використання потужностей туристичного потенціалу України підтверджується й незначними обсягами експорту туристич-

них послуг. В Україні частка експорту туристичних послуг структур і експорту товарів і послуг становить лише 0,7%, а в країнах Європи – приблизно 30%.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Характеристиці теоретичних аспектів розвитку ринку туристичних послуг присвячено праці вітчизняних учених, зокрема М. Мальської, В. Худо [1], О. Любіцевої [2], у працях яких через використання методу емпіричних досліджень було встановлено закони та закономірності розвитку туризму, визначено особливості формування дієвих механізмів функціонування туристичної сфери в Україні в умовах трансформаційних змін. У дослідженні Мазура (2019 р.) [3] через використання методу економіко-математичного моделювання виділено основні напрями макроекономічної стратегії виходу України на зовнішні ринки туристичних послуг.

Використання методу порівняльного аналізу в контексті дослідження закономірностей та вивчення тенденцій розвитку ринку туристичних послуг спонукало до таких узагальнень: по-перше, туризм у сучасному глобальному світі стає прибутковою галуззю [4; 5]; по-друге, він є ефективним засобом формування у людей добродесних якостей, толерантності і поваги до різних культур [6]; по-третє, туристична індустрія – це боротьба двох протилежностей – глобалізації та регіоналізації [7; 8].

У цілому варто зазначити, що процес розвитку ринку туристичних послуг являє собою складну багатоступеневу систему розвитку взаємопов'язаних суб'єктів, які знаходяться у тісному зв'язку, системній взаємодії та багатоаспектному інтенсивному взаємному впливі [9].

**Постановка завдання.** Метою дослідження є розроблення системи стратегічного управління на основі науково обґрунтованої процедури його передбачення, регулювання, адаптації до динамічно мінливих пріоритетів споживачів туристичних послуг і зовнішніх умов навколишнього середовища.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Туристична сфера чинить істотний вплив на соціальне та економічне становище держави та її регіонів, адже туризм усе частіше виступає у ролі індикатора політичних відносин між державами, стабілізатора партнерських відносин на міжнародній арені.

Виходячи з офіційних даних сайту Державної служби статистики, внесок туристичної індустрії у нашої державі експертами оцінюється у 1,3 млн дол. США, або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 1,2% від загальної кількості зайнятих осіб у країні [10]. Для порівняння: у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млн дол. США, або 1,7% ВВП, зайнятість – 1,7% від загальної кількості зайнятих осіб; у Туреччині – 35,9 млн дол. США, або 5% ВВП, зайнятість – 2,3% від зайнятого населення. Практично

у більшості країн, що розвиваються, на частку іноземного туризму припадає 10–15% доходів від експорту товарів і послуг. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), частка України в туристичних потоках Європи становить близько 4% та близько 0,9% – у загальноєвропейських надходженнях від туристичної діяльності [11]. За індексом конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму в 2018 р. Україна отримала оцінку 3,5 бали із семи можливих і опинилася на 88-му місці серед 136 країн світу, втративши за цим індексом 12 позицій порівняно з 2013 р. [11].

Для досягнення збалансованого розвитку держави необхідно враховувати весь комплекс витрат і вигід економічного, екологічного і соціального характеру. Досвід свідчить, що за своєю природою управління у сфері туризму неоднорідне: воно виступає як єдність взаємопов'язаних і взаємозалежних функцій, індивідуальної і колективної праці, відносин у різних формах власності. Досягнення сприятливого економічного впливу туризму є важливою стратегічною метою як розвинутих держав, так і країн, що розвиваються, воно можливе за умови збільшення економічних вигід над економічними витратами, пов'язаними з прийомом відвідувачів.

До основних чинників, що негативно впливають на конкурентоспроможність суб'єктів ринку туристичних послуг України, належать: 1) недостатність інформації про український туристичний продукт; 2) примітивний розвиток інфраструктури ринку туристичних послуг через відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму, як внутрішнього (через тривалу економічну кризу), так і іноземного (через несприятливий інвестиційний клімат); 3) військовий конфлікт на Сході України, політична та соціально-економічна криза; 4) брак досвіду у сфері надання послуг; 5) відсутність комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації. У цьому контексті в рамках стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р. обґрунтовано комплекс заходів для впровадження на державному, регіональному, місцевому рівнях, що сприятиме активізації ринку туристичних послуг України [12].

Розбудова в Україні туристичної галузі, яка б успішно інтегрувалася до міжнародних туристичних взаємовідносин, є одним із провідних напрямів структурної перебудови економіки країни. Сприятливі умови для формування національного ринку конкурентоспроможних туристичних послуг мають створюватися державою на основі нових механізмів господарювання в умовах відкритої економіки. Тому з урахуванням базових постулатів ухваленої урядом стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р. було сформовано комплекс дій на відповідному рівні з метою активізації суб'єктів ринку туристичних послуг України (рис. 1).

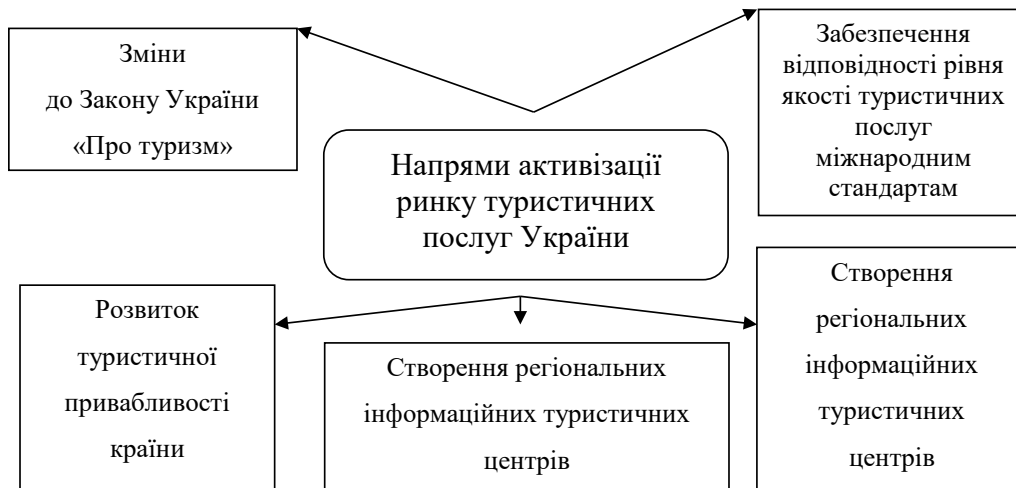


Рис. 1. Напрями активізації ринку туристичних послуг України

Виходячи з вищезазначеного, стратегія розвитку ринку туристичних послуг в Україні, повинна включати п'ять основних напрямів та відповідну систему заходів:

1. Удосконалення правових засад регулювання внутрішніх зовнішньоекономічних зв'язків туристичних підприємств [13]. Як зазначає О. Беспала [6], реальними кроками державної підтримки пріоритетних для України видів туризму (в'їзного та внутрішнього) можуть бути такі: спрощення та гармонізація податкового регулювання: звільнення від податку на додану вартість експорту послуг та зменшення ставки податку на прибуток; пропагування туристичних можливостей України за кордоном, у тому числі забезпечення за рахунок коштів державного бюджету часткового фінансування витрат участі туроператорів у престижних туристично-виставкових заходах, що проводяться за кордоном тощо, а також створення територій пріоритетного розвитку туризму та формування сприятливого інвестиційного клімату.

2. Підвищення рівня фінансування привабливих для іноземних туристів туристичних об'єктів та відповідної інфраструктури. Завдяки ефективному розвитку туристичної індустрії перед Україною стоїть можливість виходу на новий якісний рівень розвитку туристичної сфери. Однак на підтвердження думки для цього необхідно ввести високі стандарти економічної, політичної і соціальної сфер, забезпечити стабільність і досить високий рівень соціально-економічних показників у довгостроковій перспективі.

Цікавим прикладом інтеграційної взаємодії держави та сектору туризму, на думку Л. Гонтаржевської, є досвід Великобританії, де існує державна структура, що займається дослідженнями туристичного ринку та рекламно-інформаційною діяльністю, пропагуванням Великобританії як туристичної країни на світовому ринку [7]. На ці заходи

щорічно виділяється близько 80 млн фунтів стерлінгів. Без державних вкладень розвиток туризму неможливий, при цьому вкладення є, по суті, не витратами, а інвестиціями. Аналіз проведених у Великобританії маркетингових досліджень свідчить, що 1 фунт стерлінгів, вкладений у туризм, дає 27 фунтів прибутку від кожного туриста, що відвідує країну, з них 4 фунти повертаються до державного бюджету у вигляді податків [11].

Прикладом успішного фінансового інструменту впливу на розвиток туристичного комплексу в Україні може бути розвиток спеціальних економічних зон туристсько-рекреаційного типу (СЕЗ ТР). СЕЗ ТР вважається частиною території країни, на якій створюються умови для розвитку суб'єктів туристичної інфраструктури за державної підтримки [5].

3. Запровадження кластерної моделі організації туристичного бізнесу, що забезпечить підвищення координації дій усіх суб'єктів галузі та розвиток конкурентних переваг регіону шляхом активізації всіх видів туризму, яка передбачає вирішення таких пріоритетних завдань: створення реального реєстру об'єктів туристичної інфраструктури, щоб інвестори знали, куди вкладати гроші; забезпечення реклами та створення туристичного іміджу регіону; використання можливостей формування територіальних громад; стимулювання розвитку зеленого туризму шляхом створення бази даних власників агроосель.

Одним із напрямів розвитку ОТГ та створення на їх основі туристичних дестинацій є сільський, екологічний (зелений), агрорекреаційний, фермерський туризм. У багатьох країнах світу розвиток сільського, екологічного та інших видів туризму в сільській місцевості динамічно зростає [8]. Так, за статистичними даними, 35% городян у ЄС віддають перевагу відпустці у сільській місцевості. У Голландії їх частка особливо висока – до 49%, залишаючи власникам від 200 до 1 000 дол. США.

4. Створення регіональних інформаційних туристичних центрів, які повинні виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочиваючих, а також потенціальних споживачів. Окрім того, вони можуть виконувати роботи із замовлення зацікавлених організацій щодо збору і систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристсько-екскурсійної діяльності на території міста, аналізувати ринки збуту послуг для розроблених інвестиційних проєктів, контролювати якість туристсько-екскурсійних послуг, які надаються на території міста.

5. Забезпечення відповідності рівня якості туристичних послуг міжнародним стандартам. На думку Н. Погуди та О. Розметова, воно має включати такі заходи: проведення інвентаризації та сертифікації об'єктів туристичної інфраструктури; заохочення налагодження прямих зв'язків туристичних підприємств із підприємствами пов'язаних та підтримуючих галузей, що забезпечить можливість отримання іноземними туристами додаткових послуг із мінімальними затратами часу; стимулювання розвитку міжнародного франчайзингу; запровадження системи міжнародної логістики в туризмі як системи оптимізації просування туристичних продуктів на зовнішніх ринках; докорінна зміна системи підготовки кадрів [14].

Підсумовуючи вищезазначене, варто відзначити, що ринок туристичних послуг України являє собою комплекс підприємницьких структур різних галузей національного господарства держави, які беруть участь у виробництві та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму.

За результатами дослідження, оцінюючи реальну ситуацію на ринку туристичних послуг України, слід відзначити, що туризм за економічними показниками починає відновлюватися, а головне – зростає довіра не лише іноземних туристів, а й передусім українських громадян, що свідчить про позитивні зрушення, однак без державної підтримки сфери туристичних послуг галузь не зможе бути конкурентоспроможною [15]. Ось чому нам потрібно розроблену інтеграційну стратегію розвитку ринку туристичних послуг України впроваджувати, і наші подальші дослідження будуть присвячені саме цьому.

**Висновки з проведеного дослідження.** Підсумовуючи вище зазначене, можна стверджувати, що ринок туристичних послуг України являє собою комплекс підприємницьких структур різних галузей національного господарства держави, які беруть участь у виробництві та реалізації туристичного продукту для внутрішнього й міжнародного туризму. Аналіз сучасного стану туристичних потоків України показав, що розвиток туризму безпосередньо залежить від таких секторів еконо-

міки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів широкого вжитку і туристичного призначення. Туризм розглядають як одну з провідних галузей у сфері структурної перебудови економіки.

Серед основних чинників, що негативно впливають на конкурентоспроможність суб'єктів ринку туристичних послуг України, є такі: 1) недостатність інформації про український туристичний продукт; 2) примітивний розвиток інфраструктури ринку туристичних послуг через відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму, як внутрішнього (через тривалу економічну кризу), так і іноземного (через несприятливий інвестиційний клімат); 3) військовий конфлікт на Сході України, політична та соціально-економічна криза; 4) брак досвіду у сфері надання послуг; 5) відсутність комплексного бачення країни як перспективної туристичної дестинації. У цьому контексті в рамках стратегії розвитку туризму та курортів України на період до 2026 р. обґрунтовано комплекс заходів для впровадження на державному, регіональному, місцевому рівнях, що сприятимуть активізації ринку туристичних послуг України.

У перспективі економічний ефект від реалізації стратегічних цілей розвитку туристичного ринку виражатиметься у збільшенні надходжень до бюджетів усіх рівнів від туристичної діяльності, збільшенні туристичних потоків, особливо іноземних громадян, залученні іноземних інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури, створенні нових робочих місць, підвищенні обсягу наданих туристичних послуг та їх якості. Як наслідок, створення системних та комплексних перетворень на ринку туристичних послуг сприятиме прискоренню економічного зростання країни.

Перспектива подальших досліджень полягає у розробленні пропозицій щодо взаємодії суб'єктів туристичної інфраструктури у форматі «органи влади – суб'єкти туристичної індустрії – громада – інформація».

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мальська М.П., Худо В.В. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 424 с.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
3. Мазур В.С. Сучасні аспекти розвитку туристичного бізнесу в Україні. *Бізнес Інформ*. 2019. № 2. С. 224–230.
4. Горіна Г.О. Характерні особливості та специфіка взаємодії туристичних підприємств. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 4(1). С. 76–81.
5. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2011. № 4(54). С. 147–155.

6. Беспала О.А. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку в Україні. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 6(34). С. 9–17.

7. Гонтаржевська Л.І. Ринок туристичних послуг в Україні : навчальний посібник. Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. 180 с.

8. Кифяк О.В. Ресурсний потенціал розвитку туристичних дестинацій. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. № 4. С. 60–70.

9. Руденко В.П., Вацеба В.Я., Підгірна В.Н. Менеджмент туристичної індустрії : підручник : у 3-х ч. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2019. 504 с.

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 15.10.2020).

11. Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/> (дата звернення: 17.10.2020).

12. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р.

13. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 р. № 324/95 / Верховна Рада України. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 16.10.2020).

14. Погуда Н.В., Розметова О.Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6608> (дата звернення: 16.11.2020).

15. Міхальова К.В. Науково методичні засади сталого соціально економічного розвитку України. *Інноваційна економіка*. 2013. № 11. С. 40–46.

#### REFERENCES:

1. Malska, M. & Khudo, V. (2007). *Turystychnyy biznes: teoriya ta praktyka* [Travel Business: Theory and Practice]. Kyiv: Center for Educational Literature. (in Ukrainian)

2. Ljubiceva O.O. (2002) Rynok turystychnykh poslugh (gheoprostorovi aspekty) [Tourist services market]. Kyiv: Alterpress. (in Ukrainian)

3. Mazur V.S. (2019) Suchasni aspekty rozvytku turystychnoho biznesu v Ukrayini [Modern Aspects of Tourism Business Development in Ukraine]. *Business inform*, no. 2, pp. 224–230.

4. Gorina G. (2016) Kharakterni osoblyvosti ta spetsyfika vzyayemodiyi turystychnykh pidpryyemstv. [Char-

acteristic features and specificity of interaction of tourist enterprises]. *Economic Bulletin of Zaporizhzhya State Engineering Academy*, no. 4-1, pp. 76–81.

5. Kalchenko O. (2011) Teoretychni aspekty innovatsiyanoi diyal'nosti pidpryyemstv turystychnoyi haluzi [Theoretical Aspects of Innovative Activity of Tourism Enterprises]. *Bulletin of Chernihiv State Technological University: Coll. of sciences. wash.* Chernihiv: CDTU, no. 4(54), pp. 147–155.

6. Bospala O. (2017) Suchasnyy stan, problemy ta perspektyvy rozvytku turystychnoho rynku v Ukrayini. [The current situation, problems and prospects of the tourist market development in Ukraine]. *Economics: time realities. Scientific journal*, no. 6(34), pp. 9–17.

7. Gontarzhavska L.I. (2008) Rynok turystychnykh poslugh v Ukrayini [Tourist Services Market in Ukraine]: A Tutorial. Donetsk: East Publishing House.

8. Kifyak O.V. (2019) Resursnyy potentsial rozvytku turystychnykh destynatsiy [Resource potential of tourist destinations development]. *Foreign Trade: Economics, Finance, Law*, no. 4, pp. 60–70.

9. Rudenko V., Vatsaba V., Pidgirna V. (2019) Menedzhment turystychnoji industriji [Management of the tourism industry]. Chernivtsi: Yuriy Fedkovich National University. (in Ukrainian)

10. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 15 October 2020).

11. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (accessed 17 October 2020).

12. On approval of the Tourism and Resort Development Strategy for the period until 2026: Order of the Cabinet of Ministers of Ukraine of March 16, 2017 No. 168-p.

13. On Tourism: Law of Ukraine. Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (accessed 16 October 2020).

14. Pogoda N., Rosmetov O. (2018) Suchasnyy stan turystychnoho rynku Ukrayiny: otsinka ta perspektyvy rozvytku [Current status of the tourist market of Ukraine: evaluation and prospects of development]. *Effective Economy, Electronic Professional Edition*, 10, 10–24 (accessed 16 November 2020).

15. Mikhaleva K.V. (2013) Naukovo metodychni zasady staloho sotsial'no ekonomichnoho rozvytku Ukrayiny [Scientific and methodological foundations of sustainable socio-economic development of Ukraine]. *Innovative Economics*, no. 11, pp. 40–46.