

# РОЗДІЛ 1

## СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

### І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 338.48

Ворошилова Г. О.

Київський національний університет культури і мистецтв

#### ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ У ПРОВІДНИХ КРАЇНАХ СВІТУ

Розглянуто актуальні проблеми державного регулювання розвитку міжнародного ринку туристичних послуг у світі. Проведено комплексний аналіз світових тенденцій розвитку міжнародного туризму в провідних країнах – лідерах із надання туристичних послуг. Досліджено системи органів державного управління туристичною індустрією у Франції; виявлено основні напрями адміністративного та економічного впливу на розвиток міжнародного туризму, що забезпечують стійкий розвиток міжнародного туризму в даній країні.

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

**Постановка проблеми.** Аналіз закордонного досвіду показує необхідність посилення ролі держави у формуванні та розвитку туристичної галузі з метою підвищення ефективності її функціонування. Розвиток туристичної індустрії стимулює зростання суміжних галузей, у першу чергу будівництва і роздрібною торгівлі. Приплив іноземних туристів підвищує попит на послуги з високою доданою вартістю і сприяє розвитку малого та середнього бізнесу.

Туристичні послуги, які спрямовані на задоволення певних людських потреб, мають споживчу вартість, яка відображає одночасно і процес виробництва цих послуг, а також їхнє споживання. Туризм є вагомим складовим суспільного багатства, і це саме та галузь, яка реально здатна збільшувати валовий національний продукт держави.

Зараз у зв'язку із глобалізацією та транснаціоналізацією туристичної індустрії зростає роль державної політики, спрямованої на забезпечення макроекономічних пропорцій, стабільного темпу і збалансованості розвитку. Держава може розробляти регулятивні механізми функціонування міжнародного туризму країни, визначати межі, у рамках яких туристичний ринок самоорганізовується, а також відстоювати інтереси національних виробників шляхом їхнього лобювання на міжнародних туристичних ринках.

Цей факт викликає значний професійний інтерес учених щодо дослідження важелів впливу на розвиток туристичної галузі тієї чи іншої країни світу, адже це може сприяти формуванню конкурентоздатного туристичного комплексу окремих країн та регіонів. Саме тому ми зосередимо увагу на аналізі адміністративних та економічних важелів впливу на розвиток міжнародного туризму у провідних країнах світу (на прикладі Франції) з міжнародних туристичних прибуттів.

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.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Значний внесок у дослідження проблем розвитку міжнародного ринку туристичних послуг зроби-

ли такі відомі закордонні та українські учені, як: А. Бхатія [1], Дж. Вокер, Ф. Котлер [2], О.П. Дурович, Р. Ланкар, І.Т. Балабанов, В.Г. Гуляєв, М.О. Жукова, І.В. Зорін, Д.К. Ісмаєв, В.О. Квартальнов, Г.А. Папірян, Є.П. Пузакова, В.С. Сенін, В.А. Честнікова, Т.М. Циганкова та ін. У роботах зазначених авторів висвітлюються питання становлення та розвитку ринку туристичних послуг, його ролі у системі світової торгівлі, визначаються форми та види туризму, приділяється увага особливостям функціонування сучасної туристичної індустрії, аналізуються загальні напрями розвитку цієї сфери господарювання.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Проте, на нашу думку, питання дослідження сучасних тенденцій щодо системи органів державного управління в країнах – лідерах з надання туристичних послуг залишаються недостатньо розкритими та потребують подальшого дослідження.

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

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У час глобалізаційних процесів, динамічних подій та тенденцій, які дуже швидко змінюються на світових ринках, питання запобігання кризовим явищам 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 із надання туристичних послуг є важливою складовою у вирішенні багатьох соціальних та економічних питань держави в цілому.

Дослідження ЮНВТО дають можливість стверджувати, що, незважаючи на кризові явища, які відбувалися у світі з 2008 р. та викликали спад в індустрії міжнародного туризму, тенденції відновлення міжнародного туризму будуть зберігатися [9, с. 4]. Статистичні дані та показники прогнозу, наведені в табл. 1, указують на тривале стійке зростання міжнародного туризму.

У період до 2020 р. прогнозується збільшення міжнародних туристичних прибуттів на 200%, і

передбачається наступний розподіл показників у сфері в'їзного туризму за регіонами світу (табл. 1).

Таблиця 1  
Прогноз розподілу обсягів в'їзного туризму за регіонами світу (міжнародні туристичні прибуття)

Регіони	Статистичні дані (млн. ос.)			Прогноз (млн. ос.)	Середньорічний приріст (%)
	1995 рік	2010 рік	2014 рік	2020 рік	1995–2020 роки
Європа	336	474,7	581,8	717	3,1
Азія та Тихоокеанський регіон	85	204,4	263,3	416	6,5
Америка	110	149,7	181,0	282	3,8
Африка	20	49,7	55,7	77	5,5
Ближній Схід	14	60,4	51,0	69	6,7
Світ у цілому	565	939	1,133	1561	4,1

Джерело: за даними [9, с. 4; 10]

Згідно з даними табл. 1, туристична галузь не дуже постраждала в період глобальної економічної кризи 2008–2010 рр. і досить швидко відновлюється. У 2010–2011 рр. на багатьох ринках відзначається стійкий попит на міжнародний туризм, навіть незважаючи на нерівномірний процес відновлення економіки. Це має особливо важливе значення для країн, що стикаються із фінансовими труднощами і мають слабе внутрішнє споживання, де міжнародний туризм – ключова експортна і трудовитка галузь діяльності, яка набуває все більш важливого стратегічного значення для вирівнювання зовнішньоторговельного дефіциту і стимулювання зайнятості.

Регіональний розподіл міжнародних туристичних прибуттів відображає як економічні особливості світового господарства, так і становлення та розвиток індустрії туризму даної території. Зародження та подальший інтенсивний розвиток міжнародного туризму історично відбулись у Західній Європі, лідером цей регіон залишається й дотепер. У 2014 р. на нього припадало 581,8 млн. міжнародних туристичних прибуттів – показник, що становить більше половини всіх міжнародних туристичних прибуттів у світі.

Доцільно дослідити досвід однієї з провідних країн – лідерів із надання туристичних послуг для іноземних туристів з метою дослідження організації державного регулювання туристичної галузі на національному та міжнародному рівнях, виявлення адміністративних та економічних важелів впливу на розвиток міжнародного туризму.

Серед країн – лідерів із надання туристичних послуг, що відзначаються високим рівнем стабільності кількості міжнародних туристичних прибуттів протягом останніх років, треба відмітити Францію, США, Китай, Іспанію та Італію [9, с. 8–10] (табл. 2).

Виходячи з даних табл. 2 у 2014 р. Франція продовжує очолювати рейтинг найбільш відвідуваних країн за кількістю прибуттів міжнародних туристів серед інших країн світу з показником у 84 млн. ос. Розглянемо більш детально систему органів державного управління у Франції та роль держави в розвитку міжнародного туризму.

Головну мету при проведенні туристичної політики держава бачить у формуванні високоефективного і конкурентоздатного туристичного

комплексу. Перед країною, зацікавленою в розвитку міжнародного туризму, стоїть завдання підвищення привабливості національного туристичного ринку для іноземних туристів. В'їзний туризм є більш важливим з економічної точки зору: як експортна галузь він є джерелом надходжень до бюджету країни і залежить від сприйняття (реального та створеного) привабливості країни та від конкурентоспроможності національного туристичного продукту. В'їзний туризм у Франції, так само як і в будь-якій іншій країні, безпосередньо підпорядкований до ВВП та доходів населення.

Таблиця 2  
Міжнародні туристичні прибуття в країні – лідери з надання туристичних послуг

Позиція	Країна	Кількість, млн. ос.			Зміни (%)		
		2012 рік	2013 рік	2014 рік	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]

Передумовою для розвитку міжнародного туризму у Франції є ефективна організація державного регулювання індустрії туризму, досконалість нормативно-правової бази.

Як свідчить зарубіжний досвід, ефективне функціонування системи міжнародного туризму неможливе без планування, регулювання, координації і контролю з боку структур, відповідальних за його розвиток. Це обумовлює необхідність розробки туристичної політики, яка формується і реалізується на різних рівнях: державному, регіональному та діяльності туристичного підприємства. Туристична політика Франції будується виходячи з її внутрішніх специфічних умов, зовнішніх чинників і розглядається як складова частина загальної політики держави.

Індустрія туризму у Франції складає близько 6,3% ВВП, загальна кількість осіб, задіяних у ній, налічує понад 1,8 млн. Кількість міжнародних туристичних прибуттів за період 2010–2014 рр. збільшилась майже на 10%. Надходження від міжнародного туризму у 2014 р. досягли 55,4 млрд. дол. [9, с. 8].

Відповідно до статистичних даних ЮНВТО (табл. 3), Франція також входить до топ-10 країн, резиденти міжнародного туризму якої витрачають найбільше, перебуваючи за кордоном. Французькі туристи витратили понад 47 млрд. дол., перебуваючи за кордоном у 2014 р., що на 11,3% більше порівняно з 2013 р. [9, с. 13].

Однак, згідно з прогнозами ЮНВТО та міжнародними тенденціями в плані зростання об'ємів туристичних прибуттів за межами Європи, поява нових конкурентоспроможних місць призначень у майбутньому може негативно позначитися на туристичній індустрії Франції, яка починаючи з

1985 р. стабільно займає позицію лідера в рейтингу найбільш відвідуваних країн світу [1; 10].

Таблиця 3  
Країни-лідери за кількістю витрат населення за кордоном в сфері міжнародного туризму

Позиція	Витрати (млрд. дол.)		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]

Центральний уряд Франції визначає і реалізує національну політику туризму. Він регулює, схвалює і класифікує інфраструктуру туризму, діяльність підлеглих йому департаментів, гарантує просування французького національного туристичного продукту на міжнародному ринку, встановлює і здійснює політику зовнішньої співпраці з міжнародними організаціями.

Розглянемо систему державного управління у Франції та її роль у розвитку міжнародного туризму країни. Міністерство економіки, промисловості та зайнятості є органом, відповідальним за туристичну діяльність в країні. Наступні центральні урядові органи беруть участь в здійсненні цієї національної політики у структурі даного міністерства:

- Дирекція з туризму (Sous-Direction du Tourisme), створена 12 січня 2009 р., є одним із департаментів, який входить до Генеральної дирекції з конкурентоспроможності, промисловості та послуг Міністерства економіки, промисловості та зайнятості;

- економічне угруповання «Французька агенція з розвитку туризму» (groupement d'intérêt économique Atout France), утворене поглинанням Maison de la France та ODIT France (Observation, développement et ingénierie touristiques), яке є дійсним підрозділом центрального уряду у сфері туризму з травня 2009 р. Це угруповання відповідає за французькі зусилля із просування туризму, забезпечення взаємозв'язку між фізичними особами та приватними туристичними компаніями в галузі розвитку і планування та реалізує завдання, що вказані в Постанові з розвитку і модернізації туристичних послуг від 22 липня 2009 р., у громадських інтересах. До 2009 р. просуванням образу Франції як туристичного центру на міжнародному ринку займалась асоціація Maison de la France, яка виникла в 1987 р. у результаті угоди про партнерство між місцевими адміністраціями, туристичними фірмами, готелями, адміністраціями об'єктів екскурсійного обслуговування [5];

- Національна агенція путівок, (Agence Nationale pour les Chèques-Vacances) яка відпові-

дає за розподіл національних путівок і допомагає вирішувати пов'язані з туризмом соціальні питання у державі [6, с. 157].

Ці центральні урядові органи здійснюють керівництво з питань управління і регулювання галузі, інвестування і міжнародних відносин у сфері туризму. На регіональному рівні діють представники центральної виконавчої влади. Діяльність цих представників спрямована на координацію місцевих і національних ініціатив, оскільки повноваження місцевої влади в галузі туризму досить великі [11]. До таких представництв відносяться:

- регіональні ради (Regional Councils), які встановлюють середньострокові цілі розвитку туризму у структурі регіонального плану (просування туризму, надання інформації);

- генеральні ради (General Councils), що діють згідно з політикою, визначеною в регіональному плані;

- муніципальні ради (City Councils), які утворюють туристичні офіси для надання інформації туристам та гостям міст, займаються просуванням місцевого туризму;

- згідно зі ст. 74 Конституції Франції, урядом французьких підлеглих територій (Collectivités de l'outre-mer) надано повну відповідальність за туристичну діяльність (Французька Полінезія, Нова Каледонія, Сен-Бартельмі і Сен-Мартен) [6, с. 158].

У 2008 р. був розроблений Стратегічний план щодо розвитку французького туризму, який визначив ряд стратегічних альтернатив на 2009 та наступні роки. Головні задачі роботи уряду в галузі туризму полягали у наступному:

- завоювання сегментів зростання туристичних потоків міжнародного туристичного ринку таких країн, як Китай, Індія, Бразилія та Мексика; прагнення залучити іноземців зі Східної Європи і Росії, які є потенційними країнами, що направляють туристів;

- збільшення витрат на душу населення завдяки розвитку якісних аспектів туризму, розвитку ділового туризму через лояльність споживачів до національного туристичного продукту Франції, а також розвиваючи якісно орієнтовані ініціативи;

- розвиток життєздатного туризму країни, шануючи культурне та природне надбання, національні особливості Франції. Турист воліє подорожувати в ритмі життєздатного і конкурентоспроможного туризму, тому Франція має забезпечити відповідну інфраструктуру і стабільну діяльність її об'єктів протягом чотирьох сезонів у національному масштабі. Це надасть можливість країні зберегти багато природних активів і спадщину, розвиваючи туризм гармонійно;

- здійснення соціальних ініціатив із метою надання певним сегментам населення можливості здійснити подорож (наприклад, похилий вік, уразливі верстви населення, малозабезпечені сім'ї) спільно з Національною агенцією путівок у ролі головного туристичного оператора;

- зробити туризм пріоритетом для кожного туриста. Туризм, який об'єднує широкий спектр залучених до нього різних галузей, потребує підтримки та належного рівня сервісу послуг, що надаються кожним відповідним суб'єктом туристичної інфраструктури.

Усі задачі уряду в галузі туризму в межах даного Стратегічного плану включають просування національного туристичного продукту Франції на міжнародному рівні, доступність, туристичну допомогу та інформаційну підтримку іноземним туристам, які прибувають до Франції.

Узагальнюючи структури державного управління туристичною діяльністю у розглянутій вище країні – лідері з надання туристичних послуг, можна визначити основні напрями адміністративного та економічного впливу на розвиток міжнародного туризму, які забезпечують стійкий розвиток туризму, а саме: нормативно-правове забезпечення, державне регулювання галузі через відповідні урядові органи, кадрова підготовка завдяки спеціалізованим профільним державним інститутам, інформаційна підтримка туристичної галузі як на національному, так і на міжнародному рівнях, підтримка та стимулювання розвитку через економічні важелі

впливу туристичної інфраструктури, забезпечення безпечного по відношенню до культурної та природної спадщини розвитку міжнародного туризму в країні.

**Висновки.** У провідних країнах світу туризм розвинувся до систем, які через економічні та нормативно-правові методи регулювання туристичної галузі створюють надходження до державного бюджету. Також маркетингове просування національного туристичного продукту, що здійснюється спеціалізованими державними органами на міжнародній арені, є надзвичайно дієвим засобом підтримки міжнародної конкурентоспроможності туристичного продукту даної країни.

#### Список літератури:

1. Bhatia A.K. Tourism Development: Principles and Practices / A.K. Bhatia. – New Delhi: Srerling 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. Maison de la France / Le ministere d'ilyguy au Tourisme [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourisme.gouv.fr/>.
6. OECD Tourism Trends and Polices, 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.
11. Государственное регулирование туризма: как у них? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourvest.ru/>.

#### Ворошилова А. А.

Киевский национальный университет культуры и искусств

### ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В ВЕДУЩИХ СТРАНАХ МИРА

#### Резюме

Рассмотрены актуальные проблемы государственного регулирования развития международного рынка туристических услуг в мире. Проведен комплексный анализ мировых тенденций развития международного туризма в ведущих странах – лидерах по предоставлению туристических услуг. Исследованы системы органов государственного управления туристической индустрией во Франции; выявлены основные направления административного и экономического влияния на развитие международного туризма, обеспечивающие 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, Франция.

#### Voroshylova A. A.

Kiev National University of Culture and Art

### FEATURES OF GOVERNMENT CONTROL OF INTERNATIONAL MARKET OF TOURIST SERVICES IN LEADING COUNTRIES OF THE WORLD

#### Summary

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 author has 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 in tourist industry have been investigated in such country, as France; 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, France.