

РОЛЬ ТУРИЗМУ В ПРОСТОРОВІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ МІСТ

© Музиченко-Козловська О.В., 2012

Означено поняття “туристичний простір”. Визначено види та властивості туристичного простору. З’ясовано функції та роль туристичної діяльності у просторовій організації соціально-економічних систем, зокрема міст.

Ключові слова: туристичний простір, функція туризму, туристичний регіон, просторова організація туризму.

O.V. Muzychenko-Kozlovs'ka
National university Lviv polytechnic**A ROLE OF TOURISM IS IN SPATIAL ORGANIZATION OF CITIES**

© Muzychenko-Kozlovs'ka O.V., 2012

Determination of concept “tourist space”. Certainly kinds and properties of tourist space. Functions and role of tourist activity are found out in spatial organization of the socio-economic systems, in particular bridge.

Key words: tourist space, function of tourism, tourist region, spatial organization of tourism.

Постановка проблеми. Динамічні процеси урбанізації та посилений розвиток міст у сучасному світі мають значний вплив на глобальну економіку. Коли суб'єкти національних ринків змушені зважати на процеси глобалізації, постала нагальна проблема використання спільного простору різними державами. Економіка перестала бути прив'язаною до окремої географічної території, а охоплює загальнопланетарний простір. Глобалізаційні процеси не оминули і туристичну діяльність. Завдяки розвитку транспорту, що спричинило зменшення “опору відстані”, туристична діяльність поширюється на усю планету, впливаючи на просторову організацію територій. Важливе місце в науковому дослідженні туризму займає аналіз ролі туристичної функції в суспільно-економічному розвитку населених пунктів та регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням у галузі просторової економіки присвячено багато праць зарубіжних та вітчизняних вчених та практиків. Серед сучасних дослідників теорії просторової організації соціально-економічних систем: П.Т.Бубенко [1], М.П.Мальська [2], С.П.Сонько [3] Н.М.Сурніна [4], Л.Г.Чернюк [5], Шевчук Л.Т. [6] тощо. Однак основними темами теперішніх наукових напрацювань залишається переосмислення та систематизація наявних теорій регіонального розвитку, а принципово нових концепцій просторової організації господарства чи окремих галузей, зокрема туристичної діяльності, не розроблено.

Цілі статті. Визначити функції та роль туристичної діяльності у просторовій організації соціально-економічних систем, зокрема міст.

Виклад основного матеріалу. Простір є одним з об'єктів наукового пізнання під час дослідження розвитку туризму та його впливу на соціально-економічні системи, зокрема на функціонування міст. Завдяки розвитку транспорту і, як наслідок, зменшенню транспортних витрат, національні підприємства переросли у транснаціональні компанії, діяльність яких відбувається безпосередньо у містах.

Теорію просторового розвитку економіки започаткував у ХХ столітті відомий німецький економіст А.Льош, у своїй праці “Просторова організація економіки”, яку видав у 1939 р. [7], в якій він на основі досліджень Й. Тюнена та В. Кристаллера розробив теорію розміщення виробництва в

умовах ринкової економіки, де головна роль відводилась не зниженню витрат (сировинних і транспортних), а максимізації прибутку.

Сучасні дослідники цієї проблеми по-різному підходять до розвитку цієї теорії. Н.М.Сурніна вважає, що “просторова економіка – це напрямок, що вивчає процес і результат діяльності суб’єктів просторового розвитку, який базуються на принципах саморозвитку, на економічних відносинах з територіальними соціально-економічними системами вищого порядку і новими територіальними утвореннями (території з особливим статусом, зокрема, вільні економічні зони, закриті територіальні утворення, технополіси, наукові і технопарки, райони реалізації спеціальних програм) [4].

Л.Т.Шевчук твердить, що геопросторова (територіальна) організація продуктивних сил та їх елементів у районах, зокрема, та країні, загалом, є предметом вивчення регіональної економіки [8].

О. І.Шаблій визначив чотири основні ознаки геопросторової (територіальної) організації [14]:

1. Взаєморозташування (взаєморозміщення) об’єктів у двовимірному просторі земної поверхні. Воно існує між двома пороговими масштабами:

а) загальноземним (глобальним);

б) “точковим”, вираженим рівнем окремого підприємства (закладу) чи населеного пункту. Всі просторові відношення явищ і процесів між двома названими масштабами характеризуються географічністю. Важливою ознакою геопросторовості є взаємозв’язаність об’єктів розташування з природним середовищем земної поверхні.

2. Існування просторових зв’язків між розташованими у межах земної поверхні об’єктами. Ця зв’язаність виражається:

а) наявністю ліній зв’язку (транспортних та інших ліній комунікацій);

б) переміщенням речовини, енергії й інформації (передусім людей – носіїв усіх цих “субстанцій”).

3. Існування територіальних утворень продуктивних сил (формувань, поєднань, систем, структур).

Найчастіше ці територіальні утворення є конкретними об’єктами суспільно-географічних досліджень, а також конкретними об’єктами науки, що вивчає розміщення продуктивних сил. Прикладами можуть бути економічний район, господарський вузол, територіальний виробничий комплекс, територіальна система розселення та інші.

4. Функціонування територіальних утворень в часі, що полягає в регульованій (зокрема саморегульованій) зміні їх станів унаслідок взаємодії з довкіллям (природним і суспільним) для досягнення завчасно передбачених цілей.

Як наголошує О. Шаблій, географічне положення належить до фундаментальних категорій, що становить просторове (у межах земної поверхні) відношення певного об’єкта (країни, міста, гірського масиву, природної територіальної системи тощо) до географічних чинників, котрі є поза ним і мають або можуть мати на нього істотний вплив [8].

У пошуках нових ідей для бізнесу та поширення підприємницької діяльності на більші території актуальною стає потреба зміни організаційної структури підприємств. У теперішніх умовах господарювання, коли на зміну постіндустріальному шляху розвитку наступила інформаційна ера, створюється новий порядок соціально-економічних відносин, який назвали “нова економіка”. Такій моделі розвитку, як “нова економіка” притаманні такі характеристики [9]:

– динамічність;

– інноваційність;

– масовість виробництва;

– наукоємність як каталізатор суміжних галузей;

– розвиток мережевої економіки завдяки зменшенню чи відсутності “опору відстані”, тобто управління підприємством здійснюється на будь-якій відстані завдяки інформаційно-комунікативним технологіям.

В умовах “нової економіки” успішно формується туристичний простір як частина географічного та економічного простору, в межах якого здійснюється туристична діяльність. Туристичний простір є функціонально окремою частиною (підпростором) географічного простору, який розумі-

ють як простір, створений з природних елементів оболонки Землі (природне середовище), результатів людської діяльності в цьому середовищі (економічне середовище), а також середовища людини в суспільному розумінні [11]. Такий туристичний простір є функціонально окремим підпростором географічного і суспільного простору, є витвором людини, яка використовує географічне середовище з туристичною метою, а мотивацією її виникнення і розвитку є потреба у відпочинку, пізнанні і отриманні вражень.

Історія розвитку туризму розпочинається з XIX ст., коли у 1841 р. англієць Томас Кук організував першу масову туристичну поїздку. Відтоді туризм динамічно розвивається і перетворився на одну з найприбутковіших галузей світової економіки. Так, у 2011 р. загальний економічний вклад туризму, зокрема прямі і супутні результати, становив 6,3 трлн. дол. США (9 %) у сукупний ВВП; 255 млн. (одне з 12-ти) робочих місць; 743 млрд. дол. (5 %) інвестицій; 1,2 трлн. дол. (5 %) – в експорті [10].

Визначальна роль туристичної діяльності полягає у відчутному її внеску у розвиток економіки країни за невеликих капітальних вкладень. Туризм – галузь економіки, яка не лише охоплює прямо чи опосередковано більшість супутніх галузей господарства, зокрема транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо, але й стимулює їхній розвиток. Це зумовлює збільшення робочих місць, особливо у депресивних регіонах, де інша господарська діяльність неможлива чи недоцільна через високі витрати виробництва. Отже, туристична індустрія дає змогу вирішувати багато соціально-економічних проблем, особливо у регіоні.

Розрізняють такі види туристичного простору [12]:

- реальний або формальний, який ідентифікують з простором облаштованим, переважно, готелями, закладами харчування і супутньою базою, яку називають матеріально-технічною базою туризму);
- функціональний, який відображає туристичну активність людини в географічному просторі;
- перцепційний або перцепційно-ментальний, який складає індивідуальну або групову уяву (віртуальне сприйняття) реального туристичного простору.

Вплив туристичної діяльності на соціально-економічний регіональний розвиток виявляється за такими напрямками [13]:

- розвиток проблемних районів (відсталіх, депресивних, сільських, прикордонних, нового освоєння);
- розвиток галузей сфери послуг та матеріального виробництва;
- збереження історико-культурної спадщини регіону;
- стимулювання економічної інтеграції і глобалізації.

Основою туристичної діяльності є природні та антропогенні ресурси. Враховуючи вимоги туристів, розвивають різноманітні види туризму, створюючи матеріально-технічну базу та інфраструктуру туризму в конкретному регіоні (частині простору), де наявні природні та створені людиною туристичні ресурси.

Основними властивостями туристичного простору є [12]:

- нестабільність, зумовлена динамічністю розвитку туризму і його циклічністю в часі;
- неоднорідність як в географічному просторі, так і щодо форм облаштування;
- непостійність, оскільки складається з функціонально пов'язаних дисперсивних (непоєднаних) елементів.

Використання простору у туристичній діяльності відбувається багатоаспектно, що може спричинити незручності чи перешкоди для інших видів господарювання у межах цієї місцевості.

Важливе місце в науковому дослідженні туризму займає аналіз ролі туристичної функції в суспільно-економічному розвитку населених пунктів та регіонів. Під туристичною функцією розуміють будь-яку суспільно-економічну діяльність в населеному пункті чи регіоні, спрямовану на обслуговування туристів та задоволення певних туристичних потреб.

Розвиток в'їзного туризму стає причиною для активізації сфери надання послуг. Чим більший туристичний рух, тим істотнішу роль відіграє туризм в господарській системі конкретної місцевості

і тим сильніше розвивається її туристична функція. Чим туристична функція є краще розвинутою, тим більшу конкуренцію складає вона стосовно інших суспільно-економічних функцій місцевості і тим вищу позицію займає в її функціональній структурі. Щодо інших суспільно-економічних функцій, то туризм може виконувати головну, рівноправну, доповнюючу чи додаткову функцію.

Функція туризму – реальні та очікувані вигоди чи переваги для учасників туристичного руху, а також мешканців територій, які відвідують туристи. До основних функцій туризму зараховують [12]:

- відпочинок (задоволенням потреб у відновленні фізичних та психічних сил);
- оздоровлення (покращення стану здоров'я в результаті туристичних поїздок, наприклад, у санаторій);
- виховання (діяльність, спрямована на формування та розвиток особистості (туриста) під час туристичної поїздки);
- розвиток економіки як чинника впливу на господарство туристичної території;
- пізнання, навчання в процесі туристичних поїздок;
- охорона довкілля (збереження об'єктів природної спадщини для розвитку туризму та формування екологічної свідомості серед туристів);
- політична функція (формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені);
- містоутворююча (туристична урбанізація і розвиток населених пунктів, де функціонує туризм);
- етнічна функція (відвідування країн своїх предків).

Процеси туристичної урбанізації, які відбуваються у різноманітних населених пунктах, відбуваються в кількох сферах: просторовій, економічній, демографічній та культурній. Ці площини тісно взаємодіють і залежать одна від одної. Туристична урбанізація сіл і селищ відбувається по-різному і залежить від багатьох внутрішніх і зовнішніх чинників, перш за все, від інтенсивності туристичного руху, а також періоду виконання ними функції відпочинку. Туристична урбанізація, переважно, стосується туристично привабливих територій. Урбанізація як наслідок туристичної діяльності чітко проявляється в межах приморських та гірських територій, а також в історичних містах.

Туризм функціонує у таких місцевостях як один з основних факторів розвитку міста, і виступає містоутворюючою галуззю економіки. Містоутворюючі – це галузі, продукція і послуги яких здатні залучати до міста грошові потоки, що відповідають потокам товарів та послуг. Ці галузі здатні експортувати товари та послуги за межі міста. Щоб визначити роль певної галузі у розвитку господарства міста російський вчений В.С.Занадворов запропонував визначити “індекс присутності”, який розраховують як частку сфери діяльності міста у національному обсязі виробництва товарів і послуг [20]. Високі значення індексу присутності характерні для монофункціональних міст, низькі – для поліфункціональних.

Якщо у цьому місті розвивається переважно одна галузь, його вважають монофункціональним. За таким підходом будували міста у Радянському Союзі, наприклад, Магнітогорськ (чорна металургія). В Україні туристично-рекреаційна сфера економіки є визначальною у Ялті, Алушті, Хмільнику, Трускавці тощо. Таким містам притаманна специфічна просторова система організації (структура), яка впливає на структуру населення. Така просторова організація спричинена розвитком туристичної індустрії як основної господарської діяльності регіону.

Туристична функція проявляється також у великих містах, так званих метрополіях. Однак мегаполіси належать до поліфункціональних міст, де успішно розвиваються різноманітні галузі завдяки наявній інфраструктурі.

Функціональними частинами туристичного простору є туристичні центри, вузли, регіони, ареали (зони) та туристично-територіальні системи тощо.

Туристичний центр – місце зосередження системи підприємств приймання та усіх видів обслуговування туристів в одному з вузлових пунктів подорожі – місті, де заплановано багатоденне перебування туристів для ознайомлення із зосередженими тут визначними пам'ятками. У складі туристичного центру виділяють головний туристичний комплекс – головне туристичне підприємство в загальній системі підприємств туристичного центру, в якому зосередженні основні підприємства приймання та обслуговування туристів з інформаційно-адміністративними службами [15].

Туристичний регіон – територія, яка має велику мережу спеціальних споруд і послуг, необхідних для організації відпочинку чи оздоровлення [16].

І.М.Школа стверджує, що “рекреаційний (туристичний) регіон – група рекреаційних районів у межах певних територій, що характеризуються спільністю природних, історико-культурних ресурсів, єдиною інфраструктурою” [17, с. 35].

В.А.Квартальнов [18, с. 131–134] дає таке визначення: – “Місце туристичного призначення – ділянка, місцевість, регіон чи територія, яка приваблює туристів через наявність: сприятливого клімату, флори і фауни; зручного географічного розташування; транспортної доступності”.

У праці [21, с. 168] наводиться таке визначення: “Туристична територія – вид комплексного туристичного ресурсу – географічно визначене місце концентрації найцінніших туристичних ресурсів, а також об’єктів туристичного інтересу, які виділяються серед туристичного регіону, з вказуванням у кадастрах та інших видах документації і введенням режиму пріоритетного цільового функціонування та розвитку туризму в його межах”.

М.Борушак встановив, що в основі виникнення різноманітних підходів до визначення поняття “туристичний регіон” лежить селективний вибір туристичних ознак, детальний аналіз яких дозволив автору поділити їх на чотири групи [22, с. 7]:

- туристичний регіон визначається певною туристичною ознакою (наприклад, наявністю туристичного потенціалу, унікальних природних чи історико-культурних пам’яток тощо);

- туристичним можна вважати лише той регіон, у якому обов’язково виробляється туристичний продукт;

- щоб називатися туристичним регіоном, територія повинна відповідати основним вимогам: вона має мати об’єкти туристичного інтересу (пам’ятки історії та культури, музеї, природні атракції тощо); в її межах повинна існувати можливість надання необхідних для задоволення потреб туристів послуг такої якості, на яку очікує клієнт (транспортне обслуговування, умови для проживання, організація дозвілля з відповідним рівнем обслуговування);

- регіон потрібно вважати туристичним, якщо використання і реалізація туристичних ресурсів здійснюється у відповідному обсязі, а набір пропонованих туристичних послуг є значно ширшим від мінімально необхідного, з врахуванням специфіки конкретного туристичного регіону.

Для аналізу просторової організації туризму в багатофункціональних містах (таких, де туризм не виконує містоутворюючої функції) використовують концепцію району туристичної активності. У результаті порівняльного аналізу розвитку туризму в різних містах Д.Гец виявив закономірність, яка полягає в концентрації туристичного руху тільки в деяких районах міста. Згідно з цією концепцією оптимальні умови для розвитку міського туризму існують в центральній частині агломерації – центральному районі міста. Чинниками, які сприяють формуванню району (території) туристичної активності, так званого туристичного бізнес-району, – TBD (з англ. tourism business district) є зосереджені в центрі міста туристичні об’єкти, такі як пам’ятки історії архітектури чи культури, різні атракції міста. Концентрація туристичного руху в межах TBD зумовлена хорошою доступністю до центру міста і обмеженістю автомобільного руху. Важливим чинником, який приваблює туристів до міст, є згадана вже адміністративна і бізнес-діяльність, просторова концентрація якої створює центральний бізнес-район, – CBD (з англ. central business district), тобто центральний діловий район є комерційним і часто географічним серцем міста [10]. Предметом наукового аналізу є також відносини між обома функціональними районами, їх зв’язки, залежності і трансформації, а також спосіб формування туристичної привабливості та організація туристичного руху в територіальних межах міста.

Виділяють такі закономірності просторової організації туристичного ринку: перманентності просторово-часового узгодження і спрямованості до структурної відповідності попиту і пропозиції; регіональної полілінійності розвитку; регіональної ізоморфної мотивації; просторової центрованості, що полягає у формуванні “ядер” туристичної активності, які є результатом кумулятивної дії фінансових, інформаційних та інноваційно-технологічних процесів, динамічність яких призводить до зміни положення ядра в ієрархічній структурі, та взаємозв’язків між ними, що є основою формування просторового каркасу ринку туристичних послуг [19].

У теперішньому глобалізованому світі, де ринки перестали бути національними, постала гостра проблема використання спільного простору різними державами. Економіка перестала бути прив'язаною до окремої географічної території, а охоплює загальнопланетарний простір, яким прийнято вважати тривимірний евклідовий простір. Глобалізація та пов'язана з нею регіоналізація істотно впливають на використання простору та розвиток сучасних соціально-економічних систем. Формуються нові просторові об'єднання, наділені новими функціями та можливостями. У межах міст функціонують територіально-виробничі комплекси, а у туристичній галузі – туристично-рекреаційні, які є попередниками туристично-рекреаційних кластерів, що дуже популярні сьогодні. Об'єднання підприємств у туристичний кластер дасть змогу повною мірою використовувати потенціал та можливості розвитку регіону як просторової системи, враховуючи специфіку туристичної індустрії. Основною ознакою формування об'єднання на основі туристичного підприємства є територіальна обмеженість (приналежність), адже основним, визначальним фактором виробництва у туризмі є природні ресурси, які зосереджені в межах конкретної місцевості.

Висновки. Отже, роль туристичної діяльності у просторовій організації соціально-економічних систем регіону, зокрема міст, полягає у такому:

- виступає як містоутворююча галузь (туристична урбанізація і розвиток населених пунктів, де функціонує туризм);
- впливає на просторову організацію соціально-економічних систем (формування туристичних центрів, вузлів, ареалів (зон) та туристично-територіальних систем тощо);
- стимулює економіку регіону (сприяє розвитку транспорту, будівництва, торгівлі, громадського харчування, сільського господарства, житлово-комунального господарства, культури, мистецтва, спорту тощо).

Перспективи подальших досліджень. У подальших публікаціях доцільно розробити методичку визначення ефективності туристичної діяльності у поліфункціональних містах.

1. Бубенко П.Т. *Інституційна динаміка просторової організації економічного розвитку. Монографія* / П.Т.Бубенко. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 295 с. 2. Мальська М.П. *Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика): монографія* / М.П.Мальська: – К.: Знання, 2009. – 363 с. 3. Сосько С.П. *Просторовий розвиток соціо-природних систем: шлях до нової парадигми: монографія* / С.П.Сосько. – К.: Ніка Центр, 2003. – 287 с. 4. Сурнина Н.М. *Пространственная экономика: теоретико-методологическое и научно-практическое исследование: автореферат д-ра экон. наук: 08.00.05* / Н.М.Сурнина. – Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного экономического университета, 2003. – 43 с. 5. Чернюк Л.Г. *Регіонально-просторові економічні системи України: методологія і сучасна практика формування. Монографія* / Л.Г. Чернюк, М.І. Фащевський, Т.В. Пена, Т.М. Качала та ін.; РВПС України НАН України; Міністерство освіти і науки України, Черкаський державний технологічний університет. – К.: РВПС України НАН України, Черкаси : ЧДТУ, 2011. – 423 с. 6. *Просторовий розвиток регіону: соціально-економічні можливості, ризики і перспективи: монографія* / НАН України. Інститут регіональних досліджень; За ред. д.е.н., проф. Шевчук Л.Т. – Львів, 2011. – 256 с. – (Сер. “Проблеми регіонального розвитку”). 7. Леш А. *Географическое размещение хозяйства* / А. Леш. – М.: Издательство иностранной литературы, 1959. – 455 с. 8. Шевчук Л.Т. *Регіональна економіка: навчальний посібник* / Л.Т. Шевчук. – К.: Знання, 2011. – 319 с. 9. *Wikipedia, the free encyclopedia.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wikipedia.org>. 10. *WTTC (7.03.2012) Travel & Tourism forecast to pass 100m jobs and 2 trillion GDP in 2012.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weec.org/news-media/>. 11. *Warszynska J. Geografia turystyki. Geografia w Uniwersytecie Jagiellońskim. 1849-1999.* – Т. III. *Rozwoj i dorobek nauk geograficznych w Uniwersytecie Jagiellońskim* / J. Warszynska. – Krakow, 1999. – S. 383–420. 12. Мальська М.П. *Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник* / М.П.Мальська, В.В. Худо. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.ws/10290718/turizm/turistichniy_biznes_-_majska_mp. 13. Куфяк О.В. *Туризм як фактор вдосконалення галузевої структури регіональної економіки* / О.В. Куфяк. – [Електронний

ресурс]. – Режим доступу: arr.chnu.edu.ua/.../chtei-кнтеу%202010.doc 14. Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії: підручник / О.І.Шаблій. – Львів: ВЦ ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 444 с. 15. Смолій В.А. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А.Смолій, В.К.Федорченко, В.І. Цибух. – К.: Видавничий Дім “Слово”, 2006. – 372 с. 16. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO World Tourism Organization). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.world-tourism.org>. 17. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. – 662 с. 18. Квартальнов В.А. Туризм: учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с. 19. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с. 20. Занадворов В.С. Экономика города: учебное пособие / В.С. Занадворов, А.В. Занадворова. – М.: ИЦК Академкнига, 2003. – 272 с. 21. Балабанов И.Т. Экономика туризма: учебное пособие / И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с. 22. Боруцак М. Стратегія розвитку туристичних регіонів: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: спец. 08.00.05 / М. Боруцак. / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2008. – 28 с.

УДК 504.03 (075.8)

Ю.Б. Федунь

Львівський національний університет імені Івана Франка

ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБАЛАНСОВАНОГО ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ ДОСВІДУ ЄС

© Федунь Ю.Б., 2012

Розглянуто економіко-правові аспекти забезпечення збалансованого еколого-економічного розвитку України з урахуванням досвіду ЄС та запропоновані рекомендації щодо формування політики екологізації економічного розвитку України.

Ключові слова: збалансований, екологічний, економічний, інтеграція.

Y.B. Fedun

Ivan Franko National University of Lviv

ECONOMIC AND LEGAL ASPECTS OF SUSTAINABLE ECOLOGICAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF UKRAINE BASED ON THE EU EXPERIENCE

© Fedun Y.B., 2012

Economic and legal aspects of sustainable ecological-economic development of Ukraine with the account of the EU experience are examined in the article. Recommendations for the policy of greening economic development of Ukraine, are proposed.

Key words: sustainable, ecological, economic, integration.

Постановка проблеми та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Сучасний розвиток України як суб'єкта міжнародних відносин є невід'ємним процесом цивілізаційного, правового, економічного характеру. Водночас багато чинників об'єктивного та суб'єктивного характеру уповільнюють процес інтеграції України до ЄС. Очевидно, що через них саме ЄС може стати детермінантною силою прискорення цього процесу. Угодою про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими співтовариствами та їх державами-членами вста-