



СЕКЦІЯ 1 СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.48

Ворошилова Г.О.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри соціально-економічних дисциплін
Київського національного університету культури і мистецтв***Верезомська І.Г.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри соціально-економічних дисциплін
Київського національного університету культури і мистецтв*

СВІТОВІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

У статті розглянуто актуальні проблеми державного регулювання розвитку міжнародного ринку туристичних послуг у світі. Авторами проведено комплексний аналіз світових тенденцій розвитку міжнародного туризму в провідних країн-лідерів з надання туристичних послуг. Досліджено системи органів державного управління туристичною індустрією у Китаї; виявлено основні напрями адміністративного та економічного впливу на розвиток міжнародного туризму, що забезпечують стійкий розвиток міжнародного туризму у даній країні.

Ключові слова: міжнародний туризм, державне регулювання, туристична послуга, туристична індустрія, міжнародні туристичні прибуття, країни – лідери з надання туристичних послуг, Китай.

Voroshilova A.A., Verezomska I.G. MIROVYE ASPEKTY GOSUDARSTVENNOGO REGULIROVANIYA RAZVITIYA MEZH-DUARNODNOGO RYNKA TURISTICHESKIH USLUG

В статье рассмотрены актуальные проблемы государственного регулирования развития международного рынка туристических услуг в мире. Авторами проведен комплексный анализ мировых тенденций развития международного туризма в ведущих странах-лидерах по предоставлению туристических услуг. Исследованы системы органов государственного управления туристической индустрией в Китае; выявлены основные направления административного и экономического влияния на развитие международного туризма, обеспечивающих устойчивое развитие международного туризма в данной стране.

Ключевые слова: международный туризм, государственное регулирование, туристическая услуга, туристическая индустрия, международные туристические прибытия, страны – лидеры по предоставлению туристических услуг, Китай.

Voroshylova G.O., Verezomska I.G. WORLD ASPECTS OF GOVERNMENT CONTROL OF INTERNATIONAL MARKET DEVELOPMENT OF TOURIST SERVICES

The issues of the day of the government control of international market development of tourist services in the world are examined in the article. The authors have conducted the complex analysis of world trends of international tourism progress in leading countries-leaders from the grant of tourist services. The systems of organs of state administration of tourist industry have been investigated in such country, as China; basic directions of administrative and economic influence on development of international tourism have been revealed, that provide steady development of international tourism in the marked country.

Keywords: international tourism, government control, tourist service, tourist industry, international tourist arrival, countries-leaders from the grant of tourist services, China.

Постановка проблеми. Аналіз закордонного досвіду показує необхідність посилення ролі державної політики у формуванні та розвитку туристичної індустрії з метою підвищення ефективності її функціонування. Розвиток міжнародного ринку туристичних послуг стимулює зростання суміжних галузей, у першу чергу, будівництво і роздрібну торгівлю. Приплив іноземних туристів підвищує попит на послуги з високою доданою вартістю і сприяє розвитку малого та середнього бізнесу.

Сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг характеризується транснаціоналізацією міжнародної економічної діяльності та інтенсивним включенням національних галузевих секторів економіки до системи світового ринку туристичних послуг. Однак економічний ефект від транснаціоналізації залежить, передусім, від рівня конкурентоспроможності національних продук-

тів, які країна може запропонувати на міжнародній арені. А це, у свою чергу, безпосередньо може гарантувати держава через важелі регулювання даної галузі. Саме тому дослідження світових аспектів державного регулювання туристичної галузі на національному та міжнародному рівнях, виявленні адміністративних та економічних важелів впливу на розвиток міжнародного туризму є досить актуальним питанням у наш час.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження проблем розвитку ринку туристичних послуг зробили такі відомі зарубіжні учені, як: А. Бхатія [1], Р. Бартон, Дж. Боуен, Дж. Вокер, Ф. Котлер [2], Р. Ланкар та ін. Крім того, дослідженню проблем туристичної галузі також присвячені роботи вчених В.І. Азара, І.Т. Балабанова, В.Г. Гуляєва, І.В. Зоріна, Д.К. Ісмаєва, В.О. Квартальнова, Г.А. Папіряна, Є.П. Пузакової, В.С. Сеніна,

І.В. Смаля, В.А. Честнікової, Т.М. Циганкової, А.С. Філіпенка, І.М. Школи. У роботах зазначених авторів висвітлюються питання становлення та розвитку ринку міжнародного ринку туризму та туристичних послуг, ролі даної індустрії у системі світової торгівлі, визначаються форми та види туризму, приділяється увага особливостям функціонування сучасної туристичної індустрії, аналізуються загальні напрями розвитку цієї сфери господарювання.

Проте варто зазначити, що питання дослідження сучасних тенденцій щодо системи органів державного управління в країнах – лідерах з надання туристичних послуг залишаються недостатньо розкритими та потребують подальшого дослідження.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Дослідження та аналіз систем державного регулювання як елементу розвитку міжнародного ринку туристичних послуг у країнах – лідерах з надання туристичних послуг. Актуальність досліджень визначається тим, що результати можуть слугувати підґрунтям для побудови ефективних систем регулювання галузі в інших країнах світу, які мають всі можливості та передумови розвитку індустрії туризму.

Мета статті полягає у дослідженні особливостей сучасних аспектів державного регулювання розвитку міжнародного ринку туристичних послуг у провідних країнах – лідерах з надання туристичних послуг (на прикладі Китаю).

Виклад основного матеріалу. У час глобалізаційних процесів, динамічних подій та тенденцій, які дуже швидко змінюються на світових ринках, питання запобігання кризових явищ у тих або інших сферах економіки є особливо актуальними. Так, подолання негативних тенденцій та кризових періодів, а також створення комплексних передумов для розвитку міжнародного туризму у країнах – лідерах з надання туристичних послуг є важливою складовою у вирішенні багатьох соціальних та економічних питань держави в цілому.

Міжнародний туризм став всесвітнім явищем, зі своїми ринковими тенденціями розвитку та законами функціонування. Про це свідчить розширення кола країн, які беруть участь у міжнародному туризмі. Якщо у 1955 році в туристичному обміні брали участь 65 держав [1, с. 32], то у 2011 році ЮНВТО наводить дані відносно 212 країн і регіонів, що залучені до міжнародного туризму [3], тобто практично усіх країн світу. Згідно з опублікованим ЮНВТО довгостроковим прогнозом «Туризм: перспектива 2030» кількість міжнародних туристичних прибуттів до 2030 року досягне 1,8 мільярда осіб.

У результаті цього ринок міжнародного туризму поповнюватиметься щороку в середньому на 43 млн туристів [4, с. 10].

Серед країн – лідерів з надання туристичних послуг, що відзначаються високим рівнем стабільності кількості міжнародних туристичних прибуттів протягом останніх років, треба відзначити Францію, США, Китай, Іспанію та Італію [9, с. 8-10]. (табл. 1).

Дані таблиці вказують на поступове стабільне зростання показників інтенсивності туристичних прибуттів до Туреччини, яка у 2014 році займала шосте місце у світовому рейтингу країн-лідерів за кількістю міжнародних туристів з показником у 39,8 млн ос. та темпом приросту у 5,3% порівняно з аналогічними даними 2013 року. Порівняно з 1992 роком, коли Туреччина посідала 17 місце у світі за кількістю міжнародних туристичних прибуттів (6,5 млн ос.), зростання цього показника у 2014 році збільшилося більш ніж у 6,1 рази [1, с. 40].

Вагомішим показником є надходження від міжнародного туризму, та його щорічне зростання. Так, у Франції порівняно з 2000 роком у 2014 році цей показник виріс майже у 2 рази, у США – у 1,3 рази. У Китаї, перевищивши значення 2000 року в 3 рази, у 2014 році надходження від туризму сягнули 56,9 млрд дол. [9, с. 9].

Дослідження ЮНВТО дають можливість стверджувати, що тенденції росту туристичної індустрії будуть зберігатися і надалі. Так, враховуючи стійке зростання за основними показниками – кількістю міжнародних туристичних прибуттів та надходжень від міжнародної туристичної діяльності впродовж останніх років, Китай може стати найбільш відвідуюваною країною світу до 2020 року, досягнувши значення понад 100 млн ос. [5].

Після двадцяти років успішно впроваджених реформ Китай перетворився на одного із активних гравців міжнародного ринку туристичних послуг. Зараз міжнародний туризм відіграє дуже важливу роль в національній економіці Китаю, збільшуючи внутрішній попит та економічне зростання країни. Споживання туризму займає провідну позицію у загальному обсязі попиту, особливо у споживанні резидентами країни. У 2007 році індустрія туризму складала близько 1,3% ВВП, частка витрат туризму в експорті товарів була на рівні 3,4%, а в експорті послуг – 33,7% [6, с. 291].

У кризовому 2008 році загальний обсяг міжнародних туристичних прибуттів Китаю (включаючи резидентів даної країни, які перебували за кордоном) склав 130 млн ос., а отриманий прибуток від міжнародного туризму досяг рівня 40,8 млрд дол., що менше на

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття у країни – лідери з надання туристичних послуг

| Позиція | Країна | Кількість, млн. чол. | | | Зміни (%) | | |
|---------|-------------------------|----------------------|---------|---------|-----------|-------|-------|
| | | 2012 р. | 2013 р. | 2014 р. | 12/11 | 13/12 | 14/13 |
| 1 | Франція | 81,9 | 83,6 | 83,7 | 1,8 | 2,0 | 0,1 |
| 2 | Сполучені Штати Америки | 66,6 | 69,9 | 74,7 | 6,1 | 5,0 | 6,8 |
| 3 | Іспанія | 57,4 | 60,6 | 64,9 | 2,3 | 5,6 | 7,1 |
| 4 | Китай | 57,7 | 55,6 | 55,6 | 0,3 | -3,5 | -0,1 |
| 5 | Італія | 46,3 | 47,7 | 48,5 | 0,5 | 2,9 | 1,8 |
| 6 | Туреччина | 35,6 | 37,7 | 39,8 | 3,0 | 5,9 | 5,3 |
| 7 | Німеччина | 30,4 | 31,5 | 33,0 | 7,3 | 3,7 | 4,6 |
| 8 | Великобританія | 29,3 | 31,1 | 32,6 | -0,1 | 6,1 | 5,0 |
| 9 | Росія | 25,7 | 28,4 | 29,8 | 13,5 | 10,2 | 5,3 |
| 10 | Мексика | 23,4 | 24,2 | 29,1 | 0,1 | 3,2 | 20,5 |

Джерело: за даними [9, с. 8-10]

1,4% та 2,6% порівняно із відповідними показниками 2007 року [7, с. 87]. Однак у 2014 році прибуток Китаю від міжнародної туристичної діяльності склав близько 60 млрд дол. із кількістю міжнародних туристичних прибуттів у 55,6 млн ос. Кількість туристів, що від'їжджають за кордон, серед громадян Китаю склала майже 46 млн. чол., що вище за показник попереднього року на 11,9% [9, с. 13].

Китай також, відповідно до статистичних даних ЮНВТО (табл. 2), посідає першу сходинку в рейтингу країн, резиденти якої витрачають найбільше, перебуваючи за кордоном в сфері міжнародного туризму з 2012 року. Китайські туристи витратили рекордні 165 млрд. дол. перебуваючи за кордоном у 2014 році, що на 27% більше порівняно із 2013 роком [9, с. 13].

Розглянемо систему органів державного управління в Китаї та роль держави у розвитку міжнародного туризму.

Китайська Національна Адміністрація з Туризму (КНАТ) – урядовий орган, відповідальний за туристичну діяльність, що відіграє центральну роль у регулюванні туризму Китаю. Цей орган безпосередньо регулюється Державною Радою Китаю, фінансується державою та відповідає за розвиток міжнародного туризму в країні, просуваючи і регулюючи міжнародні туристичні прибуття до країни, внутрішній та виїзний туризм [5, с. 14].

КНАТ працює з різними туристичними асоціаціями (Асоціація Китайського Туризму, Китайська Асоціація туристичних подорожей тощо), і контролює 18 офісів у 14 країнах [6, с. 291]. Місцеве регулювання туристичної діяльності здійснюється спеціальними підрозділами КНАТ (туристичними бюро), які розташовані у кожній провінції та містах Китаю [5, с. 7].

Хоча регулювання міжнародного туризму у Китаї є комплексним та складним, однак правила стосовно туристів, що від'їжджають за кордон, а також туристичних агентцій, що організовують іноземні тури тощо, є досить чіткими та відповідають вимогам членства Китаю у СОТ. Так, у червні 2007 року, КНАТ оголосила про відміну постанови щодо обмеження формування мереж іноземних туристичних агентцій в Китаї. КНАТ запропонувала для іноземних туристичних агентцій такі ж самі умови праці, як і для місцевих, згідно з умовами СОТ. Водночас КНАТ активно заохочує китайських туристичних операторів у веденні бізнесу за іноземними туристичними напрямками [5, с. 14].

Іншим важливим напрямом Китайського Уряду було регулювання виїзного туризму через створення

нового закону для життєздатної туристичної індустрії, відомого як «Китайський зовнішній туристичний контракт для громадян, які виїжджають за кордон» (Chinese Citizens Outbound Travel Contract). Це договір, який, згідно з постановою Китайського уряду, має бути підписаний між туристичною агенцією і групою тих, хто відбуває за кордон, включаючи індивідуальних туристів, націлений на регулювання стосунків між туристами, які виїжджають за кордон, та туристичними агенціями і покликаний захищати інтереси обох сторін [5, с. 14].

У 2009 році КНАТ впровадила низку нових постанов, щоб підтримувати подальший розвиток туризму, а саме: «Умови діяльності туристичних агенцій», «Умови діяльності екскурсійних бюро», «Постанова щодо регулювання порядку виїзду китайськими громадянами за кордон». Також КНАТ та Міністерство Фінансів Китаю планують впровадження Стандарту обліку економічного впливу туризму (Tourism Satellite Account) з метою оцінки обсягу урядових надходжень, які поступають до бюджету від туризму, для того, щоб оцінити повний вклад індустрії туризму у народне господарство країни та у соціальний розвиток [6, с. 292].

Китайський досвід становлення туризму також полягає в активному використанні переваг взаємодії з міжнародними організаціями (зокрема ЮНЕСКО, Всесвітнім фондом дикої природи і Фондом охорони природи), які всіляко допомагають розвитку цієї індустрії [8]. Їхній вплив сприяв тому, що місцеві громади почали активно вкладати кошти в делімітацію територій, що охоронялися, зокрема південно-західних регіонах країни. Актуальність збалансованого туризму передусім спостерігається у Південно-Західних регіонах Китаю, зокрема в провінціях Сичуань і Юньнань. Обидві адміністративні одиниці республіки не лише відчули значний економічний ефект від туристичної політики, орієнтованої на стійкий розвиток туризму, але і отримали істотну підтримку з боку урядових, некомерційних і місцевих організацій, що відповідають за розвиток туризму на принципах збалансованості й екологічності.

Таким чином, головними завданнями, вирішення яких покладається на компетентний орган державної влади в галузі туризму Китаю (КНАТ), є такі:

- встановлення, планування та координація розвитку індустрії міжнародного туризму як пріоритетного напрямку державної політики;
- реалізація виконання стратегій розвитку міжнародного туристичного ринку відповідно до діючих законів та постанов;

Таблиця 2

Країни-лідери за кількістю витрат населення за кордоном у сфері міжнародного туризму

| Позиція | Витрати (млрд дол.,US\$) | | Зміни (%) | | Частка ринку (%) | Населення (млн ос.) |
|----------------------------|--------------------------|-------|-----------|-----------|------------------|---------------------|
| | 2013 | 2014 | 2013/2012 | 2014/2013 | | |
| 1. Китай | 128,6 | 164,9 | 23,8 | 27,1 | 13,2 | 1,368 |
| 2. Сполучені Штати Америки | 104,1 | 110,8 | 3,8 | 6,4 | 8,9 | 319 |
| 3. Німеччина | 91,4 | 92,2 | 5,7 | 0,9 | 7,4 | 81 |
| 4. Великобританія | 52,7 | 57,6 | 3,5 | 3,8 | 4,6 | 65 |
| 5. Росія | 53,5 | 50,4 | 28,9 | 13,7 | 4,0 | 144 |
| 6. Франція | 42,9 | 47,8 | 3,9 | 11,3 | 3,8 | 64 |
| 7. Канада | 35,2 | 33,8 | 3,2 | 3,3 | 2,7 | 35 |
| 8. Італія | 27,0 | 28,8 | -1,0 | 6,9 | 2,3 | 60 |
| 9. Австралія | 28,6 | 26,3 | 9,4 | -1,7 | 2,1 | 24 |
| 10. Бразилія | 25,0 | 25,6 | 24,1 | 11,7 | 2,1 | 203 |

Джерело: за даними [9, с. 13]

- організація дослідження, планування, розвитку та захисту туристичних ресурсів та рекреаційних територій через співпрацю з міжнародними організаціями;

- міжнародне представлення Китаю як сучасного туристичного напрямку через офіційні представництва КНАТ у ряді країн світу;

- пріоритетний розвиток таких туристичних напрямків як Гонконг (Китай), Макао і Тайбей (Тайвань);

- підтримка розвитку в'їзного та внутрішнього туризму;

- організація та реалізація створення навчальних програм та спеціальних курсів з туризму у спеціалізованих навчальних закладах країни.

Висновки і пропозиції. Детальні дослідження країн – лідерів з надання туристичних послуг виявили значний рівень підтримки розвитку галузі з боку держав. Маркетингове просування національного туристичного продукту в політиці розвитку туризму має позитивний вплив на представленні держав на міжнародній арені та є засобом підтримки міжнародної конкурентоспроможності туристичного продукту країни. Проведене дослідження на прикладі Китаю як однієї з провідних країн – лідерів з надання туристичних послуг, аналіз її досвіду в організації державної політики туристичної галузі дає можливість стверджувати, що оптимальним механізмом розвитку міжнародного туризму в країнах з високою розвинутою туристичною індустрією є політика забезпечення стійкого поступального розвитку шляхом активіза-

ції та впровадження ефективних заходів державного регулювання на основі єдиної національної програми розвитку туризму, яка має бути збалансованою щодо чинних туристичних потоків і ресурсних можливостей країни й окремих регіонів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Bhatia A.K. Tourism Development: Principles and Practices / A.K. Bhatia. – New Delhi : Sreerling Publishers Pritate Ltd, 2002. – 413 p.
2. Kotler P.R. Marketing for Hospitality and Tourism / Kotler P.R., Bowen J.T., Makens J.C. – 5th edition. – Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, 2010. – 720 p.
3. UNWTO Annual Report 2011. – Madrid : UNWTO Publications, 2012. – 46 p.
4. UNWTO. Tourism Towards, 2030. Global Overview / Advance edition presented at UNWTO 19-th General Assembly, 10 October 2011. – Madrid, Spain : UNWTO Publications, 2011. – 49 p.
5. The Chinese Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination. – Madrid : UNWTO Publications, 2008. – 196 p.
6. OECD Tourism Trends and Policies, 2010. – Paris : OECD Publishing, 2010. – 348 p.
7. Yearbook of Tourism Statistics. Data 2005–2009, 2011 Edition. – Madrid : UNWTO, 2011. – 800 p.
8. Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.unesco.org/>.
9. UNWTO Tourism Highlights. 2015 Edition. – Madrid : UNWTO Publications Department, 2015. – 15 p.
10. UNWTO World Tourism Barometer. – Madrid : UNWTO Publications, 2016. – Vol. 14, January 2016. – Statistical Annex. – 5 p.

УДК 336.767.2(100)

Джусов А.А.

*доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджмента і туристичного бізнеса
Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара*

ФОРМАЛИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ИДЕНТИФИКАЦИИ ГРАФИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ТЕХНИЧЕСКОГО АНАЛИЗА НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ РЫНКАХ

Рассмотрены способы применения полос Боллинджера совместно с индикаторами технического анализа с целью повышения степени надежности генерируемых ими сигналов. Предложен метод идентификации разворотных графических формаций, основанный на использовании индикаторов «Полосы Боллинджера» и MACD Джеральда Аппеля. Обоснована экономическая целесообразность использования предложенного метода при инвестировании на международных финансовых рынках.

Ключевые слова: финансовые рынки, технические инструменты, полосы Боллинджера, индикаторы технического анализа, инвестиционные решения, разворотные фигуры, эффективность инвестирования.

Джусов О.А. ФОРМАЛІЗАЦІЯ ПРОЦЕСУ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ГРАФІЧНИХ МОДЕЛЕЙ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ТЕХНІЧНОГО АНАЛІЗУ НА МІЖНАРОДНИХ ФІНАНСОВИХ РИНКАХ

Розглянуто способи застосування смуг Боллинджера спільно з індикаторами технічного аналізу з метою підвищення ступеня надійності сигналів, що ними генеруються. Запропоновано метод ідентифікації розворотних графічних формаций, заснований на використанні індикаторів «Смуги Боллинджера» і MACD Джеральда Аппеля. Обґрунтовано економічну доцільність використання запропонованого методу при інвестуванні на міжнародних фінансових ринках.

Ключові слова: фінансові ринки, технічні інструменти, смуги Боллинджера, індикатори технічного аналізу, інвестиційні рішення, розворотні фігури, ефективність інвестування.

Dzhusov O.A. FORMALIZATION OF THE PROCESS OF GRAPHIC PATTERNS IDENTIFYING DURING TECHNICAL ANALYZING AT THE INTERNATIONAL FINANCIAL MARKETS

The article describes the methods of Bollinger Bands application in conjunction with the indicators of technical analysis in order to increase the reliability degree of generated signals. It has been proposed a method for identifying graphic topping formations, based on the using the indicators «Bollinger Bands» and Gerald Appel's MACD. The economic feasibility of the proposed method when investing in international financial markets has been substantiated.

Keywords: financial markets, technical tools, Bollinger bands, technical analysis indicators, investment decisions, reversal patterns, efficiency of investment.