

УДК 339.942: 379.85

О. П. Біланюк

асистент кафедри туризму Львівського національного
університету імені Івана Франка, м. Львів

ТРАНСКОРДОННІ ТУРИСТИЧНІ РИНКИ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ

В статті розглянуто соціально-економічну сутність поняття «транскордонний туристичний ринок», обґрунтовано його взаємозв'язок з суміжними поняттями «транскордонний туризм», «транскордонний регіон». Доведено необхідність дослідження транскордонного туристичного ринку на принципах концепції сталого розвитку туризму. Визначено основні напрямки дослідження та розвитку транскордонних туристичних ринків на підставі вивчення підходів зарубіжних та вітчизняних дослідників.

Ключові слова: туризм, транскордонний туристичний ринок, транскордонний туризм, сталий туризм.

Bilanyuk O. CROSS-BORDER TOURISM MARKETS: CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF RESEARCH AND DEVELOPMENT

The article deals with the socio-economic essence of the concept of «cross-border tourist market», its interrelation with the related concepts «transboundary tourism», «transboundary region» is substantiated. The necessity of study of the cross-border tourism market on the principles of the concept of sustainable tourism development is proved. The main directions of research and development of cross-border tourist markets on the basis of the study of approaches of foreign and domestic researchers are determined.

Keywords: tourism, cross-border tourist market, cross-border tourism, sustainable tourism.

Транскордонне співробітництво в прикордонних регіонах є одним з найпопулярніших напрямків дослідження кордонів. Поглиблене обговорення національних кордонів та їх значення для соціально-економічного розвитку окремих регіонів та цілих країн супроводжувалося потужними геополітичними змінами, що відбулися впродовж останніх десятиліть. Розпад Радянського Союзу, зняття «залізної завіси» та розширення європейської інтеграції поставили нові питання щодо ролі та масштабів державного управління кордонами та регулювання транскордонної співпраці.

Оскільки державні кордони є транзитними лініями між політичними, економічними та соціально-культурними системами, тобто національними державами, теза про необхідність використання прикордонних регіонів як «лабораторій» для дослідження змін під впливом глобальних та наднаціональних процесів стала аксіомою. Поряд із значним інтересом до проблем державних кордонів в політичній географії, міжнародних відносинах, економіці, соціології, антропології та багатьох інших дисциплінах, дослідження кордону як потенційного джерела позитивних впливів на розвиток туризму не набули достатньої глибини. Теоретичні та концептуальні основи таких досліджень значною мірою викладені у працях Timothy D. (2001, 2004) [1; 2], який вивчає зв'язок між туризмом та кордонами з різних точок зору, включаючи транскордонне співробітництво та планування у прикордонних регіонах.

Поряд з цим, низка праць присвячена таким чинникам та ефектам розвитку транскордонної співпраці у сфері туризму, вивченню спільних стратегій розвитку туризму, потенціалу формування туристичних транскордонних кластерів, впливу політики ЄС на активізацію транскордонних туристичних ринків (D.Ioannides, P. Nielsen & P. Billing (2006) [3], E. Prokkola (2007) [6], H. van Houtum (2000) [5], C. Hall (2000) [4] та інші).

Зазначені автори розглядають транскордонне співробітництво у сфері туризму як засіб «пом'якшення» глобальних зрушень та змін регіональної транскордонної динаміки, а також один із напрямків досягнення цілей сталого розвитку туризму.

В Україні транскордонне співробітництво як інструмент підвищення конкурентоспроможності прикордонних територій та чинник прискорення інтеграційних процесів відображено у Державній стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року та Державній програмі розвитку транскордонного співробітництва на 2011- 2015 роки.

Сьогодні не викликає сумніву, що для України транскордонне співробітництво є одним із важливих стратегічних напрямів розвитку прикордонних регіонів, який створює додаткові можливості вирішення проблемних питань щодо умов життєдіяльності прикордонних регіонів та інтенсифікації інтеграційних процесів Україна-ЄС у регіональному вимірі. Проте, регіональні органи влади та органи місцевого самоврядування не повною мірою використовують можливості транскордонного співробітництва та не акцентують увагу на особливостях економічних явищ і процесів, що виникають в прикордонні [8].

Той факт, що усі регіони України, які межують з ЄС до стратегічних пріоритетів свого розвитку відносять саме розвиток сфери туризму, суттєво актуалізує значимість поглибленого дослідження теоретичних концептів та механізмів поглиблення транскордонної співпраці у сфері туризму на засадах сталості та підвищення ефективності функціонування транскордонних туристичних ринків.

Метою статті є обґрунтування концептуальних засад дослідження та розвитку транскордонних туристичних ринків задля ефективного використання потенціалу туристичної сфери у прикордонних регіонах.

Використання відтворювального аспекту в дослідженні ринку надало можливість надати нове визначення ринку – як сфери реалізації сукупного суспільного продукту. В економіці туризму це

привело до визначення туристичного ринку як сфери реалізації туристичного продукту. Логіку також дефініції легко зрозуміти: сфера туристичних послуг виробляє певні туристичні продукти і виступає з ними на ринку послуг. Ринок послуг – один із видів національного ринку, поряд з ринками засобів виробництва, споживчих товарів, робочої сили та фінансових ресурсів. У межах ринку послуг формується ринок туристичних послуг – сфера реалізації специфічних туристичних продуктів.

В економічній літературі поширеним є і трактування ринку як сукупності економічних відношень між продавцями і покупцями товарів, за допомогою яких здійснюється обіг суспільного продукту. Відповідно, туристичний ринок став визначатись як суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення купівлі-продажу специфічних туристичних товарів і послуг у даний час і у даному місці. Основним предметом обміну на туристичному ринку є не товари, а послуги, які на розвинутих туристичних ринках складають до 80% всього обсягу продаж. Тому головними елементами попиту і пропозиції на цьому ринку є основні, додаткові і специфічні туристичні послуги [10].

Водночас дослідження процесів функціонування туристичних ринків у прикордонних регіонах набуває нових специфічних рис – необхідність врахування фактора близькості кордону та використання потенціалу транскордонної співпраці у цій сфері. Як зазначає Алієва А., транскордонний ринок туристично-рекреаційних послуг можна розглядати як сукупність організаційно-економічних відносин між підприємствами туристичної і рекреаційної сфери, підприємствами, що забезпечують додаткові та супутні послуги прикордонних регіонів сусідніх країн та інституцій транскордонного співробітництва, що об'єднує національні регіональні ринки туристичних і рекреаційних послуг і продуктів (у тому числі спільних), з приводу формування, продажу та споживання туристичного і рекреаційного продукту, де задовольняється широкий спектр фізіологічних, матеріальних та духовних запитів туристів і рекреантів [9].

Поняття транскордонного співробітництва у галузі туризму і рекреації можна визначити як встановлення взаємовідносин між суб'єктами туристичної і рекреаційної діяльності, територіальними громадами, місцевими органами виконавчої влади, громадськими організаціями з відповідними інститутами інших держав і міжнародними організаціями щодо реалізації спільних рішень у галузі туризму і рекреації.

Особливістю транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг є більша кількість суб'єктів ринку, ніж на національному туристично – рекреаційному ринку, зокрема: туристичних і рекреаційних підприємств суміжних регіонів двох сусідніх країн, туристів, рекреантів та органів транскордонного співробітництва. Крім цього, важливим компонентом транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг є пропозиція спільного туристичного і рекреаційного продукту, що об'єднує зусилля кількох сторін у просуванні цього продукту не лише на транскордонному ринку, але й на європейському та світовому ринках туристичних і рекреаційних послуг.

Водночас, розширення меж туристичного ринку, його вихід за межі національного регіону та збільшення потенціалу зростання вимагає обґрунтування чітких принципів розвитку

транскордонного туристичного ринку. На нашу думку, такі принципи закладені у концепції сталого розвитку туризму. За визначенням Всесвітньої туристичної організації, концепція сталого туризму передбачає:

- передбачає стале використання природних ресурсів, перешкоджає загрозам для біологічного та ландшафтного різноманіття, від якого він внутрішньо залежить, і мінімізує негативний вплив на довкілля, екологію, культуру та соціум;
- забезпечує освітні можливості, підвищуючи рівень знань та повагу до природних екосистем і біологічних ресурсів; враховує соціально-культурну автентичність місцевого населення, зберігаючи їх сформовану існуючу культурну спадщину і традиційні цінності, робить внесок в міжкультурне взаєморозуміння та сприяння толерантності;
- робить внесок в забезпечення життєздатної, довгострокової економічної діяльності, надаючи соціально-економічні вигоди, що розподіляються справедливо, усім заінтересованим сторонам, зокрема стабільну зайнятість та можливості отримання прибутку й соціальні послуги місцевим громадам, а також сприяє подоланню бідності [7].
- Для досягнення сталості у відкритому транскордонному середовищі суттєво зростають вимоги до надавачів туристичних послуг щодо чіткого моніторингу можливих позитивних та негативних ефектів для прикордонних регіонів сусідньої країни, що суттєво змінює підходи до стратегічного планування в туристичній сфері. У програмах Європейської Комісії також сталість розвитку індустрії туризму нерозривно пов'язана з виробленням спільних стратегій розвитку туризму у транскордонних регіонах, налагодженням транскордонного співробітництва та формуванню мережевих зв'язків, які розглядаються як основа економічно та соціально- і, отже, екологічно- сталого розвитку в країнах ЄС.

Роль кордону у розвитку сфери туризму є вкрай неоднозначною. З одного боку, наявність лінії розмежування країн провокує інтерес населення однієї країни до способу життя, культури, економіки тощо в іншій країні, що має позитивний вплив на зростання обсягів туристичних потоків. Водночас, саме кордони покликані регулювати рух потоків людей, товарів, транспорту між державами. Фізичний кордон може утворити перешкоду на шляху туристичних потоків (якщо не створити умови для його безперешкодного перетину).

Виділяють чотири типи взаємодій між такими туризмом та кордонами. По-перше, кордони самі по собі можуть виступати певного роду атракціями, які притягують туристів. Перетин міжнародних кордонів вабить людей впродовж століть і може бути мотивом для подорожей певних груп населення. Багато найпопулярніших туристичних пам'яток у світі знаходяться поблизу або безпосередньо на міжнародних кордонах. По-друге, кордони пов'язані з візовими обмеженнями, які створюють перешкоди на

шляху туристичних потоків. По-третє, кордони – це лінії транзиту товарів і послуг, зокрема туристичних. І четверте, кордон як протистояння ідей націоналізму та глобалізму (Timothy, 2004 [2]).

D. Ioannides, P. Nielsen і P. Billing (2006) [3] у своїй праці застосували типологію кордонів Мартінеса для дослідження рівнів транскордонного партнерства. Їх модель включає п'ять типів прикордонних регіонів взаємності від налагодженості транскордонного партнерства:

- відчужені прикордонні регіони, де повсякденна взаємодія та транскордонне партнерство взагалі не існують. Такі регіони часто характеризуються політичним протистоянням;
- співіснуючі прикордонні регіони – характеризуються нейтральними відносинами. Такі взаємовідносини не передбачають вироблення спільних стратегій і зорієнтовані виключно на вирішення внутрішніх проблем у межах регіонів;
- прикордонні регіони із партнерськими відносинами, в межах яких формуються і реалізуються епізодичні спільні ініціативи;
- прикордонні регіони, які характеризуються перманентними коопераційними взаємозв'язками, які будуються на взаємоузгодженій інституційній базі;
- функціонально інтегровані прикордонні регіони, де всі обмеження пов'язані із кордоном були зняті, а регіони мають розроблені спільні стратегічні документи, працюють в межах плану оперативних заходів щодо досягнення стратегічних цілей розвитку, стимулюють формування транскордонних мережевих структур.

Розуміння та сприйняття державних кордонів як бар'єрів – як з точки зору мобільності факторів виробництва, так і з точки зору соціально-економічного розвитку територій – апіорі ставлять прикордонні регіони у периферійне (маргінальне) становище по відношенню до національного центру. Водночас впродовж останніх десятиліть відбувся перехід від домінування національної політики та державного регулювання у розвитку регіонів до їх сприйняття як самостійних акторів у глобалізованому просторі. Розглядаючи дискурс регіоналізму кінця минулого століття, можемо стверджувати, що роль державних кордонів досить часто нівелюється не лише через активізацію наднаціональних економічних інституцій та нарощення потоків капіталу, які не відчують перешкод при русі між державами, а й через формування і розширення транскордонних партнерств та мережевих структур. Саме останні володіючи конкурентними перевагами у транскордонному просторі досить часто виграють конкурентну боротьбу за ресурси та капітал з національними структурами. В сучасних умовах саме регіони, а не держави повинні розглядатись як більш природні суб'єкти господарювання з точки зору оцінки їх конкурентоспроможності, управління, сталого розвитку та ідентичності.

Важливим напрямком досліджень є також визначення місця та ролі туризму у розвитку транскордонного регіону. Оскільки, індустрія туризму пов'язана із розвиненістю різних видів

інфраструктури, у транскордонному регіоні особливого значення поряд із розвитком місцевої інфраструктури набуває питання розбудови об'єктів прикордонної інфраструктури. Ці зміни обумовлені зростанням попиту на додаткові пункти перетину кордону, демаркацією кордонів та іншими послугами, пов'язаними з перетином кордону. Окрім цього, туристи часто користуються такими дороговартісними інфраструктурними об'єктами як летовища, готелі та торгові центри. Проте налагодження транскордонного співробітництва та мережевих зв'язків щодо спільного використання туристичної інфраструктури можуть суттєво зменшити витрати на її розбудову, уникнути непотрібного дублювання таких об'єктів та підвищити ефективність їх використання.

Ефективний маркетинг та зміцнення регіональної ідентичності є ще однією перевагою розвитку транскордонних туристичних ринків. Кордони, що розділяють країни і нації, іноді змінюють свою функцію під натиском туризму. Поява транснаціональних ідентичностей є результатом збільшення мобільності та поглиблення транскордонних партнерських зв'язків у прикордонних регіонах (Prokkoala et al., 2015 [11]). Сильна національна ідентичність високо цінується в туристичній галузі, щоб досягти широкого ринку. У цьому контексті особливо важливими в прикордонних регіонах є зусилля, спрямовані на популяризацію та маркетинг. Співпрацюючи у сфері маркетингу, суттєво зростають шанси максимально збільшити туристичний потенціал усього регіону та принести більші переваги стейкхолдерам усього транскордонного регіону.

Ще однією перевагою туризму в прикордонних регіонах є покращення місцевої економіки та створення нових робочих місць. Туризм часто є способом отримання твердої валюти та має можливість покращити платіжний баланс. Тому він став невід'ємним чинником економічної реструктуризації та потужним інструментом економічного зростання національних держав. Додаткові переваги формування транскордонного туристичного ринку – створення нових робочих місць, підвищення рівня життя, збільшення рівня доходів регіонів та більш ефективне управління в регіоні.

Активізація транскордонного туризму також може працювати як каталізатор для розвитку інноваційної системи регіону. В сучасних умовах регіони стали просторами створення та передачі знань, що обумовлено глобалізацією економічної системи і зростанням креативності економіки. Транскордонні кластери набувають особливого значення, оскільки вони можуть сприяти передачі знань через кордони. Перевагою інноваційних транскордонних кластерів є зростання доступності до новітніх знань і процесів навчання, які практично неможливо придбати на ринку. Підтримка конкурентоспроможності регіону за рахунок інновацій, комерціалізації знань та нарощення креативних індустрій є однією з цілей економічного розвитку, яка може бути досягнута завдяки розвитку транскордонних туристичних ринків та ефективного використання туристичного потенціалу прикордонних регіонів.

Інші результатом розвитку транскордонного туризму в прикордонних регіонах є соціальні зміни,

які є наслідком збільшення подорожей місцевого населення закордон. В цьому контексті туризм повинен розглядатися як символ свободи, оскільки дозволяє громадянам вільно подорожувати, а також як катализатор соціальних змін, дозволяючи та заохочуючи більш тісне спілкування туристів та приймаючих громад.

Перелік використаних джерел

1. Timothy D. *Tourism and political boundaries*. London: Routledge, 2001. 219 p.
2. Timothy D., Teye V. Political boundaries and regional cooperation in tourism // Lew A., Hall M., Williams A. (Eds). *A companion to tourism*. Malden: Blackwell, 2004. – Pp. 584-585.
3. Ioannides D., Nielsen P., Billing P. Transboundary collaboration in tourism: the case of the Bothian Arc // *Tourism Geographies*. – 2006. – 8:2. – Pp. 122-142. – Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/240531730_Transboundary_Collaboration_in_Tourism_the_Case_of_the_Bothnian_Arc
4. Hall C. (2000). *Tourism planning: policies, processes and relationship*. London: Prentice Hall. 236 p.
5. van Houtum H. An overview of European geographical research on borders and border regions // *Journal of Borderland Studies* (2000). 15:1, 57–83.
6. Prokkola E. Cross-border regionalization and tourism development at the Swedish-Finnish border: destination Arctic Circle // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. – 2007. – 7: 2, 120-138.
7. Definition for Sustainable Development of Tourism // Website of the World Tourism Organization. – 2017. – Retrieved from <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
8. Розвиток транскордонного співробітництва: науково-аналітична доповідь / ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»; ред. В. С. Кравців. – Львів, 2016. – 125 с.
9. Алієва А. Ю. Стратегічні завдання розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – Вип. 47.2. – 2016. – Режим доступу: http://www.visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/images/pubs/47/2/47_2_19.pdf
10. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / ред. В. Г. Герасименко. – Одеса: Астропринт, 2013. – 334 с.
11. Prokkola, E.-K., Zimmerbauer, K., Jakola, F. Performance of regional identity in the implementation of European cross-border initiatives // *European Urban and Regional Studies*. – 2015. – №22(1). – Pp. 104-117.

References

1. Timothy, D. (2001). *Tourism and political boundaries*. London: Routledge.
2. Timothy, D., & Teye, V. (2004). Political boundaries and regional cooperation in tourism. In Lew, A., Hall, M., Williams, A. (Eds.). *A companion to tourism*, 584-585. Malden: Blackwell.
3. Ioannides, D., Nielsen, P., & Billing, P. (2006). Transboundary collaboration in tourism: the case of the Bothian Arc. *Tourism Geographies*, 8:2, 122-142. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/240531730_Transboundary_Collaboration_in_Tourism_the_Case_of_the_Bothnian_Arc
4. Hall, C. (2000). *Tourism planning: policies, processes and relationship*. London: Prentice Hall.
5. van Houtum, H. (2000). An overview of European geographical research on borders and border regions. *Journal of Borderland Studies*, 15:1, 57-83.
6. Prokkola, E. (2007). Cross-border regionalization and tourism development at the Swedish-Finnish border: destination Arctic Circle. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7:2, 120-138.
7. Definition for Sustainable Development of Tourism (2017). *Website of the World Tourism Organization*. Retrieved from <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
8. Kravtsiv, V. S. (2016). *Rozvytok transkordonnogo spivrobitnytstva [Development of cross-border cooperation]* (Scientific and analytical report). Lviv: Dolishnyi Institute of Regional Research of NAS of Ukraine. [in Ukrainian].
9. Aliyeva, A. Yu. (2016). Stratehichni zavdannya rozvytku transkordonnogo rynku turystychno-rekreatsiynykh posluh [Strategic Tasks for the Development of the Cross-Border Market for Tourism and Recreation Services]. In *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho universytetu. Seriya: Ekonomika [Scientific Bulletin of Uzhhorod University. Series: Economics]*: Vol. 47.2. Retrieved from http://www.visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/images/pubs/47/2/47_2_19.pdf [in Ukrainian].
10. Herasymenko, V. H. (Ed.) (2013). *Rynky turystychnykh posluh: stan i tendentsiyi rozvytku [Markets of tourist services: the state and development trends]*. Odessa: Astroprint. [in Ukrainian].
11. Prokkola, E.-K., Zimmerbauer, K., & Jakola, F. (2015). Performance of regional identity in the implementation of European cross-border initiatives. *European Urban and Regional Studies*, 22(1), 104-117.