

3 грудня 2019 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – С. 20. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). 3. Наймарк К. А. Розвиток індустрії дозволя та розваг як складової сфери туризму / К. А. Наймарк // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. – 2018. – Вип. 31. – С. 45–48. 4. Стальная В. А. Место и роль индустрии развлечений в мировой и отечественной сфере услуг [Електронний ресурс] / В. А. Стальная // Общество и экономика. – 2009. – № 1. – С. 118–128. 5. Український туристичний портал «УкрТуризм». – Режим доступу: <http://www.ukrtourism.com>. – Назва з екрана.

П. В. Шуканов, д. геогр. н., доцент
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський
університет економіки і торгівлі», м. Полтава
Parus2133@gmail.com

ГЕОЕКОНОМІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНО- ЦИВІЛІЗАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ

Розвиток світогосподарських зв'язків у індустріальний період сприяв тому, що тепер єдність загальнопланетарної системи підтверджується не лише з філософської точки зору, але і все більше проявляється в реальному житті. При цьому значущість національних управлінських структур і державних суверенітетів поступово зменшується, а збільшується вплив наддержавних регіонально-економічних організацій. Тому в стратегічній глобальній ієрархії значну позицію все більше займає гео-економічний простір. За визначенням професора Е. Г. Кочетова «геоекономіка – це концепція зовнішньоекономічної стратегії і формування зовнішньо-економічних доктрин». Геоекономіка відображає сутність глобального простору через систему економічних атрибутів, яка поширюється за межі національних рамок. З точки зору геоекономіки глобалізація розмиває межу між внутрішньою і зовнішньою сферами діяльності, між внутрішньою і зовнішньою політикою держави. Одночасно стимулюється процес економізації життя суспільства, при якому досягнення певних цілей глобалізації все більше здійснюється фінансово-економічними методами. Таким чином економізація простору і суспільства є своєрідним засобом для трансформації людства і перерозподілу владних повноважень.

Зовнішньоекономічні зв'язки держави з оточуючим світом все більше залежать від наднаціональних економічних організацій, які вже відверто нав'язують усьому світові свої правила

гри. При цьому класичний лібералізм підмінюється таким поняттям як «лібертаризм», тобто (за даними О. С. Панаріна) вимогою звести до мінімуму вплив національної держави не лише на розвиток економічних, але і на всі інші сфери суспільних відносин. Тому формується так звана «глобальна економічна влада», яка намагається дискредитувати значущість національного суверенітету, демонтувати чи послабити політично сильні держави, що і дозволить, на основі єдиного ринкового простору, створити глобальний ліберальний інтернаціонал.

За твердженням колишнього директора Європейського банку реконструкції та розвитку професора Жака Атталі геоekonomіка розглядає політичну реальність з урахуванням наявності Світового уряду як керівного органу майбутньої єдиної глобальної держави. Фундаментальною основою такого утворення повинні бути найважливіші інтеграційні угруповання: Північно-Американський Союз (основа – інтеграційне об'єднання НАФТА), Європейський Союз і Тихоокеанський регіон (АПЕК) як зона нового процвітання. При цьому регіональна інтеграція розглядається як важлива проміжна умова створення оптимального світового порядку. Єдність світової системи передбачається на основі формування глобального міжнародного ринку під керівництвом відповідних глобальних організацій, наприклад, СОТ.

В сучасних умовах майбутня глобальна структура формується на основі теорії мондіалізму (від франц. monde – світ), яка визначає неминучість повної планетарної інтеграції при переході від великої кількості держав, національних економік, народів і культур до єдиного уніфікованого глобального простору. Стратегічними пріоритетами мондіалізації є знищення расових, релігійних, етнічних і традиційно-культурних кордонів. Тому цілком обґрунтованим є твердження професора Паризького інституту політичних досліджень Б. Баді, що глобалізація – це не просто зростаюча взаємозалежність у світі, це підрив і руйнування національно-державного суверенітету під тиском глобальних фірм, релігійних угруповань і транснаціональних управлінських структур. Транскордонний характер майбутнього глобального ринку ґрунтується на таких сучасних напрямках розвитку міжнародних економічних відносин як фінансова глобалізація, становлення та розвиток глобальних транснаціональних корпорацій, регіоналізація економіки, інтенсифікація міжнародної торгівлі та міжнародного туризму.

Сучасний розвиток туризму, який базується на таких елементах, як масовість, інтегрованість, соціально-економічний характер, суттєво вплинув на динаміку ринку туристичного потоку і зумовив розглядати туризм, як соціально-економічне явище макрорегіонального і глобального значення. Розбудова в Україні туристичної галузі, яка б успішно інтегрувалася до міжнародних туристичних взаємовідносин, є одним з провідних напрямів структурної перебудови економіки країни. Сприятливі умови для формування національного ринку конкурентоспроможних туристичних послуг мають створюватися державою на основі нових механізмів господарювання, з врахуванням міжнародної інтеграції та переходу на макрорегіональний рівень пріоритетів.

Взаємозв'язок глобалізації та міжнародного туризму стимулюється чисельними міждержавними організаціями. Зокрема багато спеціалізованих заснувань системи ООН мають безпосереднє відношення до забезпечення необхідних умов для формування майбутнього глобального ринку туристичних послуг. До їхнього числа відносяться:

Економічна і Соціальна Рада ООН (ЕКОСОС);

Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (ЮНЕСКО);

Міжнародна організація праці (МОП);

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ);

Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР);

Міжнародний валютний фонд (МВФ);

Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО);

Міжнародна морська організація (ІМО);

Всесвітня метеорологічна організація (ВМО);

Продовольча і сільськогосподарська організація Об'єднаних Націй (ФАО);

Світова організація торгівлі (СОТ) та ін.

До світових міжнародних туристичних організацій відносяться:

Всесвітня туристична організація (ЮНВТО);

Всесвітня рада з подорожами і туризму (ВТТС);

Міжнародна асоціація світового туризму (МТ);

Міжнародний туристичний союз (ТУІ);

Міжнародний туристичний альянс (АІТ);

Всесвітня асоціація з питань дозвілля і відпочинку (ВАРА) та ін.

До макрорегіональних міжнародних туристичних організацій відносяться:

Європейська комісія з туризму (КЕТ);

Європейська туристична група (ЕТАГ);

Бюро організацій – членів ЛІТ у Європейському союзі (АІТ-ЕС);

Асоціація з розвитку і координації європейських туристичних обмінів (АДСЕТЕ);

Туристична асоціація країн Азії та Тихого океану (ПАТА);

Туристична асоціація країн Східної Азії (БАТА);

Федерація туристичних асоціацій країн-членів АСЕАН (ФАТА);

Асоціація туристичної індустрії Америки (ТІАА);

Конфедерація туристичних організацій Латинської Америки (КОТАЛ);

Карибська туристична організація (КТО);

Арабський туристичний союз (ЮАТ);

Панафриканська туристична організація (ПАТО);

Африканська асоціація подорожей (АТА) та ін.

При розгляді глобалізації необхідно враховувати таке явище як глокалізація (від франц. *cloche*, англ. *glock* – дзвін, ковпак), тобто такий процес транснаціоналізації, який передбачає створення систем контролю і управління, здатних поєднати макрорегіональну централізацію з локальними економічними інтересами. При цьому першорядне значення цього поняття полягає в поєднанні глобального (*glo-*) і локального (*local-*) з метою позначення тенденції об'єднання універсальних (глобальних) і місцевих (локальних) особливостей формування і розвитку глобального цивілізаційного простору (ГЦП). У вузькому сенсі слова глокалізація (*glocalization*) відноситься безпосередньо до ринку і розглядається як явище маркетингового рівня. У цьому значенні цей термін відображає таку зміну (стан) продукту, в результаті якої він може продаватися глобально і в той же час залучати споживачів на локальних ринках. Прикладами таких глокалізованих товарів є туристичні послуги або глобальна мережа «Макдональдс» у Франції, після того як її символом став відомий сакрально-легендарний персонаж Астерікс.

У відповідності до цивілізаційної парадигми розрізняють **цивілізаційний код**, як засіб зберігання, обробки і передачі

традиційних цінностей та функціональної значущості цивілізації, а також **цивілізаційне ядро**, як сукупність представників відповідного суперетносу. Цивілізаційне ядро несе функції відтворення сенсу життя певного культурно-історичного типу, характеризуючи його своєрідність, суть і особливості розвитку, що в сукупності реалізується в спадкоємності поколінь за допомогою цивілізаційного коду. На рівні глобальної суспільно-географічної системи (СГС) дана взаємодія найбільш стійко зберігається і виявляється за допомогою виділення та взаємозв'язку гео економічних особливостей цивілізаційного простору. В узагальненому вигляді вся різноманітність цивілізацій зводиться до співставлення і протиставлення Захід-Схід. При цьому враховується не тільки природниче, а й сакральное-просторове взаємоп'єднання двох суперечливих, але історично взаємопов'язаних частин антропосфери. В останні десятиліття дана дихотомія все частіше розглядається з урахуванням неминучого переходу антропосфери від індустріального до постіндустріального етапу розвитку, з перспективою формування глобальної інформаційної цивілізації.

З точки зору суспільної географії, поняття «цивілізація» інтерпретується нами як традиційно стійкий культурно-історичний тип надетнічного, наднаціонального значення та просторового розвитку певної частини глобальної СГС, який зумовлює територіальну організацію суспільства. При цьому **глобальний цивілізаційний простір (ГЦП)** визначається нами як функціональне і організаційне середовище та форма взаємодії традиційно-культурологічних полів у процесі розвитку СГС різних ієрархічних рівнів. Даний простір проявляється як сукупність усіх локально-регіональних та макрорегіональних цивілізацій, які ієрархічно організовані в системно-дихотомічному взаємозв'язку Захід-Схід.

На різних рівнях функціонування основними компонентами ГЦП, як системи, є територіальна (просторова), демографічна (населення), соціально-економічна, управлінська (кратополітична) і сакральна (культурно-релігійна) сфери життєдіяльності суспільства. Тому з точки зору системного і суспільно-географічного підходу пропонується конкретизувати поняття ГЦП і розглядати його як глобальну суспільно-географічну систему. За законом переходу кількісних змін у якісні, після досягнення певної величини настає така якісна трансформація системи

(природа – людина – суспільство), що стає очевидною загрозою наближення катастрофи в умовах формування нової системи (людина – суспільство – природа). Коли така проблема охоплює весь світ і все людство, вона відповідає рівню глобальної загрози, а для її вирішення потрібна мобілізація ресурсів всепланетарного масштабу.

Оскільки сучасний міжнародний туризм багато в чому є одночасним проявом і втіленням глобалізаційних процесів, саме він значно впливає на розвиток міжнародної інтеграції та стимулює формування наднаціональних геоекономічних макрорегіонів. У таких умовах туристичний бізнес є не просто реальною суспільною життєвою діяльністю, але і важливим фактором формування ГЦП. Геоекономічні особливості даного процесу проявляються саме через ринок туристичних послуг, який є частиною споживчого ринку і в більш загальному сенсі являє собою особливий сектор економічного простору. Економічна функція ринку туристичних послуг, як і будь-якого іншого ринку, полягає в забезпеченні ефективного використання ресурсів для задоволення потреб суспільства. Ця функція реалізується через взаємодію з ринками факторів виробництва та інших ринків у ході галузевої та міжгалузевої конкуренції. Соціальна функція ринку послуг забезпечує свободу споживчого вибору, а туристичний бізнес – це одна з найбільш динамічних галузей світового господарства, яка все більше впливає на трансформацію національних суспільно-географічних систем. Все це надає нам підстави розглядати геоекономічні особливості формування ГЦП у контексті зростаючого впливу туризму як фактору трансформації світового ринку туристичних послуг у майбутній глобальний туристично-цивілізаційний простір (ГТЦП).

При цьому просторове розширення туристичного ринку стимулює інтенсивний розвиток транспорту, передових інформаційних технологій і сприяє розвитку комунікацій між різними країнами, народами і регіонами світу. Аналізуючи процеси формування ГЦП, необхідно враховувати геоекономічні особливості загальнопланетарної трансформації ринку туристичних послуг за принципом Ф. Броделя: світ-економіка зачіпає певну частину географічного простору, як територіально і соціально-економічно самостійну та самодостатню систему, в якій внутрішні зв'язки між складовими елементами надають їй певну

органічну єдність [1, с. 14]. Саме тому геоeкономіка базується на принципі: конкретне історичне місце застосування економічних моделей на практиці впливає на всю економічну систему, підлаштовуючи її під унікальне цивілізаційне середовище. Тому у будь-якій економічній моделі вносяться суттєві корективи, що роблять кожну економічну систему унікальною. При цьому виділяються геостратегічні центри інтеграції, які є своєрідною основою для консолідації зацікавлених національних економік і ринків.

При цьому необхідно враховувати стійкість існуючої соціально-економічної системи світу. Ефективний розвиток будь-якого об'єкта передбачає підвищення його різноманітності та ускладнення взаємодії відповідних структурних компонентів. При зниженні різноманітності зростає ентропія і загроза руйнування системи. Тому під «стійкістю» також «розуміється збереження цілісності системи в умовах внутрішніх збурень і зовнішніх впливів, під «ефективністю» – переважання процесів організації над процесами дезорганізації (перевищення доходів над витратами), які створюють потенціал для подальшого ускладнення, а під «ускладненням» – підвищення структурної, інформаційної (інноваційної) і поведінкової різноманітності економічної системи» [3, с. 32]. Тобто, розвиток об'єкта полягає в максимально можливому його ускладненні, що дозволяє розширити просторові межі існування системи. При досягненні меж ускладнення і заповнення простору будь-який існуючий об'єкт починає деградувати, що проявляється в його спрощенні та скороченні займаної території. У результаті проявляється конкуренція між людьми і різними системами геопросторової організації суспільства. У зв'язку з цим питання взаємозв'язку глобалізації та сталого розвитку світу все більше розглядаються з точки зору геоeкономіки як особливої версії розвитку геополітики.

Тому все більш актуальною стає проблема реалізації феномена стійкого розвитку в контексті глобальної трансформації світу на різних рівнях ієрархії географічного простору. У зв'язку з цим у системній єдності глобального, регіонального та локального рівнів метапростору ми виділяємо різні субрівні – від загальнопланетарного і глобально-соціосферного, до локально-особистісного простору (табл. 1).

Таблиця 1 – Ієрархічні рівні організації глобального туристично-цивілізаційного простору

Рівні простору	Просторові субрівні
I. Глобально-просторовий рівень – глобалітет	⇒ Загальний (глобальний) простір – метапростір ⇒ Глобальний природний простір – ландшафтна оболонка ⇒ Глобально-суспільний простір – соціосфера (антропосфера)
II. Регіонально-просторовий (міжнародний) рівень – макрорегіоналітет	⇒ Континентальний простір ⇒ Інтеграційний простір ⇒ Транскордонний простір
III. Локально-просторовий (національний) рівень – локалітет	⇒ Національно-державний простір ⇒ Адміністративно-територіальний простір ⇒ Локально-особистісний простір

В умовах зростаючої дестабілізації світової економічної та політичної системи, під впливом різних транснаціональних сил і локально-регіональних проблем людства виникає реальна загроза перманентної глобальної кризи. Тому здійснюються процеси наднаціональної гео економічної (макрорегіональної) інтеграції як відображення необхідності переходу всіх народів світу на більш високий рівень цивілізаційного захисту антропосфери та навколишнього природного середовища.

У суспільно-географічній науці існує визначення макрорегіону світу як історично сформованого комплексу сусідніх народів, які належать до однієї регіональної цивілізації та взаємозалежно розвиваються у певних географічних умовах. З точки зору цивілізаційної парадигми в основі кожного макрорегіону має бути своєрідне етно-культурне ядро, навколо якого відбувається концентрація і територіальна організація цивілізаційного простору. Оскільки в період глобалізації важливим процесом є міжнародна регіоналізація світу, в якості таких ядер (концентрів) ми розглядаємо найбільш стійкі, впливові та привабливі інтеграційні утворення або найбільш впливові держави світу.

З урахуванням проведеного нами аналізу особливостей територіальної організації суспільства на різних рівнях формування ГТЦП запропоновано узагальнену схему макрорегіоналізації

світу на рівні глобалітета. У структурі ГТЦП виділено дев'ять основних туристичних макрорегіонів. Такий макрорегіон визначається нами як міжнародна і полікультурна (різноманітна) форма територіальної організації та функціонування національних ринків туристичних послуг у межах ГТЦП. У кожному туристичному макрорегіоні виділяється відповідне інтеграційне ядро, тобто держава або сукупність країн (ринків), які об'єднуються між собою соціально-економічно, а потім і політично, притягуючи до себе окремі суспільно-географічні системи. В якості таких ядер (концентрів) виявлені найбільш стійкі та привабливі інтеграційні структури світу як регіонального так і глобального значення: АСЕАН (Асоціація держав Південно-східної Азії), РСАДПЗ (Рада співпраці арабських держав Перської затоки), САМ (Союз арабського Магрибу), ЄврАзЕС (Євразійське економічне співтовариство), ЄС (Європейський Союз), СААРК (Асоціація регіонального співробітництва Південної Азії), САДК (Співтовариство розвитку Півдня Африки), НАФТА (Північно-американська угода про вільну торгівлю), МЕРКОСУР (Спільний ринок країн Південної Америки), АНЗСЕРТА (Австрало-Новозеландська угода про вільну торгівлю).

Виходячи з вищевикладеного, формування ГТЦП передбачає перехід від домінування поки що впливових національних туристичних ринків до міжнародно-регіональної (наднаціональної) моделі розвитку світового ринку туристичних послуг. Тому процеси формування ГТЦП необхідно вивчати з точки зору геостратегічного підходу, з врахуванням геоелементних особливостей і загальнопланетарного перерозподілу доступних для людства ресурсів. У результаті стає очевидним, що локально-національні ринки все більше послаблюються, а інтеграційні туристичні макрорегіони посилюються. При цьому відбувається поступовий перехід від існуючих офіційно національно-державних пріоритетів та інститутів влади до нового світового порядку на чолі з наднаціональними представниками макрорегіонального та глобально-олігархічного менеджменту.

Інформаційні джерела: 1. Бродель Ф. Время мира. Матеріальна цивілізація, економіка і капіталізм. XV–XVIII вв. / Ф. Бродель ; пер. с франц. Л. Е. Куббеля ; под ред. Н. В. Рудницької. – Москва : Прогресс, 1992. – Том 3. – 680 с. 2. Підгрушній Г. П. Територіальна організація суспільства: сучасні підходи до розуміння категорії та її практичне значення / Г. П. Підгрушній // Український географічний журнал. – 2010. – № 2. – С. 40–44. 3. Скопин А. Ю.

Введение в экономическую географию: базовый курс для экономистов, менеджеров, географов и регионоведов / А. Ю. Скопин. – Москва : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2001. – 272 с. 4. Шуканов П. В. Развитие туристического бизнеса в условиях глобализации та регионализации світу // Проблеми розвитку туристического бізнесу : [монографія] / [за заг. ред. Г. П. Скляра, В. Г. Шкарупи]. – Полтава : ПУЕТ, 2013. – С. 31–44. 5. Bradshaw M. World regional Geography: The new global order/ M. Bradshaw. – Boston : Mc Graw – Hill, 2000. – 640 p.