

4. Рихтюк В.Л. Інноваційне підприємництво як складова сталого економічного зростання // Актуальні проблеми економіки. – 2004. - №10 (40). – с.135-142.

5. Жукович І.А., Рижкова Ю.О. Інноваційна діяльність в українській економіці. Сучасний стан та проблеми // Статистика України. – 2005. - №1. – с.25-28.

6. Драган І.В. Сутність і функції інновацій в агропромисловому виробництві // Збірник наукових праць Донецького державного університету управління «Маркетингу і логістична технологія управління», т. VI, вип. 54, серія «Економіка». – Донецьк, ДонДУУ, 2005. – с.73–82.

Рукопис подано до редакції 19.03.14

УДК 338.48 (4/8)

Є.А. ФАЛЬКО, аспірантка, Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Досліджено та проаналізовано теоретико-методологічні аспекти глобалізаційних процесів, які відбуваються в сфері туристичного бізнесу. Запропоновано розглядати процес глобалізації туристичного бізнесу як закономірний етап еволюції світового господарства в цілому. Встановлено необхідність реалізації інституційної політики і вживання регуляторних заходів з метою подолання окремих негативних глобалізаційних проявів.

**Проблема та її зв'язок з науковими та практичними завданнями.** Серед сучасних тенденцій розвитку світового ринку взагалі та туристичного зокрема особливої уваги заслуговують процеси глобалізації. Глобалізація має не тільки економічні, а й світоглядно-методологічні наслідки: вона змінює ідеологію, ціннісні та цільові орієнтири, спосіб життя населення. Фактично відбувається формування нової системи детермінантів суспільного розвитку. У зв'язку з цим актуалізуються питання вивчення впливу факторів глобалізації на розвиток світового господарства в цілому та окремих його галузей зокрема, у тому числі й світового туризму та туристичного бізнесу.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Основні теоретико-методологічні засади глобалізації світової економіки сформульовано у працях зарубіжних вчених, зокрема, У. Бека, І. Валлерстайна, Е. Гідденса, Дж.Гелбрейта, М. Джонса, Е. Кофмана, Е.Макгрю, Д. Модельські, П.Муллера, Дж.Перратона, Дж. Раггі, Дж. Розенау, Дж. Сакса, Дж. Томпсона, М. Уотерса, Х. Фрідмана, Ф. Фукуями, Д.Хелда, П. Херста та ін. Зокрема, в результаті їх досліджень сформульовано концепції глобального капіталізму, глобалізму, впливу глобальних процесів на суспільний розвиток, глокалізації. Важливе наукове значення мають концепції постіндустріального, інформаційного суспільства, що формується в умовах глобалізації. Їх наукові засади містяться у працях Д. Белла, О. Тофлера, М. Кастельса та ін. Значну увагу проблемам глобалізації приділено у працях українських вчених економістів-міжнародників О.Г. Білоруса, С.Я. Боринця, І.В. Бураковського, А.С. Гальчинського, І.І. Лукінова, Д.Г. Лук'яненка, В.Є. Новицького, Ю.М. Пахомова, О.В. Плотнікова, А.М. Поручника, О.І. Рогача, А.П. Румянцева, В.Р. Сіденка, О.К. Скаленка, А.С. Філіпенка та ін.

**Постановка завдання.** Прояви глобалізаційних процесів в сфері туристичного бізнесу є недостатньо дослідженим і концептуалізованим, що викликає необхідність поглиблення наукового пошуку. Тому метою статті є дослідження та аналіз теоретико-методологічних аспектів глобалізаційних процесів, які відбуваються в сфері туристичного бізнесу.

**Викладення матеріалу та результати.** У фаховій літературі глобалізація розглядається як складний, багатоаспектний, багаторівневий процес, що має різні наслідки та породжує низку проблем.

На думку американського соціолога М. Кастельса, глобалізація є „новою капіталістичною економікою”, що ґрунтується на інформації, знаннях та інформаційних технологіях [9]. Тому причинами розвитку глобалізаційних процесів можна вважати, з одного боку, науково-технічний прогрес, який проявляється у різних аспектах функціонування світової економіки, охоплюючи технічні засоби, технології виробництва, інформаційно-комунікаційні технології тощо. А з іншого боку, до глобалізації призводить процес трансформації величезного капіталу окремих корпорацій у транснаціональний, який подекуди домінує над економіками цілих країн,

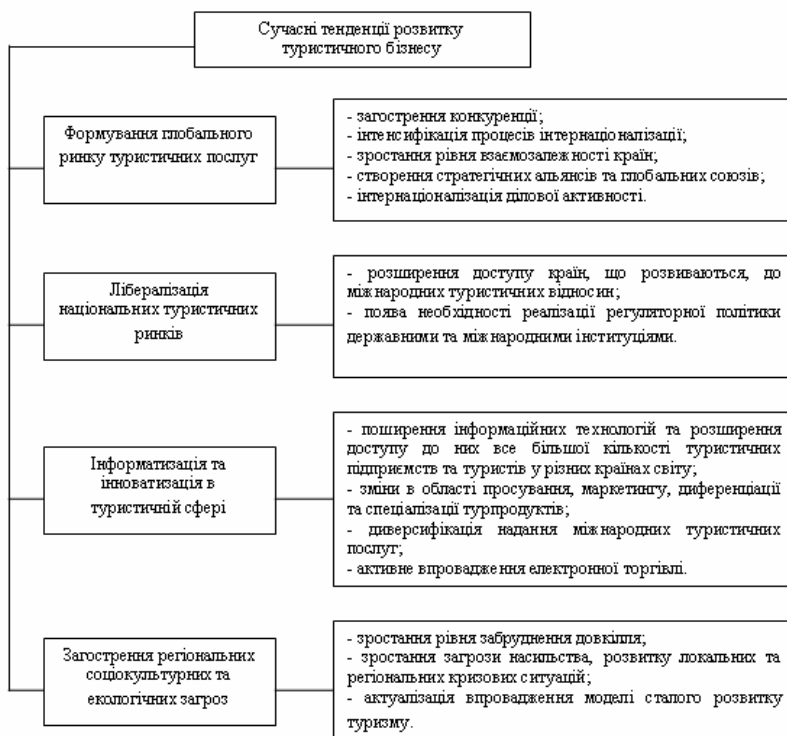
визначає навіть їх політичну орієнтацію.

Глобалізація за своїм змістом є процесом, що визначає зростання взаємозалежності національних економік, взаємовпливовості соціально-економічних явищ, які відбуваються у різних регіонах світу. Глобалізація - це „економічне, інформаційне, технологічне об'єднання світу” [2, с. 11]; це „процес інтеграції людства у всіх сферах життя на основі інформаційних технологій, транснаціональних фінансових і економічних інститутів, синкретизму соціокультурних нововведень” [1, с. 12]; це „перетворення людства на єдину структурно-функціональну систему, організовану за універсальними принципами” [3, с. 261].

Глобалізація - це „історично об'єктивний процес інтернаціоналізації виробництва, обміну і споживання, ринків капіталу і праці, науково-технічного прогресу, процес інтеграції в єдину систему політичних і соціокультурних, державних та етнорегіональних суб'єктів світового співтовариства. На віддалену перспективу процес глобалізації спрямований на формування загальнопланетарної цивілізації” [12, с. 56].

Як зазначає М. Згуровський, процеси глобалізації завжди мають економічну основу [8]. Проте наслідки їх виходять за межі лише економічного впливу. Одночасно відбуваються процеси „звуження” світового географічного простору та „розширення” світового соціального простору. За рахунок сучасних інформаційно-технологічних комунікацій, розвитку електронної торгівлі значна частина трансакцій здійснюється в режимі он-лайн і фактично зближує територіально віддалені країни. У процесі споживання подібних товарів і послуг, застосування подібних технологій формуються подібні інтереси, погляди людей, уніфікуються економічні та соціокультурні процеси. Проте відбувається поглиблення поляризації світової економіки щодо розподілу прибутків, доступу до сучасних інформаційно-технологічних засобів. Цілі країни та регіони опиняються поза потоками глобальних мереж. Посилюється нерівномірність соціально-економічного розвитку країн, відбуваються деформації в їх спеціалізації у міжнародному поділі праці [11, с. 15].

Глобалізаційні процеси та їх наслідки повною мірою притаманні для всіх сфер світової економіки, і туристична сфера не є виключенням. Глобалізація стала одним із основних трендів у міжнародному туризмі, які супроводжуються концентрацією частки ринку і впливу в руках великих компаній. Процеси глобалізації на туристичному ринку характеризуються зміною технологій, модернізацією транспортної інфраструктури, інтернаціоналізацією ділової активності, створенням механізму регулювання міжнародним туризмом.



**Рис. 1.** Тенденції розвитку туристичного бізнесу в умовах глобалізації\*

\*складено автором за даними [13]

З урахуванням наявного досвіду можна виділити такі основні глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму (рис. 1):

формування глобального ринку туристичних послуг, загострення конкуренції та інтенсифікація процесів транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних союзів;

лібералізація національних туристичних ринків, розширення доступу країн, що розвиваються, до міжнародних туристичних відносин;

інформатизація, інновацізація та диверсифікація надання міжнародних туристичних по-

слуг;

загострення регіональних соціокультурних та екологічних загроз безпеці міжнародного туризму, актуалізація впровадження моделі його сталого розвитку [11, с. 18].

Найбільшого прояву у сфері міжнародного туризму віднайшла тенденція до формування глобального ринку туристичних послуг, на якому інтенсифікуються процеси горизонтальної та вертикальної транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів та глобальних союзів через загострення конкурентної боротьби між провідними агентами.

Формування глобального ринку відбувається за рахунок транснаціоналізації та зростання рівня взаємозалежності країн. Подібні процеси характерні й для туристичного сектору світового господарства, про що свідчить формування глобального ринку туристичних послуг, „розмивання” національно-державних економічних кордонів, транснаціоналізація міжнародних туристичних відносин, формування яскраво виражених регіональних полюсів впливу на фінансові потоки у даній галузі.

Термін „глобальний ринок” означає, що національні кордони та специфіка національного туристичного продукту не є визначальними у діяльності провідних транснаціональних корпорацій. Практично всі складові глобального туристичного ринку мають подібні риси, а туристичні продукти виробляються, просуваються та реалізуються на них за єдиними правилами і принципами.

Фактично відбувається поступова конвергенція національних ринків туристичних послуг.

У результаті використання переваг світового маркетингу, інтернаціоналізації ринків майже в кожній країні працюють одні й ті самі компанії-конкуренти [6, с. 109].

Крім того, важливою рисою глобалізації є інтернаціоналізація ділової активності.

Причиною інтернаціоналізації туристичного бізнесу є своєрідність турпродукту.

Турпродукт, як відомо, представляє собою комплекс послуг, що надаються туристу, і часто споживається за кордоном.

Виробник для досягнення максимуму прибутку прагне поширити свій вплив на інші сфери туризму.

Так, авіакомпанії можуть об'єднуватись з туроператорами і готельним сектором. Ініціатива часто виходить від фірм, які базуються в країнах-постачальниках туристів, які отримують конкурентні переваги завдяки вивченню туристського попиту і тенденцій розвитку на туристському ринку.

У глобальних інтеграційних процесах активну роль відіграють ТНК.

До їх утворення призводять процеси концентрації виробництва і централізації капіталу. Фірма вважається транснаціональною,

якщо вона має безліч зарубіжних філій і дочірніх підприємств;

якщо її діяльність поширюється на велику кількість країн по всьому світу;

якщо частка доходів та прибутку від зарубіжної діяльності відносно загальних доходів і прибутку є дуже високою.

Яскравим прикладом створення ТНК в туристичному бізнесі є інтегровані готельні мережі. Більшість найкрупніших готельних мереж мають штаб-квартири в США, хоча рік від року зростає роль й інших країн в управлінні готельним бізнесом.

Так, наприклад, спостерігається вихід на ринок готельних мереж з нових індустриальних країн. Збільшуються масштаби господарської діяльності готельні мережі із Сянгану („Shangry-La”, „Regal Hotels”, „Mandarin Oriental”), Сингапуру, Мексики, Бразилії. За оцінками фахівців, до 2020 року до 50% найбільших у світі готельних мереж матимуть азійське походження.

Однак процеси інтернаціоналізації ділової активності проявляються не тільки в сфері готельного бізнесу, але й в ресторанному бізнесі (компанії McDonalds, Pizza Hart), в туроператорському секторі (наприклад, німецька збутова мережа ТУІ), у сфері повітряних перевезень (створення світових альянсів, наприклад «Стар Альянс», який об'єднує німецькі, шведські, канадські, бразильські та ін. авіалінії).

Тенденція лібералізації національних туристичних ринків, розширення доступу країн, що розвиваються, до міжнародних туристичних відносин проявляється в тому, що для туристичних підприємств країн, що розвиваються, поступово з'являється можливість виходу на європейський, японський, північноамериканський ринки, які раніше внаслідок високого рівня протекціонізму були для них фактично закритими.

Крім того, ефективна туристична політика багатьох країн, що розвиваються, дозволила їм вийти на світовий туристичний ринок із конкурентоспроможними продуктами.

Так, наприклад, у Гондурасі уряд залучав інвестиції у розвиток міжнародного туризму шляхом дозволу іноземним землевласникам на доступ до прибережних районів.

Спонтанний на перший погляд розвиток глобалізаційних процесів викликає необхідність реалізації регуляторної політики державними та міжнародними інституціями.

Діяльність Всесвітньої Туристичної Організації (ЮНВТО) має чітке спрямування на забезпечення лібералізації національних ринків туристичних послуг.

Так, в „Осакській декларації тисячоліття” зазначається, що існує необхідність подальшого спрощення міжнародних туристичних потоків, запобігання непотрібних адміністративних або податкових обмежень [5, с. 235].

Процес глобалізації світової економіки сприяє розвитку інформатизації, поширенню інформаційних технологій та розширенню доступу до них все більшої кількості туристичних підприємств та туристів у різних країнах світу. Це відкриває додаткові можливості для малих і середніх туристичних підприємств позиціонувати себе у світовій інформаційній мережі, пропонуючи унікальні або індивідуально орієнтовані туристичні продукти.

Як наслідок, „інформаційні технології привносять у туризм різкі зміни, особливо в області просування, маркетингу, диференціації і спеціалізації турпродуктів” [5, с. 233].

Зміна технологій і передача інформації зробили багато видів послуг здатними до торгівлі. Один із останніх напрямків розвитку електронної торгівлі через Інтернет свідчить про реальне функціонування глобальної економіки.

Лідерами у використанні нових комунікацій є США, Японія і деякі країни Західної Європи (Італія, Великобританія, Німеччина). Електронна комерція відіграє велику роль у глобальній економіці.

Електронна торгівля в турбізнесі може радикально змінити структуру виробництва і розповсюдження турпродукту, усунувши потребу в таких допоміжних структурах, як розподільчі мережі, туроператори-оптовики і турагенти.

Телекомунікаційні та інформаційні технології дозволяють отримати інформацію з будь-якої відстані і в будь-якому режимі часу, в тому числі on-line.

Глобалізацію не можна зводити лише до економічних процесів, що ґрунтуються на глобальній конкуренції та транснаціоналізації економіки.

Чим більшого розвитку набуває науково-технічний прогрес, тим загрозливішою стає проблема взаємовідносин суспільства і природи, зростає рівень забруднення довкілля.

З іншого боку, перехід до інформаційного суспільства відкриває нові можливості міжнародного економічного обміну, стирає державні кордони. Проте глобалізований світ, „світ без кордонів” не стає безпечнішим.

Навпаки, зростають загрози насильства, розвитку локальних та регіональних кризових ситуацій, конфліктів та воєн, що порушують сталість розвитку туризму в різних країнах світу [11, с. 26].

Глобалізація міжнародного туризму має і негативні прояви серед яких спалахи захворювань та епідемій у різних регіонах світу, екологічні катастрофи та загрози терористичних актів.

І хоча більшість із цих проблем має регіональний характер, глобалізація вимагає реагування на них всієї світової туристичної галузі.

**Висновки та напрямок подальших досліджень.** Отже, глобалізацію в туризмі можна визначити як процес різкого посилення туристичних потоків, а також потоків послуг, капіталу, інформації і технологій, які зазвичай не потрапляють під регулювання національних урядів.

Глобалізація має довготривалий характер, а її рушійною силою є, насамперед, революція у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, лібералізація ринків і загострення міжнародної конкуренції.

Таким чином, процес глобалізації туристичного бізнесу є закономірним етапом еволюції світового господарства в цілому. І потребує реалізації інституційної політики та вживання регуляторних заходів з метою подолання окремих негативних проявів.

## Список літератури

1. **Баранов Н. А.** Дилеммы глобальной демократизации / **Н. А. Баранов** // Вызовы глобализации в начале XXI века. – М., 2006. – С. 12.
2. **Волконский В. А.** Драма духовной истории : внешнеэкономические основания экономического кризиса / **Виктор Александрович Волконский**. – М. : Наука, 2002. – 262 с. – (Серия "Экономическая наука современной России").
3. **Воронкова В. Г.** Управління людськими ресурсами: філософські засади : [навч. посіб.] / **В. Г. Воронкова, А. Г. Беліченко, О. М. Попов, Н. О. Резанова** ; под ред. **В. Г. Воронкової**. – К. : Професіонал, 2006. – 567 с.
4. **Дядечко Л.П.** Економіка туристичного бізнесу : [навч. посіб.] / **Л.П. Дядечко**. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
5. **Жарков Г. Н.** Правовое обеспечение международного туризма : [учебно-практ. пособ.] / **Герман Николаевич Жарков**. – К. : Кондор, 2004. – 486 с. – (Юридическая книга).
6. **Жолдак В. И.** Менеджмент спорта и туризма / **В. И. Жолдак, В. А. Квартальнов**. – М. : Советский спорт, 2001. – 416 с. – (Российская международная академия туризма).
7. **Зайцева В.М.** Міжнародний туризм та глобалізація в сучасному світі / **В.М. Зайцева, О.М. Корнієнко** // Вісник Запорізького національного університету. – 2012. - № 2(8). – С. 55-65.
8. **Згуровський М.** У вирі глобалізації : виклики і можливості / **М. Згуровський** // Дзеркало тижня. – 2001. – № 45 (369). – С. 3-4.
9. **Кастельс М.** Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / **Мануэль Кастельс** ; пер. Б. Э. Верпаховский. – М. : ГУВШЭ, 2000. – 607 с. – (Государственный университет ; Высшая школа экономики).
10. **Мельниченко С.В.** Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / **С.В. Мельниченко** // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. - № 2(6). – С. 129-138.
11. **Побоченко Л.М.** Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку: Дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. / **Л.М. Побоченко**. – Київ, 2008. – 255 с.
12. **Пронин С.Г.** Рекламная иллюстрация : сила взгляда, креативное восприятие / **Сергей Геннадьевич Пронин**. – Саранск : Изд-во Мордовского ун-та, 2001. – 109 с.
13. **Ястремська О.О.** Сучасні світові тенденції розвитку туризму / **О.О. Ястремська** // Проблеми економіки. – 2013. - № 1. – С. 22-27.

Рукопис подано до редакції 19.03.14