

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ІМЕНІ М. І. ДОЛІШНЬОГО»

БІЛАНЮК ОЛЬГА ПЕТРІВНА



УДК 332.14:69.003

**РОЗВИТОК ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ В
УМОВАХ ІНТЕГРУВАННЯ УКРАЇНИ В ЄС**

08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Львів – 2019

Дисертацією є рукопис.

Дисертація виконана у Львівському національному університеті імені Івана Франка МОН України, м. Львів

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Мальська Марта Пилипівна,
Львівський національний університет імені Івана Франка МОН України,
завідувач кафедри туризму.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Благуєн Іван Семенович,
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника»,
декан економічного факультету;

кандидат економічних наук,
старший науковий співробітник
Щеглюк Світлана Дмитрівна,
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України»,
старший науковий співробітник відділу просторового розвитку.

Захист відбудеться 18 грудня 2019 року об 11 год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 35.154.01 в ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» за адресою: 79026, м. Львів, вул. Козельницька, 4.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України» за адресою: 79026, м. Львів, вул. Козельницька, 4 та на сайті: <http://ird.gov.ua/>

Автореферат розісланий 18 листопада 2019 року.

Учений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат економічних наук



П. В. Жук

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність проблеми. Сучасний етап інтегрування України в економічний простір ЄС актуалізує питання пошуку дієвих механізмів розвитку транскордонних регіонів, спрямованих на ефективне використання їх ендogenous соціально-економічного потенціалу, якісні перетворення в економіці та соціальній сфері. В межах кожного транскордонного регіону формується низка ринків, які характеризуються певною специфікою, пов'язаною з наявністю кордону та намаганням суб'єктів економіки нівелювати його вплив. Посилення транспарентності кордонів України та ЄС впродовж останніх років суттєво активізувало розвиток транскордонного туристичного ринку, який є одним з основних напрямків інтегрування суспільних груп, розділених міжнародними кордонами. Як результат, прикордонні регіони України відчули низку переваг та позитивних результатів від розвитку туристичної діяльності. Серед них реалізація спільних інфраструктурних проектів, посилення регіональної ідентичності, забезпечення ефективності маркетингу туристичних продуктів, зростання зайнятості у цій сфері.

Тема дослідження транскордонного співробітництва в економічній та соціальній сферах, активізації транскордонних ринків товарів та послуг, зокрема, транскордонного туристичного ринку, стали предметом дослідження низки зарубіжних вчених, серед яких Бугаліс Д., Гретцел У., Гемптон М., Гартман К., Йоаннідес Д., Кандела Дж., Лопез де Авіла А., Проккола Е., Руанен Л., Тімоті Д. Значну увагу у своїх дослідженнях зазначеним питанням приділяли вітчизняні науковці В. Алмашій, І. Артьомов, І. Благун, В. Борщевський, В. Герасименко, О. Гулич, Ю. Зінько, В. Кифяк, Є. Кіш, В. Кравців, О. Любіцева, М. Максимчук, М. Мальська, Ю. Мігущенко, Н. Мікула, Н. Павліха, В. Папп, Х. Притула, І. Сторонянська, І. Студенніков, Т. Ткаченко, С. Устич, Ф. Шандор, І. Школа, С. Щеглюк.

Водночас розвиток транскордонних туристичних ринків не може розглядатися поза базовими принципами політики розвитку ЄС - розумного, сталого та інклюзивного зростання. Безперспективним в сучасних умовах є підхід до розвитку туризму виключно на засадах використання культурних та природних ресурсів. Європейський досвід доводить, що важливо розглядати туризм не як сферу, що знаходиться в тіні промислового сектору, а як невід'ємну складову регіональної інноваційної системи та елемент розвитку економіки знань в регіоні. При цьому smart-розвиток туризму полягає не лише у активному використанні новітніх інформаційно-комунікаційних технологій, а й управлінських інновацій, продукуванні інноваційних туристичних продуктів, застосуванні технологій, пов'язаних з використанням робототехніки, інноваційної медичної апаратури, відновлюваної енергетики тощо.

Зазначене обумовлює необхідність детермінації стратегічних пріоритетів розвитку транскордонного туристичного ринку на засадах smart-спеціалізації, визначення напрямків спільних дій України та країн ЄС (як на рівні органів влади та місцевого самоврядування, так і бізнес структур) щодо вироблення та просування нових туристичних продуктів, обґрунтування напрямків

ефективного використання ендогенного туристичного потенціалу прикордонних регіонів в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Недостатня розробленість окреслених питань, а також їх практична значущість для економіки регіонів зумовили вибір теми дисертаційної роботи.

Зв'язок з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана відповідно до плану науково-дослідної роботи кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка, зокрема за темами: «Оптимізація використання рекреаційно-туристичного потенціалу Західного регіону України: теоретико-методологічні і прикладні аспекти» (2016-2018рр., №ДР 0116U001635) – в межах теми автором обґрунтовано методологічні засади розвитку транскордонних туристичних ринків в умовах активізації євроінтеграційних процесів, "Оптимізація просторової та структурної організації туристичної інфраструктури Карпатського регіону України" (2019-2021 рр., №ДР 0119U002411) – в межах теми автором здійснено порівняльний аналіз туристично-рекреаційного потенціалу Львівської області та Підкарпатського воєводства Польщі.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо розвитку транскордонного туристичного ринку в умовах інтегрування України в європейський економічний простір.

Для досягнення мети в дисертаційній роботі поставлені і вирішені такі завдання:

- проаналізувати концептуальні підходи до розвитку транскордонних туристичних ринків та удосконалити понятійний апарат їх дослідження;
- обґрунтувати методологічні основи розвитку транскордонних туристичних ринків в світлі стратегічних пріоритетів ЄС;
- здійснити порівняльний аналіз тенденцій та впливу соціально-економічних чинників на розвиток регіональних туристичних ринків України та Польщі;
- провести оцінювання обсягів та структури українсько-польського туристичного ринку, з'ясувати особливості його функціонування в умовах активізації євроінтеграційних процесів;
- детермінувати місце транскордонного туристичного ринку в системі стратегічних документів прикордонних регіонів України та Польщі;
- визначити напрями імплементації smart-спеціалізації в стратегування розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку;
- запропонувати сукупність заходів щодо розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку на новітніх засадах та напрями підвищення конкурентоспроможності спільних туристичних продуктів.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та науково-практичні засади розвитку транскордонного туристичного ринку в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Методи дослідження. Теоретичним підґрунтям дисертаційного дослідження стали наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, законодавчі, нормативні акти, а також стратегічні документи розвитку України та Польщі. Дослідження базувалося на використанні системного підходу до вивчення економічних явищ, зокрема на фундаментальних положеннях регіональної економіки, теорії транскордонних ринків, методології економічного аналізу. Під час роботи над дисертацією використовувалася сукупність і загальнонаукових, і спеціальних методів пізнання: логічного узагальнення, аналізу, порівняння і синтезу (для визначення сутності, змісту, еволюції теоретичних підходів до регулювання розвитку транскордонних ринків); структурного, факторного, кореляційного, аналізу, метод декомпозиції (для виявлення тенденцій та зовнішніх чинників функціонування транскордонного туристичного ринку; комплексної оцінки стану українсько-польського транскордонного туристичного ринку, розвитку туристичних ринків України та Польщі на мезорівні); стратегічного аналізу (для розробки напрямів розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку); графічні та матричні методи (для наочного подання теоретичних, аналітичних і рекомендаційних положень).

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні акти органів влади України, Польщі, ЄС; наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених; статистичні матеріали; інтерактивні таблиці Євростату; аналітичні розрахунки автора, виконані у процесі проведення дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів проведеного дослідження полягає в розвитку і уточненні теоретичних положень та розробці науково обґрунтованих рекомендацій щодо розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку в умовах активізації євроінтеграційних процесів. Під час дослідження отримані такі найбільш суттєві результати:

удосконалено:

- концептуальні засади розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку шляхом імплементації принципів smart-спеціалізації. Зокрема, виокремлено перспективні сфери (розвиток велосипедного туризму та створення довгодистанційної міждержавної велосипедної траси, розширення ринку за рахунок збільшення кількості туристів у віці 55+ та створення туристичних продуктів для цієї вікової групи, розвиток сентиментального (ностальгічного) туризму), визначено стратегічні напрямки та заходи (створення цифрової платформи українсько-польського транскордонного туристичного ринку, розробка та проведення активної промоційної кампанії спільних туристичних продуктів) щодо їх реалізації в умовах активізації євроінтеграційних процесів;

- наукові положення щодо стратегування розвитку транскордонних туристичних ринків між Україною та країнами ЄС, в основі якого повинні лежати принципи розумного, сталого та інклюзивного зростання. На відміну від сучасних підходів до розвитку туризму, які базуються на традиційних факторах, обґрунтовано, що туризм як одна із високодинамічних сфер економічної діяльності володіє потенціалом розвитку на основі активного залучення

інноваційних (креативних) продуктів, інформаційно-комунікаційних технологій, а також ефективного використання внутрішнього потенціалу транскордонного регіону задля виявлення нових підприємницьких ініціатив та точок економічного зростання;

– методологічні підходи до регулювання розвитку транскордонних туристичних ринків, зокрема доведено доцільність перенесення з державних органів влади на органи місцевого самоврядування ваги відповідних управлінських повноважень, необхідність вдосконалення інституційного підґрунтя участі територіальних громад як повноцінних суб'єктів в проектах транскордонного співробітництва шляхом приведення вітчизняного законодавства у сфері транскордонного співробітництва до європейських стандартів, активізації фінансово-організаційного забезпечення означених процесів в ході адміністративно-фінансової децентралізації та зростання зацікавленості територіальних громад у розвитку локальних туристичних ринків як джерела нарощення їх економічної спроможності;

отримали подальший розвиток:

– методичний підхід до оцінювання кількісних та якісних особливостей розвитку транскордонних туристичних ринків, який включає: здійснення порівняльного аналізу регіональних туристичних ринків України та Польщі за показниками їх розвитку, економічної ефективності діяльності суб'єктів туристичної сфери, концентрації та локалізації туристичних послуг, а також аналіз факторних детермінант розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку. Застосування запропонованого підходу дозволяє: розкрити проблеми, що виникають на різних етапах розвитку транскордонних туристичних ринків; визначити спеціалізацію прикордонних регіонів у туристичній сфері; виявити внутрішній потенціал транскордонного регіону щодо розробки спільних туристичних продуктів;

– наукові основи розробки стратегічних документів розвитку транскордонних туристичних ринків з використанням підходу на основі активів (*asset based development*). Такий підхід, на відміну від підходу до стратегування, яких передбачає акцент на проблемах та потребах громад чи ринків, акцентує увагу на віднайденні та чіткому визначенні перспективних спільних туристичних продуктів та їх активного просування. Підхід до стратегування на основі активів дозволить перейти до розвитку обраних видів smart-туризму та smart-дестинацій в межах транскордонного регіону.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробленні рекомендацій щодо аналізу, оцінювання, прогнозування та регулювання розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку в умовах активізації євроінтеграційних процесів. Сукупність пропозицій щодо активізації діяльності українських туристичних підприємств та популяризації українсько-польського транскордонного регіону як туристичної дестинації використано у діяльності Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації (довідка від 08.05.2018 р. №282) та в роботі ТзОВ СП «МІСТ-ТУР» (довідка від 12.02.2019 р. №1/28-02).

Низка положень та результатів дисертаційної роботи використані при розробці методичного забезпечення та викладання навчальних дисциплін «Міжнародний туризм», «Актуальні проблеми туризму та сфера послуг», «Ринок туристичних послуг» для студентів спеціальності «Туризм» географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка (довідка від 18.12.2018 р. №12/362).

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є результатом самостійного наукового дослідження. Теоретичні обґрунтування практичні розробки, висновки та рекомендації, які містяться в роботі, одержані автором самостійно на основі аналізу та узагальнення теоретичного і практичного матеріалу. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертаційному дослідженні використані лише ті ідеї та положення, які є результатом особистого дослідження.

Апробація результатів дисертації. Основні положення і результати дисертації пройшли апробацію на низці міжнародних і всеукраїнських науково-практичних та науково-методичних конференціях, а саме: V Міжнародній науковій конференції «Географія і туризм: міжнародні виклики українському туризму» (Львів–Судова Вишня, 2011 р.), VI Міжнародній науковій конференції «Географія і туризм: національний та міжнародний досвід» (Львів–Розлуч, 2012 р.), X Міжнародній науковій конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» (Львів, 2016 р.), Всеукраїнській науково-практичній конференції «Туристичні тренди – 2017: інновації, бренди, дестинації» (Харків, 2017), II Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції молодих учених, аспірантів та студентів «Трансформаційні процеси в економіці України: глобальні та регіональні аспекти» (м. Львів, 2017 р.), IV Міжнародній науково-практичній інтернет конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика» (Полтава, 2017 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Інноваційні технології у розвитку сучасного суспільства» (м. Львів, 2019).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 21 наукову працю загальним обсягом 7,91 д.а.: 13 статей у наукових фахових виданнях (з них 9 у виданнях, включених до міжнародних наукометричних баз), в т.ч. 8 одноосібних, 1 колективна монографія, 7 тез доповідей. Особисто автору належить 6,58 д.а.

Обсяг і структура роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи складає 218 сторінок. Основний текст дисертації викладено на 180 сторінках. Робота містить 26 таблиць, 22 рисунки, список використаних джерел із 204 найменування, 10 сторінок додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано мету, основні завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, визначено наукову новизну, практичне значення одержаних результатів, особистий внесок автора, наведено дані щодо апробації результатів дослідження, їх

опублікування та структури дисертації.

У першому розділі «**Теоретико-методологічні засади дослідження та розвитку транскордонних туристичних ринків**» висвітлено сутність туризму та туристичних ринків, їх місце в економіці регіону, детерміновано поняття транскордонного туристичного ринку, обґрунтовано методологічні основи розвитку транскордонних туристичних ринків в світлі стратегічних пріоритетів ЄС.

Дослідження еволюції підходів до визначення сутності локального туристичного ринку дозволило виокремити низку підходів до його трактування: як складової загального ринку товарів та послуг, що функціонує за законами попиту і пропозиції; як сферу реалізації товарів та послуг, що задовольняють потреби подорожуючих осіб у місцях їх тимчасового перебування; як сукупність економічних відносин з приводу купівлі-продажу специфічних туристичних продуктів і послуг у певний час і у певному місці; як сукупність всіх фактичних і потенційних споживачів туристичного продукту. Водночас встановлено, що формування регіональних і навіть локальних туристичних ринків значною мірою обумовлене чіткою «приналежністю» попиту до певної території, регіону, які є місцем туристичних дестинацій.

Розвиваючись в межах регіону (території), туристичний ринок перебуває під впливом об'єктивних та суб'єктивних соціально-економічних, інституційних, ресурсних тощо чинників. Внутрішнє середовище регіонального туристичного ринку являє собою не лише сукупність туристично-рекреаційних ресурсів та підприємств, що формують туристичну інфраструктуру, а й діяльність усієї соціально-економічної системи регіону, оскільки рівень її розвитку визначає потенціал формування попиту на туристичний продукт.

Особливим типом регіонів є транскордонні регіони, які характеризуються розташуванням поряд з державними кордонами. Транскордонні регіони слід розглядати як просторово інтегровану форму економічного співробітництва в рамках європейського простору. Розвиток транскордонної кооперації призводить до появи транскордонного ринку, який можна визначити як систему взаємодії суб'єктів міжнародних економічних відносин на локальному рівні, в рамках якої відбуваються економічні обміни і спільне використання матеріальних, фінансових і людських ресурсів у рамках єдиного транскордонного регіону.

Особливістю транскордонного туристичного ринку є більша кількість суб'єктів ринку, ніж в межах регіонального туристичного ринку однієї країни, зокрема: туристичних підприємств суміжних регіонів двох сусідніх країн, туристів, рекреантів та інститутів транскордонного співробітництва. Крім цього, важливим компонентом транскордонного туристичного ринку є пропозиція спільного туристичного продукту, що об'єднує зусилля кількох сторін у просуванні цього продукту не лише на транскордонному ринку, але й на європейському та світовому ринках туристичних послуг.

Вивчення світового досвіду дозволяє виокремити низку чинників формування і розвитку транскордонних туристичних ринків:

- спільне використання туристичної та транспортної інфраструктури, що може суттєво зменшити витрати на її розбудову, уникнути непотрібного дублювання таких об'єктів та підвищити ефективність їх використання (прикордонні території трьох держав – Сінгапуру, Малайзії (штат Джохор) та Індонезії (о. Ріау));

- спільний туристичний ресурс – природня дестинація або історико-культурна спадщина (євро регіон TriRhena, який охоплює район Верхнього Рейну на кордоні Швейцарії, Франції та Німеччини; водоспади: Ігуасу – Бразилія і Аргентина, Ніагарський – Канада і США, Вікторія – Зімбабве і Замбія);

- взаємодоповнення природо-ресурсного потенціалу прикордонних регіонів однієї країни туристичними можливостями інших держав (туристи, які відпочивають в південній частині Швеції (Сконе), популярної своїми природними багатствами, відвідують м. Копенгаген – потужний історико-культурний центр);

- контрастність природних, культурних і економічних середовищ сусідніх країн, що обумовлює появу шопінг-туризму (жителі транскордонних регіонів Австрії часто здійснюють шоп-тури в Братиславу, жителі південно-східних регіонів Норвегії звикли робити покупки в сусідній Швеції) чи споглядання цивілізаційних відмінностей (прикордонні регіони Китаю і Росії, США і Мексики; Австралії і Папуа Нової Гвінеї) тощо.

Розвиток транскордонних туристичних ринків не може розглядатись поза межами Стратегії «Європа-2020: Стратегія розумного, сталого та інклюзивного розвитку», яка є базовим документом, що визначає політику розвитку ЄС (а також країн-сусідів, регіони яких беруть участь у транскордонному співробітництві з прикордонними регіонами країн ЄС) на найближчий період. В роботі проаналізовано сфери smart-спеціалізації регіонів ЄС, що дозволило констатувати наступне. Сфера туризму в Стратегії Європа-2020 не розглядається як пріоритетна для smart-спеціалізації, оскільки характеризується порівняно нижчою інноваційністю та потребою у smart-технологіях на противагу високотехнологічним сферам промисловості. Водночас 28 регіонів ЄС обрали туризм як один з пріоритетних видів діяльності в інноваційних стратегіях розвитку. Ще 44 регіони зосереджені на різних аспектах економічного розвитку, опосередковано пов'язаних з туристичною індустрією, як наприклад, морський транспорт та логістика, рибальство та аквакультура, суднобудування, будівництво, морський транспорт тощо.

При цьому важливо розглядати туризм не як сферу, що знаходиться в тіні промислового сектору, а як невід'ємну складову регіональної інноваційної системи та елемент розвитку економіки знань в регіоні. Безперспективною в сучасних умовах є стратегія розвитку туризму, яка базується виключно на засадах використання культурних та природних ресурсів. Так само невірним є бачення модернізації та інноваційного розвитку туризму виключно у більш

активному використанню інформаційно-комунікаційних технологій. Не менш важливу роль повинні відіграти управлінські інновації, продукування інноваційних видів послуг, використання технологій пов'язаних з використанням робототехніки, інноваційної медичної апаратури, відновлюваної енергетики тощо.

Отже, особливістю концептуального підходу автора до розвитку транскордонних туристичних ринків в умовах інтегрування України в ЄС є поєднання територіально-орієнтованого підходу та принципів smart-спеціалізації. Це обумовлює необхідність: 1) враховувати ендегенний потенціал транскордонного регіону; 2) забезпечити рівний доступу до ресурсів та можливостей розвитку усіх суб'єктів транскордонного туристичного ринку (місцевих органів управління, підприємницьких структур, туристичних дестинацій, індивідів); 3) здійснювати обґрунтований вибір напрямів smart-спеціалізації та активну політику їх підтримки на регіональному та локальному рівнях. Зважаючи на це, методологічне підґрунтя вироблення стратегічних пріоритетів стимулювання розвитку транскордонних туристичних ринків мають становити положення теорії ендегенного зростання (зокрема, врахування наявного в регіоні креативного та інноваційного потенціалу, а не лише традиційних природо-ресурсних чинників); нової економічної географії та теорії кластерів (які акцентують увагу на процесах агломерування та просторовій концентрації економічної активності); інституційної економіки (насамперед, посилення інклюзивності та ефективного використання потенціалу усіх суб'єктів транскордонного туристичного ринку).

У другому розділі **«Аналіз тенденцій та чинників розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку»** охарактеризовано тенденції функціонування та розвитку туристичних ринків України та Польщі, проведено компаративний аналіз розвитку регіональних туристичних ринків цих країн, виявлено та проаналізовано факторні детермінанти розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку.

В роботі розроблено методичний підхід до оцінювання кількісних та якісних особливостей розвитку транскордонних туристичних ринків, який включає: здійснення компаративного аналізу регіональних туристичних ринків України та Польщі за показниками їх розвитку, економічної ефективності діяльності суб'єктів туристичної сфери, концентрації та локалізації туристичних послуг, а також аналіз факторних детермінант розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку. Практична реалізація запропонованого методичного підходу дозволила отримати такі результати.

Дослідження динаміки туристичних потоків в регіонах України та Польщі свідчить про динамічне зростання регіональних туристичних ринків Польщі та нестабільний розвиток вітчизняних туристичних ринків. Позитивна динаміка нарощення потоків українських та закордонних туристів простежується лише після 2016 р.

Порівняння показників концентрації та локалізації туристичного ринку у

регіонах України та воєводствах Польщі за 2017 р. показало, що коефіцієнт локалізації більший за одиницю у Вінницькій, Дніпропетровській, Київській, Львівській, Полтавській, Рівненській, Тернопільській та Хмельницькій областях і м. Києві, а також у Нижньосілезькому, Куявсько-Поморському, Лодзькому, Малопольському, Мазовецькому, Сілезькому воєводствах, що свідчить про вищі темпи розвитку цієї сфери в цих регіонах і воєводствах, ніж загалом по державі. У всіх інших регіонах та воєводствах коефіцієнт локалізації менший за одиницю, що свідчить про недостатній рівень використання власного ресурсного потенціалу усіх суб'єктів туристичної діяльності, а також вищу у порівнянні з першою групою регіонів і воєводств конкуренцію на цих регіональних туристичних ринках.

Оцінка локалізації туристичної діяльності регіонів в межах українсько-польського транскордонного туристичного ринку впродовж 2010-2017 рр. засвідчила відсутність стабільної динаміки розвитку, оскільки в кожному конкретному досліджуваному регіоні (за винятком Львівської області) значення показника коливалось як вище одиниці, так і нижче одиниці в різні роки. Лише туристичний ринок Львівської області демонстрував виключно позитивні результати зростання впродовж досліджуваного періоду.

На основі проведеного аналізу економічної ефективності діяльності суб'єктів туристичного ринку в регіонах України та воєводствах Польщі, встановлено, що в Україні на одну гривню витрат найбільше доходів припадає у Львівській, Одеській, Івано-Франківській, Закарпатській областях та м. Києві, де сума коливається від 3 грн і більше на 1 грн витрат, а найменш економічно-ефективними є Сумська, Черкаська, Кіровоградська, Донецька та Луганська області (рис. 1). Щодо польських воєводств, то найбільш економічно ефективними є Великопольське, Нижньосілезьке, Мазовецьке, Поморське і Малопольське воєводства, де рівень доходу на 1 злотий витрат склав більше 3 злотих, а наменш економічно ефективними Любуське, Куявсько-Поморське, Лодзьке, Підляське, Вармінсько-Мазурське, Опольське та Свентокшиське воєводства, оскільки в них на 1 злотий витрат припадає від 1 злотого до 2 злотих доходу (рис. 2).

Водночас слід наголосити на протилежних тенденціях, які проявляються в динаміці розвитку прикордонних регіонів України та Польщі на тлі інших регіонів відповідних країн. Так, якщо Львівська та Закарпатська області демонстрували значно вищий рівень розвитку туристичної сфери впродовж 2012-2017 рр. в порівнянні з іншими регіонами України, то прикордонні воєводства Польщі – Любельське та Підкарпатське – характеризувались нижчими темпами розвитку порівняно з іншими регіонами Польщі.

Отримані результати підтверджують і показники надходження туристичного збору до місцевих бюджетів прикордонних регіонів України та Польщі за 2016-2018 рр. (тис. дол. США) (табл. 1). Хоча доходи місцевих бюджетів прикордонних регіонів України від туристичного збору були суттєво меншими в доларовому еквіваленті, темпи їх зростання є суттєво вищими впродовж останніх років.



Рис. 1. Економічна ефективність діяльності суб'єктів туристичної сфери регіонів України, 2017 р.

Примітка: побудовано автором за даними Державної служби статистики України



Рис. 2. Економічна ефективність діяльності суб'єктів туристичної сфери воєводств Республіки Польщі, 2017 р.

Примітка: побудовано автором за даними Główny Urząd Statystyczny <https://stat.gov.pl/>

Таблиця 1

Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів прикордонних регіонів України та Польщі за 2016-2018 рр. (тис. дол. США)

Регіон	2016 р.	2017 р.	2018 р.	Частка, % (2018 р.)	Приріст 2017/2018
Волинська область	14,3	18,9	22,5	0,6	↑ 18,9 %
Закарпатська область	84,6	111,6	146,2	4,2	↑ 31,0 %
Львівська область	323,8	412,8	516,1	14,8	↑ 25,0%
Всього в Україні	2080,6	2701,3	3489,5	100	↑ 29,2 %
Любелське воєводство	118,1	139,4	150,8	1,1	↑ 8,2 %
Підкарпатське воєводство	557,5	633,6	711,9	5,2	↑ 12,4 %
Всього в Польщі	10770,0	12238,6	13751,4	100,0	↑ 12,4 %

Примітка: розраховано автором на основі даних [*]

З використанням регресійно-кореляційного аналізу на основі даних 2012-2017 рр. встановлено, що серед 20 обраних факторів впливу на результуючу змінну (Y – співвідношення кількості туристів до доходів від наданих послуг в межах певного туристичного ринку), у кожному досліджуваному регіоні та воєводстві формувався подібний перелік основних факторів впливу. Зокрема, у Львівській області на результуючу змінну найбільший вплив чинили такі фактори як: кількість суб'єктів туристичної діяльності (X_1), кількість іноземних туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (X_6), кількість внутрішніх туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (X_7), загальна вартість перебування всіх розміщених у готелях осіб протягом року (X_{12}), рівень доходів населення у Львівській області (X_{20}). У Волинській області – кількість суб'єктів туристичної діяльності (X_1), кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності з метою поїздки (дозвілля, відпочинок) (X_3), кількість внутрішніх туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (X_7), кількість реалізованих туристичних путівок (X_{19}), рівень доходів населення (X_{20}). У Підкарпатському воєводстві – кількість іноземних туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (X_6), кількість розміщених осіб у суб'єктах туристичної діяльності (X_8), індекси споживчих цін на товари та послуги (X_{10}), кількість колективних засобів розміщування (X_{16}), рівень доходів населення (X_{20}). У Любелському воєводстві – кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності з метою поїздки (дозвілля, відпочинок) (X_3), кількість іноземних туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності (X_6), загальна вартість перебування всіх розміщених у готелях осіб протягом року (X_{12}), тривалість перебування приїжджих у колективних засобах розміщення (X_{17}), рівень доходів населення (X_{20}).

Здійснений факторний аналіз, який довів, що найбільший вплив на рівень

* Інформація щодо фінансово-економічних показників сфери туризму та курортів. Сайт Державної фіскальної служби України; Wpływy podatkowe z turystyki w Polsce w latach 2016-2018. Ministerstwo Sportu i Turystyki.

розвитку туристичного ринку досліджуваних регіонів і воєводств має такий показник як доходи населення. Так, стандартизовані регресійні коефіцієнти між рівнем доходу (X_{20}) та результируючою змінною (Y) туристичний ринок у Львівській області ($r=0,920$), Волинській області – ($r=0,978$), Підкарпатському воєводстві – ($r=0,959$) та Люблінському воєводстві – ($r=0,946$). Зважаючи на те, що рівень доходів населення є непрямим показником рівня соціально-економічного розвитку регіону, можна стверджувати, що результати аналізу підтверджують гіпотезу, що розвиток регіонального туристичного ринку напряму залежить від рівня соціально-економічного розвитку регіону.

У третьому розділі **«Стратегічні пріоритети та напрямки розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку»** з'ясовано місце транскордонного туристичного ринку в системі регіональних стратегій розвитку документів прикордонних територій України та Польщі, визначено напрямки імплементації смарт-спеціалізації розвитку транскордонного туристичного ринку, запропоновано концепцію розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Інституційно-організаційне забезпечення функціонування українсько-польського транскордонного туристичного ринку в роботі проведено в двох площинах: по-перше, в світлі декларування пріоритетів стратегій розвитку окремих регіонів – Львівської та Волинської областей, Підкарпатського та Любелського воєводств, по-друге, в контексті вироблення спільних документів, які визначають взаємоузгоджені напрямки розвитку.

За результатами аналізу стратегічних документів встановлено, що якщо українські регіони розглядають своє прикордонне розташування як позитивний чинник, який за умови його правильного використання може забезпечити пришвидшене зростання економіки, то польські регіони трактують його як стримуючий фактор, який повинен нівелюватись заходами соціального та економічного характеру.

Найбільш цілісним документом, де визначено стратегічні перспективи розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку є **«Стратегія транскордонного співробітництва Любелського воєводства, Волинської області, Львівської області та Брестської області»**, яка розроблена за ініціативою місцевих органів влади Любелського воєводства та Асоціації Єврорегіон Буг, а також за фінансової підтримки Міністерства закордонних справ Республіки Польща. Встановлено, що найбільш інституціалізованими формами реалізації спільних ініціатив у межах українсько-польського транскордонного туристичного ринку є єврорегіони та транскордонні туристичні кластери.

Оцінка розроблених стратегічних документів щодо розвитку туристичних ринків у українсько-польському транскордонному регіоні дозволяє стверджувати, що польська традиція стратегування є більш наближеною до світової практики та європейських принципів. Вона передбачає застосування підходу до розвитку, що полягає в розвитку громад, регіонів, ринків на основі

активів (*asset based community development*). Такий підхід є певною протилежністю традиційному підходу, оскільки передбачає акцент не на потребах громад чи ринків, а на віднайденні та чіткому визначенні перспективних «точок зростання». Натомість вітчизняні стратегії використовують підхід до вибору цілей на основі потреб (*needs-based approach to development*) регіону (території, громади, сфери діяльності).

Практична імплементація цілеорієнтованих принципів стратегування безпосередньо пов'язана з інтенсивним застосуванням в туризмі інтерактивних та smart-технологій. В європейській методології впродовж останніх років найбільш поширеними стали концепції smart-туризму та smart-дестинацій.

Особливістю smart-туризму є розширення кола продуцентів туристичної послуги: турист є не лише споживачем туристичної послуги, а й бере активну участь у її створенні. Це відбувається, коли турист ділиться власним досвідом та враженнями щодо певної туристичної дестинації, завантажує фотографії чи відео, коментує інформацію інших туристів тощо. В такий спосіб турист виконує ще й контролюючу та інформаційну роль, тобто долучається до виконання функцій суб'єктів бізнесу. Фактично, на відміну від е-туризму, в smart-туризмі ціллю є не лише цифровізація зв'язків та послуг, а й збір та опрацювання отриманих за допомогою різноманітних технологій масивів інформації, їх трансформація в досвід і створення удосконаленого туристичного продукту, підвищення ефективності та сталості розвитку туристичної дестинації.

В роботі доведено, що потенціал розвитку сфери туризму в українсько-польському прикордонні на принципах smart-спеціалізації полягає в:

- модернізації шляхом застосування різного роду технологій, що матиме вплив на ефективність функціонування сфери туризму та підвищення якості туристичних послуг (впровадження інформаційно-комунікаційних та цифрових медіатехнологій, використання геоданих для розробки програм для туризму, створення геопорталів тощо);
- активізації науково-аналітичних досліджень функціонування туристичної сфери, впровадження в практичну діяльність наукових розробок та найкращого світового досвіду;
- створенні кластерів, розвиток локальних туристичних мереж задля включення більшої кількості місцевих підприємців;
- використанні енергоефективних будівель та екологічно чистого транспорту; продукування інновацій у таких сферах як медичний туризм, оздоровчий туризм тощо;
- пошуку нових підприємницьких ініціатив у сфері туризму, які б дозволяли залучати та ефективно використовувати людський (зокрема креативний) потенціал;
- використанні туризму у в якості стимулятора розвитку суміжних секторів економіки, зокрема, сільського господарства, IT-сфери, відновлюваної енергетики, будівництва тощо.

Обґрунтовано, що основними напрямками розвитку українсько-

польського транскордонного туристичного ринку на засадах smart-спеціалізації повинні стати: створення цифрової платформи українсько-польського транскордонного туристичного ринку, проведення активної промоційної кампанії туристичних продуктів українсько-польського транскордонного туристичного ринку. На основі застосування методів актив орієнтованого управління, встановлено, що найбільш перспективними у коротко- та середньостроковій перспективі для українсько-польського транскордонного ринку можуть стати: розвиток велосипедного туризму та створення довгодистанційної міждержавної велосипедної траси, розширення ринку за рахунок збільшення кількості туристів у віці 55+ та створення туристичних продуктів для цієї вікової групи, розвиток сентиментального (ностальгічного) туризму.

Автором доведено, що в системі регулювання розвитку регіональних туристичних ринків основна вага повинна покладатися на місцеві органи влади. Серед основних причин цього: широке представлення інтересів населення, наявність повноважень для представлення регіону чи територіальної громади та їх туристичного потенціалу на міжнародній арені, спрямованість та ефективне використання внутрішнього потенціалу та нарощення економічної спроможності територіальних громад. Оскільки місцеві органи влади найкраще володіють інформацією щодо локальних дестинацій, вони можуть найбільш точно визначити оптимальні напрямки підтримки їх розвитку. Зважаючи на необхідність розширення інструментів впливу органів місцевого самоврядування базового рівня на розвиток транскордонних туристичних ринків, в роботі запропоновано напрямки детінізації туристичної діяльності та стимулювання підприємницької активності у цій сфері.

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано шляхи розв'язання важливого наукового завдання – обґрунтування теоретико-методичних засад і розробка практичних рекомендацій щодо розвитку транскордонного туристичного ринку в умовах інтегрування України в європейський економічний простір. Висновки концептуального, теоретико-методичного та науково-практичного характеру зводяться до такого.

1. Транскордонне співробітництво у сфері туризму визначено як взаємодії між суб'єктами туристичної діяльності, територіальними громадами, місцевими органами управління, громадськими організаціями з відповідними інститутами інших держав і міжнародними організаціями щодо реалізації спільних рішень у сфері туризму. Наголошено, що саме вони є основними суб'єктами транскордонного співробітництва у сфері туризму, а не органи влади національного рівня. Розвиток транскордонного співробітництва призводить до появи транскордонного туристичного ринку, який розглядається як система взаємодії суб'єктів цього ринку, в рамках якої відбуваються економічні обміни і спільне використання матеріальних, фінансових і людських ресурсів у рамках єдиного транскордонного регіону.

2. Доведено, що в контексті імплементації Стратегії розвитку Європа-2020, розвиток транскордонних туристичних ринків між Україною та країнами ЄС повинен відбуватись на принципах розумної спеціалізації, сталого та інклюзивного зростання. При цьому, саме туризм як одна із високодинамічних сфер економічної діяльності володіє потенціалом розвитку на основі активного залучення інноваційних продуктів, інформаційно-комунікаційних технологій, а також ефективного використання внутрішнього потенціалу транскордонного регіону задля виявлення нових підприємницьких ініціатив та точок економічного зростання. Це, у свою чергу, у перспективі дозволить перейти до втілення моделі розумного регіону.

3. Запропоновано методичний підхід до оцінювання кількісних та якісних особливостей розвитку транскордонних туристичних ринків, практична імплементація якого дозволила виявити внутрішній потенціал українсько-польського транскордонного регіону щодо розробки спільних туристичних продуктів; розкрити проблеми, що виникають на різних етапах розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку; визначити спеціалізацію територій у туристичній сфері.

4. За результатами аналізу документів зі стратегічного розвитку прикордонних регіонів України та Польщі встановлено, що для Волинської та Львівської областей України розвиток туризму і транскордонна співпраця є важливими й актуальними, що знайшло відображення і в регіональних Стратегіях до 2020 року. В Стратегіях цих областей розвиток туризму задекларовано окремим стратегічним пріоритетом. Аналіз Стратегії розвитку Любелського воєводства на 2014-2020 роки (з перспективою до 2030 року) доводить, що жодна з чотирьох рівних стратегічних цілей безпосередньо не стосується туризму та не акцентує на прикордонному розташуванні Люблінського воєводства. Водночас присутня ціль щодо розвитку сфер екології та культури, в межах якої наголошено на раціональному використанні екологічних та культурних цінностей у трьох функціональних зонах – Полісся, Повісля та лісові території Розточчя, а також районах з визначеним курортним потенціалом. В «Стратегії розвитку Підкарпатського воєводства до 2020» туризм розглядається як один з п'яти пріоритетів у сфері конкурентоспроможної та інноваційної економіки.

При цьому українські регіони розглядають своє прикордонне розташування як позитивний чинник розвитку транскордонного туристичного ринку, а польські регіони трактують його як стримуючий фактор, який повинен нівелюватись заходами соціального та економічного характеру.

5. Встановлено, що європейський досвід розвитку smart-туризму передбачає системне застосування чотирьох елементів: технології та їх використання в системі управління дорожнім рухом та туристичними потоками, створення smart-туристичного офісу тощо; інновації в системі маркетингу, формування інформаційних ресурсів та інфраструктурних сервісів взаємодії (B2B, B2C, B2G, G2B, CRM, CRS тощо); сталий розвиток в контексті збереження спадщини і місцевої культури, економічності та екологічності,

дотримання принципів сталості; доступність, зокрема інфраструктурна, інформаційна та організаційна, включення в туристичні ринки маломобільних груп населення, використання універсальних дизайнів.

6. Розроблено концептуальні засади розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку на основі принципів smart-спеціалізації. Зокрема, виокремлено перспективні сфери (розвиток велосипедного туризму та створення довгодистанційної міждержавної велосипедної траси, розширення ринку за рахунок збільшення кількості туристів у віці 55+ та створення туристичних продуктів для цієї вікової групи, розвиток сентиментального (ностальгічного) туризму), визначено стратегічні напрямки та заходи (створення цифрової платформи українсько-польського транскордонного туристичного ринку, розробка та проведення активної промоційної кампанії спільних туристичних продуктів) щодо їх реалізації в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

7. Запропоновано напрямки вдосконалення регулювання розвитку транскордонних туристичних ринків, зокрема доведено доцільність перенесення ваги відповідних управлінських повноважень та ініціатив з державних органів влади на органи місцевого самоврядування. Приведення вітчизняного законодавства у сфері транскордонного співробітництва до європейських стандартів дозволяє сформулювати інституційні засади участі територіальних громад в проектах транскордонного співробітництва як повноцінних суб'єктів, з іншого – адміністративно-фінансова децентралізація зумовлює їх вищу зацікавленість у розвитку локальних туристичних ринків як джерела нарощення економічної спроможності громад.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Колективні монографії

1. Bilanyuk O., Bilous S., Malska M., Mashuk Y. The influence of global processes on the strategic development of festive tourism in Ukraine. Management mechanisms and development strategies of economic entities in conditions of institutional transformation of the global environment. Collective monograph edited by M. Bezpartochnyi /ISMA University (Latvia). Riga: ISMA, 2019. P. 244-253. *Особистий внесок здобувача: розроблено структуру стратегічних пріоритетів розвитку туризму в транскордонному регіоні.*

Наукові праці у наукових фахових виданнях України:

2. Біланюк О.П. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного туризму в українсько-польських відносинах. Економіка. Управління. Інновації.* 2012. №2 (8). [http://tourlib.net/statti_ukr/bilanjuk.htm]
3. Мальська М. П., Біланюк О. П. Пріоритети розвитку туризму у польсько-українських відносинах. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». 2012. Вип. 29. Ч. 2. С. 138–143. *Особистий внесок здобувача: систематизовано спільні та відмінні риси українського та польського*

* Статті у виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз даних

прикордоння у туристичній сфері.

4. Біланюк О. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в Українсько–Польському транскордонному регіоні. Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 43. Ч. 2. [[http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/visn/43\(2\)/PDF](http://old.geography.lnu.edu.ua/Publik/Period/visn/43(2)/PDF)]
5. Біланюк О. Особливості формування попиту на ринку туристичних послуг в умовах економічної кризи. Вісник Львівського університету. Серія «Міжнародні відносини». * 2016. Вип. 40. С. 23-27.
6. Біланюк О. Сучасні чинники та світовий досвід розвитку транскордонного туризму. Моделювання регіональної економіки. 2017. №1(29).
7. Біланюк О. Транскордонні туристичні ринки: концептуальні засади дослідження та розвитку. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2017. №6 (128). С.63-67.
8. Malska M., Bilanyuk O. The concept of smart-specialization as a methodological basis for the development of cross-bourder tourist markets. Регіональна економіка.* 2018. №2. С.39-46. *Особистий внесок здобувача: визначено потенційні напрямки імплементації smart-спеціалізації в межах транскордонного туристичного ринку.*
9. Біланюк О. П., Масюк Ю. О., Білоус С. В. Деякі аспекти аналізу економічного потенціалу найбільших міст України на макрорівні. Вісник Одеського національного університету імені І. Мечникова.* 2018. Том 23. Вип. 6(71). С.28-32.
10. Біланюк О.П. Сучасні тенденції розвитку туристичних ринків у регіонах України та Польщі. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України.* 2018. №6(134). С. 62-71.
11. Біланюк О.П., Білоус С.В., Масюк Ю.О. Сучасний стан та стратегічні орієнтири туристичного бізнесу Західного регіону України. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту.* 2018. Вип. I-II (69-70). Економічні науки. С. 47-51. *Особистий внесок здобувача: проаналізовано основні тенденції розвитку туристичного бізнесу в областях Західного регіону України.*
12. Біланюк О. П. Концептуальні засади розвитку туризму в транскордонних регіонах. Географія та туризм.* 2018. Вип.43. С. 55-64
13. Біланюк О.П. Напрями розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку в умовах євроінтеграції. Регіональна економіка.* 2019. №1. С.39-46.
14. Біланюк О.П. Розвиток регіональних туристичних ринків України та Польщі: компаративний аналіз. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. * 2019. №1(135). С. 38-46.

Наукові праці апробаційного характеру (тези доповідей на наукових конференціях) за темою дисертації:

15. Біланюк О. П. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в Українсько-Польському транскордонному регіоні. Матеріали V I міжнародної наукової конференції “Географія і туризм: національний та міжнародний

досвід” (Львів–Розлуч, 5–7 жовтня 2012 р.). Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2012. С. 47-51.

16. Біланюк О.П. Функціонально-територіальні особливості розвитку екологічного туризму Івано-Франківської області. Матеріали V міжнародної наукової конференції “Географія і туризм: міжнародні виклики українському туризму” (Львів–Судова Вишня, 23–25 вересня 2011 р.). Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2011. С.21–24.

17. Біланюк О. Аналіз сучасного стану розвитку виїзного туризму в умовах економічної кризи. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали ювілейної X міжнародної наукової конференції. Львів, 2016. С. 47-50.

18. Біланюк О.П. Розвиток транскордонних ринків туристичних послуг України та Польщі. Туристичні тренди – 2017: інновації, бренди, дестинації. Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції, присвяченої 10—річчю кафедри туристичного бізнесу ХТЕІ КНТЕУ / Гол. ред.. К.Д. Гурова, ред.. колегія. Олійник Н.Ю. та інші. Харків "Цифра-Принт", 2017. С. 136-139.

19. Біланюк О. Методичні підходи до дослідження транскордонних туристичних ринків. Трансформаційні процеси в економіці України: глобальні та регіональні аспекти: Матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції молодих учених, аспірантів та студентів (24 листопада 2017 р., Україна, м. Львів) / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», Інститут економіки і менеджменту НУ «Львівська політехніка», Науково-навчальний комплекс «Економосвіта». Львів, 2017. С. 289-292.

20. Біланюк О.П. Сучасна динаміка розвитку міжнародного туризму у польсько-українських відносинах. Матеріали IV Міжнародної науково-практичної інтернет конференції «Управління туристичною індустрією: методологія і практика»: збірник наукових праць. Полтава: Полтавський літератор, 2017. С. 130-132.

21. Біланюк О.П. Інновації як чинник розвитку транскордонних туристичних ринків. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Інноваційні технології у розвитку сучасного суспільства»: збірник тез доповідей. Львів: Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій Національного університету «Львівська політехніка», 2019. С.160-164.

АНОТАЦІЯ

Біланюк О.П. Розвиток транскордонного туристичного ринку в умовах інтегрування України в ЄС. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка. – ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України», м. Львів, 2019.

Висвітлено теоретичних положень та розроблено науково обґрунтовані

рекомендації щодо розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Удосконалено концептуальні засади розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку шляхом імплементації принципів smart-спеціалізації. Зокрема, виокремлено перспективні сфери (розвиток велосипедного туризму та створення довгодистанційної міждержавної велосипедної траси, розширення ринку за рахунок збільшення кількості туристів у віці 55+ та створення туристичних продуктів для цієї вікової групи, розвиток сентиментального (ностальгічного) туризму), визначено стратегічні напрямки та заходи (створення цифрової платформи українсько-польського транскордонного туристичного ринку, розробка та проведення активної промоційної кампанії спільних туристичних продуктів) щодо їх реалізації в умовах активізації євроінтеграційних процесів.

Розроблено методичний підхід до оцінювання кількісних та якісних особливостей розвитку транскордонних туристичних ринків, який включає: здійснення компаративного аналізу регіональних туристичних ринків України та Польщі за показниками їх розвитку, економічної ефективності діяльності суб'єктів туристичної сфери, концентрації та локалізації туристичних послуг, а також аналіз факторних детермінант розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку.

Обґрунтовано наукові положення щодо стратегування розвитку транскордонних туристичних ринків між Україною та країнами ЄС, в основі якого повинні лежати принципи розумного, сталого та інклюзивного зростання. На відміну від сучасних підходів до розвитку туризму, які базуються на традиційних факторах, обґрунтовано, що туризм як одна із високодинамічних сфер економічної діяльності володіє потенціалом розвитку на основі активного залучення інноваційних продуктів, інформаційно-комунікаційних технологій, а також ефективного використання внутрішнього потенціалу транскордонного регіону задля виявлення нових підприємницьких ініціатив та точок економічного зростання.

Ключові слова: транскордонний ринок, туризм, прикордонний регіон, регіональні особливості, стратегія.

SUMMARY

Bilanyuk O.P. Development of the cross-border tourist market in the conditions of Ukraine's integration into the EU. - Manuscript.

Thesis for obtaining of scientific degree of the PhD in economics (philosophy doctor) by the specialty 08.00.05 – development of productive forces and regional economy. - State Institution «Institute of Regional Studies named after M.I.Dolishny of NAS of Ukraine», Lviv, 2019.

Theoretical provisions and scientifically grounded recommendations for the development of the Ukrainian-Polish cross-border tourist market have been elaborated in the conditions of activation of European integration processes.

The conceptual foundations of the development of the Ukrainian-Polish cross-border tourist market have been improved by implementing the principles of smart-

specialization. In particular, perspective areas (development of bicycle tourism and creation of long-distance interstate cycling route, expansion of the market by increasing the number of tourists aged 55+ and creation of tourist products for this age group, development of sentimental (nostalgic) tourism), strategic directions and measures (creation of a digital platform for the Ukrainian-Polish cross-border tourism market, development and active promotion of joint tourism products) of their implementation in the conditions of activation of European integration processes are determined.

A methodological approach to the evaluation of quantitative and qualitative features of the development of cross-border tourist markets has been proposed, which includes: a comparative analysis of the regional tourist markets of Ukraine and Poland by the indicators of their development, economic efficiency of activity of the subjects of the tourism sphere, concentration and localization of tourist services, as well as factor determinant analysis of development of the Ukrainian-Polish cross-border tourist market. The application of the proposed approach allows: to reveal the problems that arise at different stages of development of cross-border tourist markets; to determine the specialization of border regions in the tourism sector; identify the internal potential of the cross-border region to develop joint tourism products.

Scientific provision on strategic development of cross-border tourism markets between Ukraine and EU countries are grounded, based on the principles of smart, sustainable and inclusive growth. Unlike the modern approaches to the development of tourism based on traditional factors, it is substantiated that tourism as one of the highly dynamic spheres of economic activity has the potential of development based on active attraction of innovative products, information and communication technologies, as well as efficient use of the internal potential of the cross-border region, identify new business initiatives and points of economic growth. The bases of working out of strategic documents of development of cross-border tourist markets using the asset-based approach have been developed. This approach, unlike the strategic approach, which focuses on the problems and needs of communities or markets, focuses on finding and clearly identifying promising joint tourism products and promoting them actively. An asset-based strategy approach allows to move to the development of selected types of smart-tourism and smart-destinations within the cross-border region.

Methodological approaches to regulating the development of cross-border tourist markets have been proposed, in particular the expediency of transferring weight from state authorities to local self-government bodies has been proved. Institutional basis for the participation of territorial communities as full entities in cross-border cooperation projects is formed by bringing national legislation in the field of cross-border cooperation to European standards, financial and organizational support for these processes is intensified in the course of administrative and financial decentralization and growth of tourist and local communities. as sources of increasing their economic capacity.

Key words: cross-border market, tourism, border region, regional features, strategy.

Підписано до друку 15.11.2019р. Формат 64x90/16
Папір ксероксний. Друк на різнографі. Гарнітура "Times New Roman"
Умов. друк. арк. 1,0. Наклад 100 прим. Зам.№17
Друк: ПП "Арал"
Свідоцтво: серія А01 №21230 від 18.06.2007 р.
Державна реєстрація 09.09.1998 р.

м.Львів, вул. Козельницька, 4
Тел: (050) 371-62-80