УДК 303.3+339.92+338.48

Т. О. МИРОНЮК

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

ІМПЕРАТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ І ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ НА МІЖНАРОДНИХ РИНКАХ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Наукові праці МАУП, 2009, вип. 4(23), с. 78–86

Вивчається вплив глобалізації на туристичну економіку.

Поступ світової економіки наприкінці XX — на початку XXI ст. набуває нових рис, що мають ознаки цивілізаційних змін. Розвиток усіх галузей світового господарства, у тому числі туристичної сфери, визначається процесами глобалізації. При цьому вона має не тільки економічні, а й світоглядно-методологічні наслідки. Глобалізація змінює ідеологію, ціннісні та цільові орієнтири, спосіб життя населення. Фактично формується нова система детермінантів суспільного розвитку. У зв'язку з цим актуалізуються питання вивчення впливу факторів глобалізації суспільного розвитку на сталий розвиток світового господарства в цілому та окремих його галузей зокрема, у тому числі світового туризму.

У широкому розумінні глобалізація розглядається як новітній етап розвитку світової системи, що характеризується значним прискоренням темпів інтернаціоналізації усіх без винятку сфер людської діяльності. Як зазначає О. Білорус, "глобалістика — один з найбільш інтенсивних напрямків розвитку сучасної науки про міжнародні відносини і насамперед економічні відносини" [3, *57*]. При цьому глобалізація є першопричиною або передумовою низки негативних соціокультурних та екологічних наслідків.

Оскільки міжнародний туризм як галузь світової економіки має високий рівень сприйняття глобалізації, саме у цій сфері доцільно обґрунтовувати можливості та напрями переходу до моделі сталого розвитку. Таким чином, через розкриття сутності глобалізації та її наслідків на світовому ринку туристичних послуг важливо ідентифікувати зміст визначальних імперативів сталого розвитку.

Поняття глобалізації з'явилося на початку 60-х років XX ст. у зв'язку з дослідженнями М. МакЛюена, який висунув концепцію глобального селища, досліджуючи вплив комунікаційних технологій на соціально-культурні, економічні та політичні процеси, їх здійснення у глобальному масштабі. Введення у науковий обіг терміна "глобалізація" пов'язане з працями американського економіста Т. Левітта, який позначив ним процеси злиття ринків окремих продуктів, що виробляються великими багатонаціональними корпораціями [16, *92–102*]. Широкого ж застосування термін набув завдяки публікаціям американського соціолога Р. Робертсона, який упродовж другої половини 80-х — початку 90-х років сформулював основні засади концепції глобалізації [17, *184, 185*], та японського дослідника К. Омае, який доводив безперспективність націоналізму окремих держав, глобальний характер "сильних акторів" на "економічній сцені" [17, *152–161*].

Основні теоретико-методологічні засади глобалізації світової економіки сформульовано у працях таких зарубіжних учених, як У. Бек, І. Валлерстайн, Е. Гідденс, Дж. Гелбрейт, М. Джонс, Е. Кофман, Е. Макгрю, Д. Модельскі, П. Муллер, Дж. Перратон, Дж. Раггі, Дж. Розенау, Дж. Сакс, Дж. Томпсон, М. Уотерс, Х. Фрідман, Ф. Фукуяма, Д. Хелд, П. Херст та ін. Зокрема, в їхніх дослідженнях 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. Тоффлера, М. Кастельса та ін. [11; 14].

У фаховій літературі глобалізація розглядається як складний, багатоаспектний, багаторівневий процес, що має різні наслідки та породжує

© Т. О. Миронюк, 2009

низку проблем. Тому доволі проблематично дати єдине, вичерпне, однозначне визначення глобалізації, яке б охоплювало всі сторони цього надзвичайно складного явища, що має загальносвітові масштаби та специфічні регіональні й локальні вияви.

Важливою науковою проблемою є визначення характеру глобалізаційних процесів — їх об'єктивності чи суб'єктивності. Окремі дослідники трактують глобалізацію як вияв недоброї волі певних політико-фінансових кіл, транснаціональних компаній, як стихійне явище, як соціальне лихо. Проте більшість вчених розглядають глобалізацію як об'єктивний і невідворотний процес суспільного розвитку, як об'єктивне явище, що не залежить від волі та рішень окремих людей. Поділяючи таку позицію, ми вважаємо, що процес глобалізації є закономірним етапом еволюції світового господарства як великої складної системи, що самоорганізується. Але це не означає, що з метою подолання окремих негативних виявів глобалізації не треба реалізовувати інституційну політику та вживати регуляторні заходи.

Щодо причин розвитку глобалізаційних процесів, то, з одного боку, вони є наслідком науково-технічного прогресу, що виявляється у різних аспектах функціонування світової економіки, охоплюючи технічні засоби, технології виробництва, інформаційно-комунікаційні технології тощо. На думку американського соціолога М. Кастельса, глобалізація є "новою капіталістичною економікою", що ґрунтується на інформації, знаннях та інформаційних технологіях [11]. З іншого боку, глобалізація тісно пов'язана з величезним за обсягами накопиченням капіталу окремими корпораціями, що супроводжується його трансформацією у транснаціональний, який подекуди домінує над економіками цілих країн, визначає навіть їх політичну орієнтацію.

На думку багатьох учених, глобалізація включає такі складові: економічну (процеси інтернаціоналізації світової економіки та формування інтернаціоналізованих відтворювальних циклів), технологічну (процеси утворення глобального технологічного та інформаційного простору), соціокультурну (процеси конвергенції різних культур, міжнародного обміну культурними цінностями), геополітичну (процеси формування багатополюсної світосистеми, загострення боротьби між країнами-лідерами за сфери впливу), екологічну (процеси загострення глобальних екологічних проблем, розвитку ноосферогенезу).

Проте, на нашу думку, глобалізація не є простою сумою цих процесів. Це принципово нове явище, що має емерджентні властивості стосовно складових процесів. Глобалізація за своїм змістом є передусім 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" [4, *11*]; це "процес інтеграції людства у всіх сферах життя на основі інформаційних технологій, транснаціональних фінансових і економічних інститутів, синкретизму соціокультурних нововведень" [2, *12*]; це "перетворення людства на єдину структурно-функціональну систему, організовану за універсальними принципами" [5, *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, *56*].

Таким чином, глобалізація — це економічний, соціокультурний феномен, вплив якого на розвиток світової економіки та суспільства в цілому може виявитися не менш кардинальним, ніж вплив промислової революції.

Як зазначає М. Згуровський, процеси глобалізації завжди мають економічну основу [10]. 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 онлайн 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.

На різних ієрархічних рівнях глобалізація має дещо відмінні визначальні риси. Так, на рівні окремого підприємства вона детермінується через розширення географії господарської діяльності, розміщення активів та надходження прибутків компанії, її інтеграцію до світогосподарського процесу. На галузевому рівні глобалізація виявляється у процесах транснаціоналізації, уніфікації світових, регіональних та національних ринків окремих товарів і послуг, незалежно від країн походження провідних підприємств галузі. Головною інституційною формою інтернаціоналізації світової економіки є глобальні ТНК, що формують інтернальні ринки.

Національний рівень вияву глобалізаційних процесів характеризується посиленням залежності економік окремих держав від загальносвітових тенденцій, залежністю рівня конкурентоспроможності національних підприємств на світовому ринку від ситуації на внутрішньому ринку, лібералізацією міжнародної торгівлі, інвестиційних процесів, міжнародних фінансових операцій. Важливими показниками розвитку процесів глобалізації на рівні окремих країн є індикатори їх інтеграції до світогосподарських зв'язків (виражається через обсяги міжнародної торгівлі, інвестицій і т. ін.), професійних контактів (у тому числі інтенсивність міжнародних туристичних потоків, телефонних розмов, поштових відправлень), розвитку новітніх технологій (передусім визначається через кількість користувачів Інтернет-мережі) та залученості країни до міжнародної політики (членство у міжнародних організаціях, широта представництва іноземних посольств і консульств та ін.).

Таким чином, на нашу думку, ***глобалізацію світового господарства*** слід розуміти як складний комплекс різночасових, але односпрямованих коеволюційних процесів посилення взаємозв'язку національних економік країн світу, що реалізується через формування цілісного та холістичного світового ринку, становлення глобального інформаційно-комунікаційного простору, транснаціоналізацію господарської діяльності, поширення та домінування у міжнародній та внутрішній економічній політиці принципів лібералізації та демократизації.

Усі глобалізаційні процеси та їх наслідки повною мірою притаманні і для сфери послуг, що є складовою єдиної світогосподарської системи. Проте їх вияви мають специфічні риси: одні процеси виявляються інтенсивніше, інші — меншою мірою.

З урахуванням наявного досвіду можна виокремити такі основні ***глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму***:

- 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, інноватизація та диверсифікація надання міжнародних туристичних послуг;
- загострення регіональних соціокультурних та екологічних загроз безпеці міжнародного туризму, актуалізація впровадження моделі його сталого розвитку.

Найяскравіше та найінтенсивніше виявляється у сфері міжнародного туризму тенденція до формування глобального ринку туристичних послуг, на якому загострюється конкурентна боротьба між провідними агентами і, як наслідок, інтенсифікуються процеси горизонтальної та вертикальної транснаціоналізації, створення стратегічних альянсів і глобальних союзів.

Глобалізація через транснаціоналізацію та зростання рівня взаємозалежності країн призводить до формування глобального ринку. Нині можна констатувати, що подібні процеси характерні й для туристичного сектора світового господарства, де відбувається 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 [9, *109*].

Основними господарсько-організаційними формами процесів глобалізації є відтворювальні цикли виробництва світового масштабу, що реалізуються у рамках транснаціональних корпорацій. Щодо міжнародного туризму як складової світової економіки, то процеси транснаціоналізації найбільше поширені у секторі розміщення, де їх основними формами є готельні мережі або ланцюги — певна сукупність готелів, що розташовані у різних країнах, але мають централізоване управління та спільно просувають послуги на міжнародних ринках.

При наявності загальних рис готельні мережі у різних регіонах світу дещо відрізняються за принципами діяльності. Міжнародна готельна асоціація (МГА) поділяє їх на три категорії: корпоративні мережі (готельні корпорації, що володіють значною кількістю підприємств), мережі незалежних підприємств (об'єднуються для використання спільної системи бронювання місць, просування туристичних продуктів на ринках) та мережі, що надають управлінські послуги.

Істотним чинником, що сприяє значному поширенню готельних мереж, є економічна ефективність міжнародного франчайзингу. Готелі, які входять до складу мережі, сплачують внески до єдиного фонду, використання якого спрямовується на рекламну і маркетингову діяльність, просування продуктів на міжнародних ринках туристичних послуг. При цьому зберігається управлінська і фінансово-економічна самостійність підприємств. Система готельного франчайзингу найбільшого поширення набула у країнах Північної Америки. У європейських країнах поширенішою є практика укладання контрактів на управління. Така форма співпраці передбачає, що одна сторона, залишаючись власником готелю, передає всі управлінські важелі іншому підприємству, яке спеціалізується на управлінському менеджменті.

Важливою тенденцією на даному ринку є подальше загострення конкуренції, що додатково пов'язується з інтенсивним виходом на ринок готельних мереж з нових індустріальних країн. Зокрема, збільшують масштаби господарської діяльності готельні мережі із Сянгану ("Shangry-La", "Regal Hotels", "Mandarin Oriental"), Сингапуру, Мексики, Бразилії. За оцінками фахівців, до 2020 р. до 50 % найбільших у світі готельних мереж матимуть азійське походження.

Зростання напруження на світовому ринку туристичних послуг, що викликане конкурентною боротьбою між готельними мережами, зумовлює необхідність пошуку науково обґрунтованих концепцій та стратегій маркетингової поведінки і менеджменту підприємств. Нині значного поширення набуває наукова ***концепція*** та відповідна ***стратегія синергізму***, яка увібрала в себе новітні досягнення теорії та практики господарського управління в умовах глобалізації. У широкому розумінні ця концепція передбачає отримання конкурентних переваг за рахунок об'єднання двох чи більшої кількості підприємств в одному управлінському центрі. Головною практичною проблемою стратегії синергізму І. Ансофф вбачає нестачу гнучкості, а також можливість компромісів і затримки у прийнятті рішень щодо сумісного розвитку складових підприємств [1, *14*].

Значного поширення реалізація даної стратегії отримала у США шляхом створення різноманітних глобальних об'єднань, висока ефективність яких щодо підвищення конкурентоспроможності та завоювання нових міжнародних ринків доведена як численними науковими дослідженнями, так і практикою. Таким чином, транснаціональні корпорації поряд із конкурентною боротьбою почали застосовувати політику співпраці та спільного виконання проектів, що реалізується через створення глобальних союзів та стратегічних альянсів, які об'єднують фінансові, науково-технічні, людські ресурси корпорацій. Зрозуміло, що створення таких глобальних структур не усуває проблеми конкуренції між європейськими, американськими та японськими транснаціональними компаніями, але вони об'єднують зусилля задля протидії інтенсивному розвитку та захопленню ринків потужними корпораціями з нових індустріальних країн та КНР. За оцінками фахівців, створення глобальних союзів і стратегічних альянсів буде провідною тенденцією на світовому ринку туристичних послуг у першій чверті XXI ст.

Головна і принципова відмінність глобальних союзів від стратегічних альянсів полягає у тому, що для перших характерною є зміна майнових відносин, другі ж ґрунтуються на домовленості сторін і не торкаються відносин власності. У зв'язку з цим більшого поширення набули стратегічні альянси.

Стратегічні альянси мають різні організаційні форми — у вигляді консорціумів, спільних підприємств стратегічного характеру та ін. Як зазначає В. Марков, стратегічні альянси створюються на тимчасовій основі групою незалежних підприємств, які зв'язані між собою сучасними інфор-

маційними технологіями та об'єднують свої ресурси і зусилля з метою ефективного використання сприятливої ринкової ситуації [12]. Головне — досягнення стратегічної мети, що зазвичай має довготерміновий характер.

Щодо об'єкта дослідження, то у сфері міжнародного туризму стратегічні альянси створюються передусім у секторах розміщення та перевезення іноземних туристів. Так, у готельному господарстві стратегічні альянси укладаються між кількома компаніями з метою спільної реалізації послуг, утворення єдиної збутової мережі, узгодження маркетингових стратегій, здійснення спільних проектів значної вартості. Головною їх метою є просування торгових марок готельних компаній на світовому ринку.

У секторі перевезень іноземних туристів провідні авіакомпанії створюють такі стратегічні альянси з конкурентами, які спрямовані на витіснення третіх компаній з ринку авіаперевезень. Ще наприкінці 90-х років нараховувалося понад 350 стратегічних альянсів авіакомпаній; надалі спостерігається тенденція до постійного їх збільшення. При цьому одна авіакомпанія може укладати угоди про створення кількох різних стратегічних альянсів. Найуспішнішими проектами є об'єднання авіаперевізників "Star Alliance" та "Oneworld", кожне з яких обслуговує до 180 млн пасажирів за рік.

Наступна тенденція розвитку міжнародних туристичних послуг, що викликана процесами глобалізації, — це лібералізація національних туристичних ринків, розширення доступу країн, що розвиваються, до міжнародних туристичних відносин.

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 [8, *235*].

Ефективна туристична політика багатьох країн, що розвиваються, дозволила їм вийти на світовий ринок туристичних послуг із конкурентоспроможними туристичними продуктами. Так, наприклад, у Гондурасі було дозволено доступ іноземних землевласників до прибережних районів, що сприяло залученню інвестицій у розвиток міжнародного туризму. Окрім того, туристичні підприємства країн, що розвиваються, поступово отримують можливість виходу на європейський, японський, північноамериканський ринки, що раніше внаслідок високо рівня протекціонізму були для них фактично закритими.

Проте ще зберігається істотна різниця між розвиненими країнами та країнами, що розвиваються, у частках ринку, які вони обіймають. За даними Міжнародної організації праці, незважаючи на те, що міжнародний туризм є "глобальною індустрією", його структурно-господарські характеристики свідчать про те, що основна частина надходжень від міжнародної туристичної діяльності донині припадає на Північну Америку та Західну Європу. У порівняно незначний часовий проміжок зміна такого співвідношення залишається мало реальною. Проте розуміння соціально-економічної динаміки глобалізації туризму спонукає уряди країн лібералізувати національне туристичне законодавство.

Глобалістичною за своїм змістом є тенденція до інформатизації, інноватизації та диверсифікації надання міжнародних туристичних послуг.

Процес глобалізації світової економіки сприяє розвитку інформатизації, поширенню інформаційних технологій та розширенню доступу до них все більшої кількості туристичних підприємств і туристів у різних країнах світу. Це дає додаткові можливості для малих і середніх туристичних підприємств позиціонувати себе у світовій інформаційні мережі, пропонуючи унікальні або індивідуально орієнтовані туристичні продукти. Як наслідок, "інформаційні технології привносять у туризм різкі зміни, особливо в галузі просування, маркетингу, диференціації і спеціалізації турпродуктів" [8, *233*].

Всеохоплюючий поступ глобалізації, що базується на поширенні новітніх інформаційних та комунікаційних технологій, зумовлює впровадження мережної форми організації відтворювальних процесів. Особливо яскраво це виявляється у секторах розміщення та перевезення іноземних туристів.

Практичним засобом реалізації інформатизації туристичної сфери світової економіки є впровадження глобальних комп'ютерних систем бронювання туристичних продуктів. Таким чином, в єдиний комплекс було зв'язано комп'ютерні мережі авіакомпаній, готелів, туристичних підприємств, рентінгових фірм з прокату автомобілів і т. ін. Наймасштабнішими нині є комп'ютерні сис-

теми бронювання місць "Amadeus", "Galileo International", "World-span", що з'єднують десятки тисяч туристичних агенцій у майже 120 країнах світу і функціонують у режимі реального часу.

Активною науково-технологічною домінантою сучасного розвитку та конкурентної діяльності у сфері міжнародного туризму є "інноватизація", тобто ефективне впровадження новітніх науково-технічних надбань і різноманітних ноу-хау у практичну діяльність туристичних підприємств. Саме інноваційність туристичних продуктів у сучасних умовах глобальної конкуренції дозволяє, з одного боку, задовольняти попит іноземних туристів, що прагнуть нових підходів і нових вражень, а з іншого — ефективно конкурувати на найбільш насичених сегментах світового ринку туристичних послуг.

Глобалізація поступово трансформує міжнародну туристичну галузь із стану домінування масового туризму на диверсифіковану галузь, яка адекватніше відповідає індивідуальним запитам туристів. Як наслідок, набуло поширення створення адресних, "нішевих" ринків. Посилення глобальної конкуренції сприяє вертикальній інтеграції, що передбачає злиття та агломерування туристичних підприємств із підприємствами інших секторів економіки. Подальша диверсифікація міжнародних туристичних послуг приводить до практично безперервного виникнення нових "нішевих" ринків, що відповідають диференціації туристів за соціальними ознаками.

Паралельно відбувається зміна споживчих переваг міжнародних туристів. Відповідно конкурентні переваги отримують ті туристичні підприємства, що здатні задовольнити індивідуальні потреби іноземних туристів. При цьому набутий за останній час туристами досвід і прагнення туристичних підприємств випередити конкурентів актуалізують пропозицію міжнародних туристичних послуг вищої якості, але з більшою віддачею витрачених коштів.

Поряд із порівняно позитивними глобальними тенденціями у розвитку міжнародних туристичних послуг виявляються й негативні, передусім пов'язані із загостренням регіональних соціокультурних та екологічних загроз безпеці міжнародного туризму, що вимагає необхідності впровадження моделі сталого розвитку.

Глобалізацію не можна зводити лише до економічних процесів, що ґрунтуються на глобальній конкуренції та транснаціоналізації економіки. Що більшого розвитку набуває науково-технічний прогрес, то загрозливішою стає проблема взаємовідносин суспільства і природи, зростає рівень забруднення довкілля. З іншого боку, перехід до інформаційного суспільства надає нові можливості для міжнародного економічного обміну, стирає державні кордони. Проте глобалізований світ, "світ без кордонів" не стає безпечнішим. Навпаки, зростають загрози насильства, розвитку локальних і регіональних кризових ситуацій, конфліктів та воєн, що порушують сталість розвитку туризму в різних країнах світу.

Серед негативних виявів глобалізації міжнародного туризму слід назвати спалахи захворювань та епідемій у різних регіонах світу, екологічні катастрофи та загрози терористичних актів. Більшість із цих проблем носить регіональний характер, але глобалізація вимагає реагування на них всієї світової туристичної галузі.

Міжнародна туристична галузь, що глобалізується, має тісний взаємозв'язок з екологічним станом території. Так, до міжнародного туристичного обігу залучаються передусім країни та регіони із безпечною екологічною ситуацію. Хоча туристична галузь є такою, що слабко впливає на довкілля, проте вплив масового туризму, особливо у місцях значного скупчення іноземних туристів, подекуди призводить до значного погіршення екологічного стану довкілля. З іншого боку, різноманітні техногенні аварії та катастрофи, що трапляються у традиційних туристичних регіонах світу, інтегрованих до глобальної туристичної системи, позбавляють їх туристичної атрактивності та ставлять під загрозу перспективи подальшого розвитку.

Виходом із такої ситуації багато вчених вбачають перехід світового туризму на ***модель сталого розвитку***. Концепція сталого розвитку бере свій початок фактично від декларації "Порядок денний на XXI століття", прийнятої на Конференції ООН з навколишнього середовища та розвитку, що відбулась у Ріо-де-Жанейро у 1992 р. В її основі лежить поняття про сталий (стабільний, збалансований, стійкий, самопідтримуваний) розвиток — стратегію, що реалізується таким чином, щоб рівною мірою забезпечити задоволення потреб у розвитку і збереженні навколишнього середовища як нинішнього, так і майбутніх поколінь. Базовими є три положення: 1) економічний розвиток без відповідної уваги до навколишнього середовища призведе до перетворення планети у пустелю; 2) захист навколишнього середовища без економічного розвитку означає бідність; 3) у соціально несправедливому світі не-

можливо забезпечити екологічну безпеку планети. Умовою сталості розвитку світогосподарської системи є передбачуваність соціальних, економічних та екологічних процесів.

У рамках досліджень Інституту світових ресурсів сталий розвиток розглядається як такий, при якому природні ресурси, людство і фінанси управляються і використовуються таким чином, щоб збільшити багатство і благоустрій людей без погіршення умов їхньої життєдіяльності у майбутньому. Український економіст Б. Данилишин трактує сталий розвиток як "таку систему відносин суспільного виробництва, при якій досягається оптимальне співвідношення між економічним ростом, нормалізацією якісного стану природного середовища, ростом матеріальних і духовних потреб населення" [7, *10*].

Також сталий розвиток розглядається як процес гармонізації продуктивних сил, задоволення необхідних потреб усіх членів суспільства за умови збереження і поетапного відтворення цілісності навколишнього середовища, забезпечення рівноваги між потенціалом природи та вимогами людей усіх поколінь [15, *42*]. Український економіст З. Герасимчук оперує поняттям "сталий розвиток території" — "процес забезпечення функціонування територіальної системи із заданими параметрами в певних умовах, протягом необхідного проміжку часу, що веде до гармонізації факторів виробництва та підвищення якості життя сучасних і наступних поколінь за умови збереження і поетапного відтворення цілісності навколишнього середовища" [6, *26*].

Сталий розвиток розглядається як певна альтернатива глобальній системній кризі цивілізації. Проте фактично він також є виявом глобалізації суспільства, оскільки Декларація підписана у 1992 р. представниками 179 країн. Модель сталого розвитку вимагає передусім розв'язання гострих проблем соціально-економічного характеру у поєднанні з покращанням рівня екологічної безпеки нинішнього та наступних поколінь.

Концепція сталого розвитку як цивілізаційна доктрина знайшла відгук у різних секторах економіки, отримавши певного розуміння й у сфері міжнародного туризму. Принципи сталого розвитку туризму в країнах світу сформульовано Всесвітньою туристичною організацією та Радою туризму і викладено в матеріалах "Глобального етичного кодексу туризму" (1999), "Осакської декларації тисячоліття" (2001), "Декларації з екотуризму", а також концепції розвитку туризму в XXI столітті "Agenda 21 for Travel and Tourism industry" та інших міжнародних документах. Зокрема, в "Осакській декларації тисячоліття" зазначається, що розвиток туризму на основі принципів сталості є єдиним способом ефективного розв'язання екологічних проблем при одночасному створенні робочих місць та забезпеченні економічного зростання. За умови розвитку туризму відповідно до засад сталості він має значний потенціал для поліпшення культурних і природних ресурсів [8, *233*]. У преамбулі "Глобального етичного кодексу туризму" сталий розвиток розглядається як такий, при якому поважається суспільний вибір усіх народів і надається сприяння встановленню справедливого, відповідального і стійкого міжнародного туристичного порядку, який даватиме вигоду всім секторам суспільства в умовах відкритої і конкурентної світової ринкової економіки.

Міжнародні організації визначають розвиток туризму відповідно до імперативів сталості як пріоритетний напрям його подальшого поступу в країнах світу. Відповідно постає питання розробки національних стратегій розвитку міжнародного туризму, що вже реалізовано у багатьох країнах, зокрема у більшості країн Євросоюзу, Росії, Білорусі, Молдові, Туреччині та ін. Першочерговим завданням забезпечення розвитку міжнародного туризму з урахуванням його впливу на сталий розвиток суспільства у таких стратегіях вбачається здійснення нової структурної політики та політики інституціональних перетворень на національному рівні. Відповідна модель розвитку туризму в країнах світу розглядається як така стратегія, що покликана забезпечити оптимальне економічне зростання галузі при збереженні та покращанні природного середовища міжнародних туристичних регіонів, створити умови для задоволення раціональних і розумних потреб іноземних туристів та місцевих громад.

У вітчизняній науці розвиток індустрії міжнародного туризму в контексті сталого розвитку розглядають як "процес розвитку рекреаційно-туристичного господарства певної території чи країни в такий спосіб і в такому обсязі, які дозволяють підтримувати збереження довкілля у незмінному вигляді" [6, *34*]. Автори української стратегії сталого розвитку туризму зазначають, що усвідомлення зростаючої проблеми збереження природного та етнокультурного розмаїття підштовхнуло світову громадськість до розробки стратегій сталого розвитку туризму, тобто "такої організації туристсько-рекреаційної діяльності, яка розвивається таким шляхом, на такому рівні,

в таких масштабах, що забезпечують її життєздатність протягом тривалого часу, не призводять до деградації або зміни навколишнього природного та соціокультурного середовища, в якому вона функціонує, до рівня, який заважає успішному розвиткові та здійсненню інших видів діяльності" [13, *191*].

Українські розробники зазначають також таке: "Сутністю сталого розвитку туризму є формування такої системи туристсько-рекреаційного природокористування суб'єктами туристичної діяльності, яка б за співвідношенням рівня, темпів та напрямів розвитку була комплексно-пропорційна розвиткові економічної, соціальної та екологічної складових, оскільки туризм є ресурсно орієнтованою сферою діяльності, в якій питання раціонального природокористування відіграють першорядну роль, а стан природного та соціокультурного середовища є одночасно і ресурсом, і умовою діяльності, що передбачає досягнення збалансованості їх розвитку" [13, *192*].

Пріоритетні детермінанти розвитку міжнародного туризму з урахуванням засад сталого розвитку ґрунтуються на основі збалансованості інтересів [13, *192*]:

- між економічною ефективністю міжнародної туристичної діяльності, яка потребує розширення меж, прямуючи практично до повсюдності, та збереженням природного довкілля і соціокультурної самобутності народів;
- між міжнародним туристичним бізнесом, діяльність якого спрямована на отримання максимально можливого за даних умов прибутку, та місцевими громадами і державою, які повинні дбати не тільки про соціально-економічне зростання, а й про збереження для майбутніх поколінь природної та соціокультурної складової туристичної діяльності, яка, по суті, є ресурсом для його стабільного функціонування.

Таким чином, виклики глобалізації світогосподарської системи, з одного боку, та імперативи сталого розвитку — з іншого, визначають пріоритетні напрями розвитку туристичної діяльності у різних країнах світу та зміст регуляторної політики щодо функціонування міжнародних ринків туристичних послуг. Ефективність туристичних послуг у подальшому залежатиме від сумісності економічних, соціокультурних та екологічних функцій міжнародного туризму.

Література

1. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия / Пер. с англ. С. Жильцова. — СПб.: Питер, 1999. — 416 с. — (Теория и практика менеджмента).
2. *Баранов Н. А.* Дилеммы глобальной демократизации // Вызовы глобализации в начале XXI века. — М., 2006. — С. 12.
3. *Білорус О. Г.* Економічна система глобалізму: Монографія. — К.: КНЕУ, 2003. — 357 с.
4. *Волконский В. А.* Драма духовной истории: внешнеэкономические основания экономического кризиса. — М.: Наука, 2002. — 262 с. — (Сер. "Экон. наука современной России").
5. *Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Попов О. М., Рєзанова Н. О.* Управління людськими ресурсами: філософські засади: Навч. посіб. / За ред. В. Г. Воронкової. — К.: Професіонал, 2006. — 567 с.
6. *Герасимчук З. В.* Регіональна політика сталого розвитку: методологія, формування, механізми реалізації: Монографія. — Луцьк: Надстир'я, 2001. — 528 с. — (НАН України; Ін-т регіональних досліджень).
7. *Данилишин Б. М., Шостак Л. Б.* Устойчивое развитие в системе природно-ресурсных ограничений. — К., 1999. — 367 с. — (НАН Украины ; Совет по изучению производительных сил Украины).
8. *Жарков Г. Н.* Правовое обеспечение международного туризма: Учебно-практ. пособие. — К.: Кондор, 2004. — 486 с. — (Юрид. книга).
9. *Жолдак В. И., Квартальнов В. А.* Менеджмент спорта и туризма. — М.: Сов. спорт, 2001. — 416 с. — (Росс. Междунар. академия туризма).
10. *Згуровський М.* У вирі глобалізації: виклики і можливості // Дзеркало тижня. — 2001. — № 45 (369). — С. 3–4.
11. *Кастельс М.* Информационная эпоха. Экономика, общество и культура / Пер. Б. Э. Верпаховского. — М.: ГУВШЭ, 2000. — 607 с. — (Гос. ун-т; Высш. шк. экономики).
12. *Пронин С. Г.* Рекламная иллюстрация: сила взгляда, креативное восприятие. — Саранск: Изд-во Мордовского ун-та, 2001. — 109 с.
13. *Смаль І., Смаль В.* Сталий розвиток індустрії туризму: економіко-географічний контекст // Україна: географічні проблеми сталого розвитку: Зб. наук. пр. — К.: ВГЛ "Обрії", 2004. — Т. 3. — С. 33–35.
14. *Тоффлер Е.* Третя хвиля / Пер. з англ. А. Євса. — К.: Вид. дім "Всесвіт", 2000. — 475 с. — (Міжнар. футурологічний бестселер).
15. *Шевчук В. Я.* Про концепцію переходу України до сталого розвитку // Проблеми сталого розвитку України: Зб. наук. пр. — К.: БМТ, 2001. — С. 42.
16. *Levitt T.* The globalization of markets // Harvard Business Rev. — 1983. — May-June. — P. 92–102.
17. *Robertson R.* Globalization: social theory and global culture. — L.: Sage, 1992. — 311 p.

Пріоритети розвитку ринків туристичних послуг визначаються як глобалізаційними тенденціями, так і імперативами постійного розвитку національних економік.

Приоритеты развития рынков туристических услуг определяются как глобализационными тенденциями, так и императивами постоянного развития национальных экономик.

Priorities of development of the markets of tourist services are defined both global tendencies, and imperatives of constant development of national economies.

Надійшла 21 вересня 2009 р.