

УДК 338.48:339.9

**Ю. В. Карпенко,**  
кандидат економічних наук,  
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський  
університет економіки і торгівлі»

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ ВІДНОСИН У СФЕРІ ТУРИЗМУ<sup>1</sup>

**Постановка проблеми.** Протягом десятиліть туризм зазнавав постійного зростання та поглиблення диверсифікації, щоб стати однією із самих швидкозростаючих сфер економіки у світі. Сучасний туризм тісно пов'язаний з розвитком і охоплює все більше нових напрямів. Ця динаміка перетворила туризм на ключовий стимул соціально-економічного прогресу. Сьогодні обсяг туристичного ринку дорівнює або навіть перевершує експорт нафти, продуктів харчування або автомобілів. Туристичний бізнес став одним із основних гравців на ринку міжнародної торгівлі і в той же час є одним з основних джерел доходу для багатьох країн, що розвиваються. Це зростання йде рука в руку з посиленням диверсифікації та конкуренції між дестинаціями. Глобальне поширення туризму в промислово розвинених і розвинених країнах забезпечує економічні вигоди та зайнятість у багатьох суміжних галузях – від будівництва до сільського господарства або телекомунікацій. За даними Всесвітньої туристичної організації (World Tourism organization – UNWTO), у 2016 р. частка туризму у світовому ВВП склала 10%, 1/10 робочих місць належить сфері туризму, обсяг експортних надходжень – \$ 1,5 трлн, 7% – частка у загальному світовому експорті та 30% – світового експорту послуг [1]. Сучасний туризм часто називають феноменом суспільства споживання за декількома причинами. По-перше, це один з самих наочних проявів глобалізації в культурному, економічному і політичному вимірах. По-друге, масовий туризм одночасно виступає як продукт глобалізації. Тільки в період інтенсивного розвитку транснаціональних зв'язків стало можливим створення відносно дешевого і доступного міжнародного пасажирського транспорту і глобальної системи телекомунікацій, що забезпечило безпрецедентну мобільність населення. Нарешті, саме сучасне суспільство споживання з багаточисельним середнім класом сформувало попит на такий вид відпочинку, як туризм, а останній став помітним драйвером зростання в секторі послуг та економіки у цілому [2]. Все це обумовлює актуальність дослідження тенденцій глобалізації та регіоналізації відносин у сфері ту-

ризму в зв'язку з економічною роллю, суспільною значущістю туризму, необхідністю обґрунтування напрямів розв'язання суперечностей, які виникають у процесі функціонування соціального економічного інституту туризму.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій** свідчить про те, що проблемам теоретико-економічного аналізу глобалізації, розуміння і тлумачення цього феномену, дослідженню причин формування та наслідків глобалізаційних процесів, їх впливу на функціонування світової економіки приділяли значну увагу такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як: О. Білорус, М. Вульф, В. Власов, Г. Гордєєва, А. Горєлов, М. Козловець, Н. Навроцька, А. Проскуріна, Є. Семенюк, С. Сіденко, М. Симонова, О. Снегова, Л. Шило, М. Ялі та ін. Безпосередньо приділенню уваги науковців питанням впливу процесів глобалізації на розвиток туризму присвячені роботи О. Валуйського, Г. Ворошилової, С. Грібової, Д. Єсімової, В. Зайцевої, К. Кучеренко, К. Лебедева, Я. Мариняка, А. Парфінєнка, М. Рожко, І. Селезньової, Г. Склєра, В. Шалаєва та ін. Однак в опублікованих працях ще недостатня увага приділена глобалізації та регіоналізації відносин у сфері туризму, що й обумовило актуальність даного дослідження.

**Метою дослідження** є характеристика взаємозв'язку глобалізації та регіоналізації, виявлення відмінних рис та особливих факторів впливу кожного з цих процесів на сферу туризму.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Проаналізуємо погляди відомих учених на рушійні сили та причини розвитку сучасного процесу глобалізації економіки. Так, характеризуючи поняття «глобалізм» і «глобалізація» М. Козловець вважає, що їх доцільно розглядати у двох аспектах: теоретико-методологічному і науково-галузевому. Перше передбачає з'ясування загальної сутності цього явища і процесу, а друге – його конкретну сутність і прояв у конкретних сферах життєдіяльності соціуму. Щодо поняття «глобалізм», то воно постає як об'єктивний стан взаємопроникнення економічних, соціально-політичних, культурних та інших сфер життя між країнами і народами. Така необхідність

<sup>1</sup> Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи «Проблеми функціонування та розвитку сфери туризму в умовах модернізації економіки» (номер держреєстрації 0117U004715).

виникає незалежно від волі людей у процесі розвитку продуктивних сил і споживання, хоча це взаємопроникнення реалізується через їхню діяльність. Завершальним є поняття «глобалізація», яке виступає процесом встановлення взаємозв'язків в економічній, соціальній, політичній, духовно-культурній та інших сферах життєдіяльності різних соціумів і котрий регулюється політикою держав, їх лідерів та інших суб'єктів. Глобалізація – це зміни всієї ієрархії життєдіяльності людства, внутрішньо суперечливий, парадоксальний процес, оскільки іншим аспектом глобалізації є процес локалізації, який містить явища інтеграції і дезінтеграції [3, с. 119–120, 129]. Схожу позицією займає Є. Семенюк, стверджуючи, що глобалізація уособлює як досягнення світової спільноти, так і найгостріші її проблеми. Сприяючи оптимізації якихось аспектів життя, вона водночас детермінує і нові суперечності всередині людства. Звичайно, це природно: без суперечностей немає розвитку, соціального поступу. Важливо лише, щоб такі суперечності не перетворювалися на антагоністичні конфлікти, що загрожують людству глобальною катастрофою [4, с. 15]. Погоджуються з пануючою думкою О. Білорус та В. Власов, які також виокремлюють ці поняття і вважають, що глобалізація – це універсалізація всіх сфер громадського життя, що зумовила нову стадію інтернаціоналізації господарського життя, злам національних кордонів, розвиток світових ринків товарів, послуг, фінансів, праці, інформації, тобто апофеоз усесвітньої ринкової економіки. Глобалізм – система абсолютної економічної і політичної влади нових глобальних монополістичних корпорацій, які вийшли з-під контролю націй-держав свого походження і базування. Глобалізація – політична, економічна і соціальна система постмонополістичного капіталізму (імперіалізму). Вона неминує веде до суспільного соціально-економічного устрою, який є нічим іншим, як новим імперіалізмом [5, с. 18, 24–25]. Викладені тези щодо тлумачення даних категорій мають за основу погляди дослідників Швейцарського економічного інституту (Swiss Economic Institute), які розробили проект визначення Індексу рівня глобалізації країн світу (KOF Index of Globalization), які визначають глобалізацію як процес, який руйнує національні кордони, інтегрує національні економіки, культури, технології та управління, а також формує складні відносини і взаємозв'язки, опосередковані через різноманітні потоки, що включають людей, капітали, ідеї тощо. Тому даний індекс включає в себе змінні, що вимірюють економічні (обсяг міжнародної торгівлі, рівень міжнародної ділової активності, торговельні потоки, міжнародні інвестиції, тарифна політика, обмеження і податки на міжнародну торгівлю тощо), соціальні (рівень культурної інтеграції, відсоток іноземного населення, міжнародний туризм, міжнародні особисті контакти, обсяг телефон-

ного трафіку, поштових відправлень, транскордонних грошових переказів, інформаційні потоки, розвиток інформаційно-комунікаційної інфраструктури тощо) та політичні (членство держав в міжнародних організаціях, участь в міжнародних місіях, ратифікація міжнародних багатосторонніх договорів, кількість посольств та інших іноземних представництв в країні тощо) аспекти глобалізації [6].

Наступна група науковців розглядає глобалізацію в суб'єкт-об'єктному плані або тлумачить її у вузькому чи широкому сенсі. Так, О. Валуйський вважає, що у науковій дискусії необхідно розрізнити широке та вузьке тлумачення «глобалізації». У широкому розумінні – це процес універсалізації, становлення єдиних для людства зв'язків та відносин у різних галузях суспільного життя, стадія історичного процесу, що зачіпає інтереси усіх народів, якісно новий рівень об'єднання сучасного суспільства. У вузькому значенні – це конкретні явища, процеси та тенденції в глобалізованому світі. Глобалізація – нове вимірювання загальності людського буття, складний та суперечливий процес сходження народів до формування глобальної людської спільноти під впливом потужних соціально-інформаційних змін в усіх сферах соціуму. Науковець вважає, що глобалізацію та міжнародний туризм можна розглядати як суперечливу єдність об'єктивного і суб'єктивного. Глобалізація – об'єктивне явище, процес, на який можна впливати і який здатен керувати об'єднаними, солідарними зусиллями людей. Однак сучасне людство ще не стало суб'єктом, який у змозі спрямувати власний розвиток гуманітарними, соціально-культурними траєкторіями. Як наслідок, сучасний етап глобалізації не лише збагачує творчі сили людини та суспільства, а й спричиняє явища, що ускладнюють життя особистості і суспільства. Отже, глобалізація впливає на міжнародний туризм суперечливо: в одних ситуаціях відкриває сприятливі перспективи, в інших – породжує проблеми та небезпеку. Задля стійкого розвитку міжнародний туризм має пристосовуватися до змін [7, с. 309–311]. Аналогічний підхід до тлумачення даної категорії має Л. Шило, наголошуючи, що основними причинами формування глобалізаційних процесів стали: процес інтернаціоналізації, який приводить до поглиблення співробітництва між країнами та посилення їх взаємозалежності; науково-технічний прогрес (вихід на якісно новий технічний рівень організаційно-економічних відносин, транспортних та комунікаційних зв'язків завдяки появі інформаційних технологій); загострення проблем, що є загальними для всіх країн світу і важливими з точки зору збереження та розвитку людської цивілізації. Тому у вузькому значенні глобалізацію можна визначити як вищу стадію інтернаціоналізації, а у широкому розумінні – це сукупність таких процесів і явищ, як транскордонні потоки товарів, послуг, ка-

піталу, технологій, інформації та міждержавне переміщення людей; територіальну та інституціональну інтеграцію ринків; переважання орієнтації на світовий ринок у торгівлі, інвестуванні та інших трансакціях [8, с. 63–64].

Заслугує на увагу цікавий погляд на дану проблему О. Снегової, яка вважає, що глобалізація нероздільно пов'язана з процесами модернізації суспільства. Вона стверджує, що глобалізація – об'єктивний процес, який втілюється взаємодією взаємопов'язаних тенденцій. Цей процес, заломлюючи і синтезуючи зовнішні впливи, розвивається за своєю внутрішньою логікою. Сплавляючи воедино результати людської діяльності і тим самим надаючи їм нової якості, глобальні процеси трансформують вигляд всієї світової спільноти. На відміну від глобалізації, модернізація, у вузькому розумінні, здійснюється, головним чином, цілеспрямовано і реалізується в формі проєктів. Відмінності двох розглянутих процесів виявляються і в їх спрямованості. Глобалізація розвивається одночасно по вертикалі і горизонталі, а вектор модернізації спрямований вертикально: від «дикості» до «цивілізації». В суб'єкт-об'єктному плані модернізація оцінюється двояко: з позиції загальноісторичного розвитку процес модернізації суспільств об'єктивний, а з позиції здійснення, вибору альтернатив розвитку модернізація носить суб'єктивний характер. Це обертається розбалансованістю взаємодії різних сфер діяльності, територій, культурних спільнот. Наростання глобальних загроз свідчить про те, що сучасна модернізація не справляється зі своєю традиційною роллю. Модернізація все частіше розглядається як глибоко суперечливий процес, що тяжіє до кризи культури і загрожує катастрофою не тільки на рівні відсталих країн, а й найбільш передових товариств. Модернізація більше не може гарантувати вирішення суперечностей глобалізації. Таким чином, на думку дослідниці, глобалізація є сучасною формою модернізації, в ході якої змінюється співвідношення об'єктивності та суб'єктивності в процесах культурної взаємодії на користь перших, що не скасовує необхідності контролювання глобалізаційних процесів [9, с. 165–167]. Як зазначає з цього приводу С. Сіденко, істотна суперечність сучасної глобалізації полягає в тому, що вона об'єктивно спрямована на об'єднання світу шляхом його гомогенізації й універсалізації на основі еталонних інститутів, технологій і зразків поведінки, наштовхується на принципово несумісні політичні системи і культурні норми, рівні соціально-економічного та політичного розвитку країн, способи життя, укладу, системи цінностей, які важко уніфікувати. Тому спроби форсувати універсалізацію в політичній, економічній, культурній сферах часто мають примусовий, нав'язаний характер. У даний час науковці, політики та громадські діячі дійшли висновку, що глобалізація як

процес розвитку взаємозалежності країн і регіонів світу досягла такого рівня, на якому виникає необхідність постановки питання про створення системи глобального управління. Є різні погляди на цю проблему, проте нині вважається, що глобальна система управління являтиме собою багаторівневу систему інститутів, здатних забезпечити керований розвиток в умовах глобалізації. Лише керований і регульований процес глобалізації економіки може сприяти зростанню добробуту та рівності для більшості народів світу. Тільки установа світового порядку, базованого на праві, на діалозі культур, утвердженні миру і толерантності, може сприяти зближенню цивілізацій [10, с. 89–92]. Схожий погляд має М. Вульф (головний економічний оглядач газети Financial Times), який стверджує, що глобалізація – це інтеграція економічної діяльності різних країн. Її супроводжують інші форми інтеграції – в першу чергу, пересування людей і поширення ідей. Її визначають три взаємопов'язані сили – технології, інститути і політика. На всьому протязі історичного процесу головною рушійною силою глобалізації є технологічні та інтелектуальні інновації. Інститути, з точки зору дослідника, також важливі. У минулому міжнародну торгівлю підтримували імперії, сьогодні міжнародній торгівлі сприяють договори і різноманітні міжнародні організації, регіональні об'єднання, а також напівдержавні та повністю приватні інститути. Хоча вектор розвитку технологій вказує в одному напрямку – в сторону можливостей для економічної інтеграції – це не відноситься до інститутів. Імперії з'являються і зникають. Коли після Другої світової війни стався розпад європейських імперій, більшість нових незалежних країн відмовилися від міжнародної торгівлі, вважаючи її експлуаторською. Це наводить думку науковця про третій чинник – політику. Прагнення нових незалежних країн, що розвиваються, до самодостатності зумовило кардинальний розворот у політиці. Найважливішим розворотом стала світова криза глобалізації, яка відбулася за двома світовими війнами і Великою депресією. За цим послідував розпад сформованого валютного порядку, а торгівля стала піддаватися все більшим обмеженням. Після Другої світової війни під егідою США серед країн з високими доходами стала поширюватися обмежена лібералізація, переважно в торгівлі та рахунках поточних операцій. Далі, в кінці 70-х, а також в 80-х і 90-х роках в усьому світі почалася лібералізація внутрішнього ринку, перехід до відкритої міжнародної торгівлі та ослаблення валютного контролю [11, с. 22–23]. Дана позиція підтверджується М. Ялі, який вказує, що головною рушійною силою сучасної глобалізації є інформаційно-технологічна революція, а також породжені нею інформаційні технології, які об'єднали розвинуту частину світу в єдину комунікативну систему, створивши спільний фінансово-інформацій-

ний простір і призвели до значних трансформацій в усіх галузях соціально-політичного життя. Сучасна глобалізація не спричинює «кінець держави», а радше сприяє виробленню цілого спектру стратегій пристосування, а в певному сенсі – й більш активної держави. Відповідно, вона не послаблює влади національних урядів, а навпаки, переформовує і реструктурує її у відповідь на зростання складності процесів управління в усе більш взаємозалежному світі. Починаючи з другої половини ХХ ст. починається інший тип глобалізації, що позначений розвитком Ноосфери, розкриттям інформаційних основ коеволюції людини, планетарних феноменів життя, створенням глобальних комунікаційних мереж та початком космічного етапу людської історії. Тут вже на перший план виступило не просто масштабне розширення людської діяльності, а універсальна структурізація її механізмів та результатів [12, с. 70].

Отже, проаналізувавши зміст основних підходів до тлумачення категорії глобалізації та її сучасних форм, необхідно зробити деякі узагальнення та висновки. По-перше, глобалізація як процес має різне тлумачення, якому можна надати різне значення і наповнення залежно від типу учасників (суб'єктів) глобальної економіки або конкретної сфери життєдіяльності соціуму. По-друге, глобалізація – суперечливе явище, що відбиває зміну якості розвитку світової економіки, міжнародних відносин і має як позитивні, так і негативні наслідки. По-третє, глобалізація має різні форми прояву – економічну, політичну, культурну, інформаційну та територіально-демографічну, які впливають на розвиток і функціонування світової економіки та суспільства.

Розгляд даного питання буде не повним без обґрунтування факторів розвитку процесу глобалізації та її проявів в різних сферах дійсності. Так, Н. Навроцька вважає, що глобалізація світогосподарських зв'язків проявляється як тісне та стійке сполучення окремих факторів, що сприяють як її екстенсивному (просторовому), так і інтенсивному (якісному) розвитку. Головні фактори, що визначають сучасний зміст глобалізації економіки: інтенсифікація зовнішніх товарних потоків; інтелектуалізація економіки; транснаціоналізація виробництва; боротьба за володіння ресурсами і їх розподіл; міжнародна міграція робочої сили; глобалізація фінансових ринків; формування міжнародної інфраструктури; розвиток регіональної інтеграції; утвердження глобальної регулюючої ролі міжнародних економічних і фінансових інституцій; уніфікація споживчих уподобань і стандартів життя; формування економічної ідеології глобалізму; глобальне об'єднання соціально-культурних сфер [13, с. 99–101].

Дана позиція підтверджується і В. Зайцевою, яка деталізує, уточнює фактори розвитку процесу глобалізації, і зазначає, що глобалізацію світового

господарства зумовили такі взаємопов'язані фактори: міжнародний поділ праці; інтернаціоналізація фінансів; нові інформаційні та технологічні системи; посилення конкурентної боротьби між новими індустріальними країнами і провідними промислово розвиненими державами; гомогенізація міжнародного споживчого ринку [14, с. 58–59]. На думку М. Симонової, розвитку процесу глобалізації сприяли в основному три фактори:

1) лібералізація ринку капіталу і дерегулювання фінансових послуг;

2) подальше відкриття ринків для торгівлі та інвестицій, що стимулювало зростання міжнародної конкуренції;

3) кардинальна роль інформаційних і комунікаційних технологій в економіці. У кожному з цих випадків ринкові механізми і конкретна державна політика зіграли важливу роль в якості детермінанти цих змін. За своїм значенням глобалізація могла б розглядатися як феномен, який рухається стратегіями і поведінкою фірм, які реагували на ці зміни. Уряди через міжнародні організації також відіграли важливу роль [15, с. 396].

А. Проскуріна та Г. Гордєєва серед факторів, що визначають глобалізацію, виділяють такі:

– виробничо-технічний, який передбачає різке зростання масштабів виробництва, міжнародні форми його здійснення, якісно новий рівень засобів транспорту і зв'язку, що забезпечує швидке поширення товарів і послуг, ресурсів та ідей з додатком їх в найбільш сприятливих умовах;

– науково-технологічний, який визначається економічними вигодами використання передового науково-технічного, технологічного і кваліфікаційного рівня провідних у відповідних областях зарубіжних країн, для прискореного впровадження нових рішень при щодо менших витратах;

– економічний, що включає небувалу концентрацію і централізацію капіталу, що сприяє формуванню єдиного ринкового простору;

– інформаційний – радикальна зміна засобів ділового спілкування, обміну економічною, фінансовою інформацією, що створює можливості оперативного, своєчасного та ефективного вирішення виробничих, науково-технічних, комерційних завдань не гірше, ніж усередині окремих країн;

– соціальний, що виявляється в ослабленні ролі звичок і традицій, соціальних зв'язків і звичаїв, подоланні національної обмеженості, що підвищує мобільність людей в територіальних, духовних і психологічних відносинах, сприяє міжнародній міграції;

– політичний, що виражається в ослабленні жорсткості державних кордонів, полегшення свободи пересування громадян, товарів і послуг, капіталів, а також у розвитку спеціалізованих міжнародних організацій;

– екологічний, що обумовлює об'єднання зусиль світової спільноти, консолідацію ресурсів, координацію дій в різних сферах.

В контексті наведених вище думок, цілком можна стверджувати, що глобалізація, як історичний процес розвитку світу з метою його перетворення на уніфіковану та стандартизовану систему, явище неминуче і обумовлене зростаючим впливом факторів, які характеризують певні тенденції його розвитку, якісні зміни у суспільному житті. Іншими словами, глобалізаційний процес відрізняють всебічність, тобто поєднання економічної, політичної і соціокультурної інтеграції; масовість («демократичність»), тобто залучення всіх соціальних верств; планетарність (тенденція до поширення на всю земну кулю); спонтанність (мимовільність, самоорганізація), тобто відсутність у інтеграційних процесів зовнішнього джерела у вигляді спеціального організатора, і хаотичність – невпорядкованість інтеграційних процесів [16, с. 64–65]. Відповідно, А. Горелов зазначає, що тенденція глобалізації – це продовження об'єднання, інтеграції людських спільнот, тепер уже на глобальному рівні. Глобалізація проявляється в таких сферах діяльності: політичній, економічній, інформаційній, транспортній, екологічній, демографічній, військовій, культурній. У своїй роботі дослідник задається питанням: Що змінить епоху глобалізму? Можливо, епоха космізму, тобто оволодіння космосом об'єднаним людством. На його думку, намічається наступна схема геополітичного розвитку: Епоха Великих географічних відкриттів → Епоха глобалізму → Епоха космізму [18, с. 87–90].

Процеси глобалізації і місце у них соціального економічного інституту туризму науковці бачать наступним чином. Як стверджує В. Шалаєв, ситуація глобалізації може бути розглянута як поширення суспільства масового виробництва і масового споживання на основі західної системи цінностей, цілей і зразків організації суспільної життєдіяльності народів, впроваджуваних в формі західфікації (залучення і підпорядкування), у формі насамперед ліберально-споживчої системи цінностей. В основі західнофікаційного глобального проекту розвитку світу, безсумнівно, знаходиться сутнісний перетворений фактор західного капіталу, його потреб, інтересів і цілей (за К. Марксом). І роль капіталу тут амбівалентна. Безсумнівно, що він як перетворена форма суспільного життя народів, поколінь, індивідумів, виконує найважливішу і об'єктивно значиму функцію організатора і регулятора економіки, виробництва та бізнесу. Але в той же час ця перетворена форма, стаючи самостійною силою, підминає під себе, нівелюючи всі найважливіші соціальні інститути, без яких неможливе суспільне життя людей, перш за все такі, як мораль, право, релігія, сім'я

тощо, але також, наприклад, і туризм, який є невід'ємною властивістю суспільства споживання, породженого західфікованою формою глобалізації [18, с. 14]. Однак незважаючи на це, на нашу думку, соціальний економічний інститут туризму може стати саме тим механізмом розв'язання суперечностей розвитку глобальної економіки, досягнення основних суспільно-політичних цілей, єдності і згоди в поглядах, зниження невизначеності у взаємовідносинах, засобом попередження виникнення конфліктів, подолання дисгармонії, формування гармонічних відносин в суспільстві за допомогою досягнення компромісу між мораллю і вигодою на засадах соціального партнерства.

У даний час розвиток глобалізації залежить не від волі та інтересів окремих країн, а й від міжнародних організацій, впливової міжнародної фінансово-економічної бюрократії, чії рішення все частіше є не тільки де-факто, а й де-юре обов'язковими для номінально суверенних держав. Глобалізація отримує, таким чином, інституційно свідомо спрямоване оформлення. Провідні міжнародні економічні організації перетворюються в центри формування інституційно-правового каркасу світового економічного порядку, їх діяльність все більше взаємопов'язана, ідеологічне забезпечення здійснюється міжнародними групами засобів масової інформації.

У туризмі вихід підприємств за національні межі зумовлений специфікою туристської діяльності та її продукції – туристського продукту, який складається з набору товарів і послуг туристичного призначення. Частина цих товарів і послуг виникає в країнах, які генерують туристські потоки, друга частина – в країнах і регіонах, які знаходяться на шляху їх просування (транзитний регіон), третя – в країнах призначення. Тому велика частина туристських підприємств прямо або опосередковано бере участь в міжнародному поділі праці, зовнішньоекономічних відносинах з приводу купівлі-продажу туристичних продуктів [19].

В умовах глобалізації суспільного життя посилюються сумісно-розділені відносини концентрації, інтеграції, інтернаціоналізації підприємств сфери туризму та органів державної влади на засадах партнерства. Сумісно-розділений характер мають відносини об'єднання підприємств сфери туризму в асоціації індустрії гостинності, професійні туристичні об'єднання, міжнародні організації, профспілкові й молодіжні організації, національні асоціації туристичних агентств під егідою UNWTO – правонаступниці Міжнародного союзу офіційних туристських організацій (International Union of Official Travel Organisations – IUOTO) заснованого у 1934 р. (рис. 1).

Як свідчать дані рис. 1, станом на серпень 2016 р. у складі UNWTO – 156 держав-членів, а також 6 територій – асоційованих учасників, 2 спостерігача та понад 400 учасників, що приєдналися (членів Ділової Ради UNWTO, Рада UNWTO з освіти та оперативної групи UNWTO з управління туристичними центрами), які представляють підприємства приватного бізнесу, навчальні заклади, туристичні асоціації, місцеві адміністрації тощо. Слід заува-

жити, що на початку функціонування цієї організації у 1975 р. до її складу входило лише 65 держав-членів, а Україна приєдналася до її складу у 1997 р. Зараз, найбільші частки серед окремих регіонів за кількістю держав-членів, що входять до складу UNWTO мають Африка – 32% та Європа – 27%, у інших субрегіонів відповідно: Америка – 15%, Східна Азія та Тихий океан – 12, Близький Схід – 8, Південна Азія – 6%.

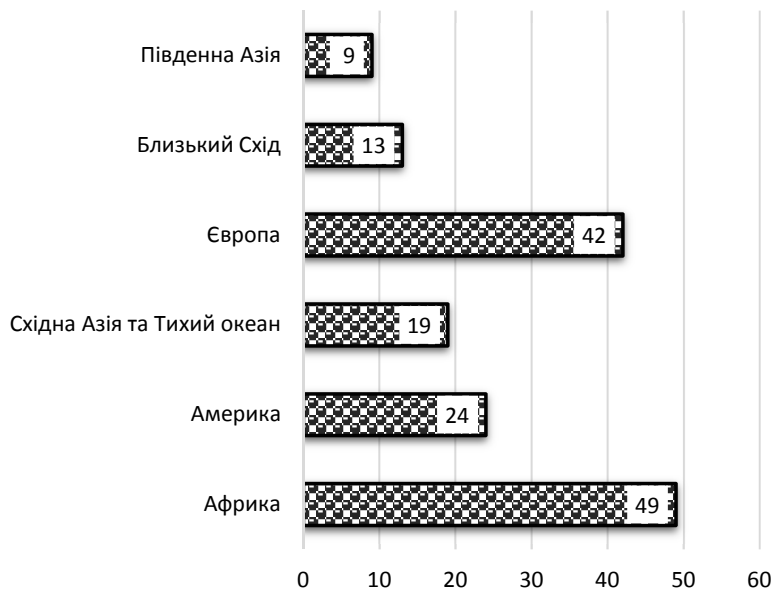


Рис. 1. Кількість держав-членів UNWTO за регіонами світу в 2016 р. [20]

Сучасний туризм схильний до процесів глобалізації, а це означає, що посилюється взаємозалежність держав і окремих регіонів, які утворюють світову спільноту, їх поступову інтеграцію в загальну систему з єдиними для всіх правилами і нормами економічної, політичної і культурної поведінки, а тому питання про підвищення рівня довіри між суб'єктами управління і зміцнення партнерських відносин представляється особливо актуальним. Глобалізація в туризмі характеризується єдиним інформаційним простором для суб'єктів ринку, наявністю споживачів послуг в різних точках світу, міжнародними представництвами суб'єктів туристичного бізнесу і каналами поширення продукції, розміщенням виробництва з урахуванням максимально можливої реалізації конкурентних переваг, економією, одержуваною від міжнародного масштабу діяльності, високими витратами на удосконалення продукції та мінливими технологіями, державним регулюванням галузі (введення єдиних стандартів надання послуг, стимулювання і підтримка певних видів туризму, захистом прав споживачів) [21, с. 9].

Правові засади державного регулювання в сфері туризму закладає Глобальний етичний кодекс туризму [22], що являє собою всеосяжний звід основоположних принципів діяльності та норм моралі, котрі визнані обов'язковими для даного виду діяль-

ності. Даний документ був прийнятий Генеральною асамблеєю UNWTO у 1999 р., а у квітні 2016 р. на 17-му засіданні Всесвітнього комітету з етики туризму його статус було змінено на міжнародну конвенцію, що регулює відносини між суб'єктами міжнародного права через створення відповідних прав та обов'язків. Прагнучи надати державам-членам допомогу в досягненні Цілей розвитку тисячоліття та в діяльності за програмою «Єдина Організація Об'єднаних Націй», UNWTO в більшості випадків прямо або опосередковано веде роботу у відповідності до даного кодексу туризму і його принципів. Такі питання, як зміна клімату, біорізноманіття, скорочення бідності, захист уразливих груп населення, економічна і соціальна стійкість розвитку туризму, розширення прав і можливостей місцевих і корінних громад, доступ до освіти, навчання і гідної зайнятості, так само як і відповідальна ділова практика в секторі туризму, є найважливішими сферами діяльності для UNWTO, її членів та зацікавлених суб'єктів сектора туризму [23, с. 14]. Тобто, основна мета даного документу – це сприяння збільшенню вигоди від розвитку сфери туризму для населення і зведення до мінімуму його негативних впливів на усі сфери суспільного середовища.

Зростання ролі сталого розвитку обумовило необхідність виникнення організації, яка б займалася

питаннями його методології та оцінки. Такою організацією стала створена Глобальна Рада з питань Сталого Туризму (The Global Sustainable Tourism Council – GSTC) [24] з глобальним членством, включаючи агенції ООН, неурядові організації, національні та регіональні уряди, провідні туристичні компанії, готелі, туроператори, особи та громади, які прагнуть до досягнення найкращих практик у сфері сталого туризму. GSTC є незалежною, некомерційною, нейтральною, віртуальною без головного офісу організацією зареєстрованою в США, співробітниками якої є волонтери. Місія GSTC – встановлення і керування глобальними базовими стандартами стійкості в подорожах і туризмі на основі власних розроблених критеріїв. Дані критерії становлять основу її діяльності як глобального органу з акредитації для програм сертифікації. GSTC безпосередньо не сертифікує жодної продукції чи послуги, але вона акредитує тих, хто її формує, надає, виробляє. Розроблені GSTC критерії поділяються на дві групи: критерії для дестинацій і галузеві критерії. Це основні принципи та мінімальні вимоги, яких має досягти будь-який туристичний бізнес чи дестинація, щоб захистити та підтримувати природні та культурні ресурси світу, одночасно забезпечувати туристичний потенціал як інструмент збереження та подолання бідності. Ці принципи спираються на чотири стовпи: сталий менеджмент; соціально-економічні наслідки; культурні наслідки; вплив на навколишнє середовище (включаючи споживання ресурсів, зменшення забруднення та збереження біорізноманіття та ландшафтів).

Основними компонентами глобалізації міжнародного туризму можна назвати розширення інтернаціональних економічних зв'язків у туристичному виробництві, зростання інтернаціоналізації факторів туристичного виробництва (за допомогою збільшення прямих і портфельних закордонних інвестицій, обміну знаннями й технологіями, зняття мігра-

ційних обмежень тощо), поширення транснаціональних корпорацій (ТНК) у туристичному бізнесі (характерними рисами яких є взаємозамінність і взаємозалежність організаційної структури, їхня орієнтація на інформаційні ресурси, на ринки з високим рівнем споживання) [25, с. 27]. Процеси глобалізації стимулювали стрімкий розвиток ТНК і в туристичній галузі. Функціонування ТНК у сфері туризму має багато спільного з діяльністю ТНК в інших промислових або сервісних галузях. З одного боку, використовуються в цілому ідентичні стратегії та інструменти закордонної експансії корпорацій, підходи до формування організаційної структури корпорації, джерела глобальних конкурентних переваг. З іншого боку, специфіка туристичного продукту, його ціноутворення, конкурентної боротьби, спрямованості міжнародних туристичних потоків формує цілий ряд особливостей процесів формування і розвитку туристичних ТНК, їх взаємодії з урядами країн базування і приймаючих держав, визначення стандартів корпоративного будівництва [26, с. 119].

Глобалізація в сфері туризму – це процес різкого посилення міжнародних туристичних потоків, потоків послуг, інформації і технологій, наслідком якого є посилення взаємозв'язків і взаємодії підприємств і організацій туристичного бізнесу у світовому масштабі, а також виникнення глобальних форм його інтеграції. Поряд із загальними рисами вона має певну специфіку, яка в основному пов'язана з особливостями турпродукту, що являє собою комплекс послуг, які надають підприємства і організації різних сфер і галузей діяльності. У зв'язку з цим більшість ТНК, які працюють на ринку туристичних послуг, створені за галузевим принципом – готельний, ресторанний бізнес, транспорт тощо [27, с. 15].

Основа відносини глобалізації в сфері туризму складають процеси транснаціоналізації у готельному бізнесі (табл. 1).

Таблиця 1

## Провідні готельні оператори світу, 2013–2015 рр.\*

Найменування, місцезнаходження штаб-квартири	Кількість готелів, од.			Кількість номерів, од.			Темп приросту номерів, %	
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	2014/ 2013	2015/ 2014
Marriot International / Starwood Hotel & Resorts, USA**	3672	3783	5456	638793	653719	1071096	2,3	39,0
Hilton Worldwide, USA	3992	4115	4480	659917	678630	737992	2,8	8,0
Intercontinental Hotels Group, GB	4602	4697	4963	675982	686873	726876	1,6	5,5
Wyndham Hotel Group, USA	7342	7485	7760	627437	645423	671900	2,9	3,9
Jin Jiang International / Plateno Hotel Group, CHI	-	-	6000	-	-	640000	-	-
Choice Hotels Intercontinental, USA	6199	6303	6379	497023	502663	504357	1,1	0,3
Accor Hotels, FRA	3515	3576	3815	450199	461719	500366	2,6	7,7
Starwood Hotel & Resorts, USA	1121	1161	-	328055	339243	-	3,4	-
Home Inns Hotel Group, CHI	1772	2180	2787	214070	256555	311608	15,4	17,7
Best Western Hotels & Resorts, USA	4013	4046	3903	307305	314318	303768	2,2	-3,4
Carlson Rezidor Hotel Group, USA	1077	1079	1092	166245	168927	172234	1,6	1,9

\* Джерело: складено та розраховано автором на основі даних MKG Hospitality database, повідомлень компаній.

\*\* У 2015 р. Marriot International придбала корпорацію Starwood Hotel & Resorts за \$ 12,2 млрд.

Як свідчать дані табл. 1, найбільша готельна мережа в світі Intercontinental Hotels Group, яка тримала свій титул з 2004 р., поступилася лідерством Marriot International, коли останньою у 2015 р. був подоланий рубіж 1 млн номерів не за рахунок органічного зростання, а у результаті злиття зі Starwood Hotel & Resorts. За повідомленням Marriott International, на сьогоднішній день компанія нараховує понад 6000 готелів у 122 країнах, з доходами, які склали у 2016 фінансовому році більше \$ 17 млрд. Також, змінилася п'ятірка лідерів у результаті появи на ринку Shanghai Jin Jiang International Hotels Development Co Ltd – дочірнього підприємства, що входить до складу китайського державного підприємства Jin Jiang Hotels Group, яке придбало 81% акцій компанії Keystone Lodging Holdings Ltd власника Plateno Group за \$ 1,53 млрд. У результаті чого дана група зараз нараховує понад 6000 готелів у 55 країнах, де працює понад 100 млн співробітників.

В ресторанному бізнесі процеси транснаціоналізації відбуваються в мережах швидкого харчування. За даними прес-релізів компаній нами виділено 10 найбільших мереж швидкого харчування у світі: лідером є McDonald's (35 тис. ресторанів по усьому світу), чистий прибуток якого зріс у 2016 р. на 3,5% і склав \$ 4,69 млрд; Subway, яка працює за франшизою (42 тис. ресторанів у 107 країнах); KFC (18,9 тис. ресторанів у 188 країнах); Starbucks (понад 23 тис. магазинів у 64 країнах); Burger King (13,5 тис. ресторанів у 90 країнах); Pizza Hut (11,5 тис. ресторанів у 94 країнах); Domino's Pizza (11 тис. ресторанів у 70 країнах); Dunkin' Donuts (11 тис. ресторанів у 33 країнах); Taco Bell (6,5 тис. ресторанів у 20 країнах); Dairy Queen (5,7 тис. ресторанів у 30 країнах). Слід також додати, що Taco Bell, KFC, Pizza є брендами американської корпорації – оператора ресторанного бізнесу Yum! Brands Inc., яка показала зростання у 2016 р. на 33% з чистим прибутком \$ 1,352 млрд.

Серед міжнародних перевізників отримала розповсюдження така форма глобальних партнерських об'єднань авіакомпаній, як авіаційні альянси. У світі сформована глобальна тріада Star Alliance, SkyTeam та Oneworld, що включає 52 великі і середні авіакомпанії (або 1,5% від приблизно 3200 авіакомпаній світу), яка контролює близько 60% світового обсягу пасажирських перевезень з маршрутним охопленням практично всіх частин світу: Азії, Америки, Африки, Європи, Австралії і Океанії. Авіакомпанії – члени трьох глобальних альянсів базуються в понад 110 міжнародних вузлових аеропортах (або 27,5% від приблизно 400 аеропортів світу, які обслуговують міжнародні магістральні та регіональні перевезення). Лівова частка загальносвітових авіаперевезень припадає на країни реєстрації членів глобальних альянсів: США, Великобританію, Японію, Францію, Канаду, Німеччину та Італію. Основна

причина формування альянсів авіакомпаній – очікування синергетичного ефекту, тобто отримання більшої ефективності від спільної роботи, ніж могли б домогтися окремі компанії, а також скорочення витрат, що набуває важливого значення в періоди світових фінансово-економічних криз і природних катаклізмів. Крім того, консолідовані авіаперевізники прагнуть досягти ефекту масштабу, в результаті якого збільшення масштабів виробництва продукції веде до зниження собівартості продукції (послуг). Утім, завжди існує точка насичення, при якій зі збільшенням програми випуску собівартість продукції вже не знижується, оскільки цей фактор може вичерпати себе [28].

На даний момент туроператорську діяльність в світі контролюють глобальні корпорації та концерни, які мають зазвичай характер інтегрованих структур (мережі турагентств, готелі, авіакомпанії, круїзні суда, Інтернет-портали та інші активи у сфері туризму), серед провідних на світовому ринку можна назвати наступні:

– TUI Group (Німеччина) – компанія, яка після об'єднання у 2014 р. з дочірньою компанією TUI Travel (Великобританія), яка у свою чергу утворилася у результаті злиття у 2008 р. материнської групи TUI AG та First Choice Holidays PLC, стала провідним туроператором, якому належать: більше ніж 100 літаків, 14 круїзних лайнерів і понад 300 готелів. За повідомленням офіційного Інтернет-ресурсу компанії (<http://www.tuigroup.com>): станом на початок 2016 р. кількість її співробітників складає понад 76,036 тис. осіб, оборот за 2015 р. – € 20,01 млрд, а чистий прибуток – € 380 млн. Компанія TUI Ukraine представлена в Україні з 2010 р. Вона була створена у результаті реорганізації турфірми «Вояж Київ», мережі туристичних агентств «Галопом по Європах» та приєднання у 2013 р. туроператора «Turtess Travel» [29, с. 99–100];

– Thomas Cook Group (Великобританія) – компанія, яка утворилася у результаті придбання у 2001 р. концерном C&N Touristik (Німеччина) та злиття у 2007 р. з туроператором My Travel (Великобританія). Концерн має дочірні компанії, які займаються авіаперевезеннями: Thomas Cook Airlines, Thomas Cook Airlines Scandinavia, Airworld, Thomas Cook Airlines Belgium, Spies та понад 3 тис. туристичних офісів, частина з яких працює за франчайзингом. Цільова група – середній клас. За повідомленням офіційного Інтернет-ресурсу компанії (<https://www.thomascookgroup.com>): станом на початок 2016 р. кількість її співробітників складає понад 21,8 тис. осіб, оборот за 2015 р. – £ 7,834 млрд, а чистий прибуток – £ 19 млн;

– Kuoni Travel (Швейцарія) – підрозділ Kuoni Group, який займається туроператорською діяльністю. За повідомленням офіційного Інтернет-ресурсу компанії (<http://www.kuoni.com>): станом на по-



чаток 2014 р. кількість її співробітників складає понад 11,621 тис. осіб, дохід за 2013 р. – F 154,2 млн, а прибуток – F 69,2 млн;

– JTB Corporation (Японія) – найбільше бюро подорожей в Японії і один з найбільших туристичних агентств у світі, що обслуговує туристів переважно з Азії (<http://www.jtbcorp.jp>).

Характерною рисою процесу глобалізації в туристичній сфері, що сприяє розвитку партнерських відносин, є зростання ролі сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій, зокрема наявність на ринку послуг так званих глобальних он-лайн агентств подорожей, де торгівля послугами відбувається виключно в он-лайн режимі (відсутність офісів, представництв, безпосереднього контакту зі співробітниками). Серед провідних он-лайн агентств подорожей виділяють наступні (<http://www.travelweekly.com>), з оборотом у 2013 р. відповідно: 1) Expedia – \$ 39,4 млрд; 2) Priceline (Booking.com) – \$ 39,2 млрд; 3) American Express – \$ 30,3 млрд; 4) Carlson Wagonlit Travel – \$ 26,9 млрд; 5) BCD Travel – \$ 22,4 млрд; 6) HRG North America – \$ 16,0 млрд; 7) FCA USA – \$ 13,1 млрд; 8) Orbitz Worldwide – \$ 11,4 млрд; 9) AAA Travel – \$ 3,8 млрд; 10) Fareportal/Travelog – \$ 3,5 млрд.

Як бачимо, у зв'язку із зростанням швидкості руху і обсягів товарів, послуг, технологій і транснаціоналізації капіталів відбувається процес економічної інтеграції між країнами, що сприяє перетворенню національних економік і всесвітню. Однак зараз, наукове осмислення даних процесів вказує на те, що глобалізація супроводжується процесами протилежної спрямованості, зокрема регіоналізації відносин, як однієї з прикметних ознак нашого часу. На думку, переважної більшості науковців, глобалізація кардинально змінює пріоритети в системі кон-

курентних переваг регіонів: вона позбавляє регіони традиційних переваг, оскільки локальні ресурси набувають глобального характеру. Глобалізація не лише мінімізує значення традиційних регіональних конкурентних переваг, але й нівелює роль відстані як захисного бар'єру у конкурентних процесах. Отже, глобалізація перетворює регіони на повноправних учасників міжнародних економічних відносин, але разом з тим актуалізує для них необхідність ідентифікації та захисту унікальних локальних конкурентних переваг як імперативів підвищення міжнародної конкурентоспроможності в умовах глобальної конкуренції [30].

Згідно з останніми даними статистичних видань UNWTO у 2016 р., кількість міжнародних туристських прибуттів зросла на 3,9% і склала 1235 млн, що на 46 млн більше ніж у попередньому періоді. Це був сьомий рік поспіль за середніми темпами зростання міжнародного туризму після глобальної економічної кризи 2009 р. Дослідження UNWTO показали, що у 2016 р. кількість міжнародних туристських прибуттів збільшилася в інтервалі від 3,5 до 4,5% на рік, що відповідає довгостроковій перспективі розвитку туризму до 2030 р. На туристичні потоки у 2016 р. вплинули три основні фактори: незвично сильні коливання валютного курсу, зниження ціни на нафту й інші товари та зростання глобальної турботи про безпеку. У Африканському, Азійському та Тихоокеанському субрегіонах UNWTO зафіксовано зростання близько 8% туристських прибуттів, найбільш відвідуваний Європейський регіон показав зростання лише на 2%, Американський субрегіон показав зростання на 4,3%. Прибуття на Близькому Сході були неоднорідними і скоротилися на 4,1%, через нестабільну геополітичну ситуацію в регіоні, зокрема на це вплинув збройний конфлікт у Сирії (рис. 2).

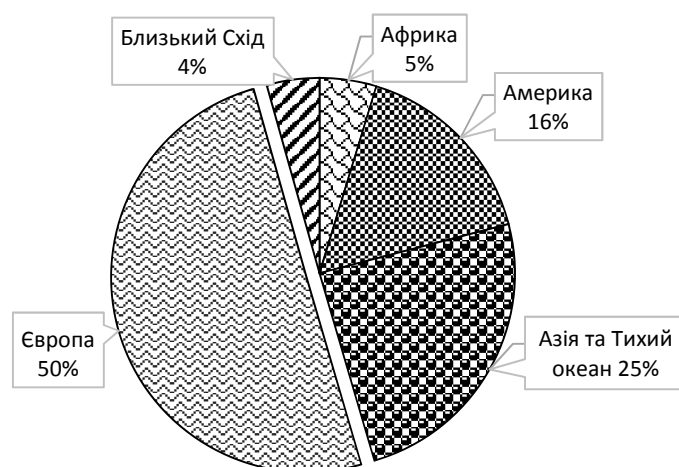


Рис. 2. Розподіл туристичного потоку за субрегіонами UNWTO у 2016 р. [31]

Отже, сучасна геополітична реальність та її вплив на стратегію соціально-економічного розвитку ґрунтується на безпеці і політичній стабільності у світі як основних умовах сталого розвитку туризму. Нинішній глобальний політичний клімат підвищує ризики для всіх учасників міжнародного туристичного ринку. Серед основних геополітичних чинників, що безпосередньо впливають на динаміку і розподіл туристичних потоків є: політичні перевороти, вплив яких на туристичні потоки найяскравіше простежується на прикладі близькосхідних країн; терористичні атаки, де туризм є найпривабливішим явищем, що використовується як інструмент політичного впливу, оскільки саме туризм дозволяє терористам досягнути своїх цілей – гласність, економічна розруха, ідеологічне протистояння з туризмом (який, вочевидь, асоціюється із західним капіталізмом та глобалізацією); військові конфлікти, які здатні за короткий час знищити туристичну індустрію, які спричиняють глобальне переформатування структури туристичних потоків у туристичних регіонах, занепад туристичної індустрії. Отже, сучасний міжнародний туризм є економічною діяльністю з вагомими соціальними та політичними наслідками. Як форма і процес просторової активності глобального масштабу він зумовлений соціально-економічними та культурними чинниками, а також загальною динамікою політичних систем. Разом з тим, туризм є не тільки реципієнтом міжнародних відносин, а й активним політичним актором – учасником політичного процесу, який завдяки туристичній та економічній взаємодії впливає на прийняття політичних

рішень. Туризм неодноразово виступав каналом налагодження довіри і взаємодії у державах з різним суспільно-політичним устроєм, чинником економічної та політичної модернізації, підтримки політичної стабільності [32, с. 14–15, 20].

Туризм є частиною процесу глобалізації, оскільки туристський потік між країнами сприяє перетіканню капіталів, товарів та інформації з одних країн в інші, розвитку торгівлі, транспорту, комунікаційних систем. Туристи виступають споживачами товарів, благ різних країн, що експортуються і є провідниками даного процесу [33]. Доходи від міжнародного туризму у 2015 р. зросли на 4,4% (з урахуванням обмінних курсів та інфляції) порівняно із 2014 р. і склали \$ 1260 млрд [34]. Економічна ефективність міжнародного туризму пов'язана перш за все з надходженнями валютних коштів, що покращують платіжний баланс, який дає уявлення про участь країни в світовому господарстві, масштаби, структуру і характер її зовнішньоекономічних зв'язків, вплив процесів глобалізації, лібералізації економіки. Тому, також доцільно розглянути місце міжнародного туризму у платіжному балансі. За даними UNWTO та Всесвітньої торговельної організації (World Trade Organization – WTO) у 2014 р. підсумок поточних операцій із зовнішнім світом і баланс фінансових операцій з міжнародного туризму склав \$ 1468 млрд, ринкова доля відповідно – 6,1%. Ринкова частка міжнародного туризму у розвинутих економіках за аналогічний період склала 6,5% при обсязі \$ 955 млрд, а у зростаючих економіках відповідно – 5,5%, де зафіксовано зростання на 0,1% порівняно з 2013 р. при обсязі \$ 502 млрд (табл. 2).

Таблиця 2

Міжнародний туризм у платіжному балансі, 2005-2014 рр. [35]

Показники	\$ млрд						Ринкова частка, %			
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2005	2010	2013	2014
<b>Світ</b>										
Загальний обсяг товарів і послуг:	12739	18758	22273	22600	23282	23881	100	100	100	100
- товари	10105	14867	17911	18094	18539	18941	79,3	79,3	79,6	79,3
- послуги	2634	3891	4632	4506	4743	4940	20,7	20,7	20,4	20,7
у т. ч. міжнародний туризм	835	1138	1280	1325	1413	1468	6,6	6,1	6,1	6,1
<b>Розвинуті економіки</b>										
Загальний обсяг товарів і послуг:	8984	12066	13967	13901	14336	14769	100	100	100	100
- товари	6903	9131	10679	10550	10786	11058	76,8	75,7	75,2	74,9
- послуги	2081	2936	3288	3352	3550	3711	23,2	24,3	24,8	25,1
у т. ч. міжнародний туризм	576	749	852	871	931	955	6,4	6,2	6,5	6,5
<b>Зростаючі економіки</b>										
Загальний обсяг товарів і послуг:	3755	6691	8306	8699	8946	9112	100	100	100	100
- товари	3203	5737	7232	7545	7754	7883	85,3	85,7	86,7	86,5
- послуги	553	955	1074	1154	1192	1229	14,7	14,3	13,3	13,5
у т. ч. міжнародний туризм	256	389	428	454	482	502	6,8	5,8	5,4	5,5

Невід'ємним від політичного фактору глобалізації, одним із ключових драйверів глобальних змін в суспільстві є її демографічний аспект. Демографічна глобалізація, транслюючи найбільш дорогу модель споживчої поведінки, підсилює соціально-економічну поляризацію населення. Поляризація сучасного світу містить у собі дуже жорстокі протиріччя між вузькою групою населення, що має можливість користуватися всіма досягненнями технотронної цивілізації, і іншим людством, третина якого живе в умовах, «що принижують людську гідність». Традиційні злидні, які, за словами Антуана де Сент-Екзюпері, сприймалися більшістю населення як деякий органічний стан, тепер, коли досягнення технотронних розвинених країн поширюються на увесь інший світ, усвідомлюється людьми як глибока ущербність і периферійність їх власного буття. Як приклад, що підтверджує це положення, можна згадати дискусії, які йшли в офіційних колах Іспанії часів Франко і Португалії часів Салазара з проблем туризму. Прихильники розвитку цієї індустрії говорили про її очевидні економічні дивіденди; її противники стверджували, що разом з нею в країну прийде чужорідний спосіб життя, який приведе до повної ерозії правлячих режимів. Так, по суті, і сталося. Дійсно, позбавлене доступу до світових інформаційних ресурсів населення Іспанії і Португалії і не усвідомлювало (в достатній мірі) рівня своєї бідності. Чим більше ці країни ставали відкритими, тим більше їх населенню стала кидатися в очі ущербність своєї «грунтової» стратегії розвитку. Звідси і тиск на політичні режими, який змушує їх переходити до лібералізації [36, с. 134]. Сучасний приклад, це Євромайдан та Революція гідності в Україні 2013-2014 рр. Зростання протестних настроїв у суспільстві фіксувалися соціологами ще у 2012 р., причин для невдоволення владою було достатньо, проте коли у 2013 р. Кабінет міністрів М. Азарова призупинив підготовку до підписання Угоди про Асоціацію із Євросоюзом та змінів геополітичний вектор у бік Митного Союзу на чолі з Російською Федерацією, це змусило людей вийти на вулиці для протестів. Незважаючи на те що дана угода містила багато питань зі співробітництва, а саме в сфері юстиції, свободи, безпеки, торгівлі, фінансовому, економічному та секторальному співробітництві тощо, головним мейнстримом, обіцянкою влади стала ідея безвізового режиму, зрозуміла більшості представників середнього класу, які бачили Європу в якості туристів і пам'ятають, як важко отримати візи, гас-тарбайтерам, які ще й знають, як це працювати в Європі без документів. Отже, демографічна глобалізація проявилася і в активному транслюванні образу і стилю життя тих чи інших груп населення різних країн. Однак сьогодні цей процес двосторонній. Якщо раніше розвинені країни експортували свій спосіб життя, а відстаючі лише пасивно сприймали

його, то тепер йде потужний зворотний процес. Досить згадати про хвилю поширення буддизму, його філософії і психології в Західній Європі і США. Проте споживча модель як складова сучасного способу життя розвинених країн і модель споживчої поведінки – це продукт експорту з розвинених країн [36, с. 135].

Глобалізація – це об'єктивний процес у сучасних міжнародних відносинах, провідна роль якого потребує всебічного, нерозривного дослідження разом із іншим процесом світового розвитку, одного з головних векторів сучасності, а саме регіоналізації. Серед науковців панує думка про те, що регіоналізація – це процес, що не просто поруч або паралельно йде. Співвідношення цих явищ світової економіки можна визначити як поєднання, як суперечливу взаємодію, яка обумовлена нелінійністю цих процесів. Глобалізація і регіоналізація інтерпретуються як діалектична взаємодія різноспрямованих процесів. Глобалізація спрямовується до єдності світової економіки, регіоналізація до його фрагментації. Так, регіоналізація обмежує вільну торгівлю форматом своїх угруповань, створюючи протекціоністські бар'єри для третіх країн, що опинилися за межами регіональних угод і союзів. Крім того, регіональні об'єднання створюють інституційні альтернативи таким міжнародним економічним організаціям, які охоплюють країни світу без урахування їх територіальної прихильності [37, с. 93–94]. Можливо таке бачення є беззаперечним, але в цілому з ним можна погодитися, якщо це стосується сфери туризму. Дана думка, у контексті нашого дослідження, підтверджується іншими дослідниками, які вважають, що у туризмі глобалізація проявляється в процесі розвитку масових видів відпочинку, уніфікації послуг, концентрації капіталу транснаціональними компаніями, розвитку інформаційних технологій. У той же час глобалізація надає і негативний вплив на розвиток туризму, оскільки при цьому втрачається національна, культурна, територіальна своєрідність. Перед лицем глобальних впливів зростає усвідомлення регіональних інтересів, що проявляється в протилежному глобалізації процесі регіоналізації. Наочним прикладом регіоналізації є Європейський Союз (ЄС), де природний розвиток процесу регіоналізації призвів до вироблення концепції «Європи регіонів», що відбиває посилення ролі регіонів і має на меті визначення їх місця в ЄС [38, с. 14–15, 18]. З метою сприяння перетворенню регіонів Європи на сполучні ланки між ЄС та громадянами у 1985 р. була створена Асамблея європейських регіонів Європи (Assembly of European Regions – AER), яка є ключовим партнером Європейських та міжнародних інституцій з питань регіональної політики. На початку свого розвитку АЕР об'єднала понад 300 європейських регіонів з різною територією, різним адміністративним і політичним устроєм з 33 держав,

населенням понад 400 млн осіб, де, зокрема, однією з перших серед її членів з регіонів колишнього СРСР була представлена Одеська область. Основним документом який був спрямований на визнання регіоналізму не тільки в ЄС, але і за його межами стала Декларація з регіоналізму в Європі (1996 р.), яка кардинально змінила погляди на держані кордони та їх роль у суспільстві. У ст. 3 § 1 «Повноваження» даного документу проголошено, що «розмежування повноважень між Державою та регіонами встановлюється державною конституцією або законодавством відповідно до принципів політичної децентралізації та субсидіарності. Відповідно до цих принципів рівень здійснення повноважень повинен бути наскільки це можливо наближений до громадян» [39]. Важливим є те, що у додатку до цієї статті серед прикладів існуючих повноважень регіонів, виокремлюється туризм, відпочинок та спорт. Це ще раз підтверджує усвідомлення суспільством важливості сфери туризму у процесах регіоналізації та посилення її ролі не тільки в європейських інтеграційних процесах, але й у світових. Рівнозначність глобального і регіонального векторів сучасного міжнародного туризму роблять його унікальним і потужним фактором економічного розвитку на різних ієрархічних рівнях. Використовуючи переваги двох головних тенденцій розвитку світового господарства, міжнародний туризм наочно демонструє переваги застосування регіонального підходу в умовах глобалізації, при якому культурна самобутність місцевих громад та унікальність регіонів перетворюються в специфічний і одночасно затребуваний масовий туристський продукт [38, с. 18]. Також слід до цього додати, що своєрідними «трансляторами» ідей регіоналізації в сфері туризму є регіональні туристичні організації, які здійснюють координацію діяльності, захист інтересів у міжнародних інституціях та установах туристичних організацій регіону з метою зміцнення позицій регіонального турпродукту на світовому ринку. Серед провідних регіональних туристичних організацій можна виділити: Європейську туристичну комісію (Україна стала повноправним членом цієї організації у жовтні 2015 р.), Американське товариство туристичних агентств, Конфедерацію туристичних організацій країн Латинської Америки, Асоціацію туристичних агентств країн Тихоокеанського регіону.

**Висновки.** В умовах глобалізації світової економіки інституційне середовище та зокрема економічні інститути, де соціальний інститут туризму займає одне з провідних місць, стали основними акторами, завдяки яким структурується усе економічне життя у глобальному просторі. Глобалізація відносин в сфері туризму – це багатфакторний, багатаспектний процес обумовлений зростанням мобільності населення планети в умовах появи й поширення сучасних засобів транспорту, інформаційних

та комунікаційних технологій, міжнародних форм здійснення господарської діяльності ТНК, що спирається на технологічну й культурну уніфікацію світу, лібералізацію відносин світогосподарської діяльності на тлі соціально-економічних змін в суспільстві. Сутнісна відмінність регіоналізації відносин у сфері туризму полягає у тому, що даний процес заснований на природно-географічній, культурно-історичній близькості країн, регіонів та конкуренції на ринку послуг. Даний процес забезпечує поширення культурної спадщини, збереження економічної ідентичності завдяки відповідним перевагам та протекціонізму в інституційних межах своїх країн і за своїми соціально-економічними ефектами може бути протиставлений потенційним негативним ефектам глобалізації туризму.

### Література

1. **UNWTO Annual Report 2016 / World Tourism Organization UNWTO** [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016>. – Назва з екрана.
2. **Развличение** для миллиарда / сост. В. Зайцев // Деньги. Экономический еженедельник издательского дома «Коммерсантъ». – 2014. – № 35 (993). – 8-14 сент. – С. 59–68.
3. **Козловець М. А.** Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації: монографія / М. А. Козловець. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2009. – 558 с.
4. **Семенюк Е.** Глобалізація: філософський аналіз поняття / Е. Семенюк // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2007. – № 578: Філософські науки. – С. 10–15.
5. **Білорус О.** Глобалістика – нова синтетична наука / О. Білорус, В. Власов // Вісник НАН України. – 2010. – № 3. – С. 17–26.
6. **KOF Index of Globalization** / Сайт дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://globalization.kof.ethz.ch>. – Назва з екрана.
7. **Валуйський О. О.** Глобалізація сучасного світу та проблеми міжнародного туризму / О. О. Валуйський // Туризмологія: концептуальні засади туризму: монографія / [В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек та ін.]. – Київ: ВЦ «Академія», 2013. – С. 307–315.
8. **Шило Л. А.** Особливості розвитку світової економіки в умовах глобалізації / Л. А. Шило, І. В. Захаренко, Ю. В. Касян // Збірник наукових праць Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту». – 2013. – Вип. 5. – С. 62–66.
9. **Снеговая О. А.** Глобализация как историческая форма модернизации [Электронный ресурс] / О. А. Снеговая // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 12 (38): в 3-х ч. – Ч. I. – С. 165–167. – Режим доступа: [www.gramota.net/materials/3/2013/12-1/39.html](http://www.gramota.net/materials/3/2013/12-1/39.html). – За-

- головок с экрана. 10. **Сіденко С.** Соціально-економічний вимір сучасної глобалізації / С. Сіденко // Міжнародна економічна політика. – 2004. – № 1. – С. 72–93. 11. **Вулф М.** Определяя будущее глобализации / М. Вулф // Финансы и развитие. Ежеквартальный журнал Международного Валютного Фонда. – 2014. – Вып. 51. – № 3. – С. 22–25. 12. **Ялі М. Х.** Парадигма глобалізації: основні підходи / М. Х. Ялі // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2014. – Вип. 123. – Ч. I. – С. 62–73. 13. **Навроцька Н. А.** Зміст процесів економічної глобалізації / Н. А. Навроцька // Наукові праці НДФІ. – 2012. – Вип. 3. – С. 97–102. 14. **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. 15. **Симонова М. Д.** Индикаторы экономической глобализации: методологические основы ОЭСР / М. Д. Симонова // Мировая экономика и международные экономические отношения. Экономические науки. – 2009. – № 10 (59). – С. 394–398. 16. **Проскурина А. В.** Проблемы и перспективы глобализации / А. В. Проскурина, Г. М. Гордеева // Труды Псковского политехнического института. Естественные и гуманитарные науки. – 2008. – № 12. – С. 64–68. 17. **Горелов А. А.** Глобализация как объективная тенденция мирового развития / А. А. Горелов // Век глобализации. – 2009. – № 1. – С. 79–90. 18. **Шалаев В. П.** Туризм как новый социальный институт в глобальном обществе потребления / В. П. Шалаев // Туризм как фактор модернизации экономики и развития регионов: материалы I Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 19–21 ноября 2015 г. / под общ. ред. проф. А. Н. Полухиной. – Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2015. – С. 9–27. 19. **Лебедев К. А.** Влияние процессов глобализации на развитие туризма [Электронный ресурс] / К. А. Лебедев // Экономика и социум. – 2017. – № 1 (32). – Режим доступа: <http://www.iupr.ru>. – Заголовок с экрана. 20. **Member States / World Tourism Organization UNWTO** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www2.unwto.org/ru/members/states>. – Назва з екрана. 21. **Есимова Д. Д.** Особенности системы управления в организациях сферы туризма / Д. Д. Есимова, Д. Гайнутдинов // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. – 2014. – № 3. – С. 5–11. 22. **Глобальный этический кодекс туризма.** Всесвітня туристична організація: Міжнародний документ від 01.10.1999 р. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983\\_001](http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/983_001). – Назва з екрана. 23. **Доклад** Всемирной туристской организации о претворении в жизнь Глобального этического кодекса туризма / A/65/275 Distr.: General. 10 August 2010. Russian. Original: English. – Нью-Йорк: Генеральная Ассамблея ООН, 2010. – 16 с. 24. **The Global Sustainable Tourism Council (GSTC)** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.gstcouncil.org>. – Назва з екрана. 25. **Кучеренко К.** Глобалізаційні тенденції розвитку міжнародного туризму / К. Кучеренко // Галицький економічний вісник. – 2013. – № 4 (43). – С. 21–27. 26. **Мариняк Я. О.** Глобалізація та інноваційна діяльність в Україні та їх вплив на розвиток туристичного бізнесу / Я. О. Мариняк // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Сер.: Географія. – 2013. – № 2. – С. 116–123. 27. **Селезнёва И. В.** Развитие интеграционных процессов в сфере международного туризма в условиях глобализации: автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.14 «Мировая экономика» / И. В. Селезнёва. – Краснодар, 2012. – 27 с. 28. **Рожко М.** Мировые авиационные альянсы: вчера и сегодня глобального партнерства / М. Рожко, О. Кибальников // Деловой авиационный портал «АТО.ru» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ato.ru/content/mirovye-aviacionnye-alyansy-vchera-i-segodnya-globalnogo-partnerstva>. – Заголовок с экрана. 29. **Скляр Г. П.** Державно-приватне партнерство в сфері гастрономічного туризму як інструмент модернізаційного розвитку економіки регіонів / Г. П. Скляр, Ю. В. Карпенко // Економічний вісник Донбасу. – 2015. – № 1 (39). – С. 98–104. 30. **Ворошилова Г. О.** Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму у формуванні глобально-конкурентних переваг [Электронный ресурс] / Г. О. Ворошилова // Международный научный журнал «Интернаука». Серия: «Экономические науки». – 2016. – № 1. – Режим доступа: <http://www.inter-nauka.com/ua/issues/2016/1/738>. – Назва з екрана. 31. **UNWTO World Tourism Barometer – Advance Release, Volume 15, January 2017.** – English version [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_barom17\\_01\\_january\\_excerpt.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom17_01_january_excerpt.pdf). – Назва з екрана. 32. **Парфіненко А. Ю.** Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища / А. Ю. Парфіненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2015. – Вип. 126. – Ч. I. – С. 12–23. 33. **Macleod Donald V. L.** Tourism, globalisation, and cultural change: An island community perspective / Donald V. L. Macleod. – 1st ed. – Clevedon; Buffalo; Toronto: Channel View Publication, 2004. – 244 p. 34. **UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition** [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145>. – Назва з екрана. 35. **Барометр** международного туризма ЮНВТО. Статистическое приложение, Том 13, Июнь 2015. – Русская версия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.e-unwto.org>. – Заголовок с экрана. 36. **Галецкий В. Ф.** Социально-экономические последствия демографи-

ческой глобализации / В. Ф. Галецкий // Проблемы прогнозирования. – 2003. – № 6. – С. 128–138. 37. **Грибова С. Н.** Глобализация и регионализация детерминанты мирового экономического развития / С. Н. Грибова // Экономический журнал. – 2005. – № 9. – С. 93–107. 38. **Абалаков А. Д.** Туризм в контексте глобализации и современного экономического кризиса / А. Д. Абалаков, Н. С. Панкеева // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Науки о Земле. – 2011. – Т. 4. – № 1. – С. 14–32. 39. **Декларация** по регионализму в Европе / Ассамблея регионов Европы (г. Базель, Швейцария), 1996 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://aer-www.ameos.net/fileadmin/user\\_upload/PressComm/Publications/DeclarationRegionalism/.dam/110n/ru/DR\\_RUSSE.pdf](http://aer-www.ameos.net/fileadmin/user_upload/PressComm/Publications/DeclarationRegionalism/.dam/110n/ru/DR_RUSSE.pdf). – Заголовок с экрана.

#### **Карпенко Ю. В. Сучасні тенденції глобалізації та регіоналізації відносин у сфері туризму**

У статті на основі аналізу наукових досліджень представлена характеристика сучасних позицій, підходів щодо визначення процесу глобалізації та факторів, які характеризують її зміст. Проаналізовано сучасні тенденції розвитку туризму як глобального явища сучасності, основного фактору модернізації економіки та розвитку регіонів. Виявлено основні закономірності, суперечності, механізми регіоналізації та глобалізації відносин, конкретизовано змістовне наповнення сутнісного визначення даних процесів в сфері туризму.

*Ключові слова:* туризм, сфера туризму, соціальний економічний інститут туризму, глобалізація, регіоналізація, транснаціоналізація, інтернаціоналізація, модернізація.

#### **Карпенко Ю. В. Современные тенденции глобализации и регионализации отношений в сфере туризма**

В статье на основе анализа научных исследований представлена характеристика современных позиций, подходов к определению процесса глобализации и факторов, характеризующих её содержание. Проанализированы современные тенденции развития туризма как глобального явления современности, основного фактора модернизации экономики и развития регионов. Выявлены основные закономерности, противоречия, механизмы регионализации и глобализации отношений, конкретизированы содержательное наполнение сущностного определения данных процессов в сфере туризма.

*Ключевые слова:* туризм, сфера туризма, социальный экономический институт туризма, глобализация, регионализация, транснационализация, интернационализация, модернизация.

#### **Karpenko Yu. Modern trends of globalization and regionalization of relations in tourism sphere**

The article presents the characteristics of modern positions, approaches to the definition for the process of globalization and the factors that characterize its content due to the analysis of scientific research. There were analyzed the current trends in the development of tourism as a global phenomenon of modern times, the main factor for modernization of the economy and development of regions. There were revealed main regularities, contradictions, mechanisms of regionalization and globalization of relations. There was specified the substantive content of the essential definition for these processes in the sphere of tourism.

*Keywords:* tourism, tourism sphere, social economic tourism institute, globalization, regionalization, trans-nationalization, internationalization, modernization.

Стаття надійшла до редакції 22.08.2017

Прийнято до друку 12.09.2017