

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ЧЖИБО ЦУЙ

УДК 338.48-61:94(100)"1939/1945"(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ
(НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)**

Галузь знань 24 – Сфера обслуговування

Спеціальність 242 – Туризм

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії з туризму

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ Чжибо Цуй

Науковий керівник: Смирнов Ігор Георгійович, доктор географічних наук,
професор

АНОТАЦІЯ

Чжибо Цуй. Геопросторова організація воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни). – *Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.*

Дослідження на здобуття наукового ступеня доктора філософії (кандидата наук) за спеціальністю 242 – Туризм – Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 2023.

Дослідження присвячено особливостям геопросторового аналізу туристопотоків в Україні та організації туристичного бізнесу та інфраструктури вітчизняного воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни). У роботі визначено наукові категорії та розглянуто методику дослідження геопросторової організації воєнного туризму. Здійснено географічний аналіз туристопотоків воєнного туризму в Україні в розрізі регіонального вивчення ресурсної бази воєнного туризму на прикладі пам'яток Другої світової війни 1939-1945 рр., а також досліджено рівень її туристичного навантаження. В роботі проаналізовано бізнесовий потенціал використання воєнного туризму в Україні, можливості залучення іноземних туристів з Китайської Народної Республіки, загрози та можливості для його подальшого розвитку.

Вперше окреслено регіональну специфіку воєнного туризму в Україні на прикладі пам'яток Другої світової війни в м. Києві та Київської області, розроблено та запропоновано стратегію розвитку воєнного туризму в Україні, ідентифіковано цільову аудиторію воєнного туризму в Україні та в Китаї, окреслено сфери застосування воєнного туризму та перешкоди у його розвитку.

Основний науковий результат дисертаційної роботи полягає в розробці конкретних пропозицій щодо удосконалення геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні на прикладі пам'яток Другої світової війни. Робота має на меті вивчення можливостей залучення туристів з Китаю до відвідування пам'яток Другої світової війни в Україні та сприяння міжнародному співробітництву в галузі туризму, а також покращення публічності воєнного туризму в Україні.

У результаті автором було сформульовано стратегію розвитку воєнного туризму в Україні, яка передбачає активне залучення туристів з Китаю враховуючи туристичні тенденції та геопросторовий аналіз ресурсної бази туризму. Автором було узагальнено концептуальне розуміння воєнного туризму внаслідок формулювання його дефініції як нової форми туризму, яка: по-перше, спирається на військові туристичні ресурси, задовольняє всебічний розвиток людей з точки зору військових знань, що забезпечує розвиток, використання та збереження військових туристичних ресурсів; по-друге, сприяє вихованню патріотизму, туристичної освіти та участі громади у використанні наявних переваг військових туристичних ресурсів. Було систематизовано класифікацію воєнного туризму та дано детальну характеристику методиці дослідження геопросторової організації воєнного туризму.

Обґрунтоване значення воєнного туризму для розвитку туризму України. Сформовано понятійний апарат дослідження об'єктів воєнного туризму, визначено відмінності воєнного та військового туризмів. Запропоновано комплексний підхід до розуміння геопросторової організації воєнного туризму в географічному, економічному, соціальному і функціональному аспектах.

Виявлено цільову аудиторію воєнного туризму за допомогою PESTEL, COSMIC, SWOT аналізів, враховуючи культурні аспекти історії України в період Другої світової війни. Проведено аналіз ринку воєнного туризму та окреслення його потреби, зокрема з огляду на потенційний попит серед туристів з України та закордонному. В роботі також було застосовано модель конкурентних переваг М. Портера для висвітлення переваг макросередовища існування воєнного туризму в Україні.

Також було розроблено рекомендації щодо покращення геопросторової організації воєнного туризму в Україні на прикладі пам'яток Другої світової війни та запропоновано шляхи розв'язання проблем, що виникають у процесі організації воєнного туризму в Україні. Для аналізу діяльності окремих суб'єктів воєнного туризму в Україні, динаміки за останні роки було проаналізовано дані Національного музею України у Другій світовій війні, що є найбільшим музеєм

України, діяльність якого присвячена подіям того часу і, який має найбільшу популярність серед як іноземних, так і українських туристів.

Розглянуто перспективи розвитку воєнного туризму в Україні та запропоновано механізми його підтримки та стимулювання, включаючи співпрацю з китайськими партнерами та міжнародними організаціями.

Досліджено перспективні напрямки розвитку воєнного туризму у взаємозв'язку з використанням бізнес і ресурсного потенціалу. Визначено, що ресурсний потенціал детермінують природно-кліматичні, історико-культурні, соціально-демографічні (у тому числі підприємницькі), фінансово-економічні, та рекреаційно-туристичні особливості. Сформульовано концептуальне розуміння бізнес-потенціалу в воєнному туризмі, яке визначено як сукупність людських (інтелектуальних, знанневих, креативних), природно-географічних, економічних, фінансових, інфраструктурних, соціально-культурних ресурсів воєнної території (де буде реалізовано цей потенціал), які сприяють розвитку підприємницької діяльності завдяки впровадженню креативних бізнес-ініціатив та ідей у контексті розвитку воєнного туризму. Обґрунтовано значення інноваційних (креативних) підходів у формуванні бізнес-ідей воєнного туризму взагалі та на певній території, а також впливу специфічних чинників гостинності, мотивації і культури надання послуг. Доведена необхідність державної підтримки у частині реалізації бізнес-ідей воєнного туризму з первинним застосуванням інструментарію стратегічного планування.

Результати дослідження можуть бути корисними для працівників туристичної індустрії України, органів влади, котрі займаються розвитком туризму, а також науковців, які досліджують проблеми розвитку воєнного туризму. Враховуючи глобальні тенденції розвитку туризму та співпраці між країнами, ця робота може стати базою для розробки спільних проєктів з китайськими партнерами у сфері туризму, сприяючи розвитку міжнародного туристичного обміну.

Результати дослідження можуть використовуватися для розробки інноваційних маркетингових стратегій просування, спрямованих на залучення

внутрішніх туристів та туристів з Китаю, адаптації пропозицій воєнного туризму до потреб і інтересів іноземних туристів, а також розробки спеціальних програм навчання для фахівців з туристичної сфери, які працюють чи будуть працювати з воєнним туризмом.

Загалом, дослідження сприятиме розвитку туристичної галузі України, стимулюванню міжнародного співробітництва та підвищенню якості послуг у сфері воєнного туризму для громадян та іноземних туристів, що своєю чергою сприятиме зростанню в'їзному туристичного потоку та покращенню економічного становища країни в цілому.

Крім того, в рамках дослідження було виявлено, що пам'ятки Другої світової війни мають значний потенціал для привернення уваги іноземних туристів, через наявність достатньо-великої їх кількості в Україні, унікальністю експонатів воєнних музеїв, та якісь туристичних послуг. В роботі досліджено можливість популяризація воєнно-історичного туризму, що зосередженим на європейському та китайському ринках, що може сприяти зміцненню культурних зав'язків між країнами та розвитку взаєморозуміння між народами. Автором було проведено геоінформаційне моделювання ресурсної бази воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в Україні з метою виявлення найбільш популярних регіонів для розвитку воєнного туризму. За підсумками даного аналізу було запропоновано використання розробленого списку пам'яток Другої світової війни для формування Єдиного національного реєстру пам'яток Другої світової війни, що до цього часу не був затверджений Кабінетом міністрів України.

В роботі також розглянуто можливість залучення іноземних інвестицій для розвитку інфраструктури воєнного туризму в Україні, зокрема з Китаю. Це може включати створення спільних підприємств, спрямованих на розробку туристичних маршрутів та надання послуг, організацію культурних заходів, пов'язаних з військовою історією, та розширення мережі готельного господарства та інших туристичних об'єктів.

У дисертації розглядаються можливості використання сучасних технологій, таких як геоінформаційні системи, доповнена та віртуальна реальність під час

воєнних турів, гейміфікація воєнного туризму загалом для покращення якості навігації та інтерактивності військово-історичних об'єктів та музеїв, що може збільшити цінність туристичного досвіду та залучити більше відвідувачів.

Ключові слова: ВОЄННИЙ ТУРИЗМ, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ТУРИСТОПОТОКИ, ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ, ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ, ПАМ'ЯТКИ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, МІЖНАРОДНІ ТУРИСТИЧНІ ВІДНОСИНИ.

SUMMARY

Zhibo Cui. Geospatial organization of military tourism in Ukraine (on the example of World War II monuments). – *Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.*

Research for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy (PhD) in specialty 242 - Tourism - Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, 2023.

The study is devoted to the peculiarities of geospatial analysis of tourist flows in Ukraine and the organization of the tourism business and infrastructure of domestic military tourism (on the example of World War II monuments). The paper defines the scientific categories and considers the methodology for studying the geospatial organization of military tourism. The geographical analysis of tourist flows of military tourism in Ukraine in the context of regional study of the resource base of military tourism on the example of the monuments of the Second World War of 1939-1945 is carried out, and the level of its tourist load is investigated. The paper analyzes the business potential of using military tourism in Ukraine, the possibilities of attracting foreign tourists from the People's Republic of China, threats and opportunities for its further development.

For the first time, the regional specificity of military tourism in Ukraine is outlined on the example of World War II monuments in Kyiv and Kyiv region, a strategy for the development of military tourism in Ukraine is developed and proposed, the target audience of military tourism in Ukraine and China is identified, the areas of application of military tourism and obstacles to its development are outlined.

The main scientific result of the dissertation is the development of specific proposals for improving the geospatial organization of the tourism business and military tourism infrastructure in Ukraine on the example of World War II monuments. The work aims to explore the possibilities of attracting tourists from China to visit the monuments of the Second World War in Ukraine and to promote international cooperation in the field of tourism, as well as to improve the publicity of military tourism in Ukraine.

As a result, the author formulated a strategy for the development of military tourism in Ukraine, which provides for the active attraction of tourists from China, taking into account tourist trends and geospatial analysis of the tourism resource base. The author

summarizes the conceptual understanding of military tourism by formulating its definition as a new form of tourism, which: firstly, relies on military tourism resources, satisfies the comprehensive development of people in terms of military knowledge, which ensures the development, use and preservation of military tourism resources; secondly, promotes patriotism, tourism education and community participation in using the existing advantages of military tourism resources. The classification of military tourism is systematized and the methodology for studying the geospatial organization of military tourism is described in detail.

The importance of military tourism for the development of tourism in Ukraine is substantiated. The conceptual apparatus for studying the objects of military tourism is formed, the differences between military and military tourism are determined. An integrated approach to understanding the geospatial organization of military tourism in geographical, economic, social and functional aspects is proposed.

The target audience of military tourism is identified using PESTEL, COSMIC, SWOT analyzes, taking into account the cultural aspects of the history of Ukraine during the Second World War. The military tourism market is analyzed and its needs are outlined, in particular, taking into account the potential demand among tourists from Ukraine and abroad. The paper also applies M. Porter's model of competitive advantage to highlight the advantages of the macro environment for military tourism in Ukraine.

Recommendations were also developed to improve the geospatial organization of military tourism in Ukraine on the example of World War II monuments and ways to solve problems arising in the process of organizing military tourism in Ukraine were proposed. To analyze the activities of individual subjects of military tourism in Ukraine and the dynamics in recent years, the author analyzed the data of the National Museum of Ukraine in the Second World War, which is the largest museum in Ukraine dedicated to the events of that time and is the most popular among both foreign and Ukrainian tourists.

The prospects for the development of military tourism in Ukraine are considered and mechanisms for its support and stimulation, including cooperation with Chinese partners and international organizations, are proposed.

Promising areas of military tourism development in relation to the use of business and resource potential are investigated. It is determined that the resource potential is determined by natural and climatic, historical and cultural, socio-demographic (including entrepreneurial), financial and economic, and recreational and tourist features. A conceptual understanding of the business potential in military tourism is formulated, which is defined as a set of human (intellectual, knowledge, creative), natural and geographical, economic, financial, infrastructural, socio-cultural resources of the military territory (where this potential will be realized), which contribute to the development of entrepreneurial activity through the introduction of creative business initiatives and ideas in the context of military tourism development. The importance of innovative (creative) approaches in the formation of business ideas of military tourism in general and in a particular territory, as well as the influence of specific factors of hospitality, motivation and culture of service provision is substantiated. The necessity of state support in terms of implementing business ideas of military tourism with the primary use of strategic planning tools is proved.

The results of the study may be useful for employees of the tourism industry in Ukraine, government agencies involved in tourism development, and scholars studying the problems of military tourism development. Given the global trends in tourism development and cooperation between countries, this work can serve as a basis for developing joint projects with Chinese partners in the field of tourism, contributing to the development of international tourism exchange.

The results of the study can be used to develop innovative marketing promotion strategies aimed at attracting domestic tourists and tourists from China, adapting military tourism offers to the needs and interests of foreign tourists, and developing special training programs for tourism professionals who work or will work with military tourism.

In general, the study will contribute to the development of Ukraine's tourism industry, stimulate international cooperation and improve the quality of military tourism services for citizens and foreign tourists, which in turn will contribute to the growth of inbound tourist flow and improve the country's economic situation in general.

In addition, the study found that the monuments of the Second World War have significant potential to attract the attention of foreign tourists, due to the presence of a sufficiently large number of them in Ukraine, the uniqueness of exhibits in military museums, and some tourist services. The paper investigates the possibility of popularizing military history tourism, which is focused on the European and Chinese markets, which can help strengthen cultural ties between countries and develop mutual understanding between peoples. The author conducted a geographic information modeling of the resource base of military tourism on the basis of monuments of the Second World War in Ukraine with the aim of identifying the most popular regions for the development of military tourism. Based on the results of this analysis, it was proposed to use the developed list of World War II monuments to form the Unified National Register of World War II Monuments, which has not yet been approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine.

The paper also considers the possibility of attracting foreign investment to develop the infrastructure of military tourism in Ukraine, in particular from China. This may include the creation of joint ventures aimed at developing tourist routes and services, organizing cultural events related to military history, and expanding the network of hotels and other tourist facilities.

The thesis examines the possibilities of using modern technologies such as geographic information systems, augmented and virtual reality during military tours, and gamification of military tourism in general to improve the quality of navigation and interactivity of military history sites and museums, which can increase the value of the tourist experience and attract more visitors.

Keywords: MILITARY TOURISM, GLOBALIZATION, TOURIST FLOWS, GEOGRAPHICAL ANALYSIS, GEOSPATIAL ORGANIZATION, WORLD WAR II MONUMENTS, TOURISM RESOURCES, INTERNATIONAL TOURISM RELATIONS.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділ у монографії:

1. Смирнов І., Цуй Джибо. У «Чотирикутнику смерті»: воєнно-туристичний потенціал Кам'янця на Поділлі, як столиці Соборної України під час визвольних змагань. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Вид. шосте/ за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С.112 – 126 (332) (1,1 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.: проведено дослідження та надання характеристики військово-історичного фестивалю «Остання столиця»).*

Статті в наукових періодичних виданнях іноземних держав та у наукових фахових виданнях України:

2. Цуй Джибо. Характеристика та стан розвитку військового туризму. *Journal of China Emergency. Management Science*, Вип.17. Пекін: Центральна Парти́йна школа. 2021. С. 4-5. (400) (китайською мовою). (0,35 д. а.).

3. Zhibo Cui. Geospatial research methodology organizations of military tourism in Ukraine. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Geography*. 2022. Vol. 83., No 2. P. 105 – 108. (108). URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2022.83.7> (0,6 д. а.).

4. Смирнов І., Цуй Джибо. Актуальні проблеми розвитку військового туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. Актуальні проблеми розвитку військового туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. *Географія та туризм*. 2020. № 59. С. 3–13. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2020.59.3-13> (1,44 д. а., особисто автору – 0,3 д. а.: проведено порівняння Лінії Арпади та Лінії Молотова).

5. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Воєнно-туристичний потенціал Кам'янця на Поділлі як столиці Соборної України (1919-1920 рр.) під час національно-визвольної боротьби українського народу в 1917-1921 роках. *Вісник КНУКІМ. Серія: туризм*. 2020. Т. 3, № 1. С. 91–103. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.1.2020.207507> (0,73 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.: проведено аналіз путівника «Кам'янець – це остання столиця УНР»).

6. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Пам'ятки Голокосту у Кам'янці-Подільську як ресурс для розвитку туризму. *Вісник КНУКіМ. Серія: Туризм*. Том. 4, №2, 2020, с. 149-162. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.2.2021.249693> (0,65 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

7. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Олена Степанів – офіцер УСС та УГА, український дипломат, географ, геологіст. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. Вип. 78. 2021. С. 19-25. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2021.78-79.3> (1,05 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

Праці апробаційного характеру, які додатково відображують наукові результати дисертації:

8. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні реконструкції та фестивалі як перспективний вид туризму у містах (на прикладі м.Кам'янця-Подільського). *Міський туризм: реалії, виклики, перспективи: Матеріали міжн.наук.-практ.конф.* К.: Альфа-Пік, 2020. С.86-88 (132). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

9. Смирнов І., Цуй Джибо. Забута столиця української революції: можливості м.Кам'янця-Подільського з розвитку військово-патріотичного туризму. *Регион – 2020: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжн.наук.практ.конф. студентів, аспірантів та молодих вчених*. Харків: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2020. С.139-142 (175). (0,33 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

10. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні реконструкції та фестивалі як чинник розвитку патріотичного туризму (на прикладі м.Кам'янця-Подільського). *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VII Міжнар.наук.-практ. інтернет-конф.*. Київ: Видавничий центр КНУКІМ, 2020. С.129-132. (0,2 д. а., особисто автору – 0,05 д. а.).

11. Смирнов І., Цуй Джибо. Співпраця Китаю та України з військового туризму. *Перспективні напрямки розвитку економіки, фінансів, обліку та права: теорія та практика: збірник тез доповідей міжн.наук.-практ.конф.: у 5 ч.* Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч.2. С.52-57 (63). (0,44 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

12. Смирнов І., Цуй Джибо. Воєнно-історична реконструкція «Остання столиця УНР» у каньйоні р.Смотрич. *Геотуризм: практика і досвід. Матеріали IV Міжн.наук.-практ.конф.*. Львів: Каменяр, 2020. С.179-181 (188). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

13. Смирнов І., Цуй Джибо. Potential of military tourism development in border regions of Ukraine and Poland. *Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукр.наук.-практ. інтернет-конф.* Харків: «Цифра-Принт», 2020. С. 64-67 (256). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

14. Смирнов І., Цуй Джибо. Лінія Арпада та Лінія Молотова як ресурс для розвитку мілітарі-туризму в Україні. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XIV Міжн.наук.конф.* Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. С.321-327 (458). (0,4 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.).

15. Смирнов І., Цуй Джибо. Comparative characteristics of the Arpad Line (Ukraine) and the Molotov Line (Poland) as military tourism objects. *Abstracts of X International Scientific and Practical Conference "Trends in the development of Modern Scientific Thought"*. Vancouver, Canada, 2020. P. 825, pp. 772-777. (0,4 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.).

16. Смирнов І., Цуй Джибо. Порівняльна характеристика Лінії Арпада (Україна) та Лінії Молотова (Польща), як прикордонних туристичних об'єктів військової архітектури. *Просторове планування: місто планування, архітектура, політичні та соціокультурні засади. Збірник наук.праць. Вип. I. В 2 ч.* Київ – Тернопіль: «Бескиди», 2020. Ч.I. С.253-260 (299). (0,4 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

17. Смирнов І., Цуй Джибо. Potential of military tourism development in border regions of Ukraine and Poland. *Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф.*. (Харків. торг.-екон. ін-т КНТЕУ, 30 жовтня 2020 р.). Харків: «Цифра-Принт», 256 с., с.64-67. (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

18. Смирнов І., Цуй Джибо. Problems of military tourism development in Ukraine and Poland in border regions. *Туризм у XXI столітті: виклики і реагування*

[Матеріали міжн. наук.-практ.конф]. К, 2020. С.33-37 (214). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

19. Смирнов І., Цуй Джибо. Герої Українських визвольних змагань як ресурс для розвитку туризму: генерал-хорунжий Марко Безручко. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Матеріали XII Міжн.наук.-практ.конф. У 2 т. Т.1.* Черкаси: ЧДТУ, 2021. С.44-47 (175). (0,18 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

20. Смирнов І., Цуй Джибо. Воєнно історичні об'єкти Східної Польщі – ресурс розвитку українсько-польського транскордонного туризму. *Регіон - 2021: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 15 квітня 2021 р.)* / Гол. ред. колегій Л.М. Немець. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021, с.15-20 (164). (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

21. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні об'єкти Східної Польщі як основа розвитку українсько-польського транскордонного туризму. *Гостинність, сервіс, туризм: тези доповідей VIII міжн. наук.-практ. інтернет-конф..* Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021, 350 с., с. 176-180. (0,65 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

22. Смирнов І., Цуй Джибо. Фортифікації Розточчя як ресурс українсько-польського транскордонного туризму. *Фортифікації в туризмі: потенціал, стан, пропозиція, інновації. Матеріали міжн. наук.-практ. інтернет-семінару.* К.: ТОВ «Геопринт», 2021. 154 с., с. 42-46. (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

23. Смирнов І., Цуй Джибо. Пам'ятки Голокосту у м. Кам'янці-Подільську як ресурс для розвитку внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матер. XV міжнар. наук.-практ. конф..* Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021, с. 255-262. (0,42 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

24. Смирнов І., Цуй Джибо. Про вшанування пам'яті Тараса Шевченка у Вільнюсі. *Україна – Литва: історичні, мовнокультурні та туристські паралелі. Матер. міжнар. наук.-практ. конф..* Київ: Гельветика, 2021, 204 с., с. 80-84. (0,22 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

25. Смирнов І., Цуй Джибо. Картографування пам'яток Голокосту в Україні з метою розвитку туризму (на прикладі м. Кам'янця-Подільська). *Картографія та вища школа: інтеграція напрямів розвитку: Матер. V міжнар. наук.-практ. конф.*. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2021, 60 с., с. 21-26. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

26. Смирнов І., Цуй Джибо. Територіальні особливості пам'яток Голокосту в Україні (на прикладі м. Кам'янця-Подільська). *Реґіон-2021: стратегія оптимального розвитку: Матер. міжнар. наук.-практ. конф.*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 168 с., с. 61-65. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

27. Смирнов І., Цуй Джибо. Імперський воєнний музей у Лондоні та його використання в українсько-британських туристичних зв'язках. *Британські адреси Півдня України: Матер. міжнар. наук.-практ. конф.*. Київ: ТОВ «Геопринт», 2021, 146 с., с. 100-104. (0,25 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

28. Смирнов І., Цуй Джибо. Накано Такеко - японська Жанна Д'арк. *Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конф. еренції* (Київ, 11 листопада 2022 р.) - К.:ТОВ «Геопринт»,2022. - с. 228-232. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

29. Цуй Джибо, Смирнов І. Вуду – релігія оживших мерців (чи треба боятися туристам). *Сакральне та туризм: матеріали міжнародньої науково-практичної конференції* (Київ, 28 квітня 2023 р.) – К.:ТОВ «Геопринт»,2023. – 325 с., с. 113-118. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ	17
ВСТУП	18
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕОПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ	27
1.1. Воєнний туризм у складі туристичної індустрії та його особливості.....	27
1.2. Категорії геопросторової організації та ресурсна база воєнного туризму ...	38
1.3. Методика дослідження геопросторової організації воєнного туризму	49
Висновки до розділу 1	63
Розділ 2. ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)	66
2.1. Пам'ятки подій 1939-1945 рр.	66
2.2. Пам'ятки повоєнного періоду на прикладі Києва та Київської області	80
2.3. Регіональний аналіз ресурсної бази воєнного туризму в Україні	101
Висновки до розділу 2	122
РОЗДІЛ 3. ГЕОПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТОПОТОКІВ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)	126
3.1. Видова та географічна структура туристопотоків воєнного туризму	126
3.2. Внутрішні туристопотоки воєнного туризму	131
3.3. Іноземні (в'їзні) туристопотоки воєнного туризму.....	135
3.4. Закордонні туристопотоки воєнного туризму	143
Висновки до розділу 3	147
РОЗДІЛ 4. ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)	149
4.1. Інфраструктура воєнного туризму та його географія	162
4.2. Військово-патріотичні фестивалі, реконструкції та науково-практичні конференції.....	165
4.3. Перспективи та проблеми розвитку воєнного туризму в Україні	169
Висновки до розділу 4	176
ВИСНОВКИ	179
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	184

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ДАРТ	Державне агентство розвитку туризму,
ДВТ	Довготривала вогнева точка,
ДОТ	Довготривала оборонна точка,
ДЗОТ	Дерево-земляна оборонна точка,
ЄС	Європейський Союз,
ЗСУ	Збройні сили України,
ЗУ	Закон України,
КиУР	Київський укріплений район,
КМУ	Кабінет Міністрів України,
НАН України	Національна академія наук України
НАТО	Організація Північноатлантичного договору
НКВС	Народний комісаріат внутрішніх справ СРСР
ООН	Організація Об'єднаних Націй
РЄ	Рада Європи
СРСР	Союз Радянських Соціалістичних Республік,
США	Сполучені Штати Америки
УРСР	Українська Радянська Соціалістична Республіка
ФРН	Федеративна Республіка Німеччина
ЮНЕСКО	Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури
ВТ	Воєнний туризм

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних українських реаліях спостерігається інтенсивний розвиток та трансформація соціального та економічного контексту. Це породжує певні виклики для галузей, що поєднують національні інтереси та міжнародну інтеграцію, зокрема у сфері туризму. Туристичний сектор виступає одним з найбільш прогресивних компонентів світової економіки, що істотно модулює розвиткові траєкторії держав. Попри контекст кризи, роль туризму постійно підвищується, оскільки він сприяє розширенню робочих місць, потоку іноземних надходжень до країни, і функціонує як канал забезпечення бюджетів різних ієрархічних рівнів. При цьому, особливу увагу вчених та практиків привертає воєнний туризм як специфічний напрямок, що має певний потенціал у контексті розвитку туристичної інфраструктури України.

Оцінка воєнних туристичних ресурсів включає класифікацію, вивчення кількісних показників, а також порівняльний аналіз ресурсів різних регіонів. Це допомагає визначити потенційні напрями розвитку даного виду туризму та створити умови для його регіоналізації та планування. Таким чином, науково обгрунтована оцінка воєнних туристичних ресурсів може сприяти їх ефективному використанню та забезпеченню максимальної соціально-економічної вигоди.

Воєнний туризм – це вид туризму, який передбачає відвідування місць боїв та історичних битв для зацікавлених осіб, а також для ветеранів та родичів загиблих воїнів. Цей вид туризму є популярним у Європі та в інших країнах світу. Відвідування фортифікаційних об'єктів та замків, місць історичних битв, військово-історичних музеїв, військової техніки, а також місць поховання загиблих воїнів приносить значний дохід для держави та сприяє її просуванню на міжнародній арені. Ізраїль, наприклад, отримує щорічний дохід від воєнного туризму в розмірі 115 млн дол., тоді як в Німеччині ця сума не виділяється як окремий сегмент в загальному туристичному доходу, проте протягом багатьох років вона складала 2% від загального туристичного доходу. За даними річних звітів найбільших воєнних музеїв США у 2021 р., лише на продажу квитків для відвідування воєнних музеїв країна заробила не менше 178 млн дол. (додаток Б1-

Б2). Національний музей Другої світової війни в США, що вважається одним з найбільших музеїв за підсумками 2021 р. отримав дохід на суму 70,7 млн дол., а Імперський воєнний музей – найбільший воєнний музей у Великій Британії у 2021 р. заробив 6,5 млн фунтів стерлінгів [133].

Разом із тим, воєнний туризм в Україні розвинений недостатньо. Як одна з держав, що воювала у Другій світовій війні та батьківщина східноєвропейської культури, Україна не тільки має глибокі історичні та культурні традиції, але й значний потенціал в розширенні використанні цього виду туризму. Радянський Союз як учасник Другої світової війни в 1939-1943 рр. став головним полем її битв. Україна зберегла велику кількість радянських воєнних об'єктів, озброєння та техніки, включаючи унікальні воєнні об'єкти, військові заводи, місця воєнних дій. Отже, ресурси воєнного туризму в Україні є дуже значними, різноманітними та мають велике значення для розвитку туризму, який може служити не лише тематичним суб'єктом розвитку туризму, а й як доцільне доповнення до українського туризму в цілому [23-25].

Проте до цього часу нормативних документів щодо організації та розвитку воєнного туризму в Україні немає, а саме визначення «воєнного туризму» відсутнє в ЗУ «Про туризм». А також Кабінетом Міністрів України не було затверджено «Єдиний національний реєстр пам'яток Другої світової війни». Все це в комплексі породжує необхідність в подальшому дослідженні даної категорії туризму й впровадження змін до законодавства. Отже, виходячи з вищенаведеного, наше дослідження особливостей особливості геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) є актуальним, соціокультурно та економічно обґрунтованим та потребує поглибленого вивчення для покращення туристичної галузі України.

Мета та завдання дослідження. Метою роботи є проведення аналізу геопросторових особливостей ресурсної бази, організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни), а також визначення проблем та перспектив його розвитку в сучасних умовах.

Досягнення поставленої мети передбачає постановку та виконання таких **завдань**:

- розробити теоретико-методичні основи дослідження геопросторової організації воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни);
- розкрити наукові категорії та методику дослідження геопросторової організації воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни);
- провести географічний аналіз туристопотоків воєнного туризму та його ресурсної бази в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни);
- проаналізувати особливості геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни);
- визначити регіональні особливості воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни);
- ідентифікувати проблеми розвитку воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) та з'ясувати перспективи його подальшого розвитку.

Об'єктом дослідження є воєнний туризм в Україні, як різновид туризму.

Предметом дослідження є геопросторова організація воєнного туризму та його ресурсної бази (на прикладі пам'яток Другої світової війни).

Методологічна основа дослідження ґрунтується на сукупності загальних фундаментальних положень туризмології, використанні загальнонаукових методів пізнання, зокрема: аналізу та синтезу, індукції та дедукції, узагальнення, логічного методу, що надало змогу ідентифікувати визначені завдання у різних аспектах. Окрім цього, використано такі методи як: порівняльно-історичний, системно-структурний, законодавчо-правовий, діалектичний методи, які допомогли систематизувати та проаналізувати зібраний матеріал, внаслідок чого було отримано результати, необхідні для досягнення поставленої у роботі мети. Статистичні методи були використані для кількісної та якісної характеристики ресурсної бази воєнного туризму України. Так, при оцінці навантаження ресурсної бази воєнного туризму було використано методи статистичного групування для

побудови інтервальних рядів групування; для комплексного оцінювання рейтингу областей України за привабливістю ресурсної бази було застосовано інтегральний підхід.

Для дослідження середовища функціонування галузі воєнного туризму в Україні було використано спеціальні методики дослідження такі як: PESTEL, COSMIC, SWOT аналізи, аналіз конкурентних переваг за М. Портером, та модель маркетинг міксу воєнного туризму, яку було розроблено автором на основі моделі маркетинг міксу туризму І.Г. Смирнова. Також для висвітлення особливостей формування ресурсів воєнного туризму було використано теорію центральних місць у воєнному туризмі, що дало краще зрозуміти необхідні ресурси, що необхідні для розвитку інфраструктури воєнного туризму.

У роботі використано комп'ютерні методи обробки й візуалізації результатів дослідження за допомогою програмних пакетів Microsoft Office. Для візуалізації отриманої інформації було використано метод картографічного моделювання: геоінформаційне модулювання в QGIS за допомогою методів якісного фону та картодіаграм, та векторний онлайн сервіс Figma для вебдизайну для кращого графічного відображення картосхем в дисертаційній роботі.

Інформаційною основою дослідження є дані Державної служби статистики України, відкриті дані Національного музею історії України у Другій світовій війни, річні звіти військових музеїв США, а також наукові публікації у фахових наукових виданнях.

Теоретично-інформаційну базу дослідження склали праці таких науковців, як В. Абрамов, який досліджував історію туризму; О. Бабкін, який займався вивченням спеціальних видів туризму; О. Бартощук, що оцінював розвиток туризму в Україні; І. Безуглий, який аналізував напрями удосконалення територіальної організації регіональної рекреаційно-туристичної системи; О. Любіцева, що займалася дослідженням туризмології; І. Винниченко, М. Грусовський, С. Дутчак, В. Кавешнікова, Д. Кадничанський, М. Кляп М., К. Кравченка, В. Кушнарьова, А. Мельник, І. Смирнов, Ф. Шандор досліджували питання воєнного (мілітарі) туризму в Україні; В. Вечерський, який вивчав

методику дослідження культурно-історичного і природного потенціалу як ресурсу туристично-екскурсійної діяльності в розрізі проблеми розвитку туризму в Україні та завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму; В. Євдокименко, що аналізував регіональну політику розвитку туризму, методологію формування та механізм її реалізації; Г. Зінов'єв, який порушував проблематику розвитку туризму в Києві; В. Кифяк, який вивчав питання організації туристичної діяльності в Україні; М. Крачило, що займався дослідженням географії туризму; А. Мельник, що аналізував особливості функціонування воєнного туризму; А. Мокляк, який вивчав туристичні ресурси для потреб іноземного туризму в Україні та інших.

Праці таких китайських науковців як: Юе Лінг, Лі Мейлан, Чжао Юфен, Чжан Сіньмін, Чжан Янь та Чжан Ліна, Сюй Айся, які займаються вивчення воєнного туризму та воєнних туристичних ресурсів в Китайській Народній Республіці також були використанні в основі даного дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів. Основний науковий результат дисертаційної роботи полягає у виконанні туризмологічного-дослідження геопросторової організації воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни), розробці конкретних пропозицій щодо її удосконалення.

Основні положення, які формують наукову новизну результатів проведеного дослідження, полягають у наступному:

вперше:

- виконано регіональний аналіз ресурсної бази воєнного туризму України (на прикладі пам'яток Другої світової війни). Цей аналіз дозволив виявити найбільш привабливі для туристів регіони, їх переваги та недоліки;
- проведено картографування ресурсної бази воєнного туризму України (на прикладі пам'яток Другої світової війни) – воєнно-історичних музеїв, краєзнавчих музеїв з воєнним (військовим) відділом, меморіали та укріплення). Це дало можливість отримати візуальну модель розміщення цих ресурсів і оцінити їх вплив на організацію воєнного туризму;

- ідентифіковано цільову аудиторію воєнного туризму в Україні та в Китаї та здійснено її ринковий аналіз. Результати цього аналізу відкрили нові можливості для визначення основних вимог і очікувань цієї цільової групи;
- визначено сильні, слабкі сторони, можливості та загрози для використання ресурсної бази воєнного туризму України для залучення туристів з КНР;
- розроблено й представлено Стратегію розвитку воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) до 2030 р. Цей підхід описує дорожню карту, що включає стратегічні напрями, цілі та завдання, переваги впровадження) та передбачає її виконання;

удосконалено:

- розуміння специфіки воєнного туризму в системі інших видів туристичної діяльності;
- поширення сферу дослідження туристичної діяльності в Україні за рахунок нового напрямку туризму — воєнного туризму;
- методика дослідження геопросторової організації туризму в Україні (на прикладі воєнного туризму);

набули подальшого розвитку:

- геопросторові дослідження туристичної галузі її ресурсної бази (на прикладі воєнного туризму);
- геопросторовий аналіз туристопотоків в туристичній галузі України та її музейного складника (на прикладі воєнного туризму);
- туризмологічні дослідження в Україні (на прикладі воєнного туризму та його ресурсної бази);
- методологія використання технологій доповненої реальності для покращення туристичного досвіду (на пам'ятках Другої світової війни).

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що дослідження ґрунтується на результатах поглибленого вивчення особливостей геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни), а одержані емпіричні результати можуть бути впроваджені в законотворчу діяльність шляхом

підготовки пропозицій, а також можуть бути використані в науково-дослідній, історично-політичній та професійній сферах діяльності.

Також матеріал дослідження було взято до розгляду з потенціалом подальшого впровадження китайським туристичним агентством “CHANGSHA KAITAI INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE” (довідка про впровадження № 12/1 від 1.06.2023 Додаток А), що має філіал в Україні, м. Києві й займається організацією воєнних турів китайських туристів в Україні.

Теоретичні положення та матеріали дисертаційного дослідження використовують у навчальному процесі на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка, кафедрою «Країнознавства та туризму» за такими дисциплінами як: «Воєнний туризм», «Туристичні ресурси світу та України», «Маркетинг туризму», «Міжнародний туристичний бізнес».

Особистий внесок здобувача. Автором особисто проведений інформаційний пошук, проаналізовано статистичні дані щодо аналізу особливостей геопросторового аналізу туристопотоків воєнного туризму в Україні та організації туристичного бізнесу, інфраструктури вітчизняного воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни). Автором систематизовано одержані дані, проаналізовано та узагальнено отримані результати. Самостійно проведено статистичний аналіз даних, розроблені методичні рекомендації щодо перспектив розвитку воєнного туризму в Україні. Побудовані карти, що показують найбільші регіони геопросторової бази воєнного туризму в Україні. Усі наукові результати, що викладені в дисертаційній роботі та виносяться на захист, одержані автором особисто й опубліковані в наукових працях.

Апробації результатів дослідження. Матеріали роботи були апробовані на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях, зокрема: «Регіон – 2020: суспільно-географічні аспекти» (Харків, 2020); VII міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (Київ, 2020); Міжнародна науково-практична конференція «Перспективні напрямки розвитку економіки, фінансів, обліку та права: теорія та практика» (Полтава, 2020); Всеукраїнська науково-практична інтернет-

конференція «Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій» (Харків, 2020); XIV Міжнародна наукова конференція «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» (Львів, 2020); X міжнародна науково-практична конференція «Тенденції розвитку сучасної наукової думки» (Ванкувер, Канада, 2020); Міжнародна науково-практична конференція «Туризм у XXI столітті: виклики і реагування» (2020); Міжнародна науково-практична конференція «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання» (Черкаси, 2021); «Регіон – 2021: суспільно-географічні аспекти» (Харків, 2021); VIII міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Гостинність, сервіс, туризм» (Київ, 2021); Міжнародний науково-практичний інтернет-сеінар «Фортифікації в туризмі: потенціал, стан, пропозиція, інновації» (Київ, 2021); XV міжнародна науково-практична конференція «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід» (Львів, 2021); Міжнародна науково-практична конференція «Україна – Литва: історичні, мовнокультурні та туристські паралелі» (Київ, 2021); V міжнародна науково-практична конференція «Картографія та вища школа: інтеграція напрямів розвитку» (Київ, 2021); Міжнародна науково-практична конференція «Британські адреси Півдня України» (Київ, 2021), Міжнародна науково-практична конференція «Війна та туризм» (Київ, 2022), Міжнародна науково-практична конференція «Сакральне та туризм» (Київ, 2023).

Також апробація результатів дослідження відбувалася на засіданні кафедри туризму КНУ ім. Т. Шевченка.

Публікації. Основні положення і результати дослідження опубліковані у 29 наукових працях (у тому числі одноосібних – 2) загальним обсягом 13,3 д.а. З них – участь в публікації монографії, одна одноосібна наукова публікація в науковому періодичному виданні іноземної держави (КНР), 5 статей у наукових фахових виданнях України (в тому числі одна одноосібна) та 21 тез доповідей за матеріалами конференцій (разом 4,4 д. а.).

Структура обсягу та дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний

обсяг роботи становить 242 сторінок (у т.ч. 183 сторінок основного тексту). Дисертація містить 13 таблиць на 11 сторінках, 55 рисунки на 35 сторінках, 13 додатків на 43 сторінках, список використаних джерел нараховує 160 найменування на 17 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕОПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ

1.1. Воєнний туризм у складі туристичної індустрії та його особливості

Туризм являє собою комплексне явище, яке містить економічні, соціальні, культурні та екологічні складові. Завдяки своїм можливостям для постійного розвитку, туризм забезпечує активну взаємодію з різними секторами економіки, що підтверджує його провідну роль у соціально-економічному розвитку країн та народів. Динаміка розвитку туристичного сектору створює каскадний вплив на інші галузі економіки, активізуючи інвестиційну активність і прискорюючи оборот грошових ресурсів [8, с. 189].

Слід зазначити, що для багатьох країн, що розвиваються, міжнародний туризм є ключовим елементом експорту послуг і однією з головних джерел залучення іноземної валюти, виконуючи стабілізаційну функцію у формуванні їх бюджетів та кредитно-фінансових відносин з іншими державами. Вклад туризму в національну економіку та міжнародну торгівлю перетворив його на значущий індикатор світового розвитку. Щорічно кількість міжнародних туристів зростає: у 2015 році їх було понад мільйон, а у 2020 році — більше мільярда людей. Загальна сума витрат у цьому секторі у 2019 році склала понад десять мільярдів доларів США. Загальний обсяг туристичного експорту досяг майже півтора мільярда доларів США (3,4% від загального світового експорту), що є порівнянним з експортом автомобільної та хімічної промисловості [8, с. 189]. Відповідно до резолюції Генеральної асамблеї Організації Об'єднаних Націй, прийнятої у 1969 році, та виходячи з необхідності неперервних глобальних комунікацій з метою підвищення та координації туристичних обмінів, була створена Міжурядова Всесвітня туристична організація. Попри тривалий процес еволюції, туризм дотепер не має універсального визначення. Вчена В. Сапрунова відзначає, що до цього часу не існує єдиної концепції відносно сутності туризму та його понятійного апарату. Однак, питання про термінологію та дефініції туризму є важливою

передумовою наукового аналізу явищ та процесів, що характерні для цієї сфери [13, с. 28].

Воєнний туризм, як об'єкт вивчення даного дослідження, значно пов'язаний з культурним та спадковим туризмом. Спадковий туризм – галузь туризму, орієнтована на культурну спадщину місцевості, в якій розвивається туризм. Національний фонд охорони пам'яток історії в США визначає спадщину туризму як «подорожі для ознайомлення з місцевістю, артефактами та видами діяльності, які правдиво представляють історії та людей». Спадковий туризм може містити в собі культурні, історичні та природні ресурси певної місцевості. Існують чіткі відмінності між спадковим туризмом і культурним (історичним) туризмом. Спадковий туризм прив'язаний до місця, тоді як культурний туризм базується на досвіді з мінімальним акцентом на місці [121]. Воєнний та спадковий туризм мають тісний взаємозв'язок, оскільки обидва види туризму спрямовані на вивчення історії, культури та спадщини різних країн та народів. Ці два види туризму доповнюють один одного і сприяють збереженню та популяризації історичної спадщини.

Культурний або пізнавальний туризм давно виділився і став самостійним видом туризму. Його корінням є історико-культурний потенціал країни, що охоплює всі соціокультурні обставини з традиціями та звичаями, особливостями домашнього та економічного життя. Мінімальний ресурс для освітнього туризму може бути будь-якою територією, але для його масового розвитку необхідна певна концентрація об'єктів культурної спадщини, серед яких можна виділити наступні [44]: 1) пам'ятки археології; 2) культову і цивільну архітектуру; 3) пам'ятки ландшафтної архітектури; 4) малі та великі історичні міста; 5) сільські поселення; 6) музеї, театри, виставкові зали; 7) соціокультурну інфраструктуру; 8) об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва; 9) технічні комплекси і споруди. Культурний та пізнавальний туризм відіграють важливу роль для воєнного туризму, оскільки вони сприяють розвитку та популяризації цього виду туризму. Взаємозв'язок між культурним (пізнавальним) та воєнним туризмом виявляється в кількох аспектах, таких як, історичний контекст, освіта та просвітництво, міжкультурний діалог та економічні переваги.

Воєнний туризм займає місце в класифікації культурного туризму. Але, через відсутність єдиного підходу до визначення поняття «культурний туризм» існують проблеми при побудові загальноприйнятної класифікації туризму як культурного явища. Аналізуючи класифікації, що наводить Михайло Шевелюк у своїй статті, ми сформуваємо таку загальну класифікацію культурно-пізнавального туризму з виділенням місця воєнного туризму та його ресурсної бази в ній (рис. 1.1.) [121].

Виходячи з вище зазначеної класифікації культурного туризму ми бачимо, що воєнний туризм є складовою принаймні двох його підкатегорій: культурно-історичний та культурно-подієвий туризм.

Таким чином невід'ємною частиною процесу поступового утвердження нової концепції розвитку культури й туризму стає створення нових форм культурного (пізнавального) туризму. Це зумовлює необхідність трансформування вже відомих форм туризму в міру того, як його роль в житті суспільства стає все більш значущою. Трансформація туризму включає в себе зміну пропозиції та попиту. Економічне, соціальний і культурний розвиток суспільства впливає на туристський попит.

Реалізація програми використання історико-культурного та природного потенціалу регіону в цілях туризму вирішить одну з найважливіших його проблем – проблему сезонного коливання попиту – шляхом пропозиції різноманітних форм міжсезонного туризму, які припускають використання елементів культури.

В цьому аспекті важливе місце займає розвиток воєнного туризму як частини туристичної індустрії, що має певні особливості. Воєнний туризм полягає у відвідуванні місць битв і історичних зіткнень для всіх, хто цим зацікавлений, а також для ветеранів і родичів загиблих воїнів, відвідування сучасних та історичних військових споруд та полігонів, бойових кораблів, підводних човнів, їзди на військовій техніці, стрільби зі зброї на полігонах та в тирах, участі в військових навчаннях та маневрах, перебування на полігонах як спостерігачі – *military tour*.

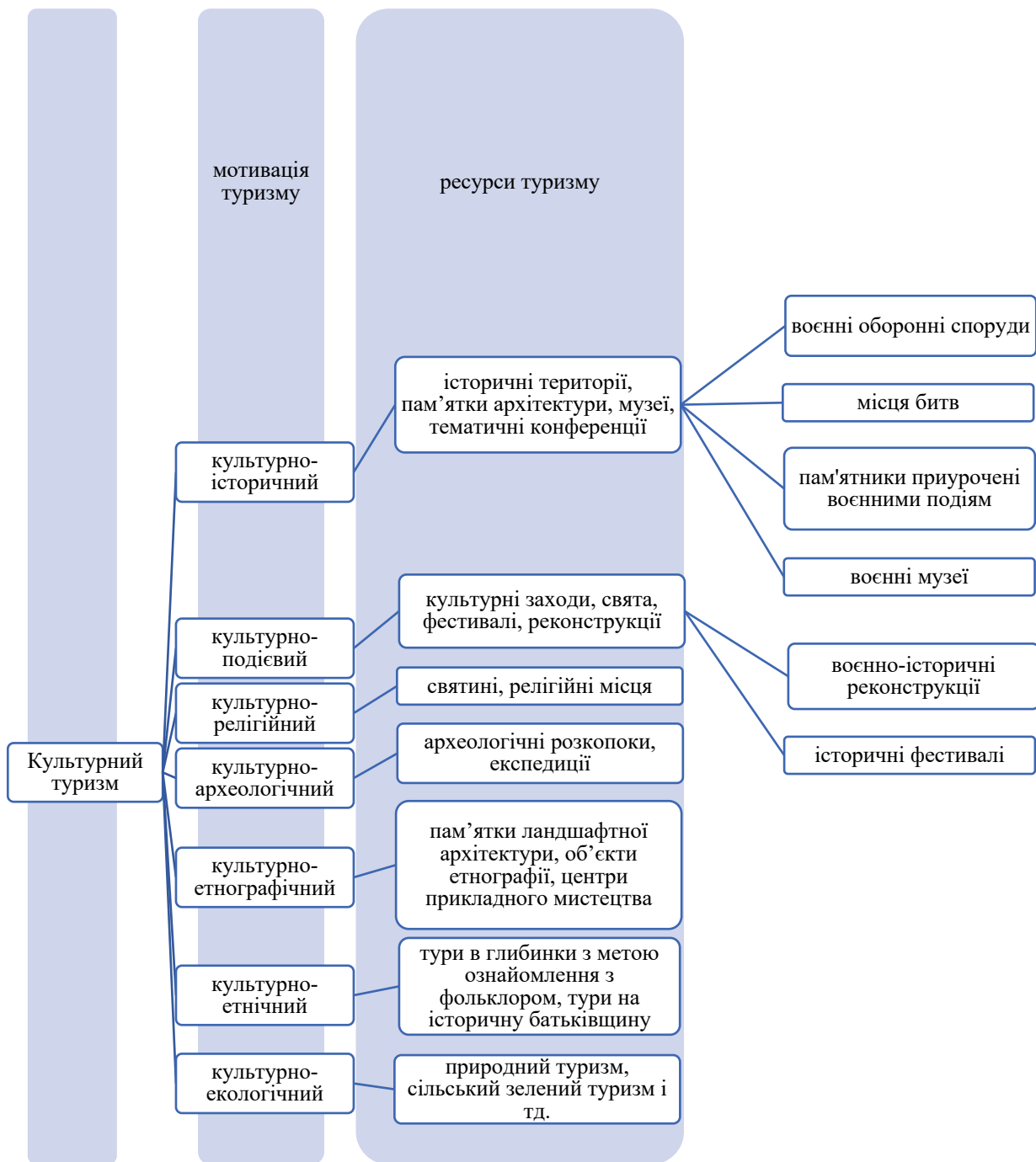


Рис. 1.1. Класифікація культурного (пізнавального) туризму та місце воєнного туризму в ньому

Джерело: розроблено автором на основі [121]

Воєнний туризм має наступні підтипи [63, с. 224]:

- відвідування історичних місць і музеїв;
- військово-історичний туризм;
- стрільба з різних видів зброї, пейнтбол, відвідання магазинів зброї та ножів;

- зброярський туризм;
- життя в армійських умовах і участь у програмах військового вишколу, скаутинг, відвідання різних об'єктів і полігонів, катання на військовій техніці, польоти на військових літаках і вертольотах – мілітарі-туризм;
- відвідування «гарячих» точок планети та місць бойових дій – воєнний туризм.

Проте, в туризмознавстві нема єдиного підходу щодо визначення воєнного туризму, класифікації його підвидів та визначення ресурсного забезпечення.

Особливістю дослідження категорії «воєнний туризм» є множинна схожих термінів, що використовують різні вчені, як взаємозамінні. Так, такі категорії як «воєнний туризм», «військовий туризм», «мілітарі туризм» часто застосовують як синоніми. Фактично категорія «військовий туризм» повинна мати відмінне значення від «воєнного туризму», бо «військовий» – стосується війська, а «воєнний» – має бути про війну. «Мілітарі туризм» - англіцизм – різновид мовного запозичення: слово, його окреме значення, вислів тощо, які запозичені чи перекладені з англійської мови, також утворені за її зразком – поняття «воєнний туризм» (military tourism).

У академічному дефініційному словнику української мови ми можемо знайти такі інтерпретації цих термінів. Воєнний належить до війни та асоціюється з нею; військовий – це те, що стосується армії або військовослужбовця [9]. Повністю розкриваємо різницю цих термінів у роботах О. Гуржія та Р. Пилявець. Зокрема, вони наголошували, що армія як «збройні сили» є лише однією з компонентів, що бере участь у війні. Основним, пріоритетним об'єктом дослідження воєнних та воєнно-історичних наук є саме війни (у широкому контексті – воєнні конфлікти), а не армія [46]. Однак, оскільки поняття «воєнного туризму» може включати туризм, що пов'язаний з армією, війною та зброєю, тому всі вищенаведені поняття мають практичну цінність для дослідження.

В табл. 1 наведено перелік авторів, які використовували категорії «воєнний туризм», «військовий туризм», «мілітарі туризм» та дефініції, які вони надавали цим поняттям.

Д. Вентера у своїх дослідженнях мілітарний туризм розглядає як «туризм військової спадщини» (military heritage tourism) – це подорожі, дослідження або участь у відвідуванні об'єктів воєнної спадщини чи військових заходів, які мають особисте історичне значення, резонанс чи інтерес для відвідувача або туриста, і не передбачають винагороди [46].

М. Храсовські та К. Ноерес досліджуючи мілітарний туризм вказують, що це відпочинок, який має військове підґрунтя. Автори виділяють дві складові цього виду туризму: перша – це все, що стосуються військового обладнання і розглядаються як сегмент пригодницького туризму, друга – це те що концентруються на історичних подіях і належать більше до освітнього сегмента туризму [46].

А. Мельник визначає військовий туризм як різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з військовими та воєнними діями [66].

М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор [51] вказують про існування військового туризму (воєнний туризм, мілітарний туризм, зброярський туризм) як різновиду туризму, метою якого є відвідування місцевості, що пов'язана з військовими та воєнними подіями і виділяють певні підвиди. А тому й визначається військовий туризм як це різновид туризму, метою якого є відвідання місцевості, пов'язаної з військовими та воєнними діями.

С. Дутчак та М. Дутчак [46] в «Туристсько-краєзнавчих дослідженнях» вважають, що спеціалізований туризм – це система окремих сегментів туризму, в основу виділення яких поставлена мета подорожі. Автори виділяють у спеціалізованому туризмі пізнавально-культурно-розважальний туризм як складову, і саме в цьому сегменті бачать місце мілітарі-туризму.

Поняття «військовий туризм» та «воєнний туризм» співвідносяться як частинне та ціле. Тобто, військовий туризм є складовою воєнного туризму. На нашу думку, при дослідженні питання туризму, що пов'язано з пам'ятками, що присвячені воєнним подіям, або тим ресурсам, що залишилися внаслідок таких подій є більш повноцінним використання саме поняття «воєнний туризм». Такої саме думки дотримується Кафедра країнознавства та туризму Київського

національного університету імені Тараса Шевченка та науковий керівник, професор, доктор географічних наук Смирнов І.Г.

Таблиця 1

Автори, які використовували категорії «воєнний туризм», «військовий туризм», «мілітарі туризм»

І. Автори, які використовували поняття «воєнний туризм»	
Автор	Визначення
І. Винниченко [23]	Воєнний туризм - це не лише тури на місця знаних битв, а й відвідування діючих військових об'єктів і полігонів, бойових морських кораблів та підводних човнів, «закритих» музеїв розвідувальних установ, ремонтних заводів, стрільба, польоти, участь у військових навчаннях та маневрах, катання на військовій техніці.
ІІ. Автори, які використовували поняття «військовий туризм»	
Автор	Визначення
А. Мельник [66]	«Військовий туризм» - це різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з військовими та воєнними діями.
Д. Венгера [46]	«Туризм військової спадщини» (military heritage tourism) це подорожі, дослідження або участь у відвідуванні об'єктів воєнної спадщини чи військових заходів, які мають особисте історичне значення, резонанс чи інтерес для відвідувача або туриста, і не передбачають винагороди
М. П. Кляп та Ф. Ф. Шандор [51]	«Військовий туризм» - туризм на місцях боїв і історичних битв для всіх зацікавлених, а також для ветеранів і родичів загиблих воїнів, відвідання існуючих та історичних військових об'єктів і полігонів, бойових морських кораблів, підводних човнів, катання на військовій техніці, стрільба зі зброї на полігонах і в тирах, участь у військових навчаннях та маневрах, перебування на полігонах в якості глядачів - military tour, а також тури на відвідання воєнних концтаборів та в'язниць.
ІІІ. Автори, які використовували поняття «мілітарі туризм»	
Автор	Визначення
М. Храсовскі та К. Ноерес[46]	«Мілітарний туризм» – це відпочинок, який має військове підґрунтя
С. Дутчак та М. Дутчак[35]	«Спеціалізований туризм» - це система окремих сегментів туризму, в основу виділення яких поставлена мета подорожі. Автори виділяють у спеціалізованому туризмі пізнавально-культурно-розважальний туризм як складову, і саме в цьому сегменті бачать місце мілітарі-туризму.
Любіцева, О.О., Бабарицька, В.К. [61]	«Мілітарі-туризм» – відноситься швидше до <i>розважального</i> , ніж <i>екстремального</i> виду.
В. Кушнарьов та О. Поліщук [19]	«Мілітарі-туризм» - частина сегменту спеціалізованого туризму, що містить елементи розважального, пригодницького, екстремального та пізнавально-історичного туризму, та включає в собі продукти, які стосуються військового обладнання та знання історичних подій.
Д.Каднічанський, М. Каднічанська [46]	«Мілітарний (воєнний) туризм» – загальний вид туризму, пов'язаний із відвідуванням воєнно-історичних та військових об'єктів.

Джерело: [23, 66, 46, 51, 35, 61, 19]

Також для розуміння категорії «воєнний туризм» доречно розуміти місце цієї категорії серед інших категорій туризму. Згідно з класифікацією туризму, що наведена в ст. 4 ЗУ «Про туризм», виділяють такі різновиди туризму як: 1) дитячий; 2) молодіжний; 3) сімейний; для осіб похилого віку; 4) для осіб з інвалідністю; 5) культурно-пізнавальний; 6) лікувально-оздоровчий; 7) спортивний; 8) релігійний; екологічний; 9) сільський; 10) підводний; 11) гірський; 12) пригодницький; 13) мисливський; 14) автомобільний; 15) самодіяльний тощо[6]. Для воєнного туризму суміжними категоріями є пригодницький туризм та культурно-пізнавальний туризм згідно з цією класифікацією. Також, суміжними до воєнного туризму може вважатися екстремальний туризм – це різновид туризму, що пов'язаний із певним ступенем ризику [112] та «темний» туризм – один з видів туризму, який пов'язаний з відвідуванням кладовищ та поховань, місць катастроф, стихійних лих та масових смертей людей, а також місць, пов'язаних з містиком. Тому, місце воєнного туризму серед вибраних близьких різновидів туризму буде розміщено на перетині «темного», екстремального, культурно-пізнавального та пригодницького туризмів (рис. 1.2.)



Рис. 1.2. Місце воєнного туризму серед близьких видів туризму

Джерело: розроблено автором на основі [46, 104, 121].

Однією з найбільш детальних класифікацій воєнного туризму є класифікація, яку наводять Д. Каднічанський та М. Каднічанська, розділяючи воєнно-історичний, військово-пригодницький та військово-подієвий види туризму [46]. Нами було запропоновано деякі зміни до класифікації, що представлена на рис. 1.3.

У вузькому значенні поняття воєнного туризму позначає вид діяльності із безпосереднього відвідування сучасних військових установ чи військових об'єктів, безпосередньо пов'язаних з ним. Це включає обмін візитами військовослужбовців, які діють в поточних військових установах, серед дружніх сусідніх підрозділів, вираження співчуття щодо загиблих. Відвідування військових установ здійснюються спільними зусиллями військово-цивільних сил, що проводяться між військовими установами та відповідними підрозділами місцевих департаментів, та об'єднанням підрозділів армійсько-цивільних зусиль; громадяни або іноземні громадяни, які приїжджають у гості, належать до певного виду воєнного туризму, зі своїм значенням та категорією. До них належить і відвідування сучасного воєнного містечка, щоб відчувати його культуру та атмосферу і життя, спостерігати за військовим вишколом, вивчати військову зброю, слухати лекції щодо військової історії та виховання патріотизму з військових та військово-історичних музеїв є своєрідним специфічним значенням воєнного туризму.

Вищевикладене вираження поняття воєнного туризму включає два види фундаментальних значень [68, с. 341]:

Перше – це вид туристичної діяльності,

Друге – всі види туристичної діяльності, які були або є пов'язаними із військовою справою.

Загалом, воєнний туризм – це туристична діяльність, що поєднується із військовою справою, це різновид туристичної діяльності, до якої входить цінування та участь у різних військових заходах, пов'язаних з туризмом. Отже, можна констатувати, що воєнний туризм – це вид туристичної діяльності, що вважає воєнні ресурси гідними уваги, підкреслюючи безпеку та таємницю воєнного середовища та якості ресурсів за допомогою знання військової справи, наближення до неї, її відчуття, переживання та участь у ній.

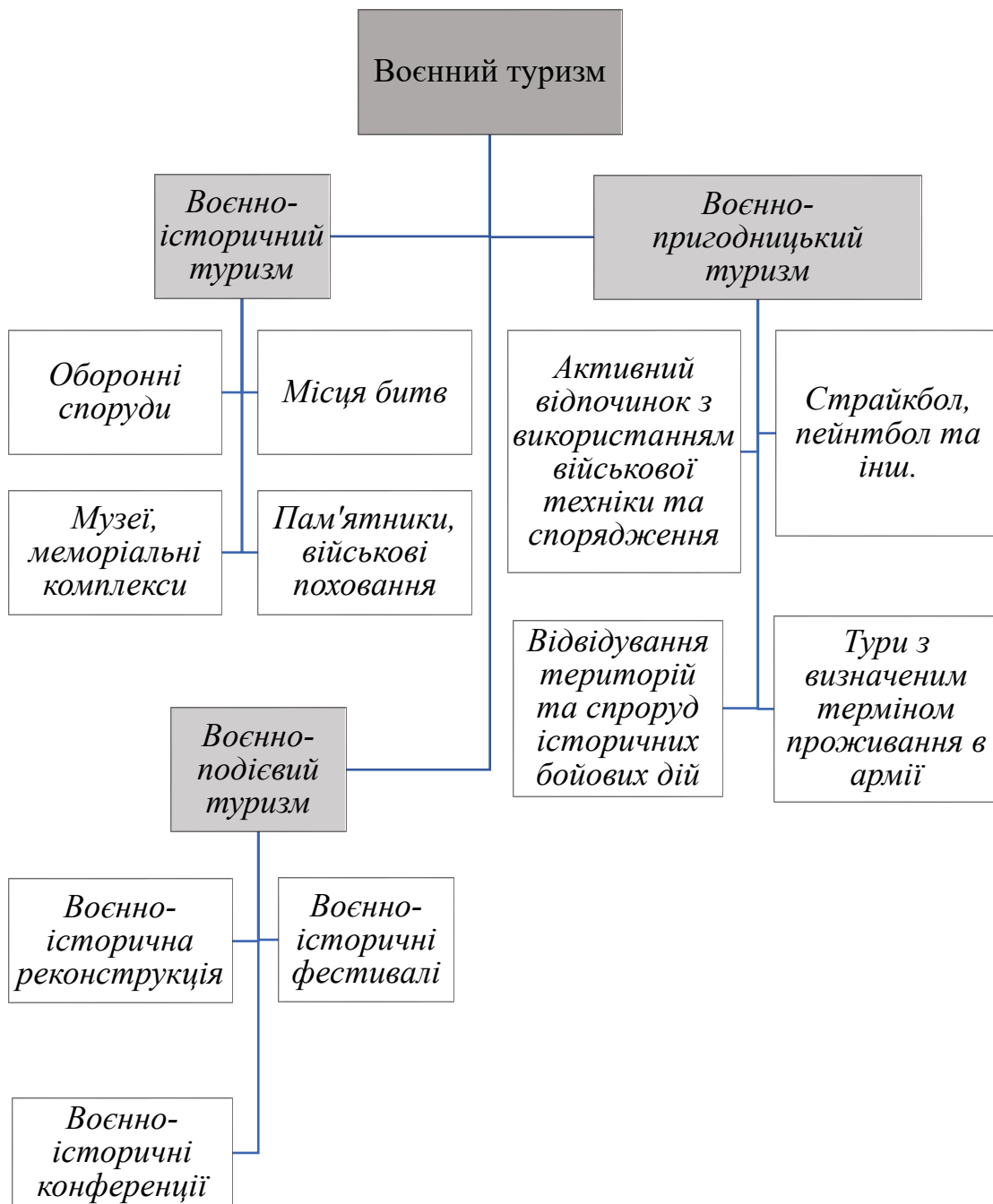


Рис. 1.3. Класифікація різновидів воєнного (мілітарного) туризму

Джерело: розроблено автором на основі [46]

Воєнний туризм в широкому розумінні – це вид туризму, який створюється на основі давніх або сучасних подій воєнного характеру або пов’язаних з війною, при яких відбувається пряме чи опосередковане використання військових ресурсів, стародавні руїни поля бою, і керується ефективними засобами управління, що призводять до воєнного культурного туризму запровадження всіх ресурсів,

пов'язаних з військовою справою, участю та досвідом; мета цієї діяльності полягає у спільній вигоді чотирьох сторін військового середовища, туристів, власників бізнесу та жителів громади, для досягнення стійкого та гармонійного розвитку навколишнього середовища, суспільства та економіки. Воєнний туризм можна розуміти як різноманітні туристичні візити та досвід діяльності з туризмом як основною метою, спираючись на широкий спектр військових справ, ресурси воєнних подій [43, с. 78].

Цікаво відзначити, що цей тип екстремального туризму є відомим досить довгий час: на приклад, «основоположник» сучасної туристичної галузі Томас Кук запропонував тури для британських туристів та заможних американців на поля битв під час Громадянської війни в США. Ще одним прикладом є відомий письменник Марк Твен, який відвідав руйнований Севастополь під час Кримської війни (1853-1856) як частина групи американських туристів. Є багато подібних випадків і в сучасний час. Так, наскільки це не цинічно, але навіть на війні можна здійснювати заробіток через туризм [87].

Ці види діяльності, незалежно від прямого чи опосередкованого використання воєнних ресурсів, належать до категорії воєнного туризму. Воєнний туризм – це особливий різновид туризму за основними визначними пам'ятками та місцем туристичної діяльності, що має військове походження, з передумовою підкреслення конфіденційності та безпеки військових ресурсів при врахуванні сталого розвитку, щоб люди нарощували воєнні та національні оборонні знання, брали участь у розважальних заходах військових та спостерігали військові демонстрації.

Сьогодні в європейських країнах «Темний туризм», пов'язаний із подіями давньої військової справи та військовими подіями, що розвиваються сміливо і відкрито, також може розглядатися як одна зі специфічних складових воєнного туризму. Цей специфічний вид туризму став непереборною тенденцією і є проявом прогресу соціальної цивілізації [112, с. 102].

З точки зору даного дослідження, воєнний туризм повинен здійснюватися на основі воєнних туристичних ресурсів, а мета даного виду туризму полягає в тому,

щоб змусити туристів покращити своє розуміння та обізнаність щодо захисту воєнних туристичних ресурсів.

Отже, у нашому розумінні поняття воєнного туризму – це нова форма туризму, яка:

- по-перше, спирається на воєнні туристичні ресурси, задовольняє всебічний розвиток людей з точки зору воєнних знань, що забезпечує розвиток, використання та збереження воєнних туристичних ресурсів;
- по-друге, сприяє вихованню патріотизму, туристичної освіти та участі громади у використанні наявних переваг воєнних туристичних ресурсів.

На цей час найбільш динамічно розвивається воєнний туризм у таких країнах, як США, Україна, Ізраїль, Франція, Чехія, Німеччина.

1.2. Категорії геопросторової організації та ресурсна база воєнного туризму

У соціальній географії «геопросторова організація» розглядається як категорія, що характеризує організованість території на основі соціальних процесів. Ця парадигма об'єднує концепції геопросторової структури та її відображення в рамках соціоекономічних мереж.

Така організація аналізує елементи, як-от демографічне розташування, інфраструктурний розвиток, трансформацію землекористування, та розташування економічних об'єктів, враховуючи їх вплив на геопростір.

У рамках цієї концепції особливе місце займає «географічний інформаційний простір», який характеризує взаємодію між суб'єктами, технологіями та простором. Ця підкатегорія акцентує на застосуванні технологічних засобів для збору, інтерпретації та візуального представлення геоданих [58].

Геопросторова організація, як визначено проф. О. Шаблієм, містить чотири ключові аспекти: геопозиційність, що вказує на просторову мінливість; геореляційність та геоінтегрованість, які характеризують просторову організованість; та геофункціональність, що підкреслює просторову функціональність [118].

Згідно з визначенням Любіцевої О.О., геопросторова організація туризму — це системний підхід до розуміння, аналізу та управління розміщенням, структурованістю та динамікою туристичних об'єктів, маршрутів та ринків в географічному просторі. Це включає у себе взаємодію між різними масштабами, типами та формами туристичної діяльності в умовах глобалізованого ринкового середовища, дозволяючи оптимізувати та координувати туристичні потоки, ресурси та попит на певних територіях [58].

Воєнний туризм – це діяльність, що базується на наявності певних туристичних ресурсів, що характеризується деякими особливостями геопросторової організації. На основі аналізу пропонуємо таке визначення геопросторової організації воєнного туризму: системний підхід до координації та оптимізації розташування, динаміки та взаємодії об'єктів, пов'язаних з військовою історією та спадщиною, в географічному просторі, враховуючи просторову мінливість, організованість і функціональність, а також з урахуванням соціальних і технологічних процесів.

Тобто, геопросторова організація воєнного туризму – це підхід до розвитку туризму, який базується на розумінні взаємозв'язку між географічним простором та туристичною діяльністю. Його метою є вивчення та розуміння географічних особливостей певного регіону та розробка стратегій для приваблення туристів та збільшення доходів від туризму в цьому регіоні. Одним з ключових елементів геопросторової організації туризму є географічний аналіз попиту та пропозиції. Це означає вивчення потреб та інтересів туристів, які відвідують певний регіон, а також аналіз можливостей та ресурсів, які цей регіон може запропонувати.

Геопросторова організація воєнного туризму базується на наступних інструментах [115, с. 416]:

- *Залучення.*

Метою розвитку воєнного туризму є надання можливості більшій кількості людей брати участь у військово-туристичних заходах, щоб більше людей знало про воєнний туризм, більше людей захищало воєнні ресурси в туризмі, а участь,

розуміння та захист ресурсів воєнного туризму могли приносити туристам ширшу радість.

- *Захист.*

Матеріальною основою воєнного туризму є його ресурси туризму, які можуть руйнуватися та перебувати у критичній ситуації під впливом техногенних та природних факторів в Україні. У процесі розвитку воєнного туризму людство повинно дотримуватися фундаментального принципу захисту, щоб зберегти воєнні туристичні ресурси та забезпечити їх стійкий розвиток.

- *Культура.*

Ресурси воєнного туризму мають глибоку культурну і природну цінність. У процесі всебічної оцінки ресурсів воєнного туризму, розробки його продукту повинні бути відображені культурні фактори розвитку, які задовільняють культурні прагнення туристів.

- *Освіта.*

Здійснення всебічного розвитку людини – це теж мета воєнного туризму. У наш час, коли стало приділяється більше уваги висвітленню подій історії та культури, воєнний туризм бере на себе важливу місію ознайомлення з правильним та конкретними прикладами туристичних об'єктів та подій, що допомагають формуванню об'єктивного погляду на історію та сприянню популяризації історичної воєнної спадщини.

Варто відмітити, що всі туристичні ресурси, що пов'язані з військовою діяльністю, та які можуть приваблювати туристів можна назвати воєнними туристичними ресурсами.

Ресурси воєнного туризму можна розділити на такі категорії [116, с. 237]:

1. *Воєнні історичні об'єкти та пам'ятки.* Воєнні історичні об'єкти, особливо місця бойових дій в ході двох світових воєн сучасності, мають велике значення для наукових досліджень пам'яті і туризму. У всьому світі побудовано безліч меморіальних залів і пам'ятників в пам'ять про солдатів, які загинули під час війни. Ці туристичні ресурси характеризуються автентичністю, урочистістю і незамінними характеристиками, надаючи туристам місця для навчання,

можливості підтримання історичної пам'яті нації і можливість виразити прагнення туристів до миру. Такі воєнні туристичні ресурси тісно пов'язані з історичними подіями, тому ми повинні приділяти увагу повазі об'єктивності та історичних фактів, роз'яснювати тему патріотизму і підкреслювати провідну ідею збереження, підтримки миру, і управління ним в цілому урядами на всіх рівнях, наскільки це можливо. Крім того, необхідно на регулярній основі проводити широкомасштабні пам'ятні заходи, з тим щоб привернути увагу представників усіх верств суспільства і домогтися ефекту реклами туризму. В іншому випадку вони будуть легко забуті молодим поколінням і втратять своє освітнє значення. Пам'ятка, згідно з ЗУ «Про охорону культурної спадщини» – це об'єкт культурної спадщини, який занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України; Землі, які є частиною територій меморіалів, охоронних зон, резерватів, музеїв-резерватів, захищених археологічних зон, належать до земель історико-культурного призначення, і включені до національних земельних кадастрів, схем землекористування, проєктів землевпорядкування, іншої проєктно-планувальної та урбаністичної документації [4].

2. *Військові музеї.* Воєнний музей є місцем проведення досліджень, збору, збереження, розповсюдження і демонстрування військової діяльності в історії людства і воєнних реліквій, які відіграють важливу роль у формуванні військових туристичних ресурсах. Військові музеї володіють такими характеристиками, як справжність, сталість і повнота, які часто супроводжуються докладними поясненнями при показі військових об'єктів, з тим щоб туристи могли зрозуміти предмет дослідження. Туристи можуть познайомитись з воєнною історією, зрозуміти та відчувати мудрість, досвід і безстрашний дух солдатів і збагачувати свої знання військової науки. Будівля Рейхстагу в Німеччині, добре відоме світу, тепер є великим історичним музеєм, який об'єктивно відображає історію Німеччини, особливо втрати, викликані злочинами і війною фашистів і нацистів. Китайський авіаційний музей в Пекіні, що є найбільшим в Азії, має колекцію понад 200 повітряних суден і понад 600 зразків зброї та обладнання, тому, не дивно, що музей приваблює десятки тисяч туристів щодня. Відомий як «восьме чудо світу», музей

Мавзолею імператора Циньшихуана в Сіані займає площу понад 20 000 квадратних метрів. У ресурсах музею містяться понад 8 000 теракотових воїнів і близько 10 000 одиниць зброї. Туристи з усіх частин Китаю і з усього світу приходять великими групами, щоб відвідати його. Всі ці туристичні ресурси мають велику цінність для воєнного туризму. Розвиток воєнних музеїв має чітко ґрунтуватися на історичних фактах і наукових досягненнях, висвітлювати тему, а також демонструвати й висвітлювати її за допомогою сучасних технічних засобів при одночасному застосуванні реклами; так, щоб зробити його ресурсом для туристів з метою здійснення патріотичного виховання, отримання знань у галузі національної оборони та освіти в галузі популяризації наукових знань з воєнної тематики.

3. *Відкриття бувших військових об'єктів та військової техніки для широкої публіки.* У нинішній ситуації, коли частина країн нарощують свій економічний потенціал шляхом скорочення військових казарм і обсягів бойової техніки, що знаходяться на чинній службі, багато країн відкрили військові казарми та воєнну техніку для туристів з метою популяризації національної оборонної освіти й отримання економічних вигод, що робить ці туристичні ресурси необхідними. Такі ресурси включають військові казарми, бомбосховища, місця запуску зброї, бронетранспортери, військові кораблі, бойові літаки, військові навчання, бази бойового зв'язку. Туристи можуть безпосередньо спостерігати за станом життям чинних збройних сил і більше дізнаватися про них. Через особливості автентичності й таємничості, багато вже неактуальних воєнних секретів можуть стати відомими широкому загалу, в результаті чого, місця, пов'язані з ними можуть стати туристичними цілями. Зараз військові казарми і воєнна техніка України, певною мірою, відкриті для туристів, але вони ще не вийшли на ринок туризму в достатньому обсязі.

4. *Природні мальовничі місцевості, що дозволяють туристам займатися військовими іграми,* а також штучні військові туристичні об'єкти, що спеціально створені для туристів, розважальні об'єкти та об'єкти мілітарного профілю (наприклад, тир), та об'єкти сфери обслуговування, які можуть задовольняти потреби воєнних туристів в екстремальному туризмі.

5. *Стаціонарні об'єкти, такі, як військові реліквії та військові об'єкти, які можуть приваблювати туристів для огляду та знайомства з воєнними історичними подіями;*

6. *Різні види військових парадів, шоу та реконструкцій, які можуть привабити туристів для перегляду або участі – це святкова військова діяльність.* Святкова військова діяльність відноситься до регулярних або нерегулярних військових шоу та військових парадів, включаючи виставки зброї, авіашоу, військові літні табори, військові навчання, військові ритуали тощо, які визначаються придатністю для людей різних вікових груп, короткою тривалістю, і якісним переглядом. Авіашоу є ефективним способом демонстрації національного престижу, пропаганди національної оборони. Наприклад, команда авіаційного шоу «57-а крило-повітряна демонстраційна ескадра ВПС США – Громові птахи» побувала у понад 50 країнах світу з понад 2 800 проведеними виставами та сотнями мільйонів глядачів. З іншого боку, чотири найкращі світові авіашоу в Парижі, Фарнборо, Берліні та азійсько-тихоокеанському регіоні розкрили загадкове поле військових літаків для простих громадян. Військові паради можуть бути присвяченими до державних свят. Наприклад, в Україні військові паради відбуваються в День Незалежності України, 24 серпня. Це одна з найбільших подій воєнного туризму, що відбувається зазвичай щороку. У 2021 р. в параді до Дня Незалежності України під звуки воєнного оркестру головною вулицею країни пройшли 36 парадних розрахунків сил безпеки та оборони та підрозділи збройних сил країн-партнерів, понад 75 літальних апаратів та понад 400 одиниць озброєння і техніки.

Військові паради (дефіляди) – це виняткові спектаклі, що містять розмальовані національними кольорами танки, військову техніку, солдатів, які демонструють свої вміння та стройові рухи. Такі події часто проводяться з нагоди Дня Незалежності, Дня Збройних Сил чи інших державних свят.

Військові шоу – це розважальні заходи, що спрямовані на демонстрацію техніки та здібностей військових підрозділів. Ці заходи можуть бути проведені у вигляді парадів, демонстрацій, військових ігор або спортивних змагань. Одним з

найбільш відомих військових шоу є "Military Tattoo", який проводиться в різних країнах світу, зокрема у Шотландії, Новій Зеландії, Канаді та США. Цей захід містить демонстрації традиційних військових музичних ансамблів, танцювальних колективів та військових парадів. Іншим прикладом воєнного шоу є "Airshow", на якому демонструється техніка військової авіації, проводяться показові політні виступи та інші цікаві заходи, пов'язані з авіацією. Також, є військові змагання, які можуть бути проведені як на території військових баз, так і на відкритих майданчиках. Ці змагання можуть мати різні дисципліни, такі як стрільба, переправа через перешкоди, біг зі зброєю та інші військові вправи.

Військові історичні реконструкції – це заходи, на яких відтворюється воєнна історія через відтворення військової техніки, костюмів, зброї, устаткування та бойових дій. Ці заходи можуть охоплювати реконструкції битв, сценарії, що відтворюють конкретні історичні події або періоди, та інші форми військової історичної діяльності.

7. Навчальні бази національної оборони. Бази підготовки національної оборони є військовими об'єктами, призначеними головним чином для підготовки резервістів, включаючи військові об'єкти, такі як об'єкти національної оборони, тренувальні майданчики та полігони для стрільби. Оскільки резервісти проходять регулярну підготовку, навчальні бази не діятимуть час від часу, отже їм можна доручити завдання популяризації освіти у сфері національної оборони та виховання населення в воєнно-патріотичному дусі. Це є можливим способом виконання цього завдання в формі туризму. Оскільки навчальні бази національної оборони мають завдання популяризації воєнної освіти, то в рамках всебічного її поширення проводяться виставки військової техніки та конкурси військових знань, лекції з військових та воєнних питань, військові тренування, вишкіл з питань ведення бойових дій. В цей час ступінь зв'язку між національними оборонними навчальними базами й ринком туризму в різних регіонах дуже різний, і для деяких баз необхідно посилити відкритість для громадськості. Питання використання навчальних баз національної оборони потребує додаткового обґрунтування, подальшого вивчення та узгодження з Міністерством оборони України.

8. *Різноманітні стрілецькі тири.* Вони забезпечують вогнепальну зброю для відвідувачів з метою стрільби по цілях як спосіб розваги, в якій застосовувана зброя включає цивільну та військову категорію, обидві з них в основному легка стрілецька зброя, яка має аутентичні характеристики до справжньої, але при цьому створює видовище і задоволення. До цивільної зброї в основному належать пневматичні гвинтівки, рушниці, які застосовуються у випадках, включаючи спортивні тренування, полювання, розваги тощо. До військової зброї належать пістолети, гвинтівки, пістолети-кулемети, що знаходяться в активному режимі, які використовуються у змаганнях і ракетні установки минулих років, що слугують в основному як пам'ятники техніці тих часів. У Києві, столиці України, є кілька полігонів для стрільби з військової зброї, які відкриті для відвідувачів. Там відвідувачі можуть не тільки насолодитися стрільбою та збільшити свою вправність, але й відвідати виставкові зали легкої зброї з-за кордону та відділи збуту. Такі тири мають невеликий масштаб, прості у побудові та легко пристосовуються до туризму. У майбутньому такі об'єкти можуть розвиватися у напрямку масштабування, інтеграції та стандартизації, при цьому слід звертати увагу на забезпечення безпечного поводження зі зброєю.

9. *Великі військові демонстраційні зали.* У масштабних військових демонстраційних залах модернізовані технології звуку, світла, електрики тощо використовуються для демонстрації змісту військової діяльності, що відповідає вимогам сучасних та майбутніх війн, для виховання високотехнологічної військової свідомості туристів і просвітницького воєнного мислення, представлення характеристик високих технологій, високу ефективність передачі інформації, відносно низьку вартість навчання. Є багато туристичних проєктів, які можуть бути включені до змісту військових демонстраційних залів, таких як водіння, стрільба та електронна імітація кабін винищувачів, танків, космічних кораблів тощо, і ефект від використання мають майже такий же, як і від справжньої зброї. Найближчим часом буде здійснено моделювання реальних полів битв за допомогою електронних віртуальних технологій. Програмне забезпечення для відеоігор, що імітує війну, стало популярним у всьому світі. В цей час туристи

можуть проводити стратегічне та тактичне протистояння на полях битв під керівництвом обслуговуючого персоналу, для отримання задоволення від воєнного командування. Крім того, інший важливий зміст військових демонстраційних залів може містити виготовлення моделей прецизійної зброї та змодельовані військові змагання, реалістичні військові операції з настільного піску, розкладання та складання зброї, динамічне повторення відомих історичних битв, демонстрацію сучасних сцен війни та викладання загальних знань військових дій електронними шляхами. Завдяки величезним інвестиціям, великим технічним труднощам, тривалим періодам будівництва великомасштабних військових демонстраційних залів, на ранніх стадіях їх можна поетапно класифікувати від дрібних до великих, щоб їх різні аспекти поступово вдосконалювались.

10. *Поля воєнного моделювання боїв.* Поля бойових імітацій за зовнішнім виглядом, військовою формою, режимом дій, тактикою та командуванням наближаються до реальних полів бойових дій. Єдина відмінність між полями воєнного моделювання боїв від реальних полів бою полягає в тому, що зброя не завдасть шкоди противнику. За допомогою моделювання полів битв туристи можуть пережити реальний досвід бою в безпечних умовах та навчитися пристосовуватися до в умовах війни майбутнього. Завдяки реалізму, стимулюванню та розважальному характеру, поля бойових симуляторів стали улюбленими туристичними проєктами для любителів воєнного туризму. Імперський воєнний музей в Лондоні – це величезний майданчик, де щодня відбувається моделювання повітряних нальотів та бомбардувань. Окрім демонстрації різної зброї, найпривабливішим аспектом для туристів є імітація напруженої атмосфери нападу німецьких бомбардувальників під час Другої світової війни. Туристи насправді відчувають, що вони перебувають на війні, і понад дві тисячі туристів прагнуть щодня переживати цей досвід. Проєкти для ентузіастів воєнного туризму щодо імітації діяльності на полі бою стали популярними у всьому світі. Організації військових ентузіастів у США, Франції, Японії, Тайвані та інших місцях проводять регулярні збори, на яких люди носять військову форму для бойових навчань та роблять відео, щоб задовольнити свою

цікавість до модельованих боїв, воєнного життя та виживання в дикій природі. Цікавим для туристів є розвиток проєктів воєнного туризму, в яких також використовується автентичне обладнання, яке є безпечним і близьким до реальних боїв.

11. *Воєнні фільми*. Перегляд воєнних фільмів – це загальноприйнятий досвід серед воєнного туризму. З мільйонів фільмів, випущених за часи створення кіноіндустрії, понад 30% пов'язані з темою війни. Оцінюючи воєнні фільми, ентузіасти воєнного туризму шукають розваги, ажіотаж, переживають сцени війни, навчаються характеру та моралі військовослужбовців, вивчають воєнні стратегії та тактики. Найвизначнішими рисами воєнних фільмів є відчуття, освітні функції, що вони виконують та артистизм акторів. У світі існує багато відомих воєнних фільмів. Відомим прикладом буде фільми про Джеймса Бонда – серія британських фільмів заснована на романах Іана Флемінга про секретного агента Мі-6 під кодовим номером «007». Екранізація цих романів славиться використанням зброї та спецефектами. Інший відомий приклад воєнного кінематографа є культова фантастична медіафраншиза та серія фільмів під назвою «Зоряні війни», що розповідає про різні конфлікти та війни в «далекій-далекій галактиці». Реквізит і сцени для виробництва воєнних фільмів добре сприймаються ентузіастами воєнного туризму завдяки їх автентичності та яскравим емоціям від перегляду. Після перегляду відомого воєнного фільму реквізити та сцени для його виробництва часто ставали гарячими експонатами для туристів. Після того, як виробництво воєнного фільму завершувалося, його реквізит та місця, де знімалися відомі сцени можна використати для розвитку воєнного туризму, а також створити спеціалізований театр воєнних фільмів, щоб туристи могли насолоджуватися відомими представниками воєнного кінематографа з усього світу.

Найбільш відомими воєнними фільмами на сьогодні залишаються фільми про Другу світову війну. Так, згідно з Баз даних фільмів в Інтернеті (англ. Internet Movie Database, IMDb) — найбільшої бази даних та вебсайту про кінематограф, та Rotten Tomatoes, та ще одного відомого вебсайту про кінематограф, найбільш популярними фільмами є [97,153]:

- *На Західному фронті без змін (2022);*
- *Врятувати рядового Раяна (1998);*
- *Касабланка (1942);*
- *Дюнкерк (2017);*
- *Битва за Алжир (1966) .*

Виходячи з вищезазначеного аналізу, ресурси воєнного туризму можна окреслити як сукупність різних речей, факторів та відносин у соціальній діяльності людей та природного світу, які пов'язані з воєнною діяльністю чи сприяли створенню воєнної діяльності, які можуть залучати туристів до воєнного туризму, стимулювати їх мотивацію до нього та давати їм можливість здійснювати різноманітні воєнні заходи та участь в туризмі, приносячи при цьому соціальні, економічні та екологічні вигоди. Ресурси воєнного туризму не тільки включають всі риси привабливості, регіональності, різноманітності та не відновлюваності в характеристиках туристичних ресурсів, але також мають унікальні характеристики. Усі риси ресурсів воєнного туризму наведено на рис. 1.4.

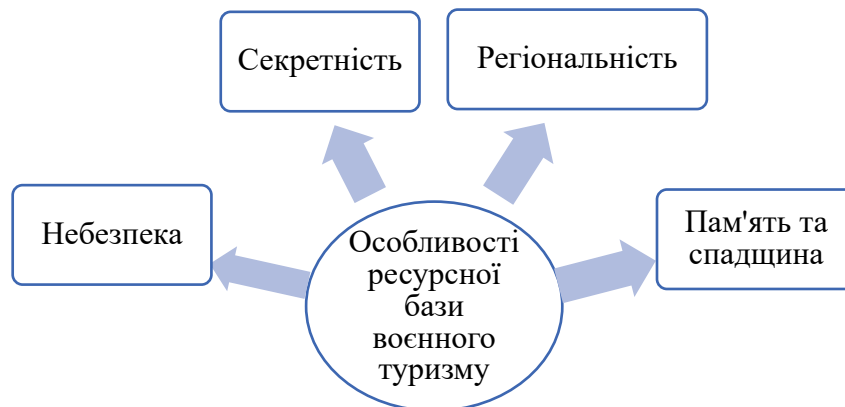


Рис. 1.4. Особливості ресурсів воєнного туризму

Джерело: розроблено автором

1) *Небезпека* у воєнному туризмі завжди присутня і ніколи не можна забувати про важливість дотримання всіх правил безпеки під час проведення того чи іншого ресурсу воєнного туризму. Одним з найяскравіших прикладів небезпеки за часів незалежності України під час проведення військових демонстрацій та парадів є подія, що відбулася 27 липня 2002 р. на Скнилівському аеродромі під час

проведення святкування, що було присвячене 60-річчю 14 АК ВПС України. Скнулівську трагедію також називають наймасштабнішою катастрофою на авіашоу в сучасній історії. Літак Су-27, що виконував фігури найвищого пілотажу, несподівано став падати й врізався в натовп глядачів. Тоді загинули 77 людей, 28 із них – діти, понад 350 отримали поранення, у кількох людей діагностували серйозні психічні захворювання.

2) *Секретність* є також невід’ємною характеристикою ресурсів воєнного туризму, бо частина об’єктів, що можуть бути цікавими для ентузіастів воєнного туризму є засекреченими та закритими для туристів. І хоча, деякі воєнні об’єкти чи місця мають історію секретності та прихованості, що додає їм загадковості та привабливості для туристів, це зменшує ресурсу базу, що неминуче впливає на популярність даного виду туризму.

3) *Регіональність* також впливає на ресурси воєнного туризму. Саме через це, воєнний туризм може акцентувати на регіональних військових історіях та культурах, що відрізняються від загальної історії країни або географічного регіону.

4) *Пам'ять та спадщина* характеризують ресурси воєнного туризму через вплив на формування частини підвидів воєнного туризму. Частина воєнних ресурсів, що відносяться до воєнно-історичних, створюються на основі матеріальної та культурної спадщини, що залишилася після відповідних воєнно-історичних подій.

Таким чином, при розробці та використанні воєнного туризму важливо достатньою мірою дослідити цінність природних та людських характеристик кожного ресурсу воєнного туризму та глибоко вивчити особливі характеристики кожного з його туристичних ресурсів в регіональному масштабі або по всій країні, з метою розвитку та використання їх краще, раціональніше та більш науковим способом.

1.3. Методика дослідження геопросторової організації воєнного туризму

Дослідження геопросторової організації ринку туристичних послуг ґрунтується на застосуванні системи суспільно-географічних методів, підходів та

прийомів, оскільки саме системність методів з властивою їм одночасністю застосування до різних складових туристичного ринку, можливістю використання на різних рівнях дослідження та послідовністю застосування при переході від одного рівня дослідження до іншого, тобто взаємозв'язком, коли застосування одного з методів є частковим проявом іншого, більш широкого методу, дає найефективніші результати.

Геопросторова організація туристичного процесу, відбита у структурованості, типах та формах функціонування ринків туристичних послуг різних ієрархічних рівнів, які складаються в конкретних умовах глобалізованого ринкового середовища.

Геопросторова організація туристичних територій має враховувати концепції наукових досліджень з географії рекреації і туризму: концепцію територіальних рекреаційних систем, концепцію туристичного простору, концепцію сприйняття простору, концепцію периферії В. Крісталлера, концепцію туристичної урбанізації, концепцію району (території) туристичної активності [95].

Загальна структура методів, що використовуються при дослідженні геопросторової організації воєнного туризму представлені на рис. 1.5.

Методика дослідження геопросторової організації воєнного туризму є важливою для багатьох різних груп людей, включаючи дослідників, туристів, військовослужбовців та інших, які займаються воєнним туризмом. Вона дозволяє дослідникам зрозуміти та проаналізувати геопросторову організацію воєнного туризму, включаючи його структуру, функції та взаємозв'язки з іншими аспектами туризму. Це може бути корисно для розробки нових стратегій та підходів до воєнного туризму. Крім того, методика дослідження геопросторової організації воєнного туризму може бути корисною для туристів, які планують подорожувати на території, пов'язані з воєнною історією або культурою. Вона може допомогти зорієнтуватися на території та зрозуміти її важливі аспекти, що дозволить подорожувати більш інформовано та насолоджуватися місцевими пам'ятками.

Геопросторова структура воєнного туризму відноситься до просторових господарських відносин, в яких різні складники туристичної галузі конкурують між

собою, покладаються один на одного та доповнюють один одного в геопросторовій схемі туристичної дестинації. Як вже зазначалося для вивчення геопросторової організації туризму доцільно використовувати низку методів з яких найбільш доречними для воєнного туризму є: 1) теорія центральних місць В. Крісталлера; 2) концепція перцепції (сприйняття) простору; 3) концепція району (території) туристичної активності. Послідовний аналіз ресурсів воєнного туризму певної території спирається на теорію центральних місць.

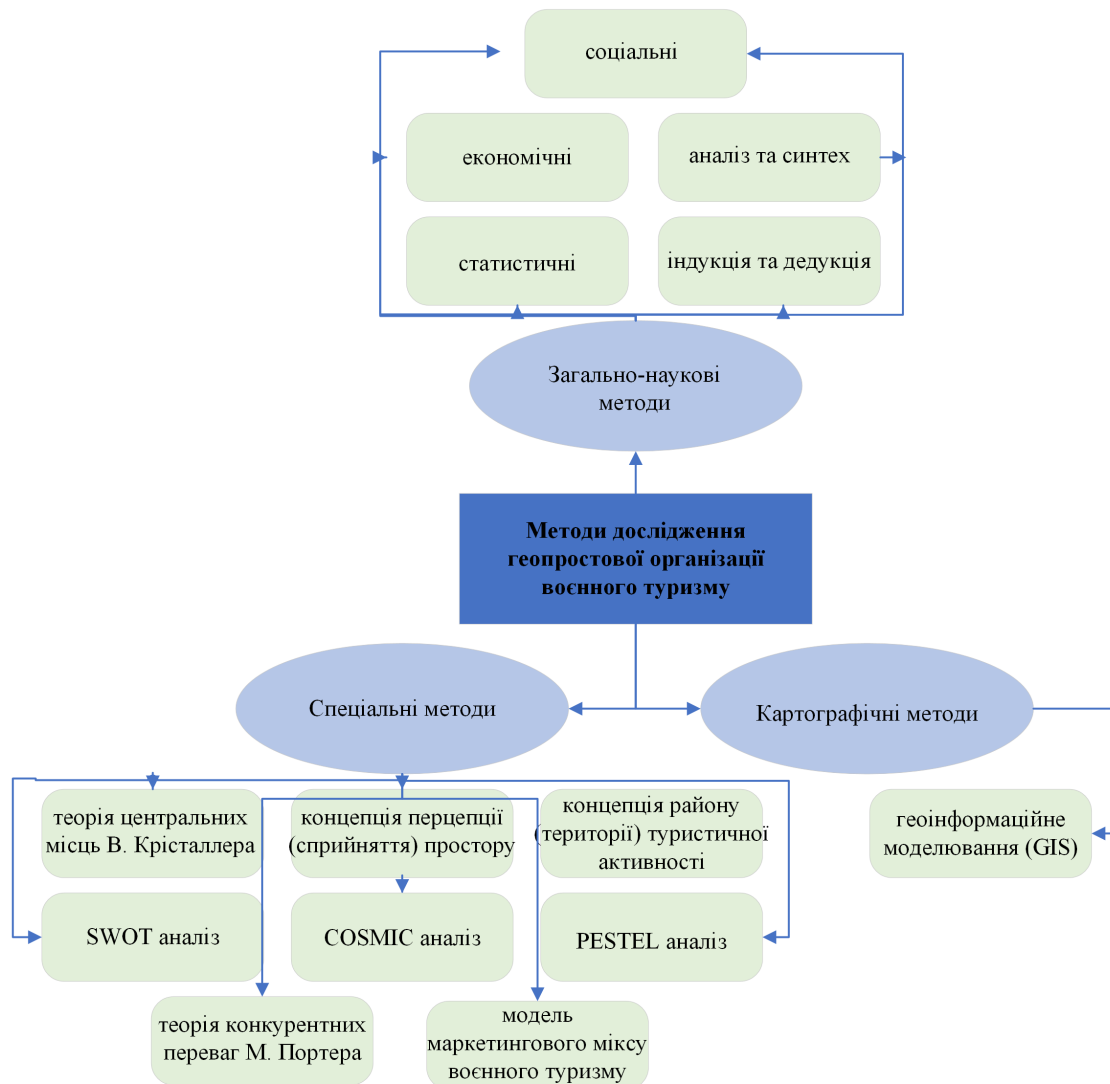


Рис. 1.5. Методика дослідження воєнного туризму

Джерело: розроблено автором на основі [58, 60, 95]

Теорія центральних місць В. Крісталлера [95,96,60] — це міська географічна теорія, запропонована В. Кристаллером у 1933 р., яка прагне пояснити кількість,

розмір і діапазон ринкових послуг у комерційній системі або населених пунктів у житловій системі. В. Кристаллер вважав центральними місцями ті економічні вузли, які надають товари та послуги не лише для себе, а й для населення околиць (території збуту). Він стверджував, що з часом зони обслуговування та збуту схильні формувати правильні шестикутники (нагадують бджолині соти), а населена територія стає вкритою такими шестикутниками без відкритих проміжків (кристаллерівська сітка). Це допомагає зменшити середню відстань для розподілу продукції або поїздок до центрів з метою здійснення покупок та отримання послуг. Місто, центр для всіх інших населених пунктів району, що забезпечує їх центральними товарами й центральними послугами. Згідно з В. Кристаллером центральні місця домінують над шестикутними районами, а самі лінії, що сполучають центральні місця, утворюють правильні шестикутні ґрати[95].

Детальніше розглянемо процес їх інтеграції за різних форм туризму. Даний процес відбувається шляхом загального планування для формування ієрархічної системи з чіткою організацією та скоординованою діяльністю. Відповідно до вимог загального планування, мережі транспорту, обміну інформацією, спільного ринку, галузевого ланцюга, розвитку науки та технологій та охорони навколишнього середовища, реалізувати макроморфологічну інтеграцію, яка не лише інтегрує центральне місто та передмістя, але також вимагає, щоб міста були тісно пов'язані між собою у просторі, щоб не було маргіналізованих районів в процесі розвитку воєнного туризму.

Інтеграція туристичної галузі полягає в побудові поділу праці та системи кооперації регіональної господарської структури з чітким розподілом праці та тісними зв'язками. Господарська інтеграція туристичного простору повинна покращити його зміст шляхом розвитку культурної індустрії, приділяючи увагу збагаченню конотації туристичної культури, підвищенню якості галузі, і врешті-решт сформувати інтеграцію воєнного туризму в культуру та господарство та формувати взаємне просування, взаємодоповнюючий зразок процвітання між господарством та культурою дестинації [105, с. 349].

Водночас необхідно повністю інтегрувати різні маршрути руху в регіоні. Якщо в регіоні не буде зручної та добре налагодженої мережі транспортних засобів, фактори розвитку туризму, виробництва та сировини будуть сильно обмежені, а задовільний інтегрований розвиток території не буде реалізований.

Нами було застосовано дану теорію центральних місць на базі воєнного туризму. Схематичне зображення як само має відбуватися розташування система інфраструктури навколо пам'яток воєнного туризму наведено на рис. 1.6.

Теорія центральних місць може бути застосована для розбудови інфраструктури воєнного туризму в Україні, враховуючи значний потенціал таких міст, як Київ, АР Крим, Львів та Одеса. Це може сприяти більш ефективному розподілу ресурсів та оптимізації зон обслуговування для місцевого населення та туристів.

Відповідно до теорії центральних місць, можна виділити основні воєннотуристичні центри та створити допоміжні зони обслуговування, які будуть забезпечувати потреби в товарах та послугах для відвідувачів воєнних пам'яток.

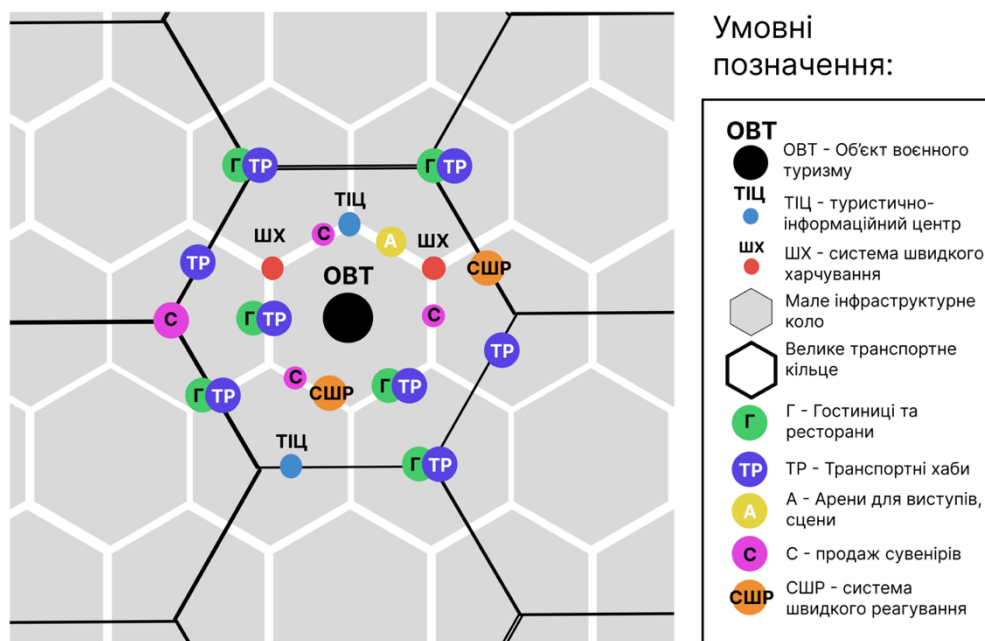


Рис. 1.6. Застосування теорії центральних місць на базі воєнного туризму

Джерело: розроблено автором на основі теорії центральних місць В. Кристаллера [95-96]

Київ, як столиця та історичний центр України, має велику кількість воєнних музеїв та пам'яток, які відображають різні періоди в історії країни. Розвиток воєнного туризму тут може передбачати створення туристичних маршрутів, включаючи головні військові пам'ятки, та забезпечення відповідних послуг для відвідувачів.

Крим має значний потенціал для воєнного туризму завдяки своїй унікальній географічній позиції, історичним фортецям та військовим об'єктам. Розбудова інфраструктури воєнного туризму може включати реконструкцію старих фортець, організацію екскурсій та сприяння місцевому бізнесу.

Львів, як історичний та культурний центр Західної України, може використати свій потенціал для розвитку воєнного туризму через створення воєнних музеїв, пам'яток та тематичних маршрутів, які відображають участь регіону в різних військових конфліктах та подіях. Організація тематичних екскурсій, виставок та культурно-освітніх заходів може привернути увагу до історії та спадщини воєнного Львова.

Одеса, як важливе портове та курортне місто, має свою військову історію та потенціал для розвитку воєнного туризму. Розбудова інфраструктури може передбачати створення музеїв, відновлення військових пам'яток та розвиток туристичних послуг, які розкривають військово-морську історію міста та регіону.

Застосування теорії центральних місць у розбудові інфраструктури воєнного туризму в Україні допоможе забезпечити рівномірний розвиток цього напрямку в різних регіонах країни. Впровадження такої моделі сприятиме створенню взаємопов'язаних зон обслуговування, які дозволять мінімізувати відстані для розподілу продукції та послуг, а також забезпечать рівний доступ до воєнно-туристичних ресурсів для місцевого населення та відвідувачів.

З постійним вдосконаленням технологій, комп'ютерних та мережевих технологій інформаційні технології проникають у всі аспекти соціального життя та економічного розвитку, отже статус та роль інтеграції воєнного туризму у туристичній галузі України постійно зростає. Важливо сприяти інтелектуальному управлінню інформатизацією в туризмі за допомогою інформаційних технологій,

комунікаційних та мережевих технологій, реалізовувати технологічне управління та управління мережами за допомогою широкого використання інформаційних технологій задля того, щоб покращити ефективність обслуговування та управління в цілому, і реалізувати обмін інформаційними ресурсами [99, с. 56].

Для реалізації інтеграції регіональних інституцій у воєнному туризмі необхідно стандартизувати політику та інституції різних регіонів дестинацій, встановити та вдосконалити правила та нормативи щодо туризму, сформулювати єдині правові норми тощо.

Потрібно зазначити, що територіальна структура організації воєнного туризму базується на географічному розподілі його туристичних ресурсів, з передумовою зручної транспортної доступності, а також на принципі взаємної вигоди та доповнення конкурентної переваги між меморіальними місцями, досягнення спільної функції туристичних визначних пам'яток, туристичних маршрутів, туристичних продуктів, розміщення туристів та інших факторів, з тим, щоб сформувати інтегровану, упорядковану та єдину туристичну систему в нерівномірно розвиненому географічному районі, досягти міжгалузевої інтеграції та оптимізації у використанні туристичних ресурсів воєнного туризму в цілому, для досягнення мети взаємодоповнюваності ресурсів, ринку та розвитку у тому числі можливостей галузей таким чином, щоб сприяти ефективному розвитку воєнного туризму [77, с. 369].

Водночас організаційна структура простору воєнного туризму робить його ресурси, товари, послуги, транспорт та споруди в різних регіонах органічно поєднаними. З точки зору просторової організації воєнного туризму, в певному регіональному діапазоні кожен ринок туризму знаходиться в розсіяному стані, з відносною незалежністю, з виділенням точкових, лінійних та ареальних форм територіальної концентрації.

Концепція перцепції (сприйняття) простору [58, 60] – є також потенційним методом дослідження та геопросторової організації воєнного туризму. Ця теорія вивчає вплив сприйняття та уявлень про довколишній простір на туристичну активність особистості. Вона належить до біхевіористичних підходів, де

акцентується на внутрішніх процесах перцепції. Основний акцент таких досліджень лежить на психологічних, соціологічних, природничих та економічних аспектах. З одного боку, ця концепція досліджує, як люди сприймають привабливість певного ландшафту, їхні власні потреби в відпочинку. З іншого боку, вона вивчає, як формуються уявлення про туристичні продукти в рамках маркетингу. Біхевіористичні концепції розглядають, як поточні та минулі просторові уявлення впливають на туристичні вибори людей. Перцепція розуміється як активний процес сприйняття довколишньої реальності, який містить чуттєві враження, розумову обробку інформації та формування відповідного образу. Те, як людина сприймає світ, залежить від її попереднього досвіду, знань, емоційного стану і переконань. Важливість дослідження перцепції туристичного простору зростає через збільшення конкуренції між різними туристичними напрямками та необхідність розуміти, які фактори впливають на вибір туриста. Особливу увагу приділяється візуальним аспектам ландшафту, які включають естетичні характеристики та ландшафтну архітектуру. Емоційний вплив ландшафту також важливий, адже він формує переживання та відчуття туриста. У підсумку, вивчення перцепції туристичного простору допомагає зрозуміти, як люди сприймають та оцінюють різні туристичні напрямки, що, своєю чергою, впливає на їхні рішення стосовно відпочинку [95]. Тому, даний підхід може бути незамінним інструментом при розробці стратегій для воєнного туризму, оскільки відвідувачі таких місць піддаються глибоким емоційним та інтелектуальним впливам, що містять: 1) *розуміння цілісності місця*: оскільки воєнні місця несуть у собі глибоку історичну й культурну спадщину, важливо вивчити, як люди сприймають і реагують на цю інформацію; 2) *емоційний вплив*: переживання та реакції, які викликають воєнні місця, є основою цієї теорії. Розуміння сприйняття відвідувача допоможе враховувати емоційні впливи та краще адаптувати контент; 3) *адаптація контенту*: використання даних про сприйняття простору може допомогти адаптувати контент воєнних екскурсій та музеїв, роблячи його більш доступним і цікавим для різних груп відвідувачів; 4) *маркетинг та просування*: інсайти з теорії перцепції простору можуть інформувати маркетингові стратегії,

спрямовані на привертання нових та повернення старих відвідувачів, звертаючи увагу на те, які аспекти воєнних місць вони вважають найбільш значущими; 5) *етичний підхід*: вивчення сприйняття допоможе розуміти, як відвідувачі реагують на різні аспекти війни, дозволяючи організаторам представляти інформацію таким чином, щоб вона була поважною і тактичною; 6) *розширення туристичних можливостей*: розуміння, як люди сприймають та інтерпретують воєнні простори, може надати можливість розробки нових, дослідницьких туристичних продуктів. Саме тому такі методи як SWOT, PESTEL, COSMIC аналізи, аналіз п'яти сил М. Портера та інші маркетингові дослідження з аналізу ринку мають величезний вплив на формування ефективних методів геопросторової організації воєнного туризму.

Концепція району (території) туристичної активності (TBD - англ. Tourist Business District) [58, 60] також може бути застосована в дослідженні геопросторової організації воєнного туризму. Дана теорія полягає в тому, що висвітлює спосіб, яким туризм структурований та розподілений у багатофункціональних міських областях. Цей метод, розроблений Д. Гецом у 1993 році, вказує на те, що в містах часто існує певна концентрація туристичної діяльності в конкретних районах. Центральні райони міста, завдяки своїй історичній, культурній та архітектурній спадщині, є особливо привабливими для туристів. Сюди також приваблюють численні заклади інфраструктури, включаючи ресторани, магазини, культурні заходи й готелі. Ці райони туристичної активності часто виникають в місцях з основними комерційними або адміністративними функціями міста. Особлива увага приділяється зонам, що обмежені пішохідним рухом у центрі міста, оскільки вони часто визначають межі району туристичної активності завдяки легкій доступності для пішоходів. Центральний діловий район, або CBD, має ключове значення у привабленні туристичних потоків завдяки своїм адміністративним та бізнес-центрам. Існують тісні взаємозв'язки між CBD і TBD, особливо щодо того, як формується туристична привабливість і організовується туристичний рух в місті. В цілому, концепція надає важливий погляд на те, як туристична діяльність може бути центрованою та організованою в міському

середовищі, що сприяє раціональному плануванню та розвитку міського туризму[60].

Концепція території туристичної активності (ТВД) може стати основою для ефективної організації воєнного туризму. Воєнний туризм є специфічною галуззю, яка включає в себе відвідування місць історичних битв, військових музеїв, меморіалів та інших військових об'єктів. Концепція ТВД може бути застосована до цього виду туризму за рахунок таких елементів: 1) *концентрація ресурсів*: аналогічно до того, як в центральних районах міста концентруються основні туристичні об'єкти, місця, пов'язані з воєнною історією, можуть бути об'єднані в районах воєнного туризму. Це дасть можливість туристам легше планувати своє перебування та ефективно використовувати час; 2) *історична і культурна спадщина*: також як центральні райони міста відображають історичний та культурний розвиток, райони воєнного туризму могли б демонструвати ключові моменти військової історії, розповідаючи про важливі події, героїв та їхні вчинки; 3) *пішохідна доступність*: в місцях, де транспорт може бути обмежений через історичну значущість, створення пішохідних зон може підсилити відчуття імерсії туристів у воєнну атмосферу, дозволяючи їм поглиблено вивчати об'єкти; 4) *взаємодія між CBD і ТВД*: так само як адміністративні та комерційні центри міста можуть сприяти привабленню туристів до ТВД, історичні та військові музеї, архіви та дослідницькі центри можуть використовувати свою популярність для залучення відвідувачів до районів воєнного туризму; 5) *адаптивне використання*: в рамках ТВД можлива трансформація реальних військових об'єктів (наприклад, старих казарм або фортець) у готелі, ресторани або культурні простори, що збільшує привабливість району для туристів. Загалом, застосування концепції ТВД до воєнного туризму може забезпечити гармонійне поєднання історичної спадщини, сучасних зручностей та культурного обміну, що сприятиме створенню незабутнього досвіду для відвідувачів.

Також цікавим методом дослідження воєнного туризму є модель маркетинг-міксу. Маркетинг-мікс є стратегічним інструментом, який допомагає підприємствам ефективно реалізовувати свою маркетингову стратегію, що

стимулює його популяризацію. Він складається з чотирьох основних компонентів, відомих як «4P»: продукт (Product), ціна (Price), просування (Promotion) та місце (Place). Маркетинг-мікс у воєнному туризмі має свої особливості, пов'язані зі специфікою галузі та ресурсною базою туризму[84].

Продукт (P1) у воєнному туризмі належить до турпродукту, який може включати різні туристичні ресурси, такі як природні об'єкти, культурна спадщина, історичні пам'ятки, розважальні заходи тощо. Від якості та привабливості турпродукту залежить попит на нього та успіх туристичної компанії.

Ціна (P2) воєнного турпродукту впливає на його доступність та конкурентоспроможність. Ціна може залежати від таких факторів, як відстань до туристичного ресурсу, інфраструктурна облаштованість, сезонність та інші. Так, чим ближче туристичний ресурс до місця постійного проживання туриста, тим менша ціна туру.

Просування (P3) у туризмі містить в собі промоційно-рекламну діяльність, що має на меті привернути увагу потенційних туристів та спонукати їх відвідати певну дестинацію. У рекламі туристичних ресурсів можуть використовуватися художні зображення, що зображують пропоновані об'єкти у яскравому та привабливому світлі, патріотичні рекламні матеріали.

Місце (P4) у маркетинг-міксі воєнного туризму стосується каналів розподілу та доступності турпродукту для споживачів. Це може включати агентства, туроператорів, онлайн-платформи та інші місця, де туристи можуть знайти та придбати послуги туризму. Важливо ефективно розподіляти турпродукти через різні канали розподілу, щоб досягти максимальної аудиторії та забезпечити зручність для споживачів.

Основні аспекти маркетингу міст включають створення позитивного іміджу міста, розробку унікальної та інноваційної турпродукції, визначення оптимального цінового діапазону, розробку ефективних стратегій просування та забезпечення широкого доступу до турпродуктів через різні канали розподілу. Ми запропонували модель маркетингового міксу воєнного туризму (рис. 1.7.) на основі

інформації та досліджень І.Г. Смирнова, який у свій час пропонував модель маркетингового міксу в туризмі[84].

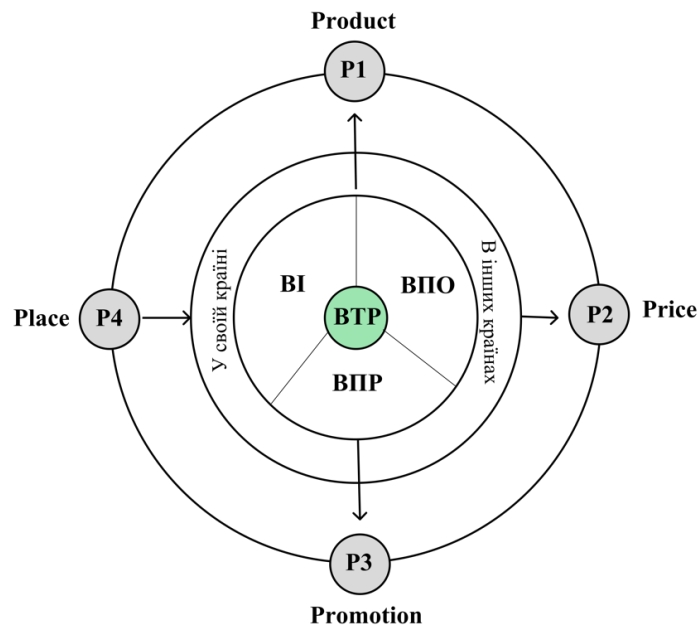


Рис. 1.7. Модель маркетинг-міксу в воєнному туризмі

Примітки: ВТР – воєнні туристичні ресурси; ВІ – воєнно історичні туристичні ресурси; ВПО – воєнно-подієві туристичні ресурси; ВІПР – воєнно пригодницькі туристичні ресурси.

Джерело: розроблено автором на основі [84]

Особливості маркетингу міст у туризмі залежать від специфіки ресурсної бази туризму, що включає унікальні природні, культурні, історичні та інші ресурси даного міста або регіону. Успішний маркетинг міст спрямований на виявлення та акцентування цих унікальних особливостей, а також на створення зручних, доступних та конкурентоспроможних турпродуктів, які задовольнятимуть потреби різних сегментів туристів.

Також, окрім вже зазначених методів, можна визначити такі додаткові методи дослідження геопросторової організації воєнного туризму:

1) *Аналіз картографічних матеріалів:* це може включати аналіз топографічних карт, супутникових знімків та іншої географічної інформації. Аналіз картографічних матеріалів дозволить з'ясувати рельєф території, наявність водних перешкод та інші фактори, які можуть вплинути на організацію воєнного

туризму. Проведення геоінформаційного моделювання картографічних матеріалів ресурсів воєнного туризму.

2) *Експертне опитування*: експертне опитування може включати інтерв'ю з досвідченими військовими, які мають досвід у проведенні військових туристичних походів. Це дозволить отримати інформацію про те, які фактори слід враховувати при здійсненні воєнних туристичних походів, які можуть бути небезпечні для учасників походу, і які засоби безпеки необхідно вживати.

3) *Соціологічне дослідження*: соціологічне дослідження може включати опитування військовослужбовців, які мають досвід у проведенні військових туристичних походів. Це дозволить з'ясувати, які фактори впливають на вибір території для проведення воєнного туризму, які елементи необхідні для забезпечення безпеки учасників та які питання важливі для учасників військових туристичних походів.

4) *Аналіз даних про аварійні ситуації*: Просторова організаційна структура воєнного туризму розробляється на основі розподілу праці та кооперації. Його метою є досягнення позитивних результатів шляхом співпраці та гармонійного та сталого розвитку усіх складників воєнного туризму.

5) *COSMIC аналіз*: використовується для аналізу мікросередовища бізнесу, зосереджуючись на факторах, які знаходяться під контролем організації. Оцінюючи клієнта, організацію, систему, ринок, галузь і фактори конкурентів, компанія може визначити свої сильні та слабкі сторони та прийняти стратегічні рішення для покращення своєї конкурентної позиції.

6) *PESTEL аналіз*: допомагає підприємствам зрозуміти макросередовище, в якому вони працюють, аналізуючи зовнішні фактори, які знаходяться поза їх контролем. Шість факторів — політичний, економічний, соціальний, технологічний, екологічний і юридичний — забезпечують основу для оцінки ширшого ландшафту, який може вплинути на успіх або поразку бізнесу. Проводячи цей аналіз, компанії можуть приймати обґрунтовані рішення щодо своєї діяльності та стратегії, наприклад, виявляти нові можливості, мінімізувати ризики та адаптуватися до змін на ринку чи галузі. Підприємствам важливо бути в курсі

останніх змін у своєму робочому середовищі та приймати рішення на основі даних і розуміння, а не лише на інтуїції.

7) *SWOT аналіз*: метод оцінки сильних сторін (Strengths), слабких сторін (Weaknesses), можливостей (Opportunities) та загроз (Threats) організації, проєкту або ідеї. Цей інструмент допомагає ідентифікувати внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на успіх або невдачу, та розробляти стратегію для подальшого розвитку.

8) *Аналіз конкурентних переваг Портера*[141]: також відомий як модель П'яти сил Портера (Porter's Five Forces), є стратегічним інструментом, розробленим економістом Майклом Портером, для оцінки ступеня конкуренції на ринку та визначення потенціалу прибутковості галузі. Модель допомагає зрозуміти, як різні сили конкуренції взаємодіють у галузі, та їх вплив на потенційні заробітки.

9) *Статистичні методи*: це математичні техніки та процедури, що використовуються для збору, аналізу, інтерпретації, презентації та моделювання даних. Вони допомагають вимірювати та кількісно оцінювати явища, вивчати закономірності, тенденції та залежності між змінними.

10) *Соціальні методи* – це методика, які використовуються для вивчення соціальних явищ, процесів та структур. Вони можуть включати опитування, інтерв'ю, етнографічні спостереження, контент-аналіз та інші методи збору та аналізу даних у соціальних науках.

11) *Аналіз та синтез методи* – це два основних наукових підходи, які застосовуються для розуміння складних об'єктів та явищ. Аналіз полягає в розчленуванні об'єкта на складові частини, вивченні їх властивостей та функцій. Синтез - це процес об'єднання окремих елементів або ідей для створення нових узагальнених знань або рішень. У науковому дослідженні синтез допомагає поєднати окремі результати аналізу для висновків на вищому рівні абстракції.

12) *Індукція*: це метод наукового пізнання, який передбачає формування загальних теорій або гіпотез на основі спостережень окремих випадків. Індуктивний підхід починається зі збору даних та спостережень, а потім

встановлює залежності, закономірності та тенденції, які можуть бути узагальнені для ширшого класу об'єктів або явищ.

Таким чином, при розробці стратегії воєнного туризму важливо досягти рівноваги та динаміки співпраці між під регіонами, реалізовувати узгоджене планування та розвиток туристичних ресурсів у різних зонах, а також усвідомлювати важливість їхнього збереження. Потрібно компетентно і гармонійно побудувати систему розвитку воєнного туризму на регіональному рівні, щоб забезпечити його стале зростання як в окремих регіонах, так і в масштабах всієї країни.

Висновки до розділу 1

1. Воєнний туризм – це форма туризму, яка: по-перше, спирається на військові туристичні ресурси, задовольняє всебічний розвиток людей з точки зору військових знань, що забезпечує розвиток, використання та збереження військових туристичних ресурсів; по-друге, сприяє вихованню патріотизму, туристичної освіти та участі громади у використанні наявних переваг військових туристичних ресурсів.

2. Поняття «військовий туризм» та «воєнний туризм» співвідносяться як частинне та ціле. Тобто, військовий туризм є складовою воєнного туризму. На нашу думку, при дослідженні питання туризму, що пов'язано з пам'ятками, що присвячені воєнним подіям, або тим ресурсам, що залишилися внаслідок таких подій є більш повноцінним використання саме поняття «воєнний туризм». Такої саме думки дотримується Кафедра країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка та науковий керівник Смирнов І.Г..

3. Згідно з класифікацією різновидів воєнного (мілітарного) туризму поділяється на воєнно-історичний туризм, що складається з воєнних оборонних споруд, місць битв, музеїв, меморіальних комплексів, пам'ятників, військових поховань; воєнно-пригодницький туризм, що складається з активного відпочинку з використанням військової техніки та спорядження, страйкбол, пейнтбол,

відвідування територій та споруд історичних бойових дій, тури з визначеним терміном проживання в армії; воєнно-подієвий туризм, що складається з воєнно-історичної реконструкції, воєнно-історичних фестивалей, та наукових конференцій з воєнних тем.

4. Геопросторова організація воєнного туризму базується на інструментах залучення, захисту, культури та освіти, що в сукупності доповнюють один одного і стимулюють розвиток воєнного туризму.

5. Ресурси воєнного туризму складають: 1) воєнно-історичні об'єкти та пам'ятки, що були створені в ході двох світових воєн; 2) військові музеї, що є місцями дослідження, збору, розповсюдження і демонстрації історії військової справи країни; 3) відкриті бувші воєнні об'єкти та об'єкти військової техніки для широкої публіки; 4) природні мальовничі місцевості, що дозволяють туристам займатися військовими іграми, а також штучні військові об'єкти; 5) стаціонарні об'єкти, як воєнні реліквії і воєнні об'єкти, що можуть приваблювати туристів для знайомства з воєнними подіями; 6) різні види військових парадів, шоу та реконструкцій – це святкова військова діяльність; 7) навчальні бази національної оборони; 8) різноманітні стрілецькі тири; 9) великі військові демонстраційні зали; 10) поля воєнного моделювання боїв; 11) воєнні (військові) фільми.

6. Виділили основні особливості ресурсів воєнного туризму, що полягає в їх небезпечності, секретності, регіональному розташуванні та значному впливі на збереження пам'яті та спадщини про воєнні історичні події.

7. До основних методів дослідження геопросторової організації воєнного туризму належать: 1) загально наукові методи: статистичні, соціальні, індукція та дедукції, аналіз та синтез; 2) картографічні методи, що полягають в проведенні геоінформаційного моделювання та побудови картосхем; 3) спеціальні методи, що представлені аналізом туристів такі як SWOT аналіз, COSMIC аналіз, аналізом макросередовища існування – це PESTEL аналіз, теорія конкурентних переваг Портера. Також для вивчення геопросторової організації воєнного туризму ми вважаємо, що доцільно застосовувати теорію центральних місць для вивчення та розбудови інфраструктури воєнного туризму.

8. Запропонована модель маркетинг-міксу в воєнному туризмі на основі напрацювань Смирнова І. Г. щодо туризму. Так, в середині маркетинг-міксу в воєнному туризмі має знаходитися такі туристичні категорії ресурсів як: ВТР – воєнно-туристичні ресурси (музеї, пам'ятки архітектури і тд.), ВІ – воєнно-історичні туристичні ресурси та ВПР – це воєнно-подієвий туристичні ресурси.

9. Зазначено про важливість синергічного підходу до визначення методів проведення досліджень воєнного туризму, щоб комплексно розв'язувати питання вивчення, аналізу та впровадження даних туристичних ресурсів.

10. В Українському законодавстві до сьогодні відсутнє визначення поняття «воєнний туризм», що сповільнює його розвиток та ускладнює ініціативи підприємств України щодо організації даного типу підприємства.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях автора: [111, 87, 91].

Розділ 2. ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ РЕСУРСНОЇ БАЗИ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)

2.1. Пам'ятки подій 1939-1945 рр.

Під компонентною структурою об'єктів культурної спадщини, куди відносяться ресурси воєнного туризму, слід розуміти сукупність матеріальних та нематеріальних об'єктів, об'єднаних на основі їхньої функціональної ідентичності та реалізації ними функцій одного типу, спрямованих на збереження цілісності системи. Існуюча компонентна структура культурної спадщини України визначається Законом України «Про охорону культурної спадщини» [4], згідно з яким об'єкти культурної спадщини за типами поділяються на: 1) споруди (витвори); 2) комплекси (ансамблі); 3) визначні місця.

До пам'яток воєнної культури та місць воєнних подій відносять [79]: 1) фортеці; 2) оборонні стіни й вали; 3) пам'ятні місця битв і боїв; 4) військові меморіали; 5) пам'ятники; 6) обеліски; 7) місця військових поховань.

Пам'ятки історії – це місця, де відбувалися певні історичні події, а також пам'ятники, монументи та меморіали, створені на їхню відзнаку. Численні пам'ятки відбивають такі важливі віхи історії України, як Друга світова війна (Національний музей історії України у Другій світовій війні у м. Києві, меморіальний комплекс «Вічної слави» в м. Луцьк, пам'ятник на місці форсування р. Дніпро радянськими військами у м. Запоріжжя, меморіальний комплекс «Сапун-гора» в м. Севастополь). Пам'ятки історії є другими за кількістю, після археологічних, у складі культурної спадщини України й широко представлені на всій території держави. Середня щільність пам'яток історії – 85 одиниць/тис.км². За цим показником серед територіальних одиниць України особливо вирізняються АР Крим, Львівська, Київська, Закарпатська, Тернопільська й Хмельницька області. Найменша щільність пам'яток історії в Одеській, Миколаївській, Дніпропетровській та Луганській областях. Зовсім інші показники кількості

пам'яток історії національного значення. Лідерами в цій категорії є м. Київ (26 пам'яток) та АР Крим (13). Найменш представлені в складі культурної спадщини національного значення пам'ятки історії в Кіровоградській, Херсонській, Дніпропетровській, Запорізькій, Закарпатській та Сумській областях [79, с. 15].

У структурі історичних пам'яток виділяють такі категорії: 1) політичні; 2) воєнні; 3) економічні; 4) пам'ятки культури, науки та освіти.

Варто відзначити, що пам'ятками Другої світової війни 1939-1945 років визнаються також: 1) воєнні кладовища; 2) військові ділянки на цивільних кладовищах; 3) братські та одинокі могили; 4) пам'ятники; 5) пам'ятні знаки; 6) скульптурні, архітектурні та інші споруди, композиції й об'єкти, що увічнюють пам'ять про події часів Другої світової війни 1939-1945 років, її учасників та жертв.

Згідно з ЗУ «Про увічнення перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939-1945 років» [7] Україна, як країна учасник Другої світової війни, що втратила мільйони людей під час якої, має проводити увічнення перемоги над нацизмом шляхом шанобливого ставлення до перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939-1945 рр., про ветеранів війни, учасників українського визвольного руху та жертв нацизму. Також цим законом визначається що саме можна вважати пам'ятками Другої світової війни: військові кладовища, військові ділянки на цивільних кладовищах, братські та одинокі могили, пам'ятники, пам'ятні знаки, скульптурні, архітектурні та інші споруди, композиції та об'єкти, що увічнюють пам'ять про події часів Другої світової війни 1939-1945 років, її учасників та жертв[7]. Цим Законом України затверджено необхідність створення Єдиного національного реєстру пам'яток Другої світової війни 1939-1945 років, що має бути затвердженим Кабінетом Міністрів України. На жаль, на момент написання кандидатської дисертації, даний список пам'яток все ще не був затверджений, що ускладнило процес пошуку інформації та аналізу геопросторової організації воєнного туризму на прикладі пам'яток Другої світової війни. Тому, при підборі ресурсів для аналізу було використано інформацію, що можна було знайти в відкритому доступі, наукові напрацювання автора та інших українських вчених.

Наведемо приклади найбільш відомих пам'яток періоду 1939 – 1943 р. – першої половини Другої світової війни.

Пам'ятками оборонного спадщини того періоду є Лінія Арпада в Україні та Лінія Молотова в Польщі. Вивчення досвіду Польщі у використанні Лінії Арпаду як туристичної атракції виявляється особливо актуальним. Ця лінія завдяки ретельній рекламі та історичному підходу стала популярною серед поляків і туристів з інших країн. Це може бути цінним прикладом для України, зокрема щодо Лінії Молотова, яка, на жаль, є менш відомою серед українців. Зважаючи на історичний та культурний контекст обох споруд, їх поєднання може відкрити нові горизонти для прикордонного туризму, стимулюючи відвідувань об'єктів з однієї країни до іншої[94].

Лінія Арпада була побудована в Карпатах військовими інженерами та вченими Угорщини та Німеччини в 1943-1944 рр. для захисту від наступу Червоної армії (нині ця фортифікація знаходиться в Закарпатській області України), а Лінія Молотова створена зусиллями колишнього СРСР у 1939-1941 рр. на тодішніх його західних кордонах для захисту від Німеччини (нині ці оборонні об'єкти знаходяться у Східній Польщі). Якщо Лінія Арпада вже давно стала особливою туристичною родзинкою Закарпаття (рис.2.1.), то Лінія Молотова ще чекає свого туристичного «освоєння», зокрема для туристів з України.



Рис. 2.1. Фрагмент укріплень Лінії Арпада

Джерело: [94]

Легендарна Лінія Арпада є унікальним об'єктом світового значення належить до найскладніших і наймасштабніших оборонних будівель II Світової війни. Вона створювалася військовими та інженерами Угорщини та Німеччини та її розміри справді вражають: протяжність - 600 км, 300 з яких прокладено в Україні, а решта в Румунії [127]. Основу угорсько-німецького воєнно-оборонного проєкту «Лінія Арпада» становили окремі так звані «вузли оборони», яких на Закарпатті було майже 100. Вони включали довготривалі оборонні точки (ДОТ або довготривалі вогневі точки – ДВТ), яких налічувалося 800, дерево-земляні вогневі точки (ДЗОТ) (400), відкриті вогневі позиції (понад 430), а також 135 км протитанкових перешкод і 400 км траншей. Фортифікаційну систему назвали на честь князя Арпада, який наприкінці 800-х років заснував Угорську державу, об'єднавши всі племена стародавніх угрів. План фортифікації спроектував талановитий угорський воєнний інженер Теофіл Хороші. Лінія Арпада створювалася з переконанням, що ця оборонна система врятує Угорщину та Німеччину від наступу радянських військ, і будувати її потрібно на важкодоступних карпатських хребтах. Найбільша увага під час будівництва концентрувалася на таких перевалах, як Ужоцький, Верецький, Яблунецький, Торунський. Акцент робився на обороні тунелів, доріг мостів, опорні пункти будували в долинах річок Латориця, Уж, Тиса. Всього на Закарпатті дослідники нарахували шість оборонних ліній, серед яких чотири угорські, у т.ч. Лінія Арпада, і дві – чехословацькі. У краї зараз існує понад 1500 військових об'єктів з часів Другої Світової війни. У потужних залізобетонних бункерах розміщувалися, шпиталі, казарми, пекарні, були вентиляційні шахти та контрольні виходи, і навіть церкви. Усі будівельні операції велися під грифом «цілком таємно» і до жовтня 1944 р. були повністю завершені[92].

У вересні 2013 р. було відкрито військово-історичний музей «Лінія Арпада» в НПП «Синевир», що сприятиме розвитку туристичних та культурних зв'язків між Україною та Угорщиною. Музей складається з 25 бетонних бункерів, 16 дзотів та десятків мінометних та кулеметних точок. Працівники парку вже впорядкували більшу частину об'єктів, проклали стежки та містки, розмістили інформаційні щити

та облаштували місця відпочинку. Реставрація та дослідження історичних об'єктів музею все ще триває. Під час урочистого відкриття музею українська та угорська сторони обговорили можливості подальшої співпраці в розвитку музею та дослідженні Лінії Арпада. Промаркований туристичний маршрут пролягає по об'єктах Лінії Арпада, що сприятиме збільшенню інтересу до музею серед українських та угорських туристів, а також всіх, хто цікавиться історією [116]. На рис. 2.2. зображено фрагменти залишків Лінії Арпада та мотель «Бункер» - частину військово-історичного музею.

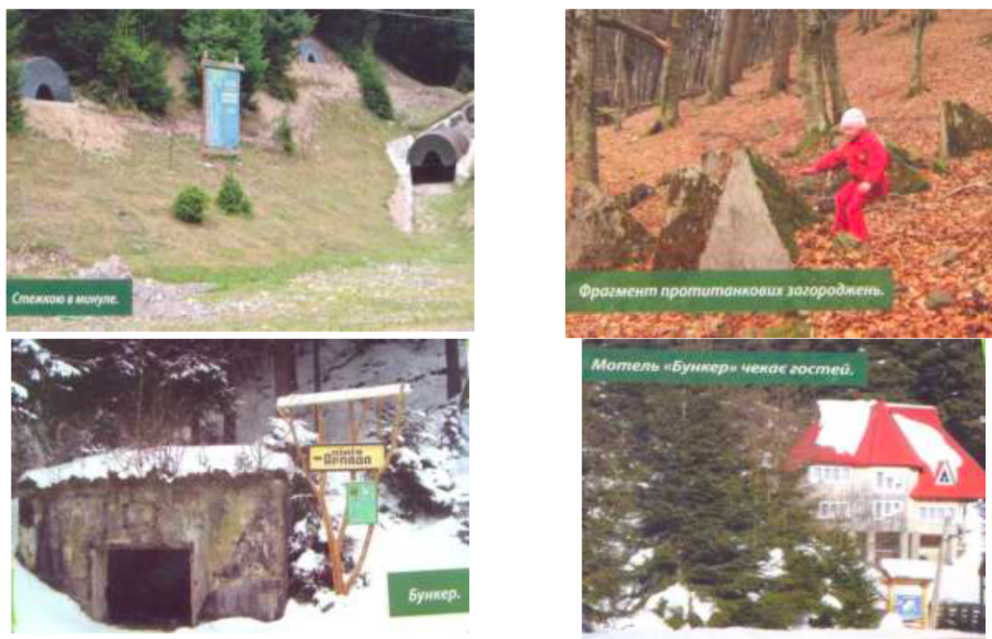


Рис. 2.2. Фрагменти залишків Лінії Арпада та мотель «Бункер» - частина військово-історичного музею

Джерело: [127]

Один із найпотужніших вузлів оборони звали на Ужоцькому перевалі, який захищав Ужгород, Верецький перевал контролював Мукачівський напрямок. Околиці Синевира захищали оборонні пункти місцевих перевалів, які належали до Хустського напрямку Лінії Арпада. Багато оборонних пунктів розмістилися на території села Ясіня (у ті часи – Керешмез), які повинні були захистити Рахівський напрямок. Втім, німці та угорці прорахувалася: будівля не захистила їх держави. Червона Армія пішла у наступ в іншому напрямку – через Свидовецький гірський хребет, спустившись у село Ясіня, де і відбулися вирішальні бої. Фактично цей

маневр і вберіг інші райони Закарпаття від кровопролитних битв. Через те, що майже усе зміцнення лінії Арпада було заміновано, то угорська армія, відступаючи, підривала бункери. Частину будівель, що береглися після війни, знищив НКВС. У наш час від Лінії Арпада залишилися залишки військових об'єктів, а також кам'яні піраміди – перешкоди для танків (рис.2.3).



Рис. 2.3. Кам'яні піраміди - перешкоди для танків Лінії Арпада

Джерело: [92]

Один з найбільш вцілілих бункерів знаходиться в с. Верхня Грабівниця на Воловеччині, неподалік від Верецького перевалу, – це тунель довжиною в 1500 м, вибитий прямо в скелі. Нині тут навіть збереглося озброєння і вся військова екіпіровка. У с. Колочава на Міжгірщині 100 м Лінії Арпада стали цілим історико-військовим музеєм з тисячами експонатів, який сьогодні має шалену популярність серед українських, угорських та туристів з інших країн. Десятки тунелів, житлові казарми, частини дотів, протитанкових будівель, міномети, гармати, траншеї, шпиталі все це знаходиться тільки в одному такому опорному пункті.

Інший унікальний туристичний ресурс військово-туристичного призначення – Лінія Молотова – знаходиться в Люблінському воєводстві на сході Польщі. Це грізні зовні, але, як виявилось, малоприматні в дійсності потужні залізобетонні бункери, яких багато розкидано по території сучасної східної Польщі, і в тому числі в регіоні Розточчя Люблінського воєводства [57]. Регіон, який ще 120 років тому

не мав жодної військово-стратегічної цінності, через державні кордони того часу ділили його між Російською імперією (північ) та Австро-Угорщиною (південь), тому потужні захисні фортифікаційні споруди тоді були побудовані в сучасній Рівненській області України (Тараканівській) та у Перемишлі (сучасна Польща). Недарма у Перемишлі є пам'ятник відомому літературному герою Я.Гашека солдату австро-угорської армії Й.Швейку, який взяв участь у військових діях під час Першої світової війни якраз у цих місцях. У Розточчі тоді нічого такого не будувалося і великих битв не зафіксовано. Політико-географічна та військова ситуація регіон змінилася з утворенням незалежної Польської держави у 20-30 рр. XX ст., коли Розточчя стало одним зі східних прикордонних регіонів Польщі у сусідстві з р. Західний Буг. Це відгукнулося на початку II Світової війни, після нападу Німеччини на Польщу, коли саме у Розточчі, біля м.Томашова у вересні 1939 р. відбулася одна з найбільших танкових сутичок між польськими та німецькими військами. Розточчя не втратило своєї військово-стратегічної цінності і після того, як територія Польщі була захоплена та поділена між нацистською Німеччиною та бундом СРСР у 1939 р. згідно Пакту Ріббентропа-Молотова. 17 вересня 1939 р., з початком II Світової війни, Радянський Союз окупував війська на території східної Польщі (сучасні західні області України та Білорусі). Підписаний з гітлерівською Німеччиною 28 вересня того ж р. Договір про дружбу і кордони встановив новий західний кордон СРСР у цілому за лінією Керзона за виключенням м. Білосток, де він пройшов дещо західніше. Після так званого приєднання Західної України до СРСР оборонна Лінія Сталіна, яка споруджувалася у 20-30 рр. XX ст., втратила своє значення, і рубіж радянської оборони був переміщений на 300 км західніше, де і виникла Лінія Молотова. Ця назва має неформальний характер і увійшла у використання останнім часом [106]. Вважається, що вперше її вжив В. Суворов (Різун), радянський шпигун-перебіжчик, а пізніше письменник, що розкрив «радянські військові секрети», у Французькому виданні своєї книжки «Криголам» (1988 р.) видання [107]. Нині великі оборонні споруди Лінії Молотова знаходяться у східній Польщі, є вони й в регіоні Розточчя. Ці залізобетонні монстри можна зустріти зараз у полях (рис. 2.3.), лісах, біля

популярних автодоріг і навіть посеред невеликих містечок. Деякі з них - частково зруйновані, інші – зовсім цілі, хоч сьогодні зайнятися обороною. Більшість з них поки що цікаві хіба що любителям військової історії, а місцевим жителям ці бетонні саркофаги є лише непотрібною перешкодою у повсюдних справах. Туристи теж не звертають особливої уваги на ці об'єкти з воєнного минулого. Усі ці споруди об'єднують одну назву Лінія Молотова. Історія цих фортифікацій дуже повчальна. Збудовані на швидку руку, вони не створили істотно перешкодити нападку Німеччини на Радянський Союз, пізніше про них постаралися скоріше забути, тому жодних пам'ятників тут немає, а персональні дані загиблих радянських солдатів невідомі. Лінію Молотова можна вважати повним провалом радянської військової фортифікації, як приклад того, як величезні Фінансові кошти та зусилля тисяч людей були витрачені без будь-якої практичної користі. Серед фортифікаційних комплексів, побудованих в Європі в період між I та II Світовими війнами (а це Лінія Мажино у французькому Ельзасі, Східний та Атлантичний вали у Польщі та Нормандії, Лінія Маннергейма у Фінляндії) Лінія Молотова є останньою за час будівництва. Будувати її початок, коли в Європі вже повним ходом прийшла війна. Засобів не шкодували, добре розуміючи положення справ у світі. Було розпочато будівництво 13 укріпрайонів на новому західному кордоні СРСР – від Прибалтики до Галичини, яке велося у прискореному темпі за участю місцевого населення та солдатів. При цьому бункер ще встигли збудувати, а от підготувати та оснастити зброєю не змоглися [92,94,127].

Не були встановлені мінні поля, не споруджені інженерні загороди, не було маскування. Більшість бункерів не були оснащені артилерійськими гарматами, а кулеметами «Максим» 1910 р. випуску. В результаті Лінія Молотова була захоплена німцями за два дні. Танки вермахту просто об'їхали ці бетонні споруди у наступі на схід, а пізніше спеціальні штурмові підрозділи здобували залишки оборонців в окремих об'єктах та бункерах, хоча було кілька героїчних прикладів, коли вже в глухому німецькому тилу радянські солдати і продовжували нерівний бій ще майже два тижні. Залишки Лінії Молотова у Розточчі якраз є гарною ілюстрацією безглуздості спорудження таких дуже значних, але неефективних

систем фортифікацій. У польських полях стоїть все ще багато цих бетонних «саркофагів», які місцеві фермери вважають перешкодою у сільськогосподарських роботах. Але в туризмі ці об'єкти нині використовують і викликають значну цікавість, зокрема у польських туристів (рис. 2.4-2.5.), велотуристів (там проходять велотраси) тощо, про що в рекламних матеріалах з туризму Розточчя згадується не раз. При цьому збереженість багатьох з цих об'єктів вражає. Попри те, що минуло понад 80 років, можна помітити, що більша частина з них навіть не була обстріляна, на їхній поверхні зберігалася первинна чорна фарба. Конструкція укріплених точок була приблизно однаковою – більшість мали два каземати, трохи амбразури, окреме приміщення для спостереження та вхідний тамбур, який прострілювався через спеціальну бійницю. За проектом ці бункери повинні були бути оснащені системою фільтрації повітря, електрогенератором, хімічним захистом, баками з водою для охолодження гармат та кулеметів, а також телефонним та радіозв'язком. Для гарнізону поруч будувалися землянки. Але практично все це не встигли добудувати та задіяти. Попри те, що «Лінія Молотова» не виконала свого головного завдання, вона все ж мала певне значення у зупинці наступу німецьких військ, та відіграла роль в розвитку фортифікаційних споруд у часи Другої світової війни. Лінію Молотова є важливою історичною пам'яткою того періоду. Зброя, яка залишилася в бункерах, а також самі бункери пізніше використали загони польської Армії Крайової, а після закінчення Другої світової війни ці бункери використовувалися Українською повстанською армією (УПА). Для місцевого населення оснащення бункерів було джерелом різноманітного технічного реманенту: електричних двигунів, pomp, електрогенераторів тощо. В межах сучасної Польщі знаходяться повністю або частково об'єкти шести укріпрайонів Лінії Молотова, зокрема на Люблінщині сім бункерів, які відносилися до Рава-Руського це укріпрайону, і які зараз розцінюються як цікаві пам'ятки для розвитку воєнного туризму та є локальними туристичними атракціями[92,94,127].



Рис. 2.4.-2.5. Об'єкти Лінії Молотова у Люблінському воєводстві Польщі

Джерело:[57]

Провівши порівняльний аналіз цих двох пам'яток 1939-1943 років, було створено таблицю (Додаток БЗ).

Наведені пам'ятки воєнного туризму часів першої половини Другої світової війни мають величезний потенціал для розвитку туризму регіонів та розвитку українського воєнного туризму в цілому. Лінія Молотова є також важливою пам'яткою для України, а тому може бути набагато ширше використана та популяризована серед українських туристів. До того ж ці пам'ятки знаходяться досить близько – 2 години їзди автобусом від Львова, що відкриває можливості створення недорогих одноденних туристичних турів.

Серед усього різноманіття пам'яток окремим кластером виділяються залізобетонні «пам'ятники» Другої світової війни – довготривалі вогневі точки (ДВТ) Київського укріпрайону[160]. Київський укріпрайон (КиУР) був створений в 1928-1937 рр. на території Київської області, розтягнувшись на 85 км з півночі на південь і охопивши Київ вигнутою лінією уздовж правого берега Дніпра. Глибина оборонної смуги досягала 5 км. Всередині цієї оборонної лінії вирили понад 30 км протитанкових ровів, побудували 217 довготривалих вогневих точок. Саме КиУР з липня по 19 вересня 1941 р. (дата, коли війська вермахту увійшли в Київ) служив основою оборони української столиці. Однак ДВТ та мінні поля так і не змогли утримати наступ окупантів, які обійшли лінію оборони та вдарили з тилу. Більшість ДВТів КиУРу збереглися й до нині, створюючи воєнну та туристичну

привабливість Київської області. В Додатку Б4 наведено схематичне зображення УР №1 Київського укріпрайону.

В післявоєнний період об'єкти КиУРу в масовій свідомості використовувались для пропаганди «радянської перемоги» над «західним капіталістичним світом» [160].

Перед державою, суспільством, органами місцевої влади стоять питання донесення українського наративу трактування подій Другої світової війни громаді Київщини та туристам, які відвідують об'єкти КиУРу. Історична пам'ять України про Другу світову війну базується на постулатах:

- війну спровокували правлячі верхівки двох тоталітарних режимів – нацистського (Німеччина) і комуністичного (СРСР);
- війна була для народу України війною за звільнення від окупаційних режимів нацистської Німеччини та комуністичного СРСР;
- не маючи власної держави, українці воювали в рядах Червоної Армії проти гітлерівських загарбників, в рядах німецької армії проти комуністичної диктатури й в Українській Повстанській Армії за свободу і незалежність України;
- війна проти нацистської Німеччини була переможною.

Пам'яток історії КиУРу, навколишньої природи в об'єкт музейного показу з передбаченням дослідження пам'ятників, їх консервації та реставрації, збереження і відтворення художньо-архітектурного, природного і культурно-історичного середовища, інтерпретації меморіальних об'єктів за допомогою організації постійних експозицій і виставок, а також організацію необхідних умов для їх огляду.

Цікавим для Київщини може виявитись досвід Албанії в музеєфікації бетонних ДВТів, яких в країні понад 700 тисяч. У них могли одночасно сховатися всі громадяни країни. Будівництво сягнуло піку в 1977-1981 рр., коли воно становило 2% валового внутрішнього продукту країни. Тепер ДВТи в країні є елементом масової культури, брендом Албанії, туристичною родзинкою півдня Європи.

Комеморація КиУРу як елемента воєнного туризму фортифікаційних споруд Другої світової війни, таких як: Лінія Арпада; Лінія Барбара; Лінія Бернхардта; Лінія Вольтурно; Лінія Гітлера; Готська лінія; Лінія Густава; Зимова лінія; Лінія Зігфрід; Лінія Мажино; Лінія Маннергейма; Лінія Пантера-Вотан; Римська маневрова лінія; Лінія Тразімено; Лінія Цезаря може стати складовою формування соціогуманітарного простору євроінтеграційних процесів в туризмі України [160].

Споруди, збудовані в КиУРу, в цілому отримали класифікацію по трьом основних напрямках:

- а) за своїм призначенням і кількістю поверхів;
- б) за видом вогневої системи;
- в) за своїм внутрішнім плануванням і здатністю ворога до снарядів різноманітного калібру.

За своїм призначенням споруди і були поділені на три основні класи:

1. Вогневі точки різноманітних типів, озброєних станковими кулеметами та гарматами.
2. Споруди різних типів для спостерігачів, що не мали стаціонарної зброї і які слугували командно-наглядними пунктами командирів артилерійських корегувальників.
3. Сховища, які застосовувалися для прикриття живої сили та озброєння.

Споруди кожного з класу могли б бути одноповерховими або двоповерховими. Крім цього, за спецпроектами було збудовано декілька так названих вогневих груп або споруд типу «міна», в якій декілька оголовків (надземних споруд) різноманітного типу були з'єднані скритими підземними галереями – потернами. За видом вогневої системи бойові об'єкти розділилися на вогневі споруди фронтально-косоприцільного та флангового вогню. Своєю чергою, споруди флангового вогню в залежності від можливості ведення вогню в одному або двох протилежних напрямках ділилися на напівкапоніри та капоніри. Споруди фронтально-косоприцільного вогню отримали загальне найменування – «вогнева точка» (ВТ).

Потрібно відзначити, що достатньо складний і швидко змінний розподіл споруд на типи за низкою критеріїв вніс певний безлад і плутанину в звітній документації кінця 1930 р. – початку 1931 р., в цей час зустрічаються різні позначення споруд, як за нової класифікації, так і за старої. Так, на 10 січня 1931 р. згідно «Довідки про стан оборонного будівництва в укріпрайонах», яка була подана в Особливий відділ ОГПУ начальником 2-го відділу ВСУ РККА Г. Голембатовським, в КиУРу було зведено 53 споруди типу «А», споруд типу «О» і 29 споруд типу «М». Із них 71 споруда уособлювала собою вогневі точки різноманітних типів, інші 17 – пункти спостерігачів [160]

Згідно діючих на той період нормативних документів, об'єкти за своєю оборонною здатністю поділялися на наступні типи:

«А» – споруда забезпечена від попадання одного снаряду 203-мм гаубиці або 152 мм гармати, мала 2 поверхи з протихімічним укриттям на нижньому поверсі та зводилася на важливих напрямках;

«О» – споруда забезпечена від влучення одного 152-мм снаряду, мала один поверх без протихімічного сховища (для відпочинку гарнізону передбачалося пристосування нар у бойовому казематі з виділенням додаткового внутрішнього об'єму) і зводилося (будувалося) тільки на другорядних напрямках.

Таким чином, на початок Другої світової війни КиУР являв собою один із найбільш цікавих районів за насиченням довгочасними спорудами різноманітного призначення, загальна кількість яких досягла двадцяти одного. Ще одна важлива деталь відрізняла напівкапоніри КиУРу від інших подібних споруд. Це був бетонний орільйон, що прикривав з фронту амбразури та мав ухил від каземату до свого закінчення. Така форма сприяла кращому маскуванню від спостереження ворогом з фронту, бо підтримана їм земляна обсіпка набула вигляду пологого пагорба. В таких спорудах більш пізніх проєктів орільйон, що прикривав, виконувався або прямим (без ухилу), а його висота збільшувалася до його закінчення. Така форма пояснюється бажанням інженерів максимально приховати від ворога спалахи пострілів зброї. Цікавою особливістю напівкапоніра №578 є підсилення 5-мм залізними листами бокових стін артилерійських амбразур.

Характерною рисою майже всіх вказаних оборонних споруд (ДВТів) були суттєві слабкості. Амбразури цих споруд мали просту архітектуру і не надавали достатнього захисту їх оборонним екіпажам від автоматичної вогнепальної зброї або вогнеметів. Товщина бронезахисту виявилася недостатньою для витримки 37-мм бронебійних снарядів (одна з таких пробитих бронезаслонок зберігається в Національному музеї України у Другій світовій війні). Вбудовані бронеекрани мали ненадійне кріплення, тому при прямому влученні в них бронезахист було відкинуто разом з напрямною. Більшість ДВТів не мали можливості проводити повноцінний обстріл 360 градусів, що ускладнювало контратаку при захопленні противником оборонної позиції та надавало ворогу шанс обійти ДВТ з боку, використовуючи території, які не були в полі зору ДВТ [160]

Узагальнюючи, можна стверджувати, що на початок війни 22 червня 1941 року Київський укріплений район (КиУР) був швидко доповнений та озброєний, його фортифікаційні споруди були призначені для воїнів, згорнутих за мобілізаційним планом, в окремі кулеметні батальйони, а польові позиції були віддані в розпорядження підрозділів польового заповнення. За кілька тижнів Київському укріпленому району довелося виконати своє пряме призначення – вступити в безжальний бій з ворогом, який намагався захопити Київ, і мав численну та технічну перевагу над захисниками КиУР, більшу, ніж було передбачено в кінці 1920-х років.

Умовою розвитку туризму в Київській області на основі КиУРу, як дестинації воєнного туризму виступатиме:

- створення інформаційно-пізнавального довкілля, включаючи масову художню культуру, масові постановочно-видовищні вистави, реконструкції, установи з проведення організованого дозвілля, інші види шоу як видовище для туристів;

- створення інфраструктури, у вигляді оздоровчого довкілля, оздоровчі, спортивні центри, включаючи оздоровчий і спортивний туризм;

- індустрія інтелектуального дозвілля, колекціонування, гуртки та клуби за інтересами, товариства любителів і шанувальників чого б то не було, науково-

просвітницькі установи та об'єднання, включаючи культурний, релігійний, екологічний туризм;

- система установ і організацій, стимулювання та управління споживчим попитом на речі, ідеї, послуги індивідуального і колективного користування (реклама, дизайн, іміджмейкерство), що формує стандарти соціально престижних образів, інтересів і потреб;

- різного роду ігрові комплекси (від механічних ігрових автоматів до систем віртуальної реальності, включаючи розвиваючі комплекси та парки).

Музеєфікація КиУРу не лише є найоптимальнішим варіантом збереження та використання пам'яток культури, а й активно сприятиме органічному поєднанню пам'ятки з регіоном, його брендуванню. Крім того, збільшенню туристичних потоків в Київській області стимулюватиме розвиток малого підприємництва у регіоні, завдяки чому стає можливим створення нових робочих місць, що сприятиме зменшенню соціальної напруженості та досягненню соціальної стабільності у суспільстві, підвищенню рівня доходів, зростання показників добробуту населення та його платоспроможності, збільшення надходжень до державного та місцевих бюджетів, уповільнення обсягів трудової міграції активної частини працездатного населення за кордон, збільшення у суспільстві прошарку середнього класу.

Таким чином, прийняття управлінських рішень музеєфікація КиУРу, як напрямку музейної діяльності і охорони пам'ятників Київщини, перетворить нерухомі пам'ятки історії та культури, природні артефакти в об'єкти музейного показу з метою максимального збереження й виявлення їх історико-культурної, наукової, художньої цінності, а також туристичної привабливості.

2.2. Пам'ятки повоєнного періоду на прикладі Києва та Київської області

Більшість пам'яток часів Другої світової війни, що знаходяться на території України відносяться до подій 1943-1945 рр. Наведемо приклади найбільш відомих пам'яток, що присвячені до подіям цього періоду.

1. Національний музей історії України у Другій світовій війні (вулиця Лаврська, 24, Київ).

Меморіальний комплекс у Києві, що 16 липня 2015 р. мав назву: Меморіальний комплекс «Національний музей історії України у другій світовій війні 1941-1945 рр.»[70].

Музей входить до 10 музейних установ України, безпосередньо підпорядкованих Міністерству культури і туризму України. Музей відкрито 17 жовтня 1974 р. на честь 30-річчя визволення України від нацистських загарбників, у колишньому Кловському палаці на Печерську. Невдовзі розпочалося будівництво Меморіального комплексу «Український державний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941-1945 років» на вулиці Січневого повстання, 44, який відкрився 9 травня 1981 р. Основою для будівництва став творчий задум та ескізний проєкт відомого скульптора Є. Вучетича та архітектора Є. Стамо. [70]

Експозиційна частина музею являє собою наочний наратив про український аспект Другої світової війни. Вона охоплює шістнадцять виставкових залів, які розташовані на трьох рівнях. Експонати, що представлені на виставці, розкривають тематику бойових дій, стратегій виживання в умовах війни та після неї, геноциду та соціоциду, боротьби за незалежність поміж двох тоталітарних режимів, демографічних пересувань та історичної пам'яті про Другу світову війну. Усі ці явища відтворені через колекційні артефакти музею. Загальну тематику виставки об'єднує символічний образ «Дороги війни», ряд арт-інсталяцій та мультимедійні елементи, що сприяють рефлексії та формуванню власних висновків. Меморіальний комплекс музею займає площу понад 10 га. До нього входять:

а) Музей з монументом «Батьківщина-мати».

«Батьківщина-Мати» [70] – це величезний монумент, що знаходиться в Києві на правому березі Дніпра, на території Музею історії України у Другій світовій війні (рис. 2.6.). Цей меморіальний об'єкт був відкритий у 1981 році в День Перемоги як частина музейного комплексу. Монумент «Батьківщина-Мати», що ввійшов у архітектурний ансамбль меморіального комплексу, став одним з символів Києва. Автором цього величного твору був скульптор Василь Бородай. У

процесі створення монумента взяли участь скульптори, архітектори, науковці, спеціалісти різних галузей. Конструкцію реалізував Київський завод ім. Паризької Комуни. Під час процесу створення вдалося вирішити ряд складних технічних завдань, зокрема визначити товщину нержавіючої сталі для виготовлення монумента, що становила півтора міліметра. В той час у світі не виготовлялися скульптури цілісного металу, отже, досвіду їхнього створення не було, тому було необхідно самостійно розв'язати ряд важливих проблем, що були успішно вирішені.

Цей пам'ятник відрізняється своєю величністю. Фігура жінки з щитом та мечем у руках встановлена на конусоподібному постаменті висотою 40 метрів (загальна висота монумента – 102 метри, вага – приблизно 500 тонн), висота самої скульптури – 62 метри [70].

Скульптурний об'єкт «Батьківщина-Мати» є унікальною зварною конструкцією зі сталі, що має трьох шарову структуру: основний сталевий каркас масою понад 280 тонн, допоміжний каркас з облицюванням, маса якого становить 108 тонн, та облицювальний шар з 1,5-міліметрової нержавіючої сталі вагою 90 тонн, який виготовлений з 27 великих блоків. Ексклюзивний метод зварювання було розроблено Інститутом електрозварювання імені Є.О. Патона. Всього під час монтажу було зроблено майже 30 км зварювальних швів. Оглядаючи скульптуру, важко уявити, що дрібний на вигляд щит має розміри 12х8 метрів; меч – довжину 16 метрів. На вершині меча розташовано спеціальний пристрій для згасання коливань, викликаних вітровим навантаженням.



Рис. 2.6. «Батьківщина-Мати»

Джерело: [70]

На висотах 36,6 та 91,0 метрів встановлено оглядові площадки, з яких відкривається панорама столиці України.

б) Головна площа з Алеєю міст-героїв і скульптурними композиціями «Форсування Дніпра» й «Передача зброї» (рис. 2.7).



Рис. 2.7. Скульптурна композиція «Форсування Дніпра»

Джерело: [70]

с) Галерея героїв фронту і тилу з бронзовими горельєфними композиціями, чаша «Вогонь Слави» (рис. 2.8.)



Рис.2.8. Вічний вогонь

Джерело: [70]

d) Виставка бойової техніки і озброєння, окрема споруда, де розгорнута експозиція «На чужих війнах», відкриті для відвідування екскурсантів літак Лі-2 та гелікоптер Мі-24В (рис. 2.9.)



Рис. 2.9. Виставка бойової техніки і озброєння

Джерело: [70]



Рис. 2.10. Експозиція «На чужих війнах»

Джерело: [70]

Велика частина пам'яток, які вшановують події Другої світової війни, являють собою братські могили та монументи на честь військових визволителів,

конструювання яких почалося під час воєнного періоду. У 1944-1945 роках урочисті монументальні пам'ятники були встановлені на братських могилах воїнів-визволителів на висоті Гостра Могила в містах Ворошиловград (нині Луганськ), Керч, Макіївка, Мукачево, Нижньодніпровськ, Харків, Ужгород, Хуст та численних інших місцевостях України. У другій половині 60-х років українські міста-герої почали спорудження обелісків. Протягом 70-80-х років в Україні були створені меморіальні комплекси, що увічнили подвиг військових, які загинули в боях.

Серед них – меморіальний комплекс воїнам-визволителям Донбасу на Саур-Могили в місті Сніжне Донецької області, пам'ятники «Україна – визволителям» в селі Мілове на Луганщині та в Ужгороді, меморіальний комплекс на Сапун-горі в Севастополі, Пояс Слави в околицях Одеси, меморіальний комплекс у Корсунь-Шевченківському. На середину 80-х років у містах і селах України було встановлено понад 8 тисяч пам'ятників військовим-землякам. 9 травня 1981 року в Києві було відкрито меморіальний комплекс «Український державний музей історії Великої Вітчизняної війни 1941-1945 рр.», що сьогодні відомий як «Національний музей історії України у Другій світовій війні».

Робота над компіляцією Зводу пам'яток історії та культури України, Книг пам'яті, Державного реєстру національного культурного спадку стала новим етапом у справі збереження спогадів про Другу світову війну. В процесі пошукових робіт було виявлено сотні нових пам'яток, встановлено прізвища тисяч загиблих співвітчизників, вшанування пам'яті яких є важливим завданням як для держави, так і для кожного громадянина.

2. Меморіал Вічної Слави (Київ).

Меморіал Вічної Слави являє собою монумент на могилі Невідомого воїна, розміщений у Парку Вічної Слави в Печерському районі Києва. Структура меморіалу містить обеліск та Алею Полеглих Героїв, де розміщені 34 могили військових, переважно тих, хто загинув під час Другої світової війни (Анатолій Бабін, Андрій Вітрук, Микола Чернишов померли у 1946 році) (рис. 2.12). Меморіал було відкрито 6 листопада 1957 року. Кожного року 9 травня тут

проводиться церемонія вшанування пам'яті загиблих із покладанням квітів до могили Невідомого солдата[70].

Монумент виконаний у формі 27-метрового гранітного обеліска. При його основі палає Вічний вогонь, що оточений бронзовим вінком з дубового листя. У пострадянську добу вогонь засвічують лише на День Перемоги та інші відзначення, що мають відношення до пам'яті тих, хто загинув під час війни (рис.2.11). Вогонь меморіалу в Києві був засвічений особисто маршалом Радянського Союзу Василем Івановичем Чуйковим, тодішнім командувачем військ Київського військового округу.



Рис.2.11. Алея Полеглих Героїв у Києві

Джерело: [70]



Рис.2.12. Парк Вічної Слави в Києві

Джерело: [70]

3. Музей Бойової слави (с. Трипілля, Київська область).

Музей Бойової Слави [48] и було відкрито 9 серпня 2000 р. в с. Трипілля, на базі матеріалів музею Комсомольської Слави та жителів села. Матеріали музею

розповідають про події, що відбувалися в період Другої світової війни (у 1941-1945 роках) в с. Трипілля та його околицях. Про жителів села, які захищали рідний край від фашистських загарбників, про Урочище Розкопана, яке в народі називають Обухівський «Бабин Яр», де фашисти в ніч на 1 липня 1943 р. розстріляли понад 700 цивільних.

Експозиційні розділи музею відображають: 1) Початок Другої світової війни; 2) Чорні дні окупації с. Трипілля; 3) Трипільський оборонний плацдарм 1941 р.; 4) Трипільське та Обухівське підпілля; 5) Юність знівечена війною; 6) В'язні фашистських таборів; 7) Трипільська молодь у неволі; 8) Урочище Розкопана – Обухівський Бабин Яр; 9) Наші односельці на фронтах Другої світової війни; 10) Герої Обухівщини; 11) Вони визволяли наш край; 12) Вони не повернулися з війни; 13) Солдатські вдови; 14) Вчителі Трипілля на фронтах Другої світової війни.



Рис.2.13. Музей Бойової слави у с. Трипілля, Київська область

Джерело: [48]

4. ДВТ 106 «Непокірний» (Київ)

Кулеметний капонір флангового вогню. Один поверх, Тип М2, на 2 кулемети. Кількість амбразур 2, плюс амбразура оборони входу. Рік побудови - 1931-1933. 14-й батальйонний район оборони.



Рис. 2.14. ДВТ 106 «Непокірний»

Джерело: [160]

5. *20-й кілометр Брест-Литовського шосе [160]* – найвіддаленіша західна територія Святошинського району, яка збігається з межею Києва і проходить уздовж правого берега річки Ірпінь. Ще в період 1928– 1932 рр. на дальніх підступах до Києва було зведено 246 фортифікаційних споруд – ДВТів – основної складової частини Київського укріпрайону – КиУРу, який 85 кілометровим півкільцем охоплював Київ зі сторони правого берега Дніпра. Бойові об’єкти розподілялись на кулеметні, артилерійські, командно-спостережні, сховища для військ та так звані «міни», в яких підземні та надземні споруди, включаючи кулеметні гнізда, сполучувались між собою підземними бетонованими галереями. ДВТи обабіч Житомирського шосе входили до 3-го батальйонного району КиУРу.

Під час оборони міста укріпрайон привели в бойову готовність і його гарнізон дав відсіч ворогу, який 11 липня 1941 р. прорвався Житомирським шосе до Ірпеня. На прилеглому до шосе правобережному узліссі ірпінської заплави та в її глибині й до сьогодні збереглася частина фортифікаційних споруд КиУРу, які стали екскурсійними об’єктами. Це ДВТи, спостережні пункти, польові позиції, меморіальні таблички та знаки, споруджені пізніше.

На виїзді з Києва, перед мостом через річку Ірпінь, праворуч Житомирського шосе на крутому пагорбі під древніми соснами в 1982 р. керівництвом та громадськістю тоді ще Ленінградського (тепер Святошинського) району встановлено сірий гранітний моноліт у вигляді вітрила. На відполірованій поверхні викарбувана карта оборони міста в липні-серпні 1941 р. з переліком бойових частин,

які стояли під його стінами. Це місце знаходиться в центральній частині колишнього Київського укріпленого району, в так званому Батальйонному районі № 3, який прикривав від ворога важливий західний стратегічний напрямок.

6. База відпочинку «Антей».

У лісі, прилеглому до пам'ятника захисникам Києва, знаходиться декілька дитячих баз відпочинку радянських часів, Серед них – «Антей». Біля центрального входу – стела «Творці авіаційної техніки».



Рис. 2.15. Пам'ятник захисникам Києва

Джерело: [160]



Рис. 2.16. Руїни командно- спостережного меморіального ДВТу № 412

Джерело: [160]

На могутній гілці однієї з вікових сосен високо над землею під час оборони міста знаходився дощатий настил з поручнями. До нього вели забиті в стовбур скоби – «милиці». Це був спостережний пункт (СП) командира 2-ї роти 193-го окремого кулеметного батальйону старшого лейтенанта М. М. Цимбала. Залишки СП збереглися до нашого часу.

7. База відпочинку «Космос».

«Космос» – місце багаторічної пошукової роботи молоді ВАТ «Меридіан» ім. С. П. Корольова. Її результат – відкриття в таборі музею бойової слави та реконструкція ДВТу № 413 зі встановленням меморіальної таблички. Тип ДВТу – «Б», двоповерховий, мав на озброєнні три кулемети «Максим».



Рис.2.17. Меморіальний ДВТ № 413

Джерело: [160]



Рис.2.18. Могила Невідомого солдата

Джерело: [160]



Рис. 2.19. Меморіальний ДВТ № 409

Джерело: [160]

ДВТ знаходиться на протилежній від пам'ятника захисникам Києва стороні шосе на узліссі. Його гарнізон на чолі з командиром 2-ї роти 193-го окремого кулеметного батальйону старшим лейтенантом М. М. Цимбалом підтримав своїм

вогнем інші бойові підрозділи Київського укріпрайону, які 11–13 липня 1941 р. зупинили ворожі моторизовані частини на мосту через річку Ірпінь.

ДВТ був кулеметний, мав три амбразури, за класифікацією його можна віднести до оборонної споруди типу «Б», але від потужного вибуху від нього залишились тільки стіни та відкинута в сторону покрівля. У 2005 р., напередодні 60-річчя Перемоги над нацистськими загарбниками, пошуковці Центру «Десантник» Святошинського району міста Києва виконали великий обсяг опоряджувальних робіт біля пам'ятника захисникам Києва та на підступах до ДВТу № 409, які завершилися встановленням на ньому меморіальної таблички.

Через рік «десантники» виготовили та повторно закріпили нову меморіальну табличку на ДВТі № 413 (база відпочинку «Космос») замість втраченої.

8. Меморіальний ДВТ № 417.

ДВТ № 417 легко виявити на узліссі біля Житомирського шосе неподалік повороту на село Білогородку. Додатковий орієнтир – вказівник на краю шосе.

Від вказівника до ДВТу прокладені бетонні плити. Повністю зберігся. Кулеметний, одноповерховий, триамбразурний, тип «М». ДВТ з прилеглою територією став чудовим музейним експонатом просто неба завдяки Державному комунальному підприємству житлового господарства та дитячому клубу «Морська піхота» під керівництвом І. П. Борисенка Старокиївського (тепер Шевченківського) району м. Києва.



Рис.2.20. Меморіальний ДВТ № 417

Джерело: [160]

Зв'язок ДВТів з командним пунктом і між собою здійснювався за допомогою телефонних апаратів. Броньований кабель ліній зв'язку прокладався як під землею,

так і по її поверхні. Один з проміжних вузлів підземного зв'язку виявлено пошуковцями за 150 м. на схід від ДВТу № 417. Відновлений пошуковцями фрагмент траншеї для військ польового заповнення розташований між ДВТом № 417 і Житомирським шосе. Польова позиція обладнана бліндажем, стрілецько-кулеметними гніздами та ходами сполучення.

9. Меморіальний ДВТ № 420.

Впродовж 2016-2017 років краєзнавцями Центру військово-патріотичного та спортивного виховання молоді «Десантник» Святошинського району міста Києва та ініціативною групою мешканців житлового комплексу «Брест-Литовський» велись роботи з відновлення та музеєфікації пам'ятки історії, науки і техніки – довготривалої оборонної точки – ДВТу №420, яка знаходиться на західній околиці села Петропавлівська Борщагівка.

ДВТ №420 є кулеметною точкою типу МС (малої стійкості) 3-го батальйонного району, що прикривав важливий стратегічний західний напрямок – шосе Київ – Житомир. ДВТ розташовувався в глибині смуги оборони та призначався для ведення флангового вогню. Споруда одноповерхова, має один бойовий каземат з прибудованою критою галереєю та лазом до амбразури; закривалася дерев'яними дверима, оббитими покрівельним залізом. Амбразура оснащувалась бронезатулкою, підвішеною на двох петлях. Товщина стін – 90 см, перекриття – 60 см, гарнізон – 4 бійці. У казематі встановлювався станковий кулемет «Максим» взірця 1910 р. на дерев'яному лафеті. Праворуч кріпилась металева коробка з тканинною стрічкою на 250 набоїв калібру 7,62 мм. Бойова скорострільність – 250-300 пострілів за хвилину.

Оснащений системою водяного охолодження, «Максим» відрізнявся надійністю конструкції, ефективністю стрільби та простотою в обслуговуванні. Ці якості забезпечили йому широке застосування в усіх кулеметних вогневих точках Київського укріпрайону. ДВТ №420 – серед небагатьох вцілілих споруд такого типу. ДВТ всередині був очищений від сміття, іржі, кіптяви та пофарбований. Відновлено перекриття бетонованої галереї, яка слугувала виходом. Не один день

розкопувалася та укріплювалася колодами траншея, яка в часи оборони Києва з'єднувала ДВТ з ходами сполучення сусідніх піхотних підрозділів.

Оскільки пам'ятка згідно Наказу Міністерства культури та туризму України №58-0-16-10 від 3 лютого 2010 р. віднесена до Києво-Святошинського району та отримала охоронний №2600132-40, то навколо неї було створено передбачену цим документом охоронну територію. Біля ДВТу встановлено флагшток для підняття Державного прапора України та кольоровий щит з історичною довідкою про об'єкт.

Комплекс реставраційних робіт звершився урочистим відкриттям фортифікаційної споруди 8 травня 2016 р..



Рис.2.21. Меморіальний ДВТ № 420

Джерело: [160]



Рис.2.22. Відновлений ДВТ № 420 напередодні відкриття

Джерело: [160]

У 2017 р. в бойовому казематі ДВТу Центром «Десантник» та громадськими активістами вже згаданого ЖК влаштовано виставку артефактів, виявлених

київськими пошуковцями під час археологічних розкопок на місцях боїв за Київ в 1941-1943 роках.

Експозицію відкриває карта-схема Святошинської ділянки колишнього КиУру з нанесеними на неї всіма ДВТами включно з 420-м. На стелажах – фрагменти озброєння гарнізонів ДВТів, гільзи від снарядів та патронів різних калібрів, корпуси мінометних мін, шанцевий інструмент, залишки особистих речей бійців – захисників та визволителів міста. Відгуком на реалії сьогодення є створення в ДВТі меморіального куточка, присвяченого мешканцям села Петропавлівська Борщагівка – учасникам боїв на Сході України.

Завдяки телебаченню, публікаціям в пресі та інтернету ця оборонна споруда стала широко відомою. Сюди приходять родини місцевих мешканців, екскурсійні групи з Києва та Київської області, окремі відвідувачі.



Рис.2.23. Розміщення експозиції в бойовому казематі ДВТу № 420

Джерело: [160, 48]



Рис.2.24. Фрагменти експозиції

Джерело: [160, 48]

Отже, існуючі на західній ділянці колишнього КиУР фортифікаційні споруди мають глибокий позитивний виховний потенціал для молодого покоління українських громадян. Водночас – це цікаві екскурсійні об’єкти, які дають уявлення про передові досягнення військової інженерії 30-х років минулого століття. Але багато з них перебувають в занедбаному стані. І тільки завдяки волонтерам окремі споруди підтримуються в належному стані. Зрушення в цій справі можливі лише в співпраці державних органів, музеїв, науковців, навчальних закладів та громадських об’єднань при наявності відповідної Програми дій.

10. Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році» [71]

Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році» є головним державним центром, присвяченим подіям осені 1943 року, включаючи форсування Дніпра, створення Лютізького плацдарму, та розгортання Київської наступальної дії. Цей об’єкт підконтрольний департаменту культури Київської обласної державної адміністрації.

Комплекс знаходиться на периферії села Нові Петрівці, що в Вишгородському районі Київської області. Керівник комплексу — Владислав Альохін.

Центр було засновано 20 березня 1945 року за рішенням Ради Народних Комісарів УРСР та ЦК(б)У № 425 «Про відкриття музею-заповідника «Місце битви за Київ».

14 травня 2008 року за указом президента України В.А. Ющенко № 437/2008 музей «Битва за Київ у 1943 році» отримав національний статус.

За період функціонування комплекс відвідало понад 10 мільйонів людей з 85 різних країн. В комплексі регулярно проводяться постійні та мобільні виставки. На території комплексу щорічно проводяться різноманітні заходи на честь героїв Битви за Дніпро, збори, зустрічі ветеранів, церемонії прийняття присяги та інше.

До історико-культурного комплексу входять:

1. *Заповідна територія площею 8 гектарів*, де збережено 650 метрів ходів сполучення, бліндажі, командно-спостережні пункти командуючого 1-м Українським фронтом генерала армії Миколи Федоровича Ватутіна, командуючого 38-ю армією Кирила Семеновича Москаленка, члена військової Ради фронту генерал-лейтенанта Микити Сергійовича Хрущова, командуючого 3-ю гвардійською танковою армією Павла Семеновича Рибалка.



Рис. 2.25. Музей-діорама «Битва за Київ»

Джерело: [63]

2. *Зразки бойової техніки часів війни просто неба.*

3. *Пам'ятник-музей визволителям Києва від німецько-фашистських загарбників.* Споруджено за рішенням уряду УРСР від 28 березня 1957 року на території заповідника в 1958 році. Архітектори Авраам Милецький та В.В. Бакланов, скульптор Іван Першудчев. На мармурових пілонах зазначені

найменування всіх з'єднань і частин, відзначених званням «Київські», а також нагороджених орденами за визволення Києва[71].

4. *Діорама «Битва за Київ. Лютізький плацдарм. 1943 рік»*. Відкрита 5 травня 1980 року у Свято-Покровській церкві в центрі с. Нові Петрівці. У 1993 році перенесена до приміщення Музею-діарами. Розміри полотна 29 x 7.

5. *Меморіальний комплекс «Героям Лютізького плацдарму»* в центрі с. Нові Петрівці, споруджений 1983 року на честь 40-річчя битви за Дніпро і визволення Києва від німецько-фашистських загарбників. Встановлено пам'ятний знак «Героям Лютізького плацдарму» у вигляді знамена з барельєфним зображенням воїнів, які форсують Дніпро (автори Василь Климик, Ю. Колесников, С. Войцеховський, Ю. Турчанинов та інші), і запалено Вічний вогонь. На меморіальних плитах комплексу увічнено імена близько 1850 бійців та командирів, які загинули в боях за звільнення села Нові Петрівці. У 2008-2012 роках на Меморіалі проведено перепоховання 165 загиблих невідомих воїнів.

6. *Музей-діорама площею 1100 метрів*, в якому знаходяться експозиційні зали і експонується полотно діорами, автор М. Феценко. Відкрито на честь 50-річчя визволення м. Києва в 1993 році.

7. *Каплиця Святого Георгія* була побудована на 65-ту річницю перемоги в Другій світовій війні і освячена 17 грудня 2010 року митрополитом Володимиром.

8. *Пам'ятник мотоциклістам-учасникам війни* було урочисто відкрито 25 червня 2011 року.

9. У 2012 році в рамках міжнародного проекту «Європейська вулиця скульптур» було відкрито *монумент «Символ Миру»*. Проект, ініційований скульптором Лео Корнбрустом, передбачає створення маршруту скульптур довжиною приблизно 3000 км від Нормандії до Росії, як символ мирного співіснування європейських народів. На монументі на шести мовах викарбовані слова «Людство мусить пам'ятати, яку ціну довелося заплатити за мир».

10. Стіна Пам'яті з горельєфами 11 Героїв Радянського Союзу, родом з Вишгородського району, була встановлена до 70-річчя визволення Києва у 2013 році.

11. Пам'ятник «Невідомому солдату» було встановлено на братському цвинтарі 28 жовтня 2014 року.



Рис. 2.26. Пам'ятник воїнам визволителям Києва

Джерело: [71]

12. Експозиції музею-заповідника включають події форсування Дніпра, хід Київської наступальної операції 1943 року, предмети, що належали учасникам Революції Гідності, Героям Небесної Сотні, АТО на Сході України. Фонди музею включають археологічні, етнографічні, фалеристичні, нумізматичні колекції, вироби художнього промислу, твори живопису, скульптури, фото і документи часів Другої світової війни. Працівники музею є ініціаторами ряду проєктів, таких як Музей слідопитів, Музей плакату України, та проєктів, присвячених учасникам Революції Гідності, Героям Небесної Сотні та АТО.

11. Пам'ятка героїчній обороні Києва силами Дніпровської та Пінської воєнних флотилій (Церква на воді) [109].

Ще однією цікавою та рідкісною пам'яткою досліджуваного періоду (1939-1943 рр.), що існує і до сьогодні, і яку можна побачити на власні очі є «Храм на честь Святого Миколая Чудотворця», що знаходиться на набережній Дніпра у

Києві, що відома серед киян як «Церква на воді». Даний об'єкт вважається першим та поки що єдиним храмом у Європі, розташований безпосередньо в акваторії. Відомий як храм «на воді» (або «на водах») (рис. 2.27)

Але вона нас цікавить не як релігійний об'єкт, а як пам'ятка, що присвячена героям-морякам Дніпровської воєнної флотилії (рис. 2.28, а.), що були удостоєні високого звання Героя Радянського Союзу за подвиг, що було їм здійснено у роки Другої світової війни, зокрема в початковий її період. А також дана пам'ятка увіковічує героїв Пінської воєнної флотилії (рис. 2.28. б.), що героїчно загинули та і не спустивши прапор в червні-вересні 1941 р. [109].

У 2003-2004 роках відбувалося зведення цього храму Святого Миколая Чудотворця, за рахунок фінансування компанією «Укррічфлот». Проект будівництва цього храму було розроблено за кілька років до початку робіт.

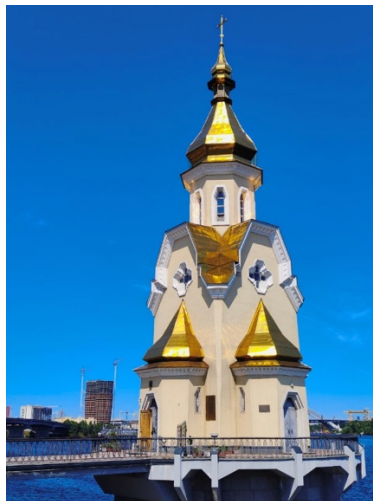


Рис. 2.27. Храм Миколи-чудотворця на воді

Джерело: зроблено автором

У серпні поряд з Поштовою площею розпочались підготовчі роботи: на глибині 10 метрів було проведено роботи з очищення та зміцнення ґрунту, а також встановлено першу з дванадцяти 14-метрових залізобетонних пал. Для створення основи штучного острова було використано 75 12-метрових стрижнів, що утворили залізобетонну основу під храмом діаметром приблизно 12,5 метра, спроможну

витримати 7-бальні сейсмічні поштовхи. Архітекторами даного храму стали Юрій Лосицький та Олена Мирошніченко. На сьогодні він належить УПЦ МП.

19 грудня 2003 року, у день пам'яті святого Миколи Чудотворця, покровителя моряків і подорожуючих, відбулося урочисте закладення наріжного каменю храму на воді. Не менш важливо, що в 1900 році поряд з цим місцем існувала дерев'яна каплиця в честь цього святого, де молилися за загиблих моряків. Ця каплиця була зруйнована в 1930-х роках за наказом радянської влади [109].



а)



б)

Рис. 2.28. Інформаційні таблички на Храмі Миколи-чудотворця на воді з інформацією, щодо героїв військових-моряків Дніпровської та Пінської флотилій

Джерело: зроблено автором.

Завершення будівництва Миколаївського храму відбулося за менше ніж рік - 22 травня 2004 року, на свято перенесення мощей святого Миколая. 7 липня того ж року храм був освячений Митрополитом Київським і всієї України Володимиром (Сабодан).

Підсумовуючи пам'ятки повоєнного періоду на прикладі Києва та Київської області ми бачимо наявність значної кількості ресурсної бази воєнного туризму, що показує потенціал розвитку даного регіону воєнного туризму.

2.3. Регіональний аналіз ресурсної бази воєнного туризму в Україні

Експлуатація природних ресурсів для рекреації та туризму в Україні відстає порівняно з іншими країнами через недоліки у регуляторному механізмі та стратегії управління рекреаційними ресурсами. Відсутність ефективної економічної оцінки та реалізація стратегій веде до переваги виїзного туризму над внутрішнім. Ресурсний потенціал, включаючи природні, фінансові та інші ресурси, є ключовим для розвитку туризму. Ці ресурси впливають на технічну та управлінську частини туристичного сектору. Історико-культурні пам'ятки, особливо у вказаних регіонах, та фортифікаційні комплекси представляють великий потенціал для пізнавального та музейного туризму в Україні.

Варто акцентувати, що найбільше історико-культурних пам'яток, як складових туристично-екскурсійного потенціалу України – у Київській, Львівській, Чернігівській областях та Автономній Республіці Крим, містах Києві, Львові, Одесі, Чернігові, Кам'янці-Подільському. Велика кількість пам'яток археології зосереджена в південній частині України. Атрактивними для туристів є розкопки античних міст північного Причорномор'я - Тіри, Ольвії, Херсонеса, Пантікапея, а також археологічні музеї в Одесі, Керчі та Києві. Для розвитку пізнавального туризму важливими є пам'ятки архітектури різних епох і стилів.

Фортифікаційні комплекси Другої світової війни як об'єкти військово-музейного туризму привертають до себе все більше уваги у світі. Воєнно-історичні музеї, присвячені подіям Другої світової війни відіграють важливе місце в структурі музеїв в Україні. Так, лише за нашими підрахунками на території України функціонують близько 44 музеїв діяльність яких присвячена подіям 1939 – 1945 років. Воєнні музеї є не тільки цікавим об'єктом для відвідування іноземними туристами, вони також займають важливе місце в вихованні майбутніх офіцерів ЗС України. Їх діяльність є важливим засобом військово-патріотичного

виховання завдяки поширенню знань про історичне минуле України, формуванню шанобливого ставлення до національної воєнно-історичної спадщини.

Для регіонального аналізу туристичного навантаження на ресурсну базу воєнного туризму в Україні представимо таблицю географії його ресурсної бази. Географія ресурсної бази представлена найбільш значними пам'ятками цього періоду – воєнно-історичними музеями, краєзнавчими музеями з воєнними відділами, меморіальними комплексами, укріпрайонами, що мають велике значення для регіону та його історії. (Додаток Б5). Загалом було розглянуто 280 найменувань пам'яток воєнного туризму присвяченим подіям Другої світової війни.

Згідно з проведеного дослідження регіонами з найбільшою кількістю воєнних музеїв та інших пам'яток подій Другої світової війни таких як меморіальні комплекси є АР Крим (19 шт.), Київська (23 шт.), Луганська (21 шт.), Вінницька (20 шт.), Запорізька (17 шт.) та Харківська (16 шт.) області, що в середньому мають понад 15 ресурсних об'єктів (таблиця 2). Попередній аналіз ресурсної бази показує доцільність концентрації воєнного туризму, розробки туристичних маршрутів воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в центральних, східних та південних регіонах України. Також, потрібно зазначити, що аналіз ресурсної бази пам'яток даного періоду відбувався на основі Переліку об'єктів культурної спадщини національного значення, які заносяться до Державного реєстру нерухомих пам'яток України, інформації з власних досліджень, та додаткової інформації, що можна знайти у відкритих джерелах. Тому, перелік ресурсної бази може бути все ще не повним і потребує подальшого розгляду та доповнення [48, 49, 34].

Розподіл пам'яток за регіонами може залежати від таких факторів як: Кількість пам'яток воєнного туризму в різних областях може залежати від ряду факторів: 1) стратегічне значення області на події Другої світової війни: Області, які відігравали ключову роль під час Другої світової війни, мають більше пам'яток через збереження частини ресурсів, а також вшанування подій за допомогою монументів. Це міста або регіони, які були важливими воєнними центрами, транспортними вузлами або місцями великих боїв; 2) негативний вплив війни та

втрати регіони від неї: регіони, які зазнали найбільшого руйнування і втрат, можуть мати більше пам'яток, створених для вшанування загиблих і відтворення історії тих подій; 3) історична свідомість та патріотизм, що зародився через бажання зберегти пам'ять про власних пращурів, які віддали своє життя в цій війні: В областях з високим рівнем національної свідомості та патріотизму, може бути більше зацікавленості у створенні та підтримці пам'яток воєнного туризму; 4) туристична інфраструктура та фінансування: регіони з розвинутою туристичною інфраструктурою і більшими ресурсами можуть мати можливість створити та утримувати більше пам'яток; 5) збереженість воєнних руїн/слідів: в деяких областях можуть більше зберегтися реальні сліди воєнних подій, які потім були пристосовані під пам'ятки. Ці та інші фактори впливають на кількість та розподіл воєнних пам'яток по регіонах України.

Аналізуючи статистику, щодо найбільш багатих на ресурси воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни) у кількісному вимірі є Київська, Луганська, Харківська, Вінницька, Запорізьку області та Автономну Республіку Крим. Розглянемо докладніше причини такого розподілу (рис. 2.29):

1) Київська область та Київ – це столиця України, що відіграла важливу роль в історії країни, особливо під час Другої світової війни. Київ був місцем великих битв, а також ключовим воєнно-політичним центром та транспортним вузлом. Тому масштаби і значення війни тут призвели до створення численних пам'яток.

2) Луганська область, розташована на сході країни, також мала важливе стратегічне значення під час Другої світової війни цей регіон став ареною жорстоких битв між радянськими та німецькими військами, що спричинило значні людські втрати та руйнування. Пам'ятки воєнного туризму тут служать як вшанування подвигу радянського народу в боротьбі проти нацизму.

3) Харківська область – це ще один важливий регіон, який був значною мірою знищений під час війни. Харків, як один з найбільших промислових центрів СРСР, був особливо цільовим для німецьких військ. Відтак, багато пам'яток тут пов'язані з військовими подіями того періоду.

4) Вінницька область, хоч і не була значним військовим або промисловим центром, має ряд важливих пам'яток, пов'язаних з Другою світовою війною. Вінниця була важливим місцем для німецьких військ - вона слугувала тимчасовою резиденцією Адольфа Гітлера «Вервольф», що також може пояснити високу кількість пам'яток в регіоні.

5) Автономна Республіка Крим має довгу військову історію, включаючи оборону Севастополя під час Другої світової війни. Ці події мали глибокий вплив на історію і культуру регіону, що відображено в численних пам'ятках.

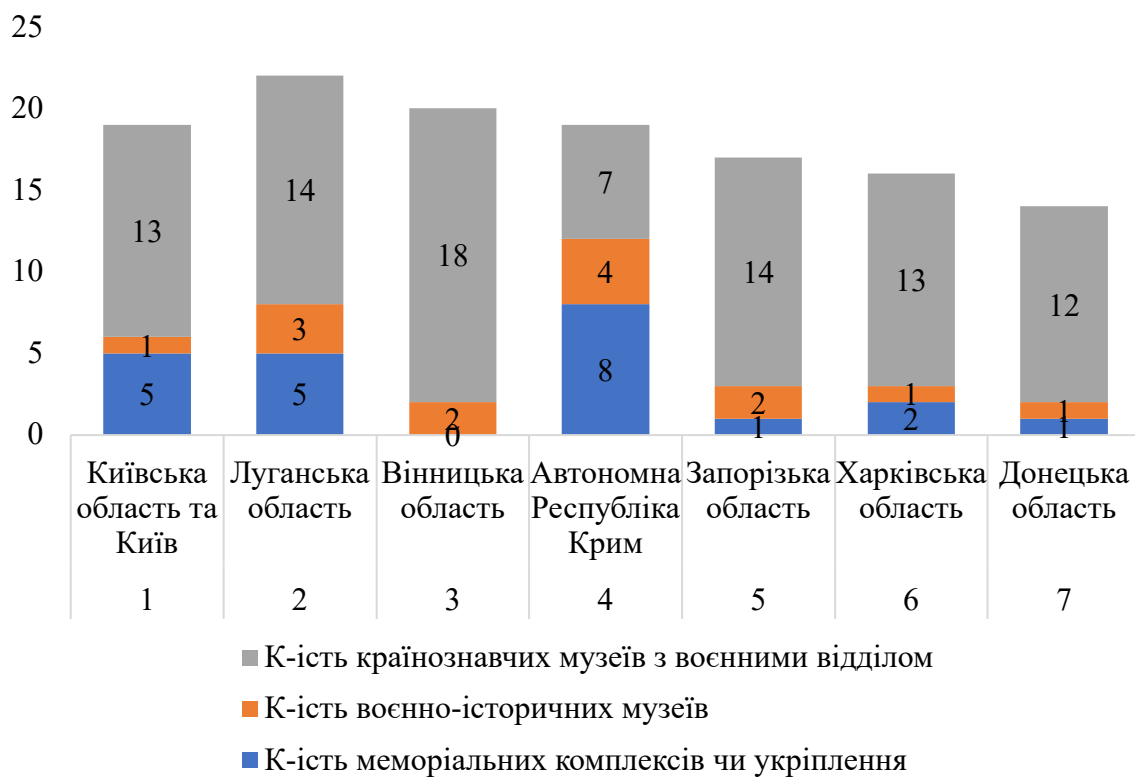


Рис. 2.29. Области України з найбільшою кількістю ресурсів військового туризму з розподілом на різновид пам'яток

Джерело: складено автором на основі Додатку Б5

б) Запорізька область також має важливе стратегічне місце розташування. Цей регіон був місцем жорстоких боїв і значних військових операцій під час війни.

Таким чином, по-перше, стратегічне значення цих областей під час Другої світової війни могло відіграти ключову роль у формуванні їх військових пам'яток. По-

друге, поточне фінансування та ресурси цих областей можуть допомагати у підтримці та розвитку цих пам'яток як частини туристичної пропозиції.

Таблиця 2

Ресурсна база воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни) з розподілом їх кількості

№	Область	К-ість пам'яток	К-ість меморіальних комплексів	К-ість воєнно-історичних музеїв	К-ість країнознавчих музеїв з воєнними відділом
1	Київська область та Київ	23	5	1	13
2	Луганська область	21	5	3	14
3	Вінницька область	20	0	2	18
4	Автономна Республіка Крим	19	8	4	7
5	Запорізька область	17	1	2	14
6	Харківська область	16	2	1	13
7	Донецька область	14	1	1	12
8	Івано-Франківська область	13	0	5	11
9	Сумська область	13	4	1	8
10	Житомирська область	11	1	0	10
11	Черкаська область	11	1	1	9
12	Одеська область	10	2	1	7
13	Закарпатська область	9	3	0	6
14	Кіровоградська область	9	0	2	8
15	Чернігівська область	9	1	2	6
16	Львівська область	8	2	1	3
17	Полтавська область	8	0	1	7
18	Тернопільська область	8	0	1	7
19	Хмельницька область	8	0	1	7
20	Волинська область	7	3	1	3
21	Дніпропетровська область	7	1	0	6
22	Рівненська область	7	0	1	6
23	Миколаївська область	5	0	1	2
24	Херсонська область	4	0	1	3
25	Чернівецька область	2	0	0	2

Джерело: складено автором на основі Додатку Б5

Для кращого розуміння структури ресурсної бази воєнного туризму було проведено групування воєнного туризму за підвидами, що було зазначено раніше (табл. 2.)

Особливості ресурсної бази воєнного туризму після аналізу його геопросторової організації полягають в наступному:

1) Більшість пам'яток розміщено в місцях, що мають значно-розвинену інфраструктуру, мали фінансові ресурси та побудови та збереження таких пам'яток.

2) Багато пам'яток та музеїв присвячено партизанському руху та Українській повстанській армії (УПА), що відображає важливість національного спротиву та боротьби за незалежність в історії України.

3) Військові музеї та історичні комплекси представлені в різних форматах, від діорам і панорам до меморіальних комплексів та музеїв-заповідників. Це може сприяти привабливості воєнного туризму для різних категорій відвідувачів.

Для покращення взаємозв'язку ресурсної бази воєнного туризму з його самим туризмом з точки зору розподілу кількості пам'яток на 10 000 км² за областями, кількості пам'яток на 10 000 тис. населення області було побудовано дві картодіаграми, що візуально зображують наші дослідження в цьому напрямку (рис. 2.35 та 2.36). Розрахунки представлені в додатках Б6 та В7.

Проаналізувавши густину пам'яток воєнного туризму на 10 000 км² за областями нами було побудована відповідна діаграма (рис. 2.30) згідно з якою ми бачимо, що найбільшу кількість пам'яток на 10 000 км² мають Івано-франківська область, м. Київ та Київська область, Луганська, Вінницька, Закарпатська області, АР Крим та Запорізька область.

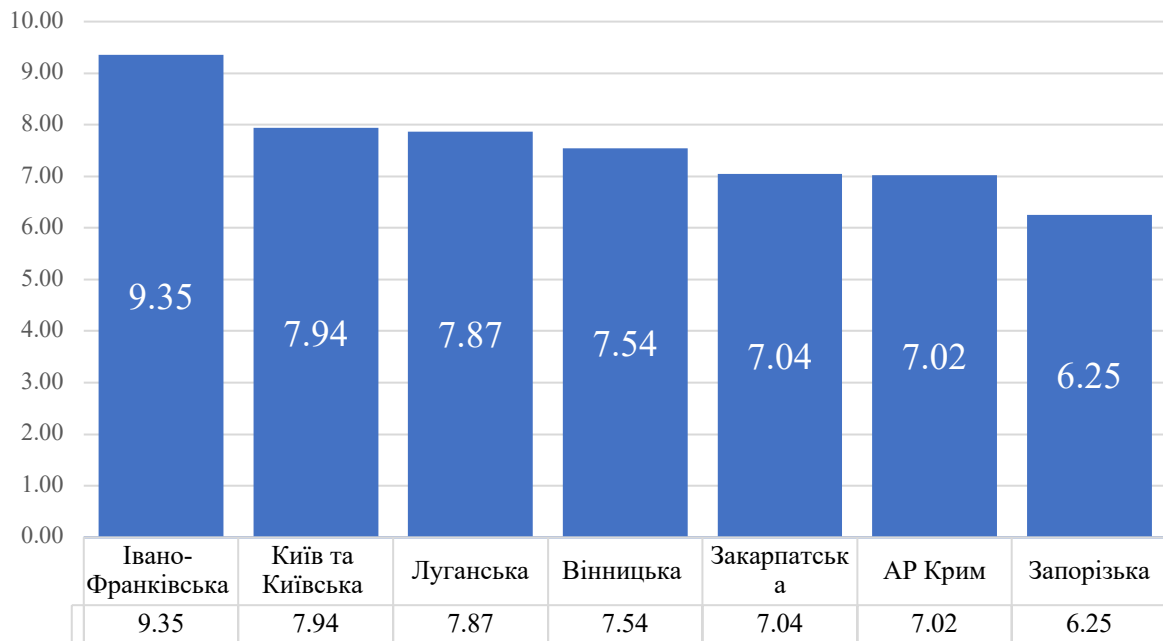


Рис. 2.30. Области України з найбільшим показником густоти ресурсної бази воєнного туризму на 10 000 км² (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовими відділами, меморіали та укріплення).

Джерело: складено автором на основі додатків Б5, Б6 та В7.

При аналізі густини пам'яток воєнного туризму на 10 тис. населення за областями нами було побудована відповідна діаграма (рис. 2.31) згідно з якою ми бачимо, що найбільшу кількість пам'яток на 10 тис. населення мають Вінницька, Сумська, Запорізька, Луганська, Кіровоградська, Івано-Франківська та Черкаська області України.

Для побудови карти ресурсної бази воєнного туризму з його групуванням за густиною пам'яток на 1000 тис. населення та 10000 км² було використано метод статичних рядів розподілу для визначення оптимального обсягу кожного інтервалу.

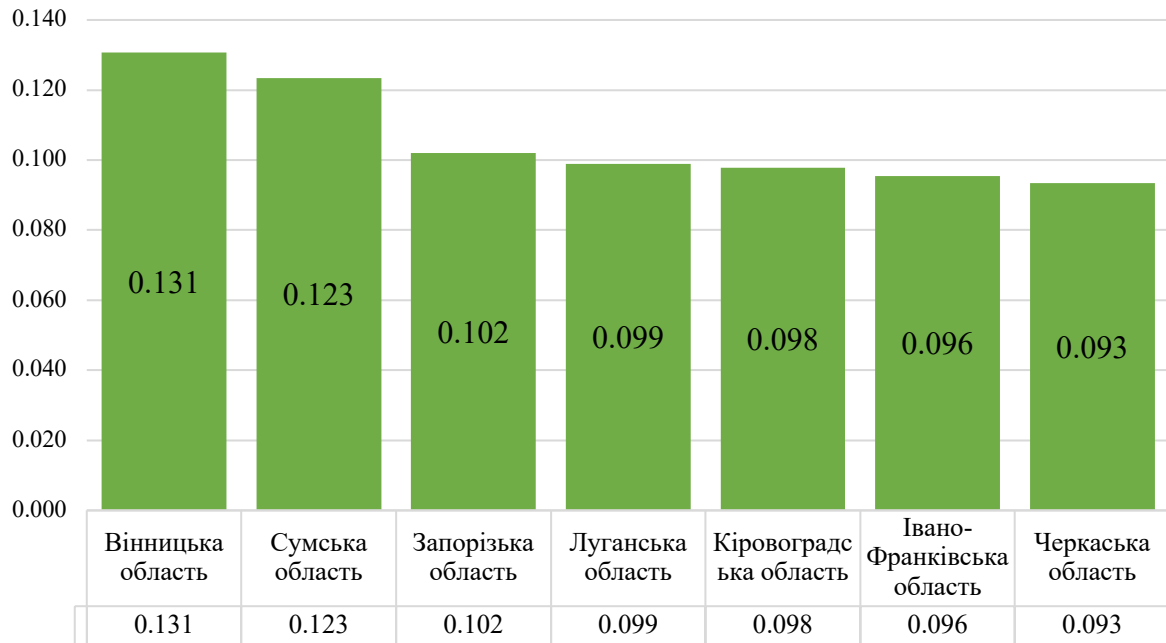


Рис. 2.31. Области України з найбільшим показником густоти ресурсної бази воєнного туризму на 10 тис. населення (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовими відділами, меморіали та укріплення).

Джерело: складено автором на основі додатків Б5, Б6 та В7.

При дослідженні економічних та технічних процесів важливим є застосування методів математичної статистики, які дозволяють виділити як якісні, так і кількісні характеристики конкретних явищ або процесів. Якісна характеристика допомагає визначити основні особливості та закономірності явища, тоді як кількісна дозволяє встановити зв'язки між явищами, визначити кількісні закономірності та простежити тенденції їх розвитку. Щоб глибше зрозуміти кількісну сторону економічного явища або процесу, необхідно мати наявні статистичні дані.

У нашому дослідженні ми використовували метод групування для побудови інтервальних рядів. Цей метод передбачає об'єднання близьких за значенням характеристик, які після цього розподіляються на відповідні групи. При визначенні кількості інтервалів необхідно враховувати такі фактори, як наглядність представлення даних та особливості конкретних спостережень. При виборі

кількості інтервалів важливо забезпечити, що число інтервалів не було занадто великим, щоб у кожному з них було достатньо даних для виявлення закономірностей. З іншого боку, число інтервалів не повинно бути дуже малим, щоб не втратити основні якісні характеристики досліджуваної низки розподілу.

Для визначення величини інтервалу групування було застосовано таку формулу:

$$i = \frac{R}{k}, \quad (1)$$

де, i – величина інтервалу;

R – розмах коливання ознаки;

k – кількість інтервалів.

У свою чергу розмах коливань R є різницею між максимальним і мінімальним значеннями ознаки, тобто.

$$R = x_{max} - x_{min} \quad (2)$$

В інтервальних рядах розподілу розрізняють верхню та нижню межі. При визначенні меж інтервалів рекомендується починати ряд розподілу, відступаючи приблизно на $\frac{1}{2}$ величини інтервалу вліво найменшого значення ознаки та закінчувати ряд розподілу, відступаючи праворуч приблизно на $\frac{1}{2}$ величини інтервалу від най-більшого значення ознаки. При дотриманні цієї умови кількість інтервалів буде більшою на одиницю проти наміченого, а формула (3) прийме наступний вигляд:

$$i = \frac{x_{max} - x_{min}}{k+1} \quad (3)$$

Для наближеного визначення величини інтервалу угруповання можна скористатися формулою(4):

$$i = \frac{x_{max} - x_{min}}{1 + 3,222 \lg n} \quad (3)$$

де n - обсяг статистичної сукупності, виражений через десятичний логарифм.

Відповідно до зазначених формул величина інтервалу, що було використано для побудованої картодіаграми складає:

1) для інтервалу ресурсної бази воєнного туризму за областями:

$$i = \frac{23 - 2}{4} = 5,25 \approx 6 \text{ пам'ятки}$$

$$\text{Початкова границя інтервального ряду} = 2 - 2 * \frac{1}{2} = 1$$

Таблиця 3

Інтервальний ряд розподілу ресурсної бази воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Розмір інтервалу, к-сть пам'яток	Обсяг інтервалу, к-сть пам'яток	Абсолютні частоти	Відносні частоти, %	Щільність розподілу
1-7	i = 6 п.	6	24,00%	1
7-13		12	48,00%	2
13-19		4	16,00%	0,666666667
19-25		3	12,00%	0,5
Сума		n=25	100%	- -

Джерело: авторська розробка за [20]

Аналізуючи отримані дані в таблиці 3, можна відмітити, що найбільша кількість пам'яток воєнного туризму зосереджено в другому інтервалі (7-13 пам'яток). Для кращого розуміння наших висновків було побудовано графіки: а) гістограма інтервального ряду розподілу ресурсної бази воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) (рис. 2.32 а.); б) Полігон дискретного ряду розподілу ресурсної бази воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) (рис. 2.32. б.), що врахував середні значення нашого інтервалу. Після даного графічного аналізу ми можемо зробити висновок, що найбільше областей підпадає під інтервал 7-13 пам'яток. Усе це разом дає зрозуміти, що такі області як Івано-Франківська, Сумська, Житомирська, Черкаська, Одеська, Закарпатська, Кіровоградська, Чернігівська, Львівська, Полтавська, Тернопільська, Хмельницька, Волинська, Дніпропетровська та Рівненська область представляють групу областей з найбільшою кількістю пам'яток воєнного туризму (якщо враховувати військово-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовим відділом, меморіали та укріплення).

Для систематизації статистичного матеріалу в аналітичній формі інтервальний ряд розподілу було представлено за допомогою полігону дискретного

ряду розподілу, в якому замість інтервалів використовується центральні їх значення. Побудовані діаграми дали зрозуміти, що найбільша група за кількістю пам'яток воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни) є області, що мають від 7 до 13 пам'яток, що є позитивною характеристикою.

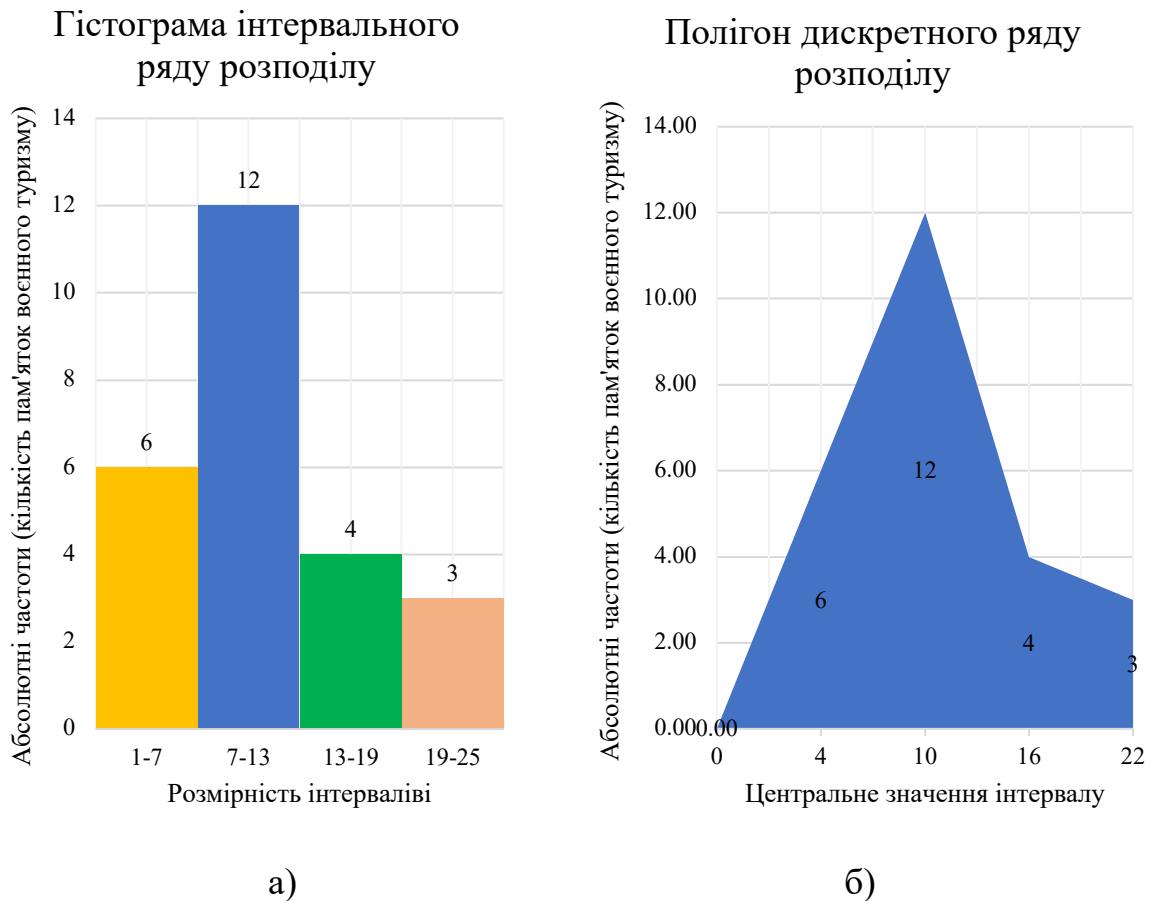


Рис. 2.32. а. Гістограма інтервального ряду розподілу; б. полігон дискретного ряду розподілу; ресурсної бази воєнного туризму в Україні за областями (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Джерело: авторська розробка за [20]

2) для інтервалу густоти пам'яток на 1000 тис. населення:

$$i = \frac{13,08 - 2,28}{4} = 2,7$$

Початкова границя інтервального ряду = $2,28 - 2,7 * \frac{1}{2} = 0,93 \approx 1$ (табл. 4)

При вивченні даних, представлених в таблиці 3, можна зазначити, що найвища концентрація пам'яток, пов'язаних з воєнним туризмом на 1000 тис.

населення, спостерігається у другому (3,7-6,4 пам'ятки на 1000 тис. населення) та четвертому (9,1-11,8 пам'ятки на 1000 тис. населення) інтервалах. Для наочного представлення наших спостережень ми побудували два графіки: а) гістограму інтервального розподілу щільності воєнно-туристичних ресурсів України на 1000 тис. населення (рис. 2.33 а.); б) полігон дискретного розподілу щільності воєнно-туристичних ресурсів України на 1000 тис. населення (рис. 2.33. б.), у якому взято до уваги середні значення нашого інтервалу.

Таблиця 4

**Інтервальний ряд розподілу густоти пам'яток на 1000 тис. населення
ресурсної бази воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої
світової війни)**

Розмір інтервалу	Обсяг інтервалу,	Абсолютні частоти	Відносні частоти, %	Щільність розподілу
1-3,7	i = 2,7 п.	5	20,00%	1,852
3,7-6,4		7	28,00%	2,593
6,4-9,1		5	20,00%	1,852
9,1-11,8		7	28,00%	2,593
11,8-14,5		2	8,00%	0,741
Сума		n=25	100,00%	-

Джерело: авторська розробка за [20]

Ці графіки допомагають нам краще зрозуміти, що області, такі як Рівненська, Харківська, Полтавська, Київська, Миколаївська, Одеська та Херсонська, а також група, що містить Запорізьку, Луганську, Кіровоградську, Івано-Франківську, Черкаську, Чернігівську, Житомирську області, відрізняються найвищою щільністю воєнно-туристичних ресурсів на 1000 тис. населення. Це стосується воєнно-історичних музеїв, краєзнавчих музеїв з військовим відділом, меморіалів та фортифікаційних споруд.

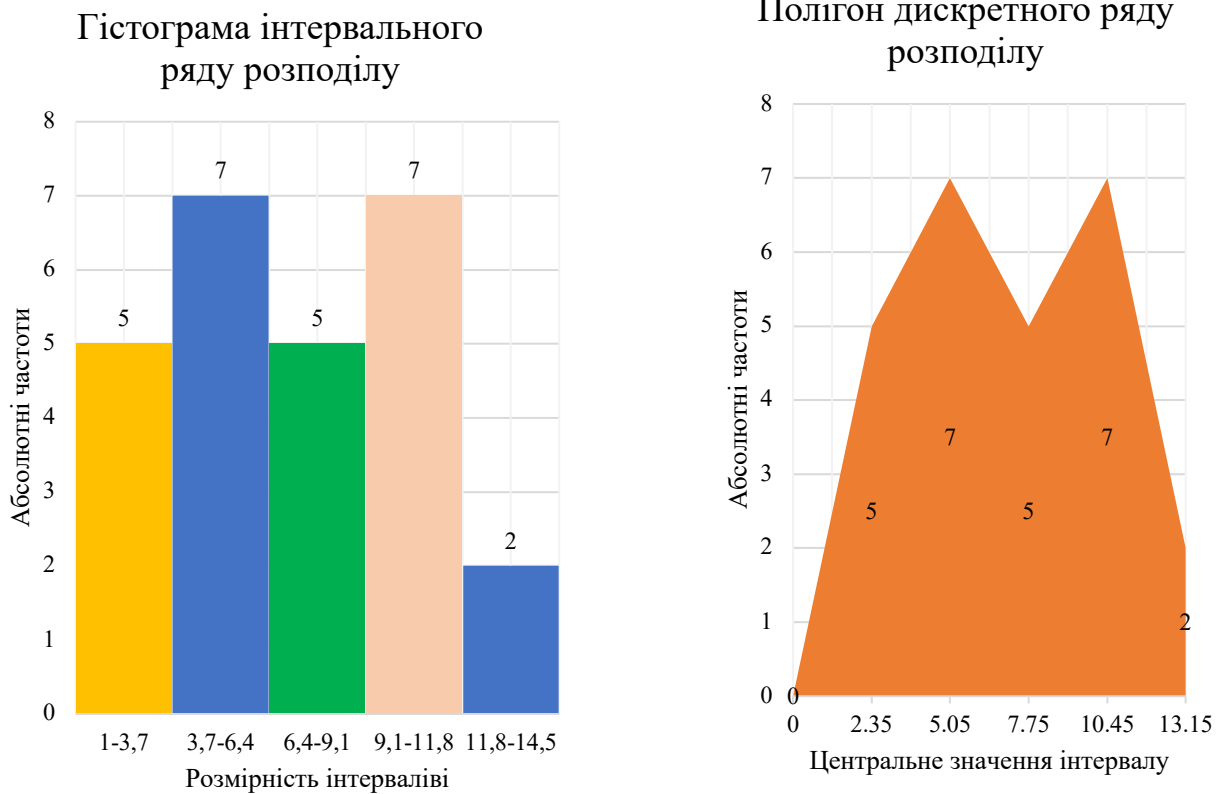


Рис. 2.33. а. Гістограма інтервального ряду розподілу; б. полігон дискретного ряду розподілу; густоти ресурсної бази воєнного туризму України на 1000 тис. населення (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Джерело: авторська розробка за [20]

3)) для інтервалу густоти пам'яток на 10 000 км²:

$$i = \frac{9,3525 - 1,4054}{4} = 1,9867 \approx 2$$

$$\begin{aligned} \text{Початкова границя інтервального ряду} &= 1,4052 - 2 * \frac{1}{2} = 0,405 \approx \\ &\approx 0,5 \end{aligned}$$

Аналізуючи отримані дані в таблиці 5, можна відмітити, що найбільша густота пам'яток воєнного туризму на 10 000 км² зосереджено також в другому інтервалі (2,4-4,5 густота пам'яток на 10 00 км²). Для кращого розуміння наших висновків було побудовано графіки: а) гістограма інтервального ряду розподілу густоти ресурсної бази воєнного туризму України на 10 000 км² (рис. 2.34 а.); б) Полігон дискретного ряду розподілу густоти ресурсної бази воєнного туризму

України на 10 000 км² (рис. 2.34. б.), що врахував середні значення нашого інтервалу. Усе це разом дає зрозуміти, що такі області як: Хмельницька, Житомирська, Львівська, Кіровоградська, Рівненська, Волинська, Одеська, Чернігівська, Полтавська представляють групи областей з найбільшою густиною густоти ресурсної бази воєнного туризму України на 10 000 км² (якщо враховувати військово-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовим відділом, меморіали та укріплення).

Таблиця 5

Інтервальний ряд розподілу густоти пам'яток на 1000 тис. населення ресурсної бази воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Розмір інтервалу	Обсяг інтервалу,	Абсолютні частоти	Відносні частоти, %	Щільність розподілу
0,5-2,5	i = 2 п.	4	16,00%	2
2,5-4,5		8	32,00%	4
4,5-6,5		6	24,00%	3
6,5-8,5		5	20,00%	2,5
8,5-10,5		1	4,00%	0,5
Сума		n=25	100,00%	

Джерело: авторська розробка за [20]

Розглядаючи ресурсну базу воєнного туризму на прикладі пам'яток Другої світової війни: густина пам'яток на 10 000 км² (рис. 2.28) ми бачимо, що областями, що мають найбільші показники густоти є Івано-Франківська, Київська область, Луганська область, Вінницька область, Закарпатська область та Автономна Республіка Крим. Дані області всі мають значну частку історично-країнознавчих музеїв з воєнними відділами, що відіграють важливу роль в популяризації та збереженні пам'яті та пам'яток подій, приурочених подіям Другої світової війни (1939-1945рр.).

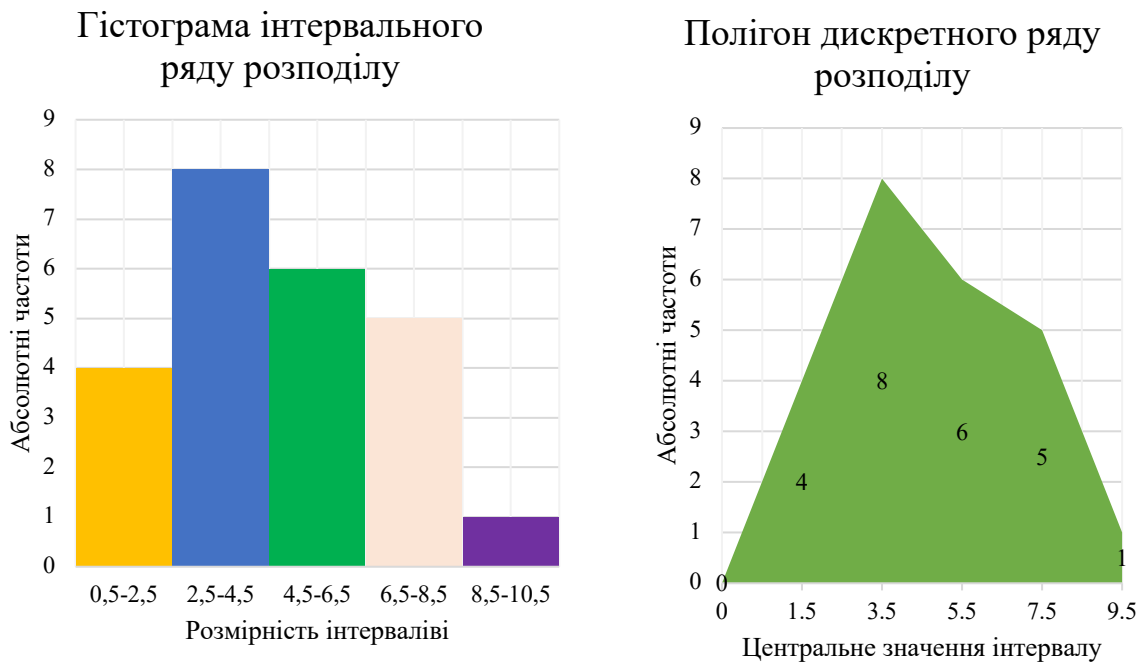


Рис. 2.34. а. Гістограма інтервального ряду розподілу; б. полігон дискретного ряду розподілу; густоти ресурсної бази воєнного туризму України на 10 000 км² (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Джерело: авторська розробка за [20]

Розглядаючи ресурсну базу воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни): густота пам'яток на 10 000 км² (рис. 2.33), що представлено на картодіаграмі, що було побудовано на основі статистичного методу групування ми бачимо, що областями, що мають найбільші показники густоти є Івано-Франківська, Київська область, Луганська область, Вінницька область, Закарпатська область та Автономна Республіка Крим. Дані області всі мають значну частку історично-країнознавчих музеїв з воєнними відділами, що відіграють важливу роль в популяризації та збереженні пам'яті та пам'яток подій, присвячених подіям Другої світової війни (1939-1945 рр.).

Масштаб 1: 1 000 000

Ресурсна база воєнного туризму в Україні (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовими відділами, меморіали та укріплення Другої світової війни): густота пам'яток на 10 000 км²

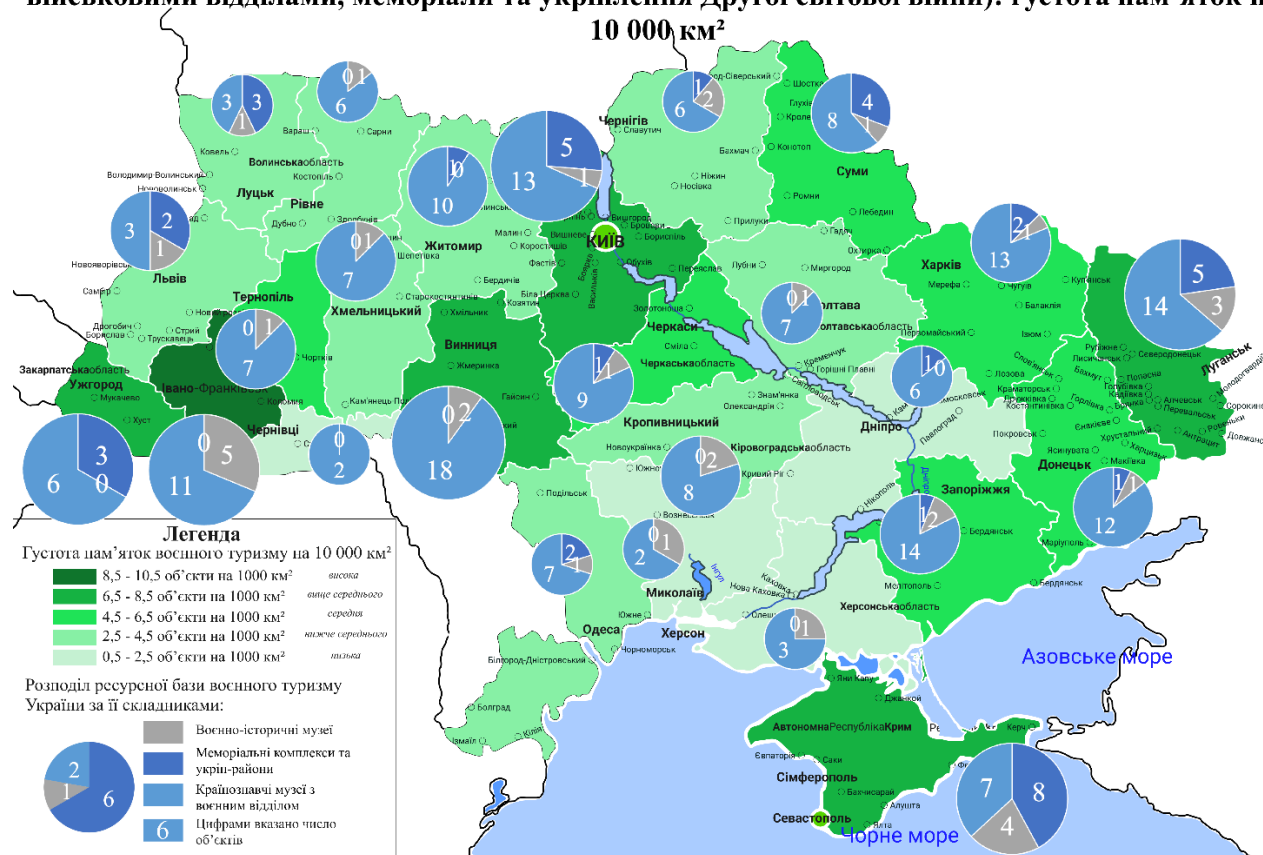


Рис. 2.35. Ресурсна база воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в Україні (густина пам'яток на 10 000 км²)

Джерело: авторська розробка за Додатком Б5

Масштаб 1: 1 000 000

Ресурсна база воєнного туризму в Україні (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовими відділами, меморіали та укріплення Другої світової війни): густота пам'яток на 10 тис. населення

Статистичні дані щодо населення взяті за 2021 р.

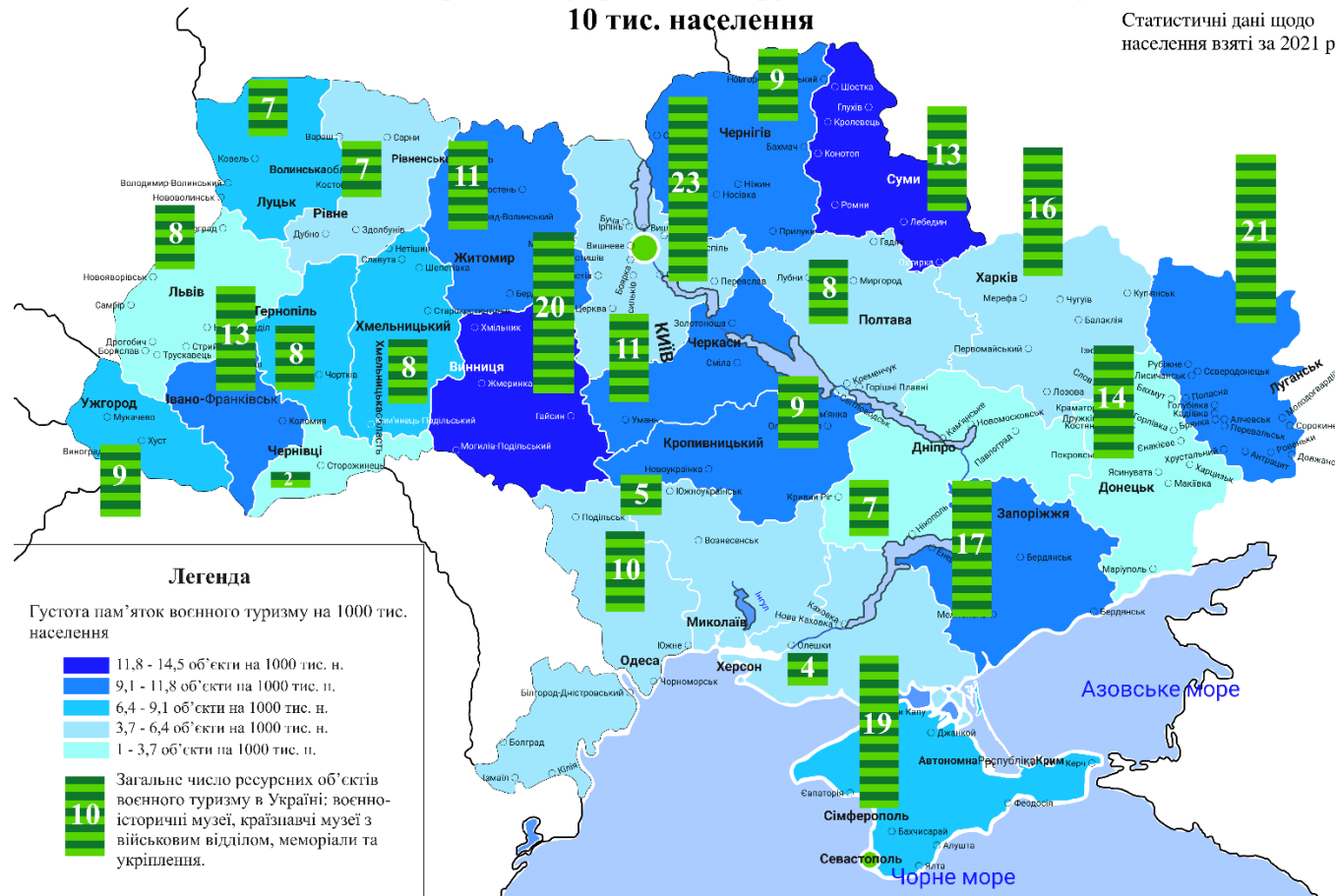


Рис. 2.36. Ресурсна база воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в Україні (густота пам'яток на 10 тис. населення)

Джерело: авторська розробка за Додатком Б5

Масштаб 1: 1 000 000

Ресурсна база воєнного туризму в Україні (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовими відділами, меморіали та укріплення Другої світової війни): інтегральний показник за областями України

Статистичні дані щодо населення взяті за 2021 р.

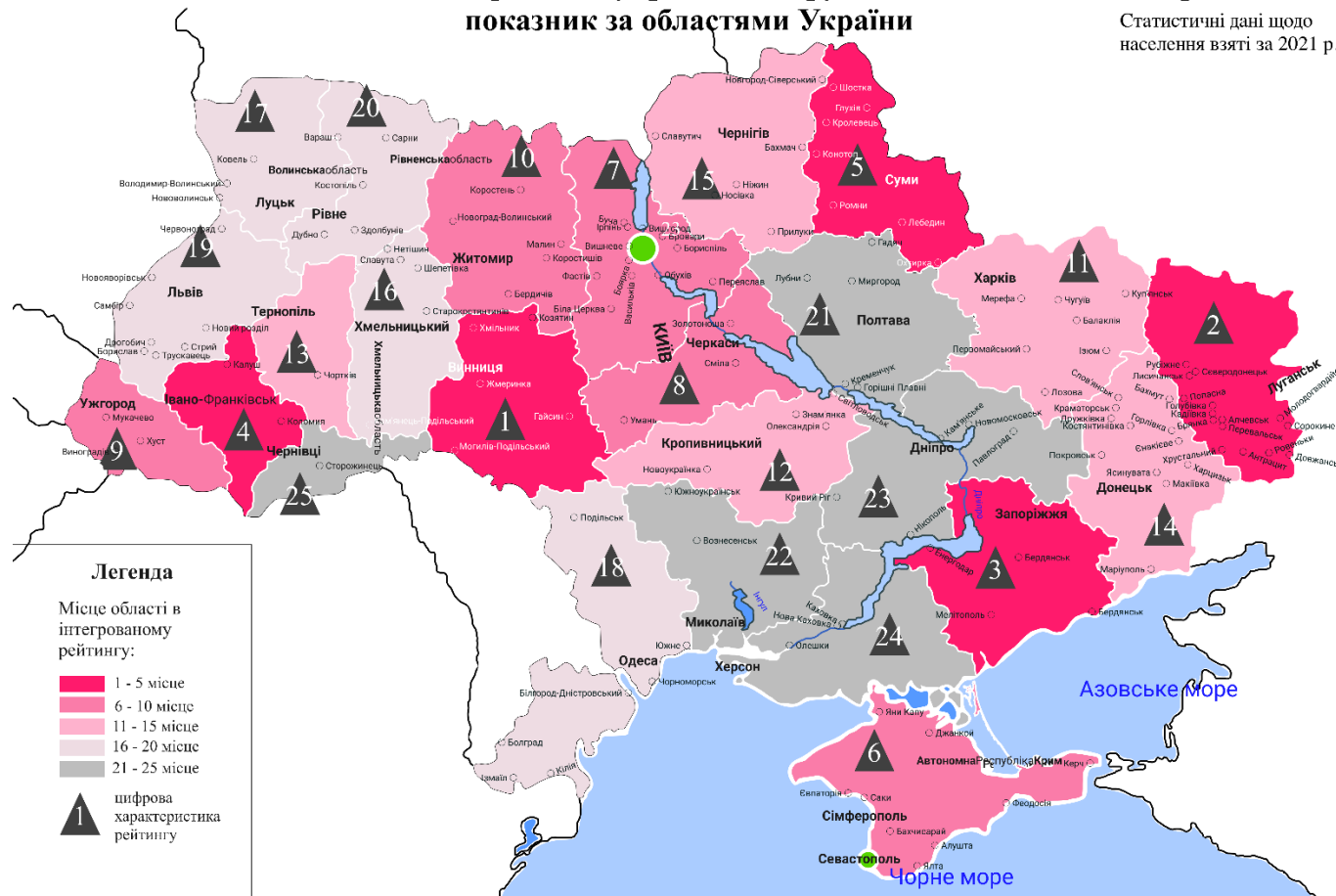


Рис. 2.37. Ресурсна база воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в Україні (інтегральний показник за областями)

Джерело: авторська розробка за Додатком Б5

Якщо ж дивитися на ресурсну базу воєнного туризму пам'яток Другої світової війни з точки зору густоти пам'яток на 1000 тис. населення (рис. 2.34), то найкращими областями за цими показниками вже були: Вінницька, Сумська, Запорізька, Луганська, Кіровоградська, Івано-Франківська, Черкаська, Чернігівська та Житомирська області. Перелік цих областей трохи відрізняється від попереднього переліку, а також від загального рейтингу регіонів згідно з кількістю об'єктів ресурсної бази воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни).

Загалом, ресурсна база воєнного туризму України представлена широким спектром пам'яток та музеїв, які охоплюють різні аспекти військової історії країни, зокрема події Другої світової війни. Ці пам'ятки та музеї можуть привернути відвідувачів з різними інтересами та забезпечити глибоке занурення в історичні події та контекст. Тому, на основі відповідних розрахунків, побудованих картодіаграм (рис. 2.35 та рис. 2.36) було складено рейтинг областей України за інтегральним методом оцінювання враховуючи: 1) кількість об'єктів воєнного туризму; 2) густота пам'яток на 10 000 км²; 3) густота пам'яток на 1000 тис. населення області і отримали такий загальний рейтинг цих областей. Інтегрований показник, або композитний індекс, що ми розраховали, - це спосіб об'єднання різних показників в одну числову величину. Ми використали середнє значення, або арифметичне середнє для формування інтегрованого рейтингу. Середнє значення – це одна з основних статистичних мір, яка використовується для визначення «середнього» значення набору даних. Це обчислюється шляхом додавання всіх значень у наборі та їх подальшого ділення на кількість значень у наборі. Розрахований інтегрований рейтинг (I) представлено в табл.6, де R1 – рейтинг за кількістю пам'яток ресурсної бази воєнного туризму, R2 – рейтинг за густотою пам'яток ВТ на 10 000 км²; R3 – рейтинг за густотою пам'яток ВТ на 10 тис. населення.

Інтегрований рейтинг областей України за інтегральним оцінюванням ресурсної бази воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни) (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовим відділом, меморіальні комплекси та укріплення).

<i>Область</i>	<i>R1</i>	<i>R2</i>	<i>R3</i>	<i>I</i>
Вінницька область	3	4	1	2,7
Луганська область	2	3	4	3,0
Запорізька область	5	7	3	5,0
Івано-Франківська область	8	1	6	5,0
АР Крим	4	6	10	6,7
Сумська область	9	9	2	6,7
Київська область	1	2	18	7,0
Черкаська область	11	11	7	9,7
Закарпатська область	13	5	12	10,0
Житомирська область	10	14	9	11,0
Харківська область	6	12	16	11,3
Кіровоградська область	14	16	5	11,7
Тернопільська область	18	8	11	12,3
Донецька область	7	10	22	13,0
Чернігівська область	15	20	8	14,3
Хмельницька область	19	13	14	15,3
Волинська область	20	18	13	17,0
Одеська область	12	19	20	17,0
Львівська область	16	15	23	18,0
Рівненська область	22	17	15	18,0
Полтавська область	17	21	17	18,3
Миколаївська область	23	24	19	22,0
Дніпропетровська область	21	23	25	23,0
Херсонська область	24	25	21	23,3
Чернівецька область	25	22	24	23,7

Джерело: складено автором на основі розрахунків

Підсумовуючи отримані результати аналізу можна стверджувати про важливість першочерговості розробки та популяризації воєнно-туристичних маршрутів на об'єкти Другої світової війни для таких регіонів України: 1) Вінницька область; 2) Луганська область; 3) Запорізька область; 4) Івано-Франківська область; 5) Сумська область; 6) Автономна Республіка Крим; 7) Київська область та Київ. Основні пам'ятки, що можуть бути використані при розробці туристичних маршрутів наведено в табл. 7 та рис. 2.37.

Топ-7 найбільш перспективних областей для розробки воєнно-туристичних маршрутів (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Область	Найвідоміші об'єкти воєнного туризму
Вінницька область	Залишки бункера Гітлера (Ставка Гітлера) - «Вервольф», Історико-меморіальний комплекс пам'яті жертв фашизму, філія Вінницького обласного краєзнавчого музею, Жмеринський міський, історичний музей, Літинський краєзнавчий музей імені Устима Кармалюка
Луганська область	Меморіальний комплекс «Міус-фронт», Меморіальний комплекс на честь молодогвардійців, Меморіальний комплекс «Слава», Меморіальний комплекс «Україна — визволителям», Авіаційно-технічний музей
Запорізька область	Музей техніки «Фаєтон» (приватний), Меморіальний комплекс на честь радянських воїнів, загиблих під час форсування Дніпра, Бердянський краєзнавчий музей, Музей історії зброї (приватний)
Івано-Франківська область	Музей «Герої Дніпра», Музей визвольної боротьби імені Степана Бандери, Музей історії села та визвольних змагань ім. Романа Шухевича, с. Тишківці, Музей історії міста Тисмениця імені Степана Гаврилюка
Сумська область	Меморіальний комплекс загиблим воїнам 1941-1945 рр., Меморіальний комплекс пам'яті загиблих у Великій Вітчизняній війні, Комплекс пам'яток у Спадчанському лісі — центрі організації партизанського з'єднання на чолі з командиром С. А. Ковпаком і комісаром С. В. Руднєвим,
Автономна Республіка Крим	Секретний музей по ремонту підводних човнів (К-825), Братська могила жертв фашистського терору, Обеліск Слави, Меморіальний комплекс «Сапун-гора», Михайлівська батарея, Центральний військово-морський музей України філія Національного військово-історичного музею Музей ракетних військ стратегічного призначення, Панорама «Оборона Севастополя 1854—1855 років», Військово-морський музейний комплекс «Балаклава»
Київська область та м. Київ	Національний музей історії України у Другій світовій війні, Національний музей-меморіальний комплекс «Букринський плацдарм», Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році», Трипільський оборонний плацдарм 1941 року, Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році», Меморіальний комплекс на честь загиблих мирних громадян і радянських військовополонених на місці розташування фашистського концтабору, Тунелі під Дніпром. Підруськова залізниця в районі Києва. Сталінське метро. Об'єкт № 1, Музей-діорама «Битва за Дніпро в районі Переяслава восени 1943», Національний військово-історичний музей, Київський укріпрайон

Джерело: розроблено автором на основі Додатку Б5

Воєнний туризм України базується на багатошаровому спектрі історичних пам'яток, що відображають ключові моменти військової історії країни. Особливо важливими є локації, пов'язані з подіями Другої світової війни. Створений композитний індекс дозволяє об'єднати різноманітні показники в одну інтегровану метрику, що відображає загальну атрактивність регіонів для воєнного туризму.

Розроблені картодіаграми та рейтинги областей України надають можливість побачити, які регіони найбільше користуються попитом. Зокрема, Вінницька, Луганська та Запорізька області виявилися на передовій плані за кількістю воєнних пам'яток та їх густотою відносно площі та населення.

Враховуючи це, можна зробити припущення про стратегічний потенціал цих регіонів для розвитку воєнного туризму. Зокрема, Вінницька область може привабити зацікавленість завдяки наявності залишків бункера Гітлера та інших історичних меморіальних комплексів. Луганська область пропонує меморіальні комплекси, пов'язані з важливими подіями Другої світової війни, тоді як Запорізька область може похизуватися своїми музеями техніки.

Однак, додаткова увага має бути приділена популяризації та рекламі цих місць серед потенційних відвідувачів, а також забезпеченню високої якості обслуговування та доступності пам'яток.

У світлі цих досліджень важливо підкреслити потребу в додаткових інвестиціях в сферу воєнного туризму, а також в розробці ефективних маркетингових кампаній для просування цієї унікальної складової української культурної спадщини.

Висновки до розділу 2

1. Пам'ятка – це об'єкт культурної спадщини, який занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. Території пам'яток, охоронних зон, заповідників, музеїв-заповідників, охоронювані археологічні території належать до земель історико-культурного призначення, включаються до державних земельних кадастрів, планів землекористування, проєктів землеустрою, іншої проєктно-

планувальної та містобудівної документації. До пам'яток військової культури та місць воєнних подій відносять: фортеці, оборонні стіни й вали, пам'ятні місця битв і боїв, військові меморіали, пам'ятники, обеліски, місця військових поховань. пам'ятками Другої світової війни 1939-1945 років визнаються також: військові кладовища, військові ділянки на цивільних кладовищах, братські та самотні могили, пам'ятники, пам'ятні знаки, скульптурні, архітектурні та інші споруди, композиції і об'єкти, що увічнюють пам'ять про події часів Другої світової війни 1939-1945 років, її учасників та жертв.

2. Згідно з ЗУ «Про увічнення перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939-1945 років» Україна, має проводити увічнення перемоги над нацизмом шляхом шанобливого ставлення до перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939-1945 рр., про ветеранів війни, учасників українського визвольного руху та жертв нацизму. Також цим законом визначається що саме можна вважати пам'ятками Другої світової війни та має бути затверджений Єдиний національний реєстр пам'яток Другої світової війни 1939-1945 років, що на момент написання наукової роботи все ще не було реалізовано. Все це ускладнило процес виокремлення геопростової ресурсної бази воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в нашому дослідженні.

3. До пам'ятки періоду 1939-1943 рр., що є цікавими для воєнного туризму відносяться Лінія Арпада в Україні та Лінія Молотова в Польщі. Перша з них була побудована в Карпатах військовими інженерами та вченими Угорщини та Німеччини в 1943-1944 рр. для захисту від наступу Червоної армії (нині ця фортифікація знаходиться в Закарпатській області України), а друга створена зусиллями колишнього СРСР у 1939-1941 рр. на тодішніх його західних кордонах для захисту від Німеччини (нині ці оборонні об'єкти знаходяться у Східній Польщі). Також, Серед усього різноманіття пам'яток окремим кластером виділяються залізобетонні «пам'ятники» Другої світової війни – довготривалі вогневі точки Київського укріпрайону. Київський укріпрайон (КиУР) був створений в 1928-1937 рр. на території Київської області, розтягнувшись на 85 км з півночі на південь і

охопивши Київ вигнутою лінією уздовж правого берега Дніпра. Даний укріп район дуже гарно зберігся і має значний потенціал для популяризації.

4. До пам'яток, що були збудовані вже у після воєнний період, але приурочені подіями Другої світової війни в Києві та Київські області ми відносимо Музей Бойової слави (с. Трипілля, Київська область), ДВТ 106 «Непокірний» (Київ), 20-й кілометр Брест-Литовського шосе, База відпочинку «Антей», База відпочинку «Космос», Меморіальний ДВТ № 417, Меморіальний ДВТ № 420, Меморіал Вічної Слави (Київ), Національний музей історії України у Другій світовій війні (вулиця Лаврська, 24, Київ), що також є важливими елементами туристичної привабливості.

5. Проведений геопросторовий та регіональний аналіз ресурсної бази воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни) в Україні включало 280 об'єктів з усіх областей України. Згідно з нашим аналізом найбільше кількість об'єктів воєнного туризму представлено в таких регіонах України як: Київська, Луганська, Харківська, Вінницька, Запорізьку області та Автономну Республіку Крим. Після подальшого аналізу густину ресурсної бази воєнного туризму на 100 тис. населення, та густини ресурсної бази воєнного туризму на 1000 км² було побудовано картодіаграми та сформовано загальний рейтинг областей, що повинні мати першочерговість при розробці туристичних маршрутів воєнного туризму. Такими областями є: Вінницька область (Залишки бункера Гітлера (Ставка Гітлера) - «Вервольф», Історико-меморіальний комплекс пам'яті жертв фашизму, філія Вінницького обласного краєзнавчого музею, Жмеринський міський, історичний музей, Літинський краєзнавчий музей імені Устима Кармалюка), Луганська область (Меморіальний комплекс «Міус-фронт», Меморіальний комплекс на честь молодогвардійців, Меморіальний комплекс «Слава», Меморіальний комплекс «Україна — визволителям», Авіаційно-технічний музей), Запорізька область (Музей техніки «Фаєтон» (приватний), Меморіальний комплекс на честь радянських воїнів, загиблих під час форсування Дніпра, Бердянський краєзнавчий музей, Музей історії зброї (приватний)), Івано-Франківська область (Музей «Герої Дніпра», Музей визвольної боротьби імені Степана Бандери, Музей історії села та визвольних змагань ім. Романа Шухевича, с. Тишківці, Музей історії міста

Тисмениця імені Степана Гаврилюка), Сумська область (Меморіальний комплекс загиблим воїнам 1941-1945 рр., Меморіальний комплекс пам'яті загиблих у Великій Вітчизняній війні, Комплекс пам'яток у Спадщанському лісі — центрі організації партизанського з'єднання на чолі з командиром С. А. Ковпаком і комісаром С. В. Руднєвим), Автономна Республіка Крим (Секретний музей по ремонту підводних човнів (К-825), Братська могила жертв фашистського терору, Обеліск Слави, Меморіальний комплекс «Сапун-гора», Михайлівська батарея, Центральний військово-морський музей України філія Національного військово-історичного музею Музей ракетних військ стратегічного призначення, Панорама «Оборона Севастополя 1854—1855 років», Військово-морський музейний комплекс «Балаклава»), Київська область та Київ (Національний музей історії України у Другій світовій війні, Національний музей-меморіальний комплекс «Букринський плацдарм», Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році», Трипільський оборонний плацдарм 1941 року, Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році», Меморіальний комплекс на честь загиблих мирних громадян і радянських військовополонених на місці розташування фашистського концтабору, Тунелі під Дніпром. Підруськова залізниця в районі Києва. Сталінське метро. Об'єкт № 1, Музей-діорама «Битва за Дніпро в районі Переяслава восени 1943», Національний військово-історичний музей, Київський Укріп Район).

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях автора: [94, 92, 127, 95, 96].

РОЗДІЛ 3. ГЕОПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТОПОТОКІВ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)

3.1. Видова та географічна структура туристопотоків воєнного туризму

Україна завдяки своєму географічному положенню має потенціал для розвитку туризму. Відзначається зручність географічного розташування, різноманітність природних ресурсів та унікальна культурно-історична спадщина. Проте, фінансові та політичні виклики обмежують її туристичний потенціал, зокрема після подій 2014 року.

Особливість логістики туризму полягає у вивченні туристопотоків, де споживач сам наближається до послуги. Туристопотоки стають ключовим аспектом логістики воєнного туризму. Ці потоки діляться на внутрішні, в'їзні, виїзні та транзитні. Важливо враховувати кількість туристів, тривалість їхнього перебування та кількість ночівель.

Слід зосередити увагу на оптимізації туристичних регіонів, виходячи з аналізу туристопотоків, аби максимально використати туристичний потенціал країни.

Найважливішими статистичними показниками, які характеризують туристичні потоки, є кількість жителів України, які відвідали інші країни з туристичною сферою, та кількість туристів – громадян інших країн, які прибули до України.

Згідно з останніми статистичними даними, було досліджено, що динаміка зміни туристопотоків в Україна дуже сильно змінювалась і з 2013 р. сальдо між в'їзними та виїзними громадянами стало від'ємним. Кількість в'їзних туристів різко скоротилася в 2014 р. після початку російського збройного вторгнення на півострів Крим, що збільшила безпекові ризики серед туристів(рис. 3.1.)[34].

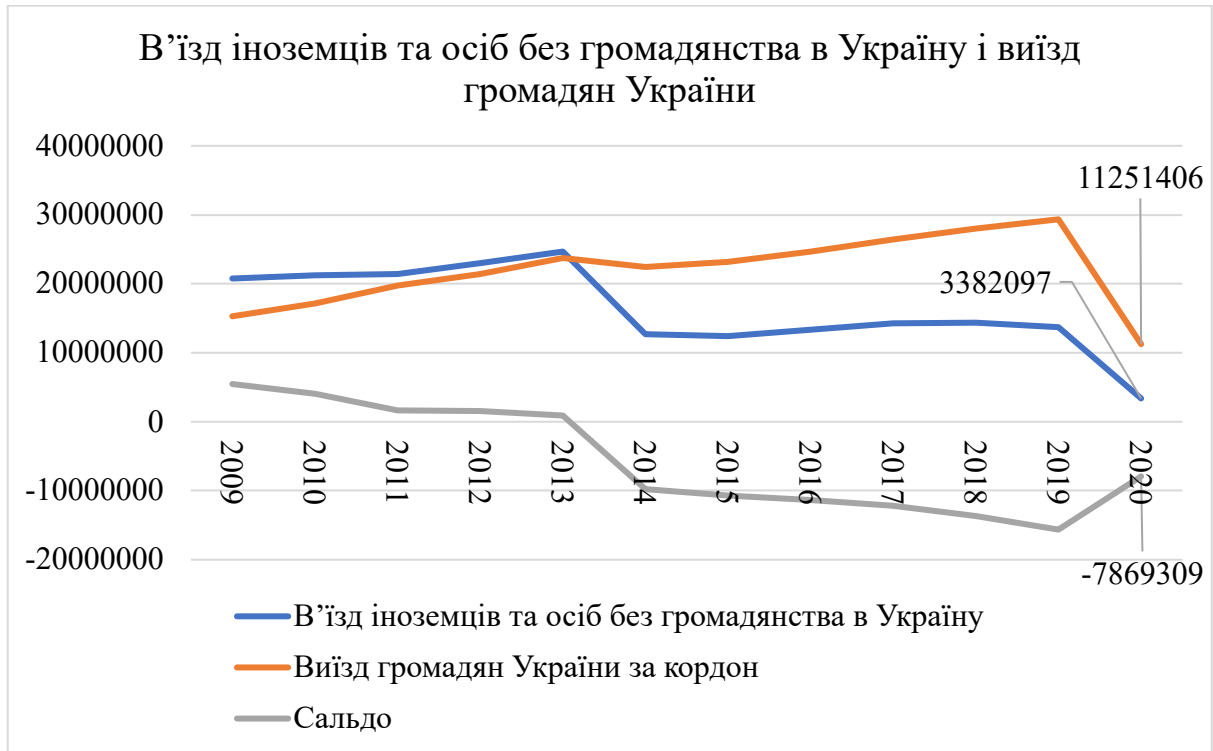


Рис. 3.1. В'їзд іноземців та осіб без громадянства в Україну і виїзд громадян України

Джерело: [34]

Важливою також характеристикою туристопотоків є їх розподіл за метою відвідування країни. Так згідно з даних Державного бюро статистики України, розподіл в'їзного потоку за метою відвідування представлений в табл.8.

Згідно з даними щодо розподілу в'їзних іноземних туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2020 р., більшість обирали Волинську, Запорізьку, Івано-Франківську, Київську, Львівську, Одеську, Рівненську, Харківську області та місто Київ як свої напрямки подорожей. Важливим показником є кількість спеціалізованих туристичних подорожей, які були сформовані та реалізовані в Україні в 2020 р.. Воєнний туризм є однією з складових спеціалізованого туризму, а тому, тенденції даної категорії показують тенденції на всьому ринку воєнного туризму[34].

Таблиця 8.

**Розподіл в'їзного потоку туристів за метою відвідування
в 2018-2020рр.**

Рік	одиниці	Туристичні поїздки							
		служба	ділова	туризм	приватна	навчання	релігійна	культурні	та транзит
2018	осіб	47402	2289	17239	13900181	4526	16	28	108945
	%	0,33	0,02	0,12	96,92	0,03	0	0	0,76
2019	осіб	31470	1480	14865	13326997	3016	0	0	140588
	%	0,23	0,01	0,11	97,21	0,02	0	0	
2020	осіб	10760	903	2766	3107643	2424	0	0	70526
	%	0,32	0,03	0,08	91,89	0,07	0	0	2,09

Джерело: [34]

За наявною інформацією на 2020 р., іноземні туристи в Україні заради спеціалізованого туризму обирають м. Київ та Київську область, що підкреслює недостатню розвиненість туристичних маршрутів та воєнного туризму загалом.

Для аналізу видової та географічної структури туристопотоків було використано статистичну інформацію від Національного музею історії України у Другій світовій війні, про який розказували в 2 розділі. Даний музей є найбільшим музеєм в Україні, діяльність якого присвячена подіям Другої світової війни. У своїх проєктах Музей розповідає не лише про український досвід Другої світової війни, а й про інші воєнні катаклізми новітньої доби на теренах України, зокрема про нинішній конфлікт.

Хоча пандемія COVID-19 та вторгнення російських військ в Україну створили серйозні перешкоди для відвідування експозицій, Музей продовжує

займати лідерські позиції в Україні за показником відвідуваності навіть в умовах війни.

Таблиця 9.

Розподіл в'їзних іноземних туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2020 р.

	"Кількість в'їзних туристів, усього"	У тому числі за метою поїздки					
		служба, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші
Україна	11773	481	8444	232	256	2304	56
Вінницька	–	–	–	–	–	–	–
Волинська	19	–	6	13	–	–	–
Дніпропетровська	–	–	–	–	–	–	–
Донецька	–	–	–	–	–	–	–
Житомирська	–	–	–	–	–	–	–
Закарпатська	–	–	–	–	–	–	–
Запорізька	36	–	36	–	–	–	–
Івано-Франківська	1569	–	1569	–	–	–	–
Київська	92	–	–	–	–	92	–
Кіровоградська	–	–	–	–	–	–	–
Луганська	–	–	–	–	–	–	–
Львівська	267	–	87	180	–	–	–
Миколаївська	–	–	–	–	–	–	–
Одеська	145	120	25	–	–	–	–
Полтавська	–	–	–	–	–	–	–
Рівненська	3	–	3	–	–	–	–
Сумська	–	–	–	–	–	–	–
Тернопільська	–	–	–	–	–	–	–
Харківська	4	–	4	–	–	–	–
Херсонська	–	–	–	–	–	–	–
Хмельницька	–	–	–	–	–	–	–
Черкаська	–	–	–	–	–	–	–
Чернівецька	–	–	–	–	–	–	–
Чернігівська	–	–	–	–	–	–	–
м.Київ	9638	361	6714	39	256	2212	56

Джерело: [34]

Для підтвердження цього наводимо статистику відвідуваності за останні п'ять років діяльності Музею, від 2018 р. до поточного 2022 р. (дані вказані станом на 6 листопада 2022 р. включно) [70].

Станом на 6 листопада 2022 р. Музей прийняв 128,8 тис. відвідувачів. Робота експозицій продовжується.

Динаміка відвідуваності музейних експозицій має виражений сезонний характер. Найбільше відвідувачів Музей традиційно приймає у травні, коли в Україні відбуваються пам'ятні заходи до Дня пам'яті та примирення та Дня перемоги над нацизмом у Другій світовій війні. Зокрема, упродовж п'яти останніх років найвищим показником відвідуваності в травні було 324 тис. осіб у 2018 р. Найменша активність спостерігається у зимові місяці. Так, у 2018 р. мінімальним місячним показником відвідуваності Музею став грудневий показник у 16,6 тис. гостей, у 2019 р. – 16,9 тис. відвідувачів у січні. Найменша кількість відвідувачів у 2022 р. спостерігалася в лютому – 7,2 тис. осіб відвідали Музей у період від 1 до 23 лютого поточного року [70].

Динаміка кількості відвідувачів Національного музею історії України у Другій світовій війні у 2018-2022 рр., тис. ос.

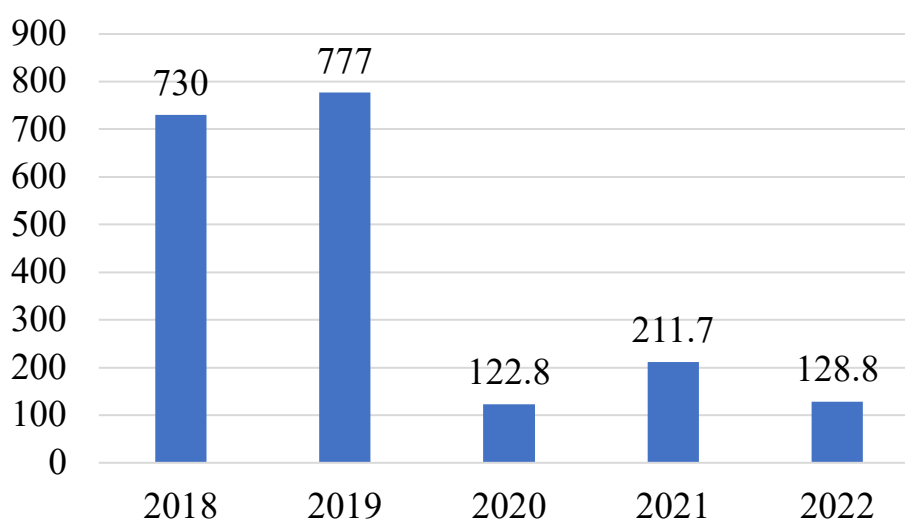


Рис. 3.2. Динаміка кількості відвідувачів Національного музею історії України у Другій світовій війні у 2018-2022 рр., тис. ос.[113].

Джерело: складено автором на основі [70]

Розглядаючи туристичний потенціал України, особливого вагового значення набуває динаміка туристопотоків. Проаналізувавши отримані дані, можна відзначити кілька ключових моментів.

По-перше, незважаючи на численні географічні та культурні переваги, туристична активність в Україні переживає зниження. Це, в основному, спричинено політичними і безпековими викликами, які почалися у 2014 році. Зовнішні конфлікти не тільки знизили інтерес до країни як до туристичного напрямку, але й створили негативний імідж на міжнародній арені.

По-друге, аналіз показує, що специфіка туристичних потоків в Україні суттєво змінилася. Якщо раніше було зосередження на загальному туризмі, то тепер спостерігається зростання інтересу до спеціалізованих напрямків, зокрема, воєнного туризму. Незважаючи на ускладнення, пов'язані з військовими діями та пандемією, деякі об'єкти, такі як Національний музей історії України у Другій світовій війні, продовжують приваблювати значну кількість відвідувачів.

По-третє, необхідно акцентувати увагу на нестабільності та сезонності туристичних потоків. Так, найбільша відвідуваність спостерігається у весняних місяцях, в той час як зимовий період характеризується відчутним спадом активності. Це свідчить про необхідність розробки стратегій, які б допомогли стабілізувати туристичні потоки протягом усього року.

Наостанок, існуюча статистична інформація дозволяє лише частково висвітлити ситуацію в галузі туризму в Україні. Для більш докладного аналізу потрібен доступ до додаткових даних, які б дозволили отримати повне уявлення про стан та перспективи розвитку туризму в країні.

3.2. Внутрішні туристопотоки воєнного туризму

Подорожі в межах країни називають внутрішнім туризмом. Цей вид туризму є зручним, оскільки не потребує специфічних документів для пересування. Величезна роль внутрішнього туризму полягає у його здатності підтримувати національну економіку, а також у взаємодії різних елементів системи: споживачів,

органів влади, туристичних агентств та пам'яток для відвідувань. Внутрішній туризм в Україні зазнає певних труднощів, що підтверджуються низькими позиціями у світових рейтингах. Для активізації цього напрямку необхідне раціональне використання ресурсів та розв'язання існуючих проблем галузі.

Згідно з останнім опитуванням проведеним компанією «Хьюмен Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму України (ДАРТ) на базі додатку Lemur на тему «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» були отримані останні дані щодо настроїв та вподобань українців в туризмі в 2021 р. [40].

38% українців у віці 15-70 років подорожують Україною, найчастіше такі мандрівки з туристичною метою трапляються раз на рік.

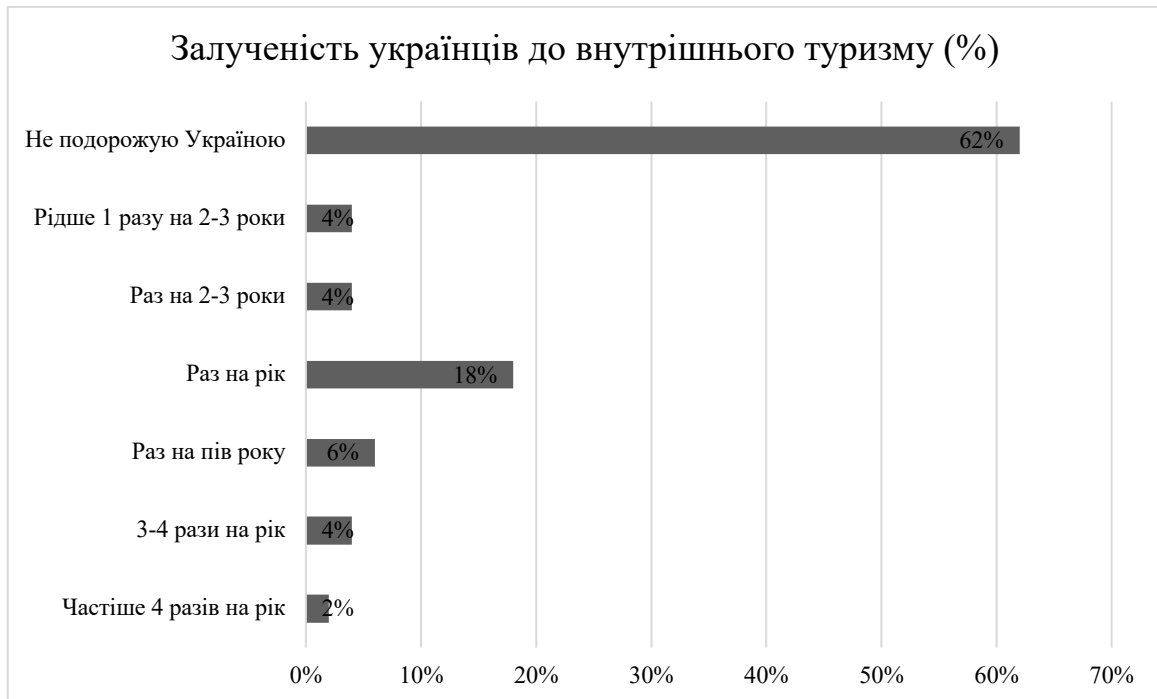


Рис. 3.3. Опитування Державного агентства розвитку туризму.

Запитання: Як часто ви подорожуєте Україною з туристичною метою?" Base: усі опитані українці — 23480

Джерело: [40]

Жінки та чоловіки рівною мірою залучені до внутрішнього туризму, в той час як вік українців суттєво впливає і на залученість до туризму, і на кількість

туристичних мандрівок. Найбільш активно подорожують жителі України у віці від 15 до 44 років, далі з віком туристична активність зменшується.

Саме така мала залученість на сьогодні в внутрішньому туризмі українців і показує потенціал для подальшого його розвитку.

Порівняно частіше опитані називали пляжний туризм в якості найбільш улюбленого виду відпочинку в Україні – його назвали близько половини опитаних (48%). На другому місці екскурсійний туризм про який згадала понад третина респондентів (36%). – куди теж можна включати воєнни туризм. На третьому місці з великим відривом гірськолижні курорти (17%). Також респонденти порівняно часто називали найбільш улюбленими видами відпочинку в Україні лікувально-оздоровчий туризм (14%) та тури вихідного дня (10%)[40].

Внутрішній туризм в Україні і у докризовий період був малорозвиненим, чому сприяла низка чинників, основний з яких – невідповідність якості послуг їх ціні. Однак через пандемію COVID-2019 та закриття кордонів українським туристам у 2020 р. не залишалося особливого вибору. Серед іноземних країн в'їзд українцям був дозволений у Туреччину, Єгипет, Хорватію та Албанію і то лише з липня. Відповідно, влітку 2020 р. кількість туристів в українських туристичних дестинаціях значно зросла. Про це повідомляють як туристичні оператори, так і компанії мобільного зв'язку. Через те, що зазвичай при подорожах Україною туристи обирають самодіяльний туризм, а не послуги туроператорів, складно підрахувати точну кількість мандрівників. Тим не менш, оператори мобільного зв'язку стверджують, що у літні місяці 2020 р. в українських дестинаціях було зафіксовано аномально високу активність використання мобільних мереж. Водночас за доступними даними туроператорів українські туристи також відвідували південні курорти влітку 2020 р. значно більше, ніж у той самий час 2019 р. [110]. За результатами нашого аналізу (табл. 3), у південні регіони України у 2020 р. прибуло на 30-170% більше туристів порівняно з минулим роком.

Графік 2.6. Яким видам відпочинку надають перевагу в Україні (%)
Q: "Яким видам відпочинку Ви надаєте перевагу в Україні?"



Респонденти могли обрати декілька варіантів відповіді, тому сума всіх відповідей перевищує 100%

Base: українці, які подорожують Україною – 8809

Рис. 3.4. Опитування Державного агентства розвитку туризму.

Запитання: Яким видам відпочинку Ви надаєте перевагу в Україні?"

Джерело: [40]

Серед чинників, котрі на сучасному етапі стримують розвиток внутрішнього туризму в Україні, є не лише пандемія, але і такі невирішені проблеми.

1. Відсутність системної взаємодії, партнерства між суб'єктами туристичної індустрії.
2. Невідповідність якості та ціни послуг.
3. Неналежний рівень транспортної доступності та безпечності дестинацій [40].
4. Туристи для подорожей країною найчастіше обирають самодіяльний туризм.

У 2019 р. частка внутрішнього туризму в Україні становила всього 9% від загальної кількості туристів, що обслуговувались туроператорами та турагентами. Очевидно, що українському туристичному бізнесу потрібно застосовувати різні шляхи залучення місцевих туристів та покращувати якість обслуговування. Однак загалом у розвитку внутрішнього туризму в Україні спостерігається позитивна динаміка, зокрема за період 2014–2019 рр. кількість вну-трішніх поїздок збільшилась практично удвічі [34]. На внутрішньому туристичному ринку України майже немає конкуренції, що могла б стати передумовою для швидкої модернізації

дести-націй. Однак ситуацію, що склалась, потрібно розцінювати не як проблему, а як перспективу для розвитку внутрішнього туризму та створення нового і більш якісного турпродукту [34].

Згідно з даними щодо розподілу внутрішніх туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за метою поїздки та регіонами у 2020 р., єдиним регіоном в Україні, де був наявний спеціалізований туризм, було місто Київ, де кількість таких внутрішніх туристів склала 2225 туристів [34].

Тому, можна зробити висновок, що для внутрішніх туристів воєнного туризму, а також інші різновиди спеціалізованого туризму є не привабливими і потребують подальшої популяризації серед населення.

3.3. Іноземні (в'їзні) туристопотоки воєнного туризму

Аналіз внутрішніх та іноземних турист потоків також було проведено на основі даних найбільшого музею в Україні – Національний музей історії України у Другій світовій війні.

Розподіл відвідувачів між країнами та регіонами їх походження був проаналізований на основі записів про проведення екскурсій. Для аналізу необхідних для дослідження відомостей було вивчено записи за 2019 р. та 2022 р. Така вибірка є аргументованою. 2019 р. є крайнім роком безперешкодної роботи Музею, тоді як у 2022 р. виникли максимальні перешкоди для прийому відвідувачів, а також загострення епідемічної ситуації на початку р. [70].

Таким чином, із 3 042 екскурсій, проведених у 2019 р., 20% були зареєстровані як такі, що проведені для відвідувачів із Києва, 21% – для гостей з інших регіонів України та 23% – для відвідувачів з інших країн. Решта 36% груп мали змішаний характер, об'єднуючи людей з різних регіонів України. До цієї категорії входять військовослужбовці Збройних сил України та Національної гвардії України, діти з оздоровчих таборів (зокрема, Міжнародного дитячого центру «Артек», Буковель), вихованці шкіл-інтернатів тощо.

На основі майже 800 екскурсій, проведених у 2022 р., підраховано, що 30,5% екскурсантів складають кияни, 29% – мешканці інших регіонів, 15,5% – громадяни інших країн. 25% екскурсійних груп мали змішаний характер [70].

Географія іноземних відвідувачів екскурсій Національного музею України у Другій світовій війні представлено на рис. 3.7.

Графічне зображення розподілу відвідувачів Національного музею України у Другій світовій війні 3.5.-3.6.

Тому, ми можемо стверджувати, що воєнний туризм цікавий як іноземцям так і Українцям, що надає багато маневрів та перспектив до розвитку. На сьогодні, хоча країна й перебував в кризовому стані, але все рівно ми можемо вже зараз почати зміни, для того щоб одними з перших статті на шляху розбудови воєнного туризму як складової національної стратегії розвитку туризму.

Насамкінець, характеризуючи відвідування Музею іноземними гостями, варто відзначити вплив зовнішніх чинників на цей процес. До пандемії COVID-19 Музей регулярно обслуговував великі організовані групи з Індії, Китаю і Туреччини.

Розподіл відвідувачів українськими та іноземними туристами (на основі екскурсій), 2021р.

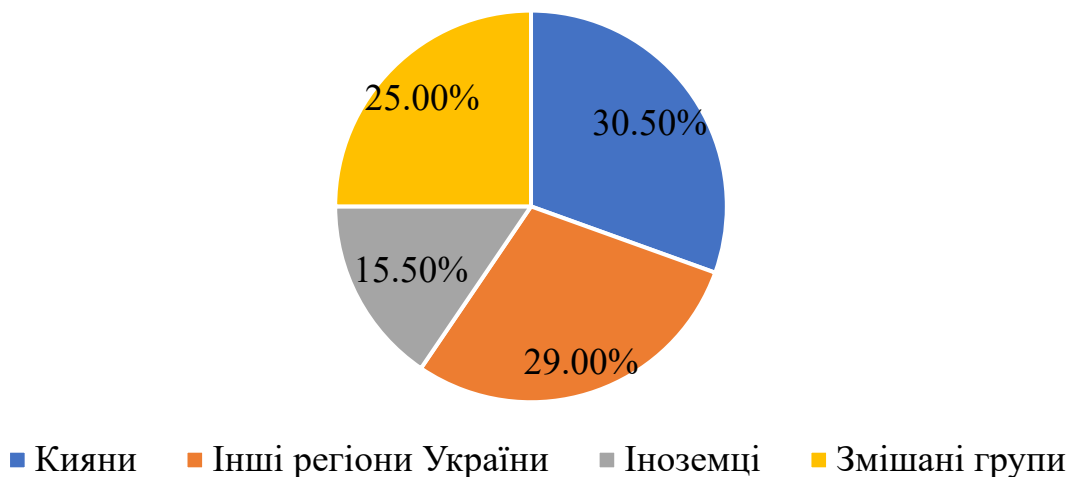


Рис. 3.5. Розподілу відвідувачів між українськими та іноземними туристами на основі екскурсій у Національному музеї історії України у Другій світовій війні, 2021р.

Джерело: [70].

Розподіл відвідувачів українськими та іноземними туристами (на основі екскурсій), 2019р.

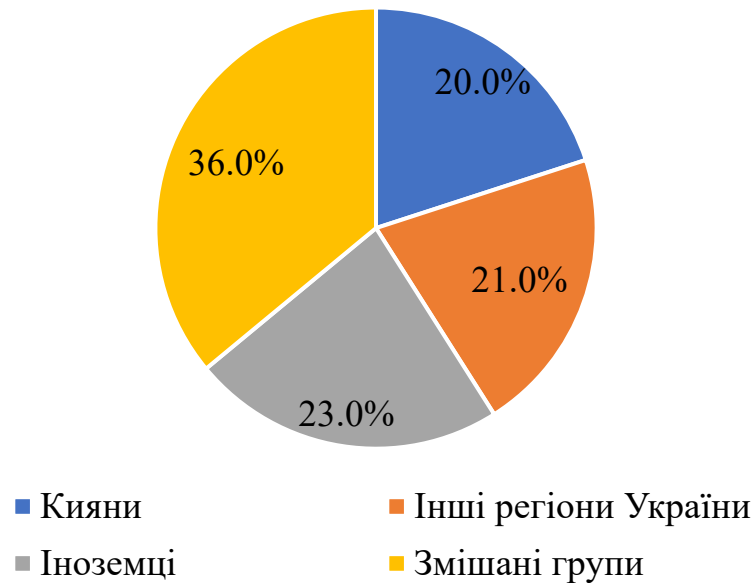


Рис. 3.6. Розподілу відвідувачів за країнами та регіонами на основі екскурсій у Національному музеї історії України у Другій світовій війні, 2019р.

Джерело: складено автором на основі [70]

Серед відвідувачів з інших країн традиційно високою була частка туристів зі США та Польщі. У 2021 р., вже в умовах пандемії коронавірусної хвороби, спостерігався значний притік відвідувачів з арабських країн – Саудівської Аравії, Об'єднаних Арабських Еміратів, Катару, Кувейту, Оману, Бахреїну і т.д (рис. 3.5.).

Розглянувши ці країни детальніше можна робити висновок, що український військовий туризм був цікавий в першу чергу країнам Азії.

Вивчаючи іноземний туристичний потік в Україну щодо інших ресурсів військового туризму, ми бачимо що окрім наведених вище країн, що мають зацікавленість в пам'ятках Другої світової війни України є Угорщина, які відвідують щороку Лінію Арпада, що залишається цікавим туристичним об'єктом й для інших туристів з Європи.

Також, військові пам'ятки Другої світової війни України можуть бути цікавими Євреям, нащадки яких проживала тут під час 1939-1945рр.. Вони можуть приїхати

в Україну, щоб відвідати Бабин Яр – одне з найвідоміших місць масових розстрілів євреїв в Україні.

Цікавим для іноземців в Україні є місто Львів. Як колискова української культури, та столиця українського визвольного руху, що за часів Другої світової війни боролася як з «советською» владою, так і з німецькими фашистами. В Львові збереглися багато пам'яток того періоду, що допомагають розкрити діяльність Української Повстанської Армії того періоду.

Наприклад, як пам'ятки воєнного туризму того періоду є дуже цікавими два музеї Львова: Національний музей-меморіал жертв окупаційних режимів «Тюрма на Лонцького» та ресторан-кафе Криївка УПА.

«Тюрма на Лонцького» була колишньою в'язницею у Львові, яка служила політичною тюрмою під час радянського та нацистського режимів у ХХ столітті. З 2009 року ця будівля перетворилася на національний музей-меморіал, присвячений жертвам окупаційних режимів.

У 1889—1890 роках на розі вулиць Сапеги (сьогодні Бандери) та Коперника була побудована будівля жандармерії Австро-Угорщини в стилі неоренесансу за проектом архітектора Яновського.

У цьому будинку розташовувався Четвертий відділ Головної комендатури державної поліції, який займався боротьбою з «антидержавними» організаціями, такими як Організація українських націоналістів та Комуністична партія Західної України. Хоча неофіційно, ця тюрма спеціалізувалася на політичних в'язнях. У 1935 році слідчий відділ поліції переїхав в цю будівлю, і в'язниця стала слідчим ізолятором. Під час Львівського процесу 1936 року в цій тюрмі були утримувані Степан Бандера, Ярослав Стецько, Микола Лебідь та інші підсудні.

В 1939—1941 роках, під час Першої радянської окупації, помилково вважали, що ця будівля була В'язницею № 1 для 1500 осіб, але насправді це були «Бригідки».

На площі Шашкевича, навпроти тюрми, у 1997 році було встановлено Пам'ятник «Жертвам комуністичних злочинів». Ідею створення Меморіалу пам'яті жертв окупаційних режимів підтримали громадські та офіційні організації, такі як Львівська міська рада, Львівська обласна рада та Служба безпеки України. Робоча

група, яка включала представників цих структур, а також Центр досліджень визвольного руху та відомих громадських діячів, координувала роботи зі створення Меморіалу.

Служба безпеки виділила приміщення та земельну ділянку для Меморіалу, відкрила доступ до тюремних приміщень для науковців та громадськості і надала дозволи на проведення необхідних робіт. Центр досліджень визвольного руху провів докладне дослідження історії тюрми, збирає спогади та свідчення колишніх в'язнів. Результатом роботи робочої групи стало затвердження ідеї Меморіалу, розробка концепції і проведення першого етапу міжнародного архітектурного конкурсу. Також було сплановано першочергові заходи, які включали фотодокументацію музейних приміщень та території, історико-архітектурні дослідження, зонування музею та прилеглої території, архітектурно-реставраційні та ексгумаційні роботи.

«Криївка» - це унікальний ресторан-кафе, що став популярною пам'яткою воєнного туризму у Львові. На перший погляд він виглядає як звичайна будівля, але вхід до нього захищений, щоб відповідати законам воєнного часу. Але не дивуйтеся, якщо ви попросите будь-якого львів'янина розказати вам про цей заклад, ви без проблем знайдете вхід до ресторану.

Щоб потрапити в цей незвичайний заклад, вам потрібно скористатися паролем «Слава Україні» та випити чарку медовухи. Після цього двері перед вами відчиняються і ви потрапляєте в атмосферу іншого світу. В середині вас зустріне дерев'яний інтер'єр з бруса, справжні стіни з грубої цегли, на стінах висять листівки та карти УПА, по всьому приміщенню розкидані гільзи та патрони, а офіціанти виступають у ролі вояків. Атмосфера підкреслюється цікавим музичним супроводом.

Окрім особливого інтер'єру, «Криївка» славиться своїм розмаїтим меню. Серед найпопулярніших страв можна знайти борщ «Перше причастя», півметрову ковбасу, свинину в пиві «Жорік хонде хох», куліш «Пантелеймонова сокира», вечерю лісового «Гауляйтера», сковорідку «Сита Дивізія», вареники, деруни з грибною підливою, картоплю з грибами «Бульба з п'єца», смалець, сало та багато

інших смачних страв. На кожен страву пропонують підібрати відповідне пиво. Крім того, у «Криївці» можна придбати сувеніри, такі як музичні диски, книги, футболки, листівки, значки та багато іншого.

Ресторан «Криївка» настільки популярний у Львові, що екскурсоводи завжди раді показати його гостям міста. Деякі екскурсії навіть спеціально включають відвідування цього закладу. Наприклад, гастро-екскурсія Львовом чи прогулянка Львовом для дітей. Багато туристів зацікавлені у можливості протримати в руках справжній німецький або радянський автомат, одягнути каску або бушлат часів Другої світової війни. Також «Криївка» стала популярним місцем для завершення екскурсії «Львів патріотичний».

Дослідження туристичних потоків до Національного музею історії України у Другій світовій війні відкриває інтригуючу динаміку та патерни відвідуваності. Передусім, відмічається стабільний інтерес до воєнних пам'яток як серед українців, так і серед іноземців. Зокрема, зростання кількості киян та мешканців інших регіонів України, які відвідують музей, свідчить про підвищення патріотичних почуттів та інтересу до власної історії в умовах глобальних викликів.

Щодо іноземних відвідувачів, особлива увага заслуговує на географію їхнього походження. Спостерігається зростання інтересу з боку арабських країн, що може свідчити про зміни у міжнародному сприйнятті України та її історичної спадщини. Також важливо відзначити стабільний інтерес з боку США та Польщі, що може бути пов'язаним з історичними зв'язками та спільними військовими подіями.

Львів з його багатою історією та культурною спадщиною є ключовим пунктом привабливості для іноземних гостей. Пам'ятки, пов'язані з Українською Повстанською Армією, можуть слугувати магнітом для тих, хто цікавиться військовою історією Центральної Європи. «Тюрма на Лонцького» та «Криївка» є відмінними прикладами того, як комбінація історії, культури та гастрономії може створити унікальний туристичний продукт.

**Географія відвідування іноземними туристами Національного музею
України у Другій світовій війні, 2018-2022рр.**

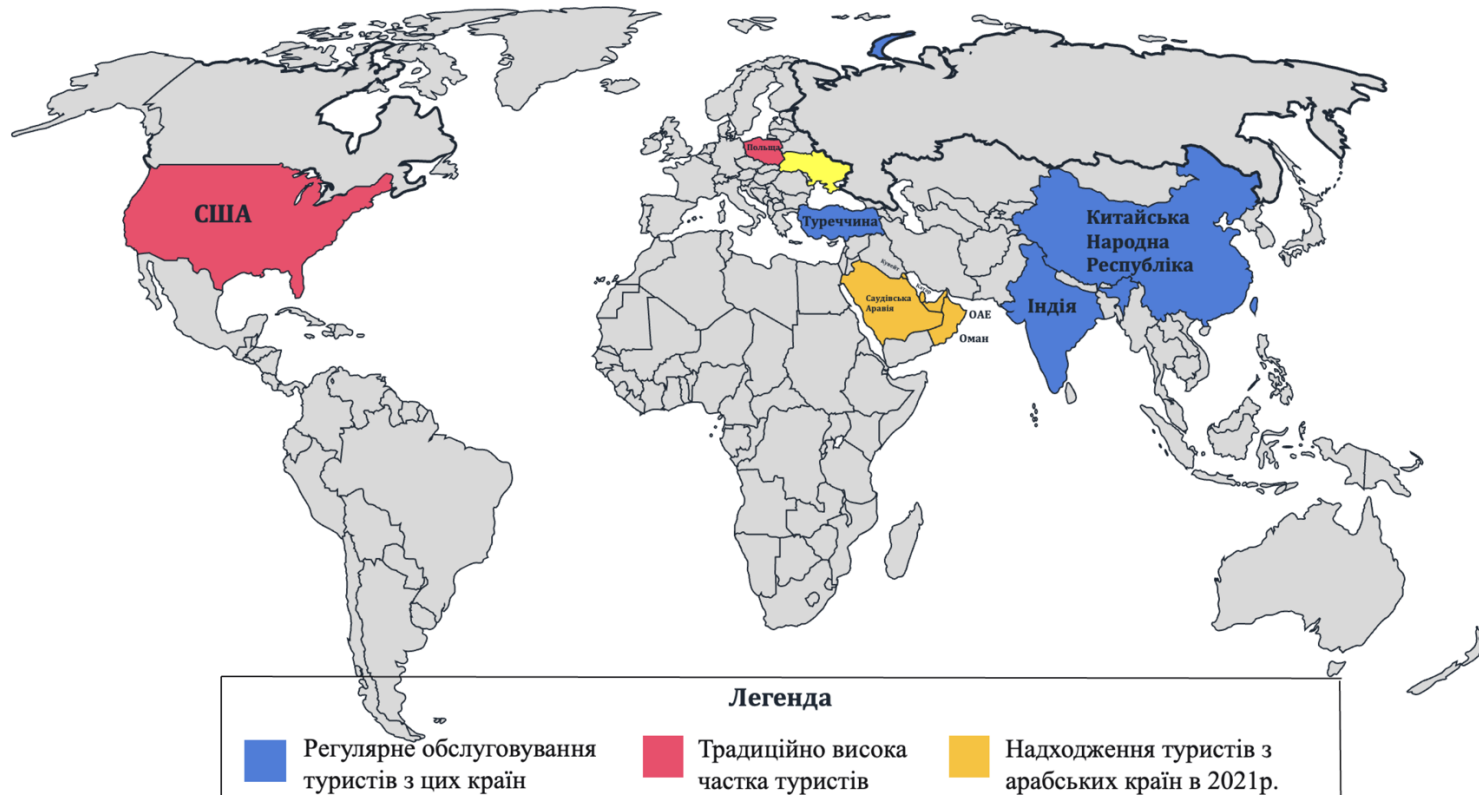


Рис. 3.7. Країни, відвідувачі з яких відвідували екскурсії в Національному музеї Другої світової війни в Києві в 2019-2022рр.

Джерело: складено автором на основі [70]

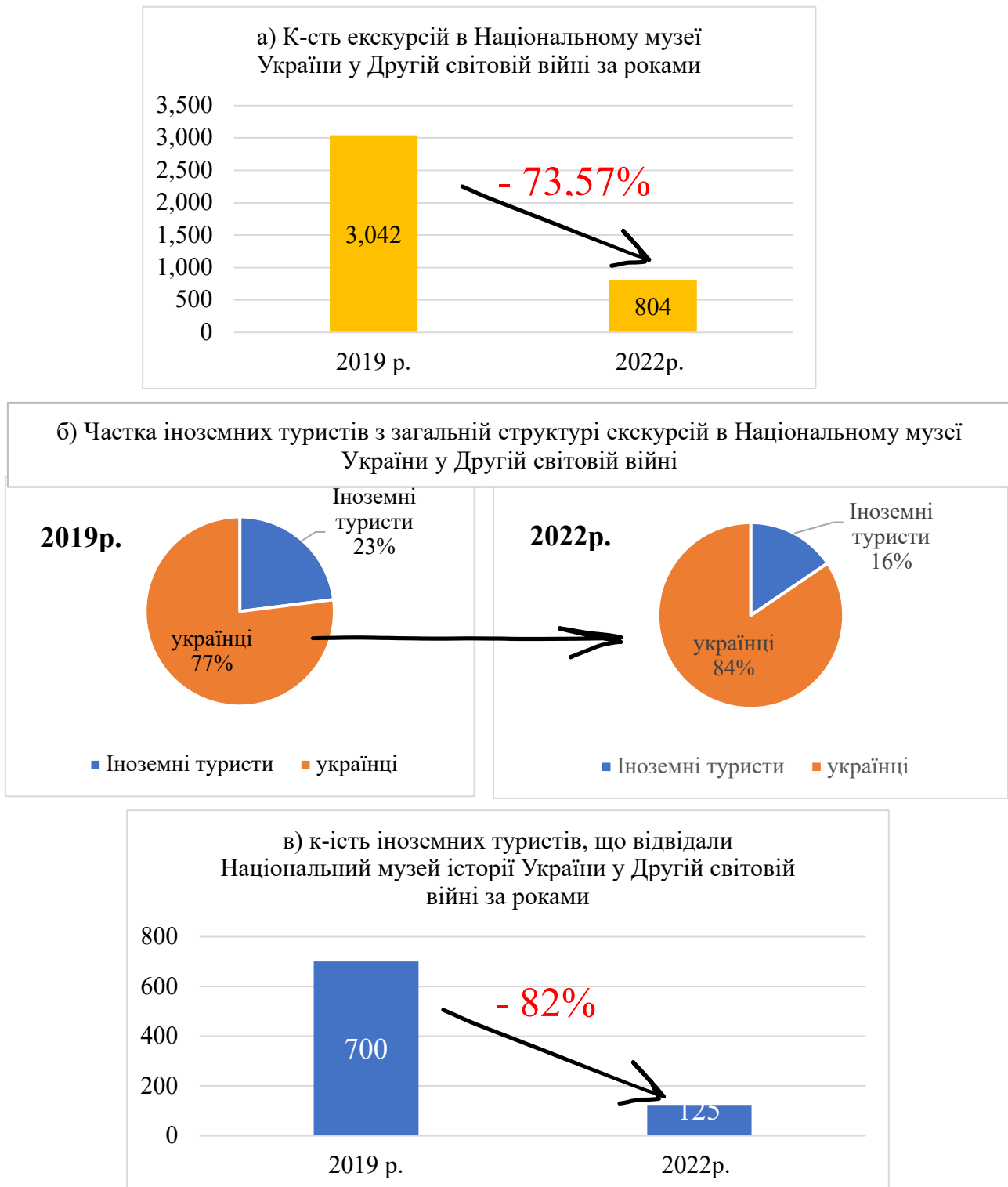


Рис. 3.8. Показники активності відвідування іноземними туристами Національного музею України у Другій світовій війні

Джерело: складено автором на основі [70]

У контексті єврейської спільноти, пам'ятники, пов'язані з трагічними подіями Другої світової війни, такі як Бабин Яр, мають особливе значення. Їхнє відновлення

та популяризація можуть сприяти залученню іноземних відвідувачів з єврейської діаспори.

Враховуючи отримані дані, можна рекомендувати розробити цільові туристичні програми для різних груп іноземних відвідувачів, зосереджуючись на індивідуальних історичних та культурних інтересах кожної країни або регіону.

Враховуючи проведений аналіз іноземних туристопотоків воєнного туризму, ми вважаємо за доцільне запропонувати такі рекомендації, для того, щоб стимулювати розширення зацікавленості іноземців у воєнній спадщині України через:

1) *адаптація до зміни відвідувачів*: враховуючи нову географію відвідувачів, важливо адаптувати експозиції, екскурсії та інші сервіси до їхніх культурних особливостей і інтересів.

2) *партнерства з туристичними агентствами*: встановлення співпраці з туристичними агентствами з країн, де спостерігається зростання інтересу, може сприяти просуванню воєнного туризму України.

3) *розширення онлайн-присутності*: з метою привернення більшої кількості іноземних туристів необхідно активізувати онлайн-присутність музеїв та інших пам'яток, зокрема в соціальних мережах та на туристичних платформах.

3.4. Закордонні туристопотоки воєнного туризму

У контексті глобалізації та розвитку туристичної індустрії, воєнний туризм в Україні набуває все більшої актуальності. При цьому, аналіз туристичних потоків наших громадян до інших країн може вказувати на потенційний інтерес до воєнних пам'яток та історії інших держав.

За даними 2021 року, Польща визнана найпопулярнішою дестинацією для українців, із понад 4,4 млн відвідувачів. Водночас, Туреччина та Угорщина також займають високі позиції в рейтингу країн, які відвідують наші співвітчизники. Такі дані свідчать про активність та відкритість українців до світу, а також про потенційний інтерес до пам'яток воєнного туризму в цих регіонах[34].

Однак, на жаль, статистика зі спеціалізованого туризму 2020 року показує, що лише незначна кількість українців (28 осіб з Києва) цікавиться цією сферою. Це вказує на необхідність додаткових досліджень, які допомогли б виявити основні фактори, що впливають на цей вид туризму.

Поїздки українців за кордон в основному мають приватний характер, що підтверджується даними Держстату за 2021 рік. Заради туризму з країни виїхала лише невелика кількість українців. Це свідчить про те, що основна маса громадян України відвідує інші країни з іншими метами[34].

За результатами опитувань 2021 року, проведених Державним агентством розвитку туризму, можна визначити, що основними напрямками для українців залишаються країни Європи, Туреччина та Єгипет. Це може слугувати підказкою для розвитку воєнного туризму у зазначених регіонах, адже існує потенційний інтерес до історії та культури цих країн.

Для подальшого розвитку воєнного туризму в Україні, а також для формування інтересу українців до воєнних пам'яток інших країн, важливо звертати увагу на потреби та вподобання туристів, а також активно розвивати співпрацю з партнерськими країнами.

Основні пам'ятки воєнного туризму Польщі, які було б цікаво відвідати українським туристами це такі пам'ятки, як півострів Вестерплатте, Музей Другої світової війни в Гданську, Музей нацистського концтабору Штутгоф, Вовче лігво в Герложі, Музей Варшавського підйому у Варшаві, Меморіальний комплекс "Пальміри", Регіон укріплень Мендзижець, Комплекс Різе, Музей нацистського концтабору Аушвіц-Біркенау (внесений до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО), Фабрика Шиндлера в Кракові або Музей національної армії в Кракові.

Щодо основних пам'яток воєнного туризму Німеччини, то можна віднести[144]:

1. Ворбункер/Фюрербункер – Берлін.

Ворбункер і Фюрербункер колись були місцями, де Адольф Гітлер знаходив притулок, а згодом і жив. Складний підземний комплекс бетонних бункерів був

спроектований як тимчасове укриття від повітряних нальотів для Гітлера, його сім'ї та охоронців. Хоча це місце було переплановане на сучасний житловий будинок, це залишається важливим місцем Другої світової війни, оскільки саме у фюрербункері Гітлер покінчив життя самогубством. Сьогодні тут можна побачити пам'ятний знак, який пояснює розташування та значення бункерного комплексу.

2. Меморіал і музей Дахау - Дахау

Дахау був першим з багатьох нацистських концентраційних таборів, відкритих у Німеччині, і був призначений для утримання політичних в'язнів з Німеччини та Австрії, а також єврейських в'язнів. Він також був відкритий найдовше - з березня 1933 року по квітень 1945 року, що охоплює майже всі 12 років нацистського режиму. Сьогодні на місці колишнього концтабору знаходиться меморіал, а також музей, який може відвідувати громадськість.

3. Мітинговий майданчик нацистської партії - Нюрнберг

Мітинговий майданчик нацистської партії займав близько 11 квадратних кілометрів на південному сході Нюрнберга і був місцем проведення шести нацистських мітингів між 1933-1938 роками. Хоча не всі історичні будівлі залишилися, багато з них збереглися і можуть бути відвідані громадськістю, оскільки вся територія тепер є меморіалом.

4. Меморіал Голокосту в Берліні

Цей меморіал площею 4,7 акрів у Берліні був спроектований архітектором Пітером Айзенманом та інженером Буро Гаппольдом і слугує даниною пам'яті єврейським жертвам Голокосту. Меморіал вкритий 2 711 бетонними плитами, відомими як "стели", а на східному краю меморіалу розміщено Інформаційний стенд, на якому перелічені імена всіх відомих жертв Голокосту.

5. Церква Святого Миколая - Гамбург

Ця церква в стилі готичного ренесансу колись була найвищою будівлею у світі у 1874-1876 роках і відіграла важливу роль у Другій світовій війні. Під час масштабних повітряних нальотів на місто Гамбург вежа церкви слугувала ціллю та візуальним орієнтиром для повітряних сил союзників. На жаль, 28 липня 1943 року

церква була сильно пошкоджена бомбардуванням і перетворилася на єдину вежу, яку можна побачити сьогодні.

6. Меморіал Міттельбау-Дора - Нордгаузен

Міттельбау-Дора був нацистським концентраційним табором часів Другої світової війни, розташованим поблизу Нордгаузена в німецькій землі Тюрингія. Цей табір був сумнозвісний своєю надзвичайною жорстокістю до в'язнів, і приблизно кожен третій з 60 000 в'язнів, відправлених сюди, не вижив. Сьогодні на цьому місці знаходиться меморіал та історичний музей, який слугує місцем жалоби і вшанування пам'яті жертв цього концтабору. А також інші пам'ятки воєнного туризму.

Як висновок, ми вважаємо, що розвиток внутрішнього воєнного туризму в Україні вимагає глибокого розуміння можливостей виїзного воєнного туризму до сусідніх країн, на кшталт Польщі та Німеччини. Причин для цього декілька:

1. Спільна історія. Друга світова війна вплинула на всю Європу, включаючи Україну, Польщу та Німеччину. Розуміння того, як інші країни представляють свою участь та страждання під час цієї війни, може допомогти в розробці ефективних стратегій для презентації вітчизняних воєнних пам'яток.

2. Інтерес до Подій Другої світової війни. Пам'ятки, такі як Вестерплатте, Вовче лігво, Штутгоф, Фюрербункер та інші, вже приваблюють туристів з усього світу завдяки своїй історичній значущості. Вивчення інтересу українців до таких пам'яток може допомогти визначити, які аспекти воєнної історії є найбільш привабливими для вітчизняних туристів.

3. Партнерство та співпраця. Активна співпраця з Польщею та Німеччиною у сфері воєнного туризму може сприяти обміну досвідом, організації спільних турів та рекламних кампаній. Такий підхід може привернути більше уваги до воєнних пам'яток України.

4. Економічний розвиток. Приваблюючи українців до воєнних пам'яток Польщі та Німеччини, можна стимулювати зростання внутрішнього воєнного туризму. Зростаюча популярність таких місць серед українців може спонукати

розвиток вітчизняних воєнних пам'яток та привернути до них увагу іноземних туристів.

Отже, розуміння вподобань та інтересів українців до воєнних пам'яток сусідніх країн є ключовим для успішного розвитку внутрішнього воєнного туризму в Україні. Така стратегія відкриває нові можливості для популяризації вітчизняних пам'яток та зміцнення партнерських зв'язків з сусідніми країнами.

Висновки до розділу 3

1. Основу ресурсного забезпечення управління регіонального розвитку туризму складає його ресурсний потенціал, що являє собою сукупність, матеріальних (в тому числі природних), фінансових, трудових та інформаційних ресурсів рекреаційно - туристичної системи регіону.

2. Для аналізу видової та географічної структури туристопотоків було використано статистичну інформацію від Національного музею історії України у Другій світовій війні. Даний музей є найбільшим музеєм в Україні, діяльність якого присвячена подіям Другої світової війни. У своїх проєктах Музей розповідає не лише про український досвід Другої світової війни, а й про інші воєнні катаклізми новітньої доби на теренах України.

3. У 2018 р. експозиції Національного музею України у Другій світовій війні відвідали майже 730 тис. відвідувачів, у 2019 р. – 777 тис. осіб. Пандемія COVID-19 спричинила негативні наслідки для усієї туристичної сфери, в тому числі і музейної складової. Зокрема, періоди роботи Музею чергувалися з її вимушеним призупиненням. Тож у 2020 р. загальна кількість відвідувачів склала 122,8 тис. осіб. У 2021 р. – 211,7 тис. осіб, а у 2022 р. – 128,8 тис. осіб.

4. Внутрішній туризм в Україні і у докризовий період був малорозвиненим, чому сприяла низка чинників, основний з яких – невідповідність якості послуг їх ціні. Однак через пандемію COVID-2019 та закриття кордонів українським туристам у 2020 р. не залишалося особливого вибору. Серед іноземних країн в'їзд українцям був дозволений у Туреччину, Єгипет, Хорватію та Албанію і то лише з липня.

5. Аналіз внутрішніх та іноземних турист потоків також було проведено на основі даних найбільшого музею в Україні – Національний музей історії України у Другій світовій війні.

Таким чином, із 3 042 екскурсій, проведених у 2019 р., 20% були зареєстровані як такі, що проведені для відвідувачів із Києва, 21% – для гостей з інших регіонів України та 23% – для відвідувачів з інших країн. Решта 36% груп мали змішаний характер, об'єднуючи людей з різних регіонів України. До цієї категорії входять військовослужбовці Збройних сил України та Національної гвардії України, діти з оздоровчих таборів (зокрема, Міжнародного дитячого центру «Артек», Буковель), вихованці шкіл-інтернатів тощо. На основі майже 800 екскурсій, проведених у 2022 р., підраховано, що 30,5% екскурсантів складають кияни, 29% – мешканці інших регіонів, 15,5% – громадяни інших країн. 25% екскурсійних груп мали змішаний характер.

6. Такі країни як Польща, США, Китайська Народна Республіка, Індія та Арабські країни відвігають важливу роль в розвитку воєнного туризму в Україні, бо вони відвідували наші пам'ятки протягом останніх років.

РОЗДІЛ 4. ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ)

4.1. Воєнний туризм в Україні як бізнес-напрямок

Туристичний бізнес у сучасних умовах є складною системою, яка виробляє та реалізує туристичний продукт для задоволення попиту на послуги. Він базується на чотирьох основних елементах: виробництві, комплектуванні, реалізації та споживанні туристичних послуг. Важливим компонентом цієї системи є підприємства, що створюють та пропонують туристичний продукт на ринку.

Особливість сучасного туристичного ринку полягає в тому, що одна послуга може не задовольнити всіх потреб туриста. Тому існує потреба в об'єднанні різноманітних послуг у єдиний комплекс – турпродукт. Саме завдяки такому підходу на ринку активно формуються підприємницькі структури, як-от туристичні оператори та агенти, які пропонують комплексні туристичні продукти.

Основними суб'єктами туристичного бізнесу є виробники послуг, туристичні оператори, агенти, а також спеціалізовані підприємства, що забезпечують додаткові послуги, такі як розміщення, харчування, транспорт, реклама та інформація.

У контексті розвитку нових напрямків туристичного бізнесу в Україні, воєнний туризм виступає як перспективний сектор. Цей напрямок пропонує унікальну можливість для туристів познайомитися з військовою історією країни, відвідати музеї, пам'ятники та місця бойових дій. Така специфіка дозволяє Україні розкрити нові горизонти для атракції туристів та розвитку вітчизняного туристичного бізнесу. Один з ключових факторів, що зробив воєнний туризм популярним у останні роки, - це збільшення інтересу до військової історії України. Військова техніка, зброя, військова форма, бойові дії та інші аспекти стали об'єктом уваги для туристів, які бажають більш глибоко вивчати історію країни.

Україна має багату історію воєнного періоду, що дозволяє розвивати воєнний туризм на всій території країни. Саме через все це воєнний туризм може стати важливим напрямком розвитку туризму в Україні. Це дозволить підвищити туристичний потенціал регіонів, залучати нові інвестиції та збільшувати дохід від туризму. Також це може стати міцним кроком у зближенні та співпраці з іншими країнами.

Для кількісної та якісної оцінки перспектив воєнного туризму в Україні як бізнес напрямлення було використано декілька загальновідомих маркетингових методик:

- 1) SWOT-аналіз - англ. strengths, weaknesses, opportunities, threats);
- 2) аналіз макросередовища - Аналіз PESTLE - (англ. Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental);
- 3) аналіз мікросередовища COSMIC - (англ. Customer, Organization, System, Market, Industry, Competitor);
- 4) аналіз конкурентоздатності індустрії – Аналіз конкурентних переваг Портера;
- 5) аналіз статистики зацікавленості питанням воєнного туризму в інтернеті – полягає в оцінці згадувань таких категорій як: «воєнний туризм», «туризм в Україні» та інших категорій за допомогою Google Trends;
- 6) визначення цільової аудиторії та формування портрета клієнта, що є ключовим етапом у розробці маркетингової стратегії будь-якого бізнесу. Цільова аудиторія – це група людей, яка має спільні потреби, інтереси та характеристики, які можуть бути задоволені або задовольняються продуктом або послугою. Визначення цільової аудиторії допомагає бізнесу зосередитися на конкретній групі споживачів, яка є найбільш привабливою з комерційної точки зору. Це дозволяє бізнесу ефективніше використовувати свої ресурси та бюджет, зменшити ризики та збільшити прибуток.
- 7) Value chain analysis. Термін «ланцюжок створення вартості» стосується різноманітних бізнес-дій і процесів, залучених до створення продукту або надання послуги. Ланцюжок створення вартості може складатися з кількох етапів життєвого

циклу продукту чи послуги, включаючи дослідження та розробки, продажі та все, що між ними. Концепція була розроблена професором Гарвардської школи бізнесу Майклом Портером у його книзі[141].

Почнемо з визначення цільової аудиторії, яка була б зацікавлена в воєнному туризмі. Туристичні фірми, які зацікавлені в залученні кінцевого споживача зобов'язані знати кому вони пропонують свої послуги, бо саме ця інформація може допомогти правильно вибудувати стратегію позиціонування на ринку. Цільова аудиторія – це потенційні споживачі бренду, на яких потрібно спрямовувати комунікацію.

Згідно з нашого дослідження, вивчення новинних видань, можна виділити двох категорій основних споживачів послуг воєнного туризму в Україні за національною ознакою: 1) українці; 2) іноземці (європейці, китайці, американці).

Тому, при формуванні бізнес плану для підприємства в воєнному туризмі потрібно враховувати дані характеристики і розробляти маркетингову стратегію для популяризації даного виду туризму з його урахуванням.

Наступним кроком є аналіз статистики зацікавленості питанням воєнного туризму в інтернеті за допомогою google trends. На основі інформації щодо популярності пошукових запитів слів, пов'язаних з воєнним туризмом, ситуацією в Україні, популярність країни у світі було складено хмара слів з найбільш популярних термінів на березень 2023 р. (рис. 6.1.). Також, за допомогою тих самих даних з google trends було визначено країни, які найбільше цікавилися даними запитами для того, щоб краще зрозуміти цільового клієнта для українських компаній, що будуть працювати в напрямку воєнного туризму в Україні (рис. 4.2. та рис. 4.3.).



Рис. 4.1. Хмара слів популярності України та туризму в 2023 р.

Джерело: [129]

Розглянувши інформацію про країни, які найбільше цікавляться питанням воєнного туризму (рис. 4.2.) та воєнного туризму на березень 2023 р. найбільш активно займаються пошуком інформацією про даний вид туризму: 1) Філіппіни; 2) Сполучені Штати Америки; 3) Індія; 4) Велика Британія; 5) Австралія; 6) Канада. Це показує, що наразі цікавість до воєнного та воєнного туризму в світі мають країни Північної та Південної Америки через: 1) історичну важливість військової справи; 2) патріотизм населення; 3) популярність військової культури.

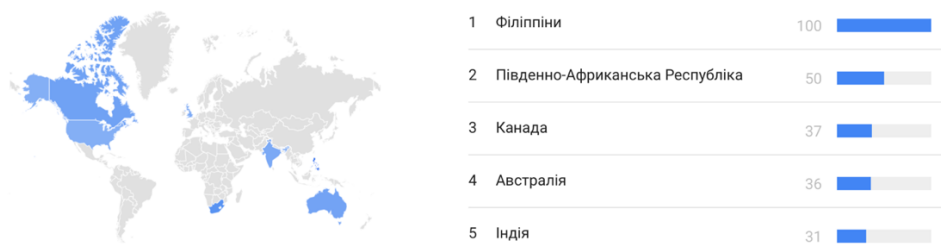


Рис. 4.2. Популярність за регіонами пошукового терміну «war tourism» за останні 5 років

Джерело: [129]

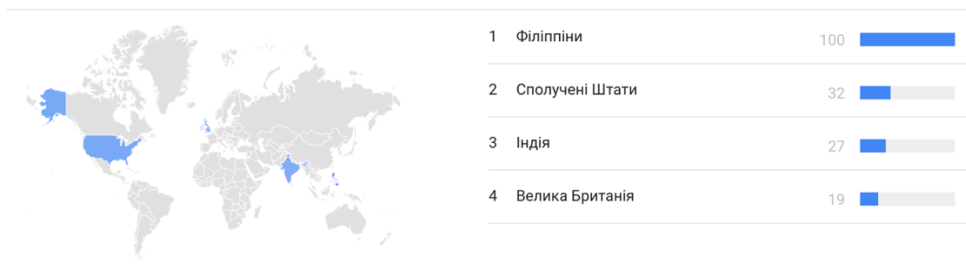


Рис. 4.3. Популярність за регіонами пошукового терміну «military tourism» за останні 5 років

Джерело: [129]

Виходячи з вище неведених даних було визначено іноземні країни на які доцільно орієнтуватися при ведення підприємницької діяльності в воєнному туризмі в Україні.

Для кращого розуміння мікро та макро середовища існування воєнного туризму в Україні проведено COSMIC аналіз - (англ. Customer, Organization, System,

Market, Industry, Competitor) та PESTLE - (англ. Political, Economic, Social, Technological, Legal, Environmental). Дані методики використовуються для аналізу середовища функціонування підприємств.

На основі проведених COSMIC та PESTEL аналізів, що можна переглянути в додатку В1, В2 відповідно можна зрозуміти, що на сьогоднішній день військовий туризм є досить перспективним напрямком підприємництва за рахунок наявності значної кількості сильних сторін та можливостей для розвитку в Україні. І хоча, безпекова ситуація в країні на даний момент може стримувати нових туристів до подорожі в Україну, та після закінчення війни вона зміниться, а тому й туристів, яким було б цікаво на власні очі побачити місця військових подій зросте.

Також, проаналізувавши COSMIC та PESTEL аналізів можна сформулювати SWOT аналіз воєнного туризму(табл.11.).

Для більш доцільного розуміння саме середовища функціонування воєнного туризму в Україні був оцінений також аналіз П'яти сил Портера даної галузі. Аналіз представлений в табл. 12

В Україні наразі наявна невелика кількість туристичних фірм, що організовують мілітарні (воєнні) тури по Україні. Серед найбільших представників є Wonders & Holidays – це український туристичний оператор в'їзного, внутрішнього та корпоративного туризму, DMC; Туристична Агенція «Окрайна», що проводить тури по Закарпаттю; VisitUkraine.Today — унікальний інформаційний портал для туристів, які подорожують Україною, та українців, які планують поїздку за кордон; Adventure Tours in Ukraine – мілітарні тури в Чорнобиль. (написати 2 сторінки про компанії, що зараз працюють на ринку воєнного туризму в Україні).

Сьомий метод оцінки бізнес потенціалу даного різновиду туризму є Value Chain Analysis (рис. 4.4), що є важливим інструментом стратегічного управління, який допомагає аналізувати діяльність організації чи напрямку діяльності організації і розуміти, які дії створюють найбільшу цінність для клієнтів.

SWOT аналіз воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

<i>Сильні сторони (S)</i>	<i>Слабкі сторони (W)</i>
Багаті історичні та культурні традиції, пов'язані з воєнною історією, архітектурою та культурними пам'ятками.	Недостатня реклама та інформаційна підтримка воєнного туризму.
Розташування в регіоні з великою кількістю інших популярних туристичних місць.	Слабка розвиненість інфраструктури для військових туристів, така як музеї, експозиції та готелі.
Низькі ціни туризму	Відсутність чіткої та стабільної підтримки воєнного туризму з боку держави..
Підвищений інтерес до військової історії, особливо серед людей, які відвідують Україну	Висока вартість організації військових турів, особливо з використанням автентичної військової техніки.
Наявність кваліфікованого персоналу, який може надати послуги з проведення військових екскурсій та навчальних програм.	Воєнний туризм розглядається деякими мало поінформованими людьми як «темний туризм» і тому має погану публічність
Зацікавленість іноземцями в Україні	
<i>Можливості (O)</i>	<i>Загрози (T)</i>
Висвітлення заходів безпеки та вирішення будь-яких проблем безпеки може допомогти залучити більше клієнтів.	Економічна нестабільність. Нестабільність економічної ситуації в країні може вплинути на зміну тарифів на транспорт та проживання, що може зробити воєнний туризм менш доступним для туристів.
Адаптація до мінливих галузевих тенденцій і пропонування нових та інноваційних варіантів турів може допомогти туристичним компаніям залишатися конкурентоспроможними	Безпекова ситуація в країні
Пропонування унікального досвіду та партнерство з місцевими організаціями можуть допомогти туристичним компаніям виділитися серед конкурентів.	Конкуренція з іншими країнами (такими як Польща, Угорщина, Сполучені Штати Америки).
Валютні переваги для країни за рахунок залучення іноземних туристів	Юридичні та бюрократичні аспекти ведення бізнесу пов'язаного з військовою справою

Джерело: розроблено автором

Таблиця 12.

Аналіз 5 сил Портера воєнного туризму в Україні

Сила	Оцінка	Коментар
Потужність покупця	Низька (український турист) Середня (іноземний турист)	- Досить високі витрати на перемикання міжтуроператорами, що надають тури з воєнного туризму (низька сила) - Висока доступність турів замінників в інших країнах (сильна сила) - Невеликий розмір клієнтів (слабка сила)
Потужність постачальника	Низька	Обмежений вибір постачальників (низька сила) - Дефіцит постачання (сильна сила)
Загроза нових учасників	Висока	- Помірна вартість ведення бізнесу (сильна сила) - Помірна вартість розробки бренду (сильна сила)
Загроза заміни товарів / послуг	Висока	- Висока доступність замінників воєнних турів в інших країнах (сильна сила) - Низькі витрати на перемикання між воєнними турами в Польщі та Україні (сильна сила)
Конкурентне суперництво	Низька	- Маленька кількість турагенцій, що займаються воєнним туризмом в Україні (слабка сила) - Слабка різноманітність турів (слабка сила)

Джерело: розроблено автором на основі [141]

Воєнний туризм в Україні, включаючи галузі, які обслуговують цей сектор, може бути розглянутий з точки зору Value Chain Analysis наступним чином:

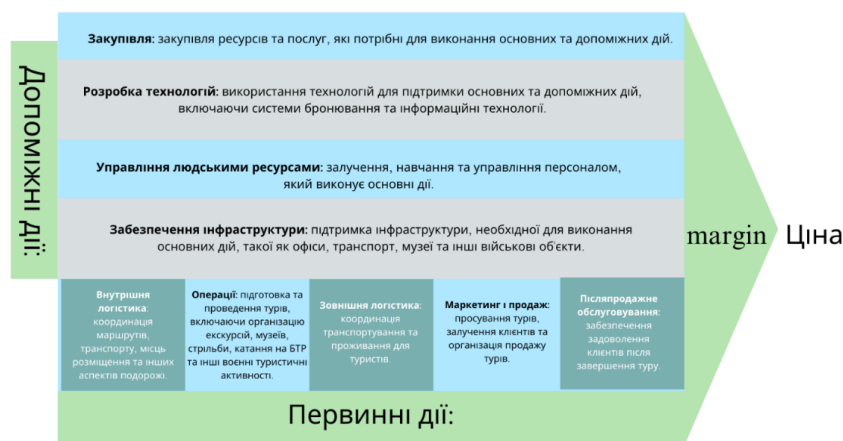


Рис. 4.4. Value Chain Analysis воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Джерело: розроблено автором на основі

Джерело: побудовано на основі [141]

Коментуючи даний різновид аналізу, ми можемо зробити висновки, що на формування цінності воєнного туризму впливають такі первинні (першочергові фактори) як:

1. *Внутрішня логістика*: Все починається з внутрішньої логістики. Це може включати планування маршруту, організацію транспорту та бронювання. Важливо, щоб ці елементи були добре скоординовані, оскільки вони визначають зручність та комфорт під час подорожі.

2. *Операції*: Операції включають безпосереднє надання послуг туризму, таких як організація екскурсій, надання інформації про історію і значення пам'яток, забезпечення безпеки туристів та забезпечення відмінного обслуговування.

3. *Зовнішня логістика*: Зовнішня логістика містить транспортування туристів до і від пам'яток, а також керування програмою під час їхнього відвідування.

4. *Маркетинг і продаж*: Туристична компанія також повинна активно залучати нових та повторних клієнтів через ефективні маркетингові кампанії та стратегії продажу.

5. *Післяпродажне обслуговування*: Після завершення туру, важливо збирати відгуки від клієнтів та надавати підтримку, якщо виникають питання або проблеми.

А також допоміжні дії, які підтримують, але не є основними в процесі формування ціннісної пропозиції воєнного туризму:

1. *Забезпечення інфраструктури*: Пам'ятки та місця, що використовуються для туризму, повинні бути добре збережені та підтримувати високий рівень безпеки.

2. *Управління людськими ресурсами*: Персонал, що обслуговує туристів, повинен бути висококваліфікованим і гостинним, щоб створити позитивний досвід для клієнтів.

3. *Розробка технологій*: Технології, такі як вебсайти для бронювання, віртуальні тури та мобільні додатки, можуть значно полегшити процес бронювання та підвищити задоволеність клієнтів.

4. *Закупівля*: Закупівля обладнання, транспортних засобів, ресурсів для обслуговування тощо, є критичною для успішного здійснення воєнного туризму.

Загалом, після проведення всіх 7 методів оцінки середовища функціонування воєнного туризму в Україні можна зробити висновок, що даний напрямок є досить перспективний, на ринку наявна незначний рівень конкуренції, що допомагає розвиватися невеликим компаніям, цікавість іноземців до українців та українського туризму зростає, а тому, в цьому сегменті ринку буде простіше закріпитися та завоювати економічне лідерство.

Розглядаючи воєнний туризм як бізнес напрямок в Україні згідно з інтересів нашого дослідження доцільно розуміти його потенціал серед туристів з Китайської Народної Республіки.

Китай, визнаний другою країною за ВВП на світовій арені, відрізняється найвищою чисельністю населення та найбільшим ринком споживачів. Ця країна може похвалитися найпотужнішим середнім класом в світі, через що туризм стає важливим сектором в загальному споживанні Китаю. Проте, враховуючи, що Китай – це розвиваюча країна з досить консервативною політичною системою, доступ до його воєнних ресурсів часто буває обмежений для міжнародного співтовариства, що ускладнює реалізацію деяких військово-туристичних проєктів[91].

Водночас Україна, яка є другою за розміром країною в Європі та колись була частиною СРСР, має велику військову історію та обладнання. Вона активно працює над проєктами воєнного туризму, спрямованими на приваблення китайських туристів.

Зростання популярності воєнного туризму в Китаї пов'язане з тим, що ця країна була переможцем Другої світової війни та заснувала Народну Республіку Китай у 1949 році. З того часу Китай зберігає значний військовий досвід і спадщину. Однак, воєнний туризм в Китаї наразі обмежений відвідуваннями.

Воєнний туризм сьогодні в основному зосереджений на музеях, місцях військових дій з великою кількістю жертв, а також військово-навчальних закладах. Інтерактивні та дослідницькі види воєнного туризму до цього часу не використовуються. За даними китайських джерел, Китай займає третє місце у світі за інтегрованою військовою потужністю. В Китаї ведеться автономне виробництво танків, бронетранспортерів, артилерійської техніки та боєприпасів. Згідно з

китайським законодавством, ці військові ресурси недоступні навіть для місцевих туристів.

Економічний розвиток Китаю в даний час набуває розмаху, стандарт життя та споживчі витрати населення значно зросли порівняно з десятирічною перспективою. Наприклад, ВВП на душу населення тепер є майже \$ 1000 за рік (2019). Зростання життєвого рівня китайського населення, рівень освіти, а також розвиток політичної і військової сфер ведуть до збільшення попиту на військовий туризм. Оскільки в Китаї цей попит не можна задовольнити, китайські туристи шукають можливості в інших країнах. За причинами політичного характеру вони перш за все віддають перевагу країнам, що раніше були частиною СРСР, тому попит на військовий туризм з боку китайських туристів в основному задовольняється в Україні, Білорусі та Казахстані[91].

Україна приваблива для розвитку іноземного військового туризму, особливо для громадян Китаю, завдяки ряду компетентностей. Україна має невелику територію, що сприяє зручному переміщенню китайських туристів між туристичними місцями, економлячи їх час і кошти. Крім того, Україна має морські порти, доступ до яких відкритий для туристів, що є її перевагою над Білоруссю та Казахстаном.

Україна володіє багатоманітним природним середовищем, включаючи рівнини, гори, ліси та степи, що ідеально підходять для активностей на відкритому повітрі, таких як полювання, а також для розташування полігонів, де китайські туристи можуть стріляти зі зброї на вибір. Така можливість значно підвищує привабливість України для військового туризму. З географічної точки зору, Україна є центром Європи. Це багатонаціональна країна з різнобарвним культурним контекстом, що манить китайських туристів.

Як колишня частина СРСР, однієї з найсильніших військових держав світу, Україна успадкувала велику кількість військового обладнання, військових місць та науково-дослідних центрів. Китай купував в Україні значну кількість озброєння і техніки та продовжує це робити. Тепер, як незалежна держава, Україна відкриває

раніше закриті військові зони й військові об'єкти для воєнного туризму, особливо для любителів радянської військової техніки.

Україна є ідеальним місцем для ознайомлення і вивчення військово-промислового комплексу радянської епохи. Як і Китай, СРСР був одним із переможців нацистського режиму під час Другої світової війни. Китай в минулому купував велику кількість авіаційної і бронетанкової техніки в СРСР. Тому багато китайських туристів зацікавлені в тому, щоб відвідати об'єкти, технології та військові пам'ятки, пов'язані з часами Другої світової війни, які збереглися в Україні.

В додаток, Україна зробила відкритими для огляду військові архіви епохи СРСР, що викликає інтерес у китайських туристів різного соціально-економічного статусу: молодь, що цікавиться зброєю інших країн, люди середнього віку з захопленням воєнної історії, а також старіші особи, що мають ностальгічні спогади про воєнні часи[91].

Проте, є деякі перешкоди для розвитку воєнного туризму в Україні. Попри велику територію України, її інфраструктура (мости, дороги, сервісні об'єкти, пам'ятки) в деякій мірі застаріла і потребує модернізації та інвестицій. Брак достатньої реклами та маркетингу також стримує розвиток цієї галузі туризму.

Туристичні послуги та бізнес-моделі потребують активної промоції, щоб залучити більше людей. Україна має багато ресурсів для воєнного туризму, але вони недостатньо відомі. Наприклад, Україна відмовилася від ядерного озброєння, але існують відповідні об'єкти інфраструктури, такі як військові бази, ракетні майданчики, шахти для ракет і т.д., наприклад, в Черкаській (Умань), Житомирській та Полтавській областях. Але інформація про них недостатня для туристів. Іншим важливим викликом є безпека воєнного туризму, який може бути ризикованим. Відомо про кілька випадків, коли туристи отримували травми під час таких екскурсій.

SWOT аналіз воєнного туризму в Україні для китайського туристу (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
законодавчий фундамент, який дозволяє туристичне використання колишніх військових об'єктів епохи СРСР;	застарілість інфраструктури (мости, дороги, комплекси пам'яток і т.д.) та необхідність її модернізації та інвестицій;
відносно сконцентровану територію;	недостатнє маркетингове та рекламне забезпечення;
тим самим економію часу і ресурсів на організацію турів	недостатня безпека проведення турів;
присутність морських портів;	обмеження або заборона відвідування окремих недіючих об'єктів;
можливість використання військової зброї та техніки туристами;	відсутність фінансових ресурсів та інвестицій для розвитку воєнного туризму;
доступність військових документів колишнього СРСР для публічного огляду.	відсутність законодавчої стратегії та державного регулювання у сфері воєнного туризму;
	несприятлива податкова політика для ведення малого (туристичного) бізнесу.
Можливості (O)	Загрози (T)
збереження військових об'єктів, які є цікавими для китайських туристів;	військові дії на сході України;
наявність та можливість використання полігонів військової техніки та обладнання;	медичні проблеми в Китаї (коронавірус);
підготовка кваліфікованих фахівців у військовій галузі, які можуть бути залучені в воєнний туризм;	конкуренція з боку Білорусі, Казахстану;
підвищення інтересу до розвитку воєнного туризму в країні; д) підтримка воєнного туризму ветеранами військової служби та місцевими туристичними компаніями;	неправильна реакція ЗМІ;
надання туроператорами спеціалізованих послуг з воєнного туризму для туристів з КНР.	проблеми авіаційного транспорту.

Джерело: розроблено автором на основі [91].

Щоб зробити воєнний туризм в Україні привабливішим для китайських мандрівників, можна запропонувати наступні стратегії:

а) поліпшення інфраструктури (оптимізація туристичних маршрутів від Києва до основних воєнних пам'яток);

б) покращення сервісу для відвідувачів, включаючи розробку гідів та інформаційних матеріалів на російській, англійській та китайській мовах, що допоможе туристам краще зрозуміти та оцінити пам'ятки;

в) посилення рекламних та інформаційних кампаній на головних вебсайтах Східної Азії. Оскільки Китай прийняв певні політичні та економічні заходи щодо блокування багатьох міжнародних вебсайтів, реклама повинна бути розміщена на популярних вебсайтах в Китаї, які відповідають вподобанням китайських користувачів, з акцентом на унікальність України, щоб привернути увагу туристів. Китайська ІТ-компанія Huawei, яка має офіс в Києві, може бути включена в цей процес.

г) забезпечення безпеки та надання допомоги в надзвичайних ситуаціях. Всі важливі пам'ятки в Україні повинні бути обладнані необхідним обладнанням і забезпечувати достатній рівень інформації для туристів про можливі надзвичайні обставини.

Вивчаючи перспективи України у розвитку воєнного туризму для китайських мандрівників, ми використовували методологію SWOT-аналізу (табл. 12). Воєнний туризм в Україні відкриває нові горизонти для економічного зростання, надаючи можливість диверсифікації туристичного сектору та приваблення відвідувачів з Китаю. Детальний SWOT-аналіз показав, що, не дивлячись на солідну основу вчоргове законодавчу, географічну та історичну, існують певні обмеження та проблеми, які заважають оптимальному розвитку цього сектору.

Вкладення в сучасну інфраструктуру, інноваційний маркетинг та адаптація під потреби китайських туристів можуть зробити Україну привабливішою для цієї аудиторії. Однак, також важливо враховувати зовнішні чинники, такі як геополітична ситуація та світові медичні виклики.

Для досягнення бажаного успіху в області воєнного туризму, потрібно не просто фокусуватися на вдосконаленні існуючих ресурсів, а й активно співпрацювати з міжнародними партнерами, особливо в азіатському регіоні, і

створювати умови для безперервної взаємодії з потенційними інвесторами та туристами.

4.2. Інфраструктура воєнного туризму та його географія

Згадані вище компанії, що займаються розвитком воєнного туризму в Україні, представляють широкий спектр послуг для любителів історії, адреналіну та пригод. Ось більше інформації про їх діяльність та пропозиції:

Wonders & Holidays: ця компанія спеціалізується на в'їзному, внутрішньому та корпоративному туризмі. Вони пропонують військові тури, які включають відвідування історичних місць, музеїв та пам'яток, що пов'язані з військовою історією України.

DMC (Destination Management Company): ця компанія також пропонує військові тури, спрямовані на відвідування військових об'єктів, а також участь в навчальних програмах і тренуваннях з тактики та стратегії.

Туристична Агенція «Окрайна»: зосереджена на проведенні турів по Закарпаттю, ця компанія пропонує військові тури, які включають екскурсії до стародавніх замків, фортець та інших історичних пам'яток, пов'язаних з військовою історією регіону.

VisitUkraine.Today: як інформаційний портал, VisitUkraine.Today може надати детальну інформацію про військові тури, доступні в Україні, а також допомогти з плануванням та організацією поїздки.

Adventure Tours in Ukraine: спеціалізуються на мілітарі турах в Чорнобиль, ця компанія пропонує унікальний досвід відвідування зони відчуження, екскурсії до секретних військових об'єктів та історичних пам'яток, пов'язаних з Чорнобильською катастрофою та радіаційним контролем.

В табл. 13. наведено аналіз туристичних компаній в Україні за різновидом мілітарі туризму, що вони надають.

Аналіз туристичних компаній в Україні за різновидами мілітарі-туризму, які вони надають

Компанія	Місто	Назва туру	Вид воєнного туризму
Wonders & Holidays (Київ)	Кіровоградська область,	Музей ракетних військ стратегічного призначення	музей
	Київ	Стрільба на полігоні	Військо-пригодницький туризм, стрільба
	Житомирська область, м. Коростень	Секретний об'єкт "Склея" і ставка Гімлера	Воєнно-історичний об'єкт, оборонні споруди
	Київ	Катання на БТР (БРДМ) в Києві. Ексклюзивний мілітарі-тур	Військо-пригодницький туризм
Туристична Агенція «Окрайна»	Закарпатська область	Мілітарі-тур по Закарпаттю	Воєнно-історичний об'єкт, оборонні споруди
VisitUkraine.Today	Київська область	Супровід по деокупованих містах (прес-тур)	Воєнно-історичний об'єкт, місце битви, оборонні споруди
Adventure Tours in Ukraine	Київ	Стрільба тури у Києві	Військо-пригодницький туризм
		Катання на танках	Військо-пригодницький туризм
		Музей ракетних військ стратегічного призначення	музей

Джерело: розроблено автором

На основі наведеної таблиці можна зробити декілька висновків щодо інфраструктури воєнного туризму та його географії в Україні:

1) воєнний туризм в Україні у туроператорів представлений різними видами, зокрема воєнно-історичні об'єкти, місця битв, оборонні споруди, військово-пригодницький туризм та музеї;

2) компанії, що пропонують військові тури, розташовані в різних регіонах України, зокрема Києві, Київській області, Кіровоградській області, Житомирській області та Закарпатській області.

3) Київ та Київська область є основними центрами воєнного туризму в Україні, оскільки більшість турів та активностей зосереджені в цьому регіоні. Тут можна знайти воєнно-історичні об'єкти, музеї, стрільбища та можливість кататися на бронетранспортерах та танках.

4) Закарпатська область також пропонує військові тури, що фокусуються на воєнно-історичних об'єктах та оборонних спорудах регіону.

5) Житомирська область має військово-історичний об'єкт – секретний об'єкт «Скеля» і ставку Гімmlера, що також є цікавим для воєнного туризму.

Отже, воєнний туризм в Україні має різноманітні напрямки, що включають відвідування історичних місць, споруд, музеїв, а також більш активні заходи, як от стрільба на полігоні, катання на бронетранспортерах та танках. Проте, слід зазначити, що багато інших різновидів воєнного туризму, які мають інфраструктуру в Україні, на жаль, не представлені в туроператорів.

Це може бути пов'язано з рядом причин, таких як обмежений доступ до деяких військових об'єктів, недостатній попит на певні види воєнного туризму або недостатня просвіта споживачів щодо наявних можливостей. Щоб розвивати і диверсифікувати воєнний туризм в Україні, туроператорам та відповідним установам може бути корисно розширити пропозиції турів, забезпечити доступ до більшої кількості військових об'єктів, а також популяризувати воєнний туризм серед широкої аудиторії.

У майбутньому, за умови розвитку інфраструктури, підвищення свідомості про воєнний туризм та підтримки від державних структур, Україна може залучити більше туристів, зацікавлених у військовій історії та культурі країни, що сприятиме економічному розвитку регіонів та підвищенню загальної привабливості українського туризму.

Інфраструктура та географія воєнного туризму в Україні є різноплановими та багатогранними, що відображає різнобічність військової історії країни. За даними аналізу туристичних компаній, що працюють в даному напрямку, в Україні існує великий спектр пропозицій, що задовольняють інтереси різних категорій туристів.

Більшість туроператорів зосереджені в столиці та її околицях, що вказує на важливість Києва як ключового центру воєнного туризму. Проте регіональний розподіл пропозицій, зокрема в Закарпатті та Житомирській області, підкреслює значущість інших регіонів у відтворенні воєнної спадщини України.

Важливо зауважити, що, не дивлячись на різноманітність пропозицій, існує потреба в більш системному та інтегрованому підході до розвитку воєнного туризму. Особливо це стосується координації між різними туроператорами, щоб створити єдиний бренд воєнного туризму в Україні, а також розробки стратегій просування на міжнародному рівні.

Враховуючи геополітичні реалії та актуальні світові тенденції, потрібно також зосередитися на забезпеченні безпеки туристів та додатковій підготовці персоналу, який працює в даному напрямку.

4.3. Військово-патріотичні фестивалі, реконструкції та науково-практичні конференції

Військово-патріотичні фестивалі та реконструкції в Україні на сьогодні мають значний потенціал для розвитку, але, на жаль, поки що їх розвиток у країні є досить обмеженим. Заходи, такі як фестиваль військово-патріотичної пісні «Оберіг» в парку «Київська Русь», військово-історичні фестивалі «Велика перемога. Травень 45-го» і «Даєш Київ! Листопад 1943», а також історично-музичний фестиваль «Під Покровом Тризуба», є важливими подіями, що сприяють патріотичному вихованню населення та військовослужбовців.

Найвідомішими фестивалями-реконструкціями в Україні є «Битва націй» на території Хотинської фортеці, «Стародавній Меджибіж» та «Терра героїка» на Хмельниччині, що не належать до реконструкцій подій Другої світової війни.

Військові реконструкції та лекції, проведені для військовослужбовців Національної гвардії України, сприяють просвітницькому процесу та підвищенню історичної свідомості. Такі заходи знаходять підтримку серед військових та місцевих органів виконавчої влади, а також Міністерства молоді та спорту України.

Однак, потрібно зазначити, що ці заходи поки що відокремлені від офіційних заходів Збройних Сил України. В майбутньому, для подальшого розвитку військово-патріотичних фестивалів та реконструкцій в Україні, можна пропонувати активізувати співпрацю між організаторами цих заходів, Збройними Силами України та місцевими органами влади. Такий підхід допоможе забезпечити дієвіше патріотичне виховання та популяризацію історії українських військових формувань серед широкого кола населення.

Співпраця між військовими реконструкторами, Збройними Силами України та місцевими органами влади має потенціал сприяти створенню спеціальних програм та проєктів, які б спрямовувалися на підготовку молоді до служби в армії, а також на популяризацію військової служби та підвищення авторитету військовослужбовців в суспільстві.

Крім цього, можна розглянути можливість розширення тематики військово-патріотичних фестивалів та реконструкцій, охоплюючи не тільки історичні події, але й сучасні здобутки Збройних Сил України. Це допоможе забезпечити обмін досвідом між поколіннями та підвищити інтерес до історії та культури України.

Залучення медіа та соціальних мереж може також допомогти розширити охоплення аудиторії та залучити більше учасників та відвідувачів на військово-патріотичні заходи. Організаторам фестивалів та реконструкцій можна запропонувати створення спеціальних вебсайтів та сторінок у соціальних мережах, на яких будуть публікуватися анонси майбутніх заходів, новини, фото- та відеоматеріали.

Отже, військово-патріотичні фестивалі та реконструкції в Україні мають великий потенціал для розвитку. Шляхом активізації співпраці між усіма зацікавленими сторонами та впровадження нових ідей та підходів, можна забезпечити подальше розширення та популяризацію цього напрямку. Основні кроки, які можуть сприяти розвитку військово-патріотичних фестивалів та реконструкцій в Україні, можуть включати:

- зміцнення співпраці між військовими реконструкторами, Збройними Силами України, місцевими органами влади та громадськими організаціями. Це

сприятиме координації зусиль та ресурсів для проведення військово-патріотичних заходів;

- розробку та впровадження спеціальних програм та проєктів, спрямованих на підготовку молоді до служби в армії, а також на популяризацію військової служби та підвищення авторитету військовослужбовців в суспільстві;
- розширення тематики військово-патріотичних фестивалів та реконструкцій, охоплюючи не тільки історичні події, але й сучасні здобутки Збройних Сил України;
- залучення медіа та соціальних мереж для розширення охоплення аудиторії та залучення більше учасників та відвідувачів на військово-патріотичні заходи;
- організація навчальних програм та майстер-класів з військової історії, тактики, зброї та спорядження для молоді та широкого кола зацікавлених осіб;
- створення платформи для обміну досвідом між поколіннями, де ветерани та діючі військовослужбовці зможуть поділитися своїми знаннями та історіями з молодшими поколіннями.

Важливе місце в популяризації та розповсюдженні знань про воєнний туризм є науково-практичні конференції. У 2022 р. кафедрою країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка було проведена єдина в Україні конференція з воєнного туризму - Міжнародна науково-практична конференція - ВІЙНА ТА ТУРИЗМ від 11 листопада 2022 р.. Питаннями, що обговорювалися на ній були:

- Туризм під час війн та воєнних конфліктів: глобальні виклики для України та світу;
- Втрати туризму через наслідки війн: вітчизняний та зарубіжний досвід;
- Вплив воєнних дій на туристсько-рекреаційний потенціал території;
- Фортифікації в туризмі: потенціал, використання, перспективи;
- Воєнний туризм як навчальна дисципліна в закладах вищої освіти України та зарубіжжя;
- Воєнно-історичний туризм: об'єктно-предметна сутність, вітчизняний та іноземний досвід;

- Ризик-менеджмент у туризмі: фактор війн та воєнних конфліктів
- Роль PR та реклами в організації туристських подорожей під час війни;
- Резильєнтність туристської індустрії під час війн та воєнних конфліктів;
- Етноекзогенний потенціал воєнно-історичного туризму;
- Гуманітарний проєкт «Місця пам'яті на мапі України»;
- Загалом неможливо оцінити важливість використання освітніх елементів історичної реконструкції, наукових конференцій для проведення воєнного туризму в Україні та світі загалом.

Популяризація відповідних науково-практичних конференцій може покращити розуміння необхідності в розвитку даного виду туризму.

Як висновок, ми можемо стверджувати, що військово-патріотичні фестивалі, реконструкції та наукові конференції є ключовими елементами у формуванні патріотичних почуттів та сприяють відродженню історичної пам'яті у сучасному українському суспільстві. Ці заходи не лише відображають минулі події, але й стають платформою для діалогу між поколіннями, обміну досвідом та формування об'єднаної візії майбутнього.

Втім, відчувається нестача системного підходу до розвитку військово-патріотичного руху в Україні. Для забезпечення його подальшої ефективності необхідно інтегрувати ці заходи в більш широкий контекст воєнного та культурного насліддя країни, створивши єдину концепцію розвитку.

Щодо науково-практичних конференцій, вони мають потенціал стати важливим мостом між академічною громадою, військовими та громадськими організаціями. Конференції, як от проведена Київським національним університетом імені Тараса Шевченка, можуть сприяти формуванню нових методологій, стратегій та підходів до воєнного туризму, створюючи основу для його сталого розвитку в майбутньому.

Завданням на найближчий час має стати не лише популяризація військово-патріотичних заходів, але й їх інтеграція в загальнонаціональний контекст. Це передбачає залучення до співпраці різних структурних підрозділів: від місцевої влади до національних установ. Тільки такий комплексний підхід зможе

забезпечити глибокий проникнення воєнного туризму в культурний та соціальний простір України, роблячи його частиною національного самосвідомості та патріотизму.

4.4. Перспективи та проблеми розвитку воєнного туризму в Україні

Воєнний туризм може бути важливим джерелом прибутку і розвитку для України, але існують деякі проблеми, які потрібно вирішити для його успішної реалізації (рис. 4.5.) :

1. Відсутність визначення в законодавстві. Без чіткого визначення воєнного туризму в законодавстві створюється правова неясність і може призвести до проблем з регулюванням цієї сфери. Важливо розробити законодавчі акти, які визначатимуть сферу воєнного туризму, встановлюють правила та норми для його проведення.

2. Відсутність стратегії розвитку в ДАРТ. Для успішного розвитку воєнного туризму необхідно мати чітко прописану стратегію розвитку, яка визначатиме пріоритети, цілі та завдання в цій сфері. Наявність такої стратегії допоможе залучити інвестиції, розробити інфраструктуру та забезпечити якісне навчання персоналу.

3. Проблеми безпеки воєнного туризму: Воєнний туризм є різновидом туризму, який може мати певні ризики для учасників та довкілля. Важливо розробити систему безпеки, яка допоможе зменшити ризики та вплив на довкілля. Окрім того, необхідно забезпечити належне страхування для учасників, щоб вони мали гарантії захисту в разі непередбачуваних обставин.

4. Недостатнє співробітництво з міжнародними партнерами: Для успішного розвитку воєнного туризму важливо співпрацювати з країнами, які мають досвід у цій сфері. Україна має активно вивчати міжнародний досвід та співпрацювати з іншими країнами для обміну знаннями та ресурсами.

5. Недостатня кількість спеціалізованих туроператорів та агентів: Необхідно стимулювати створення спеціалізованих компаній, які займатимуться організацією та проведенням військових турів. Це може включати підтримку місцевих

підприємців, надання інвестиційних заохочень та сприяння розвитку спеціалізованих послуг.



Рис. 4.5. Проблем, що сповільнюють розвиток воєнного туризму в Україні

Джерело: розроблено автором на основі Додатку I

6. Недостатній обсяг пропозицій привабливих маршрутів та локацій: Воєнний туризм потребує створення привабливих маршрутів та локацій, що відображають військову історію та культуру України. Це може включати розвиток музеїв, пам'яток, історичних місць та інших атракцій, які зацікавлять туристів.

8. Відсутність навчання та курсів підвищення кваліфікації: Щоб забезпечити високий рівень обслуговування та безпеки, персонал, зайнятий у військовому туризмі, має бути належно підготовлений та кваліфікований.

9. Недостатня кількість науково-практичних конференцій, круглих столів, семінарів. В Україні була проведена лише одна науково-практична конференція присвячена «Воєнному туризму», що негативно впливає на публічність туризму і сповільнює його імплементацію.

10. Недостатня кількість науково-практичних конференцій, фестивалей та реконструкцій з залученням туристів.

Розвиток воєнного туризму в Україні потребує комплексного підходу та ретельної роботи з розв'язання зазначених проблем. З врахуванням міжнародного досвіду та активної співпраці з партнерами можна досягти успішного розвитку цієї галузі, забезпечити створення нових робочих місць та підвищення доходів від туризму. Для досягнення цих цілей варто зосередитися на подоланні наведених проблем.

Для подолання деяких з проблеми автор пропонує сфокусуватися на гейміфікації воєнного туризму та орієнтацію за впровадження інноваційних рішень в поліпшення досвіду туристів. В Україні мають розвиватися такі інноваційні рішення, що будуть стимулювати воєнний туризм як:

1) Інтерактивні мобільні додатки для полювання за пам'ятками воєнного туризму в Україні (geocaching). Підприємці мають розробляти мобільні додатки, які містять ігрові елементи, такі як полювання на сміття або вікторини, щоб заохочувати відвідувачів досліджувати військові об'єкти та музеї. Ці програми можуть допомогти користувачам дізнатися про військову історію України, заробляючи бали, значки чи нагороди.

2) Ігри доповненої реальності (AR). Створення ігор AR, які дозволяють туристам взаємодіяти з військовими об'єктами та артефактами за допомогою своїх смартфонів або гарнітур AR може стати потенційним напрямком поширення інформації про воєнний туризм. Ці ігри можуть надавати історичний контекст, розповідати історії та створювати захоплюючі враження, які заохочують до дослідження та навчання.

3) Симуляції віртуальної реальності (VR). Пропонуйте симуляції VR військових навчань, битв або історичних подій, які зацікавлять відвідувачів і допоможуть їм краще зрозуміти військову історію України. Це може забезпечити захоплюючий та інтерактивний досвід як для військових ентузіастів, так і для випадкових туристів.

4) Гейміфіковані екскурсії. Пропонуємо створити екскурсії, які включатимуть гейміфіковані елементи, такі як головоломки або завдання, пов'язані з військовими об'єктами, які відвідуєте. Це може зробити екскурсії більш привабливими та такими, що запам'ятовуються відвідувачам.

5) Навчальні ігри для дітей. Пропонуємо розробляти навчальні ігри, як цифрові, так і фізичні, які навчать дітей військової історії України та сприяють інтересу до воєнного туризму. Ці ігри можна зробити доступними в музеях, туристичних центрах або в Інтернеті.

6) Конкурси в соціальних мережах і таблиці лідерів. Пропонуємо організувати конкурси в соціальних мережах, які заохочують відвідувачів ділитися своїм досвідом на військових об'єктах і музеях. Це може створити відчуття конкуренції та товариства серед туристів, а також сприяти розвитку воєнного туризму в Україні.

7) Гейміфіковані програми лояльності. Пропонуємо впровадження гейміфіковану програму лояльності, яка винагороджує частих відвідувачів військових об'єктів і музеїв балами, значками або знижками. Це може спонукати туристів відвідувати більше місць і заохочувати їх повторювати.

8) Ігри на основі геокешингу та геокешинг. Пропонуємо розробляти ігри на основі геокешингу або включення дій з геокешингу, які заохочують туристів

досліджувати військові об'єкти та пам'ятники. Беручи участь у цих заходах, відвідувачі можуть відкривати приховані скарби, розгадувати головоломки або проходити завдання, пов'язані з військовою історією України.

9) Квест-кімнати на військову тематику. Пропонуємо створювати квест-кімнати, натхненні військовими подіями, місцями чи історіями. Цей захоплюючий досвід може випробувати навички вирішення проблем і командної роботи відвідувачів, а також створити історичний контекст і підвищити інтерес до воєнного туризму.

10) Інтерактивні експонати та інсталяції. Пропонуємо створення інтерактивних експонатів у військових музеях і на об'єктах, які включають елементи гейміфікації, такі як сенсорні екрани, датчики руху або технологію RFID. Ці інсталяції можуть зацікавити відвідувачів, дозволяючи їм брати участь в історичних подіях, взаємодіяти з артефактами або виконувати завдання.

11) Полювання за скарбами та пригодницькі перегони на військову тематику. Пропонуємо організувати полювання за скарбами на військову тематику чи пригодницькі перегони, які перенесуть відвідувачів у подорож кількома військовими об'єктами, поєднуючи фізичні випробування з історичними дрібницями чи головоломками. Це може створити привабливий і незабутній досвід для учасників, одночасно сприяючи військовому туризму.

Для подолання проблем розвитку воєнного туризму нами було запропоновано дану стратегію розвитку воєнного туризму в Україні.

Спрощений варіант стратегії розвитку воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) може включати наступні кроки, що наведено на рис. 4.6. В процесі побудови стратегії розвитку воєнного туризму в Україні було застосовано інформацію та висновки, що було одержані під час написання наукової роботи. Стратегія, що пропонує автор поки ніде не публікувалася, але вона готується до публікації в наступних місяцях (Додаток Г)

Основними постулатами та кроками, які передбачає дана Стратегія є:

1) Каталогізація пам'яток: створити повний каталог пам'яток Другої світової війни на території України, включаючи музеї, меморіали, місця боїв, військові

кладовища та інші об'єкти. Впровадження визначення «воєнного туризму» в ЗУ «Про Туризм», що також буде стимулювати процес класифікації та документування пам'яток, воєнних музеїв в найшвидші терміни.

2) Реставрація та збереження: забезпечити фінансування та проведення реставраційних робіт для збереження та покращення стану пам'яток.

3) Створення тематичних маршрутів: розробити тематичні туристичні маршрути, які поєднують різні пам'ятки Другої світової війни, та забезпечити належну інфраструктуру для їх відвідування.

4) Приватизація пам'яток та створення інтерактивних експозицій: оновити експозиції музеїв, впроваджуючи сучасні інтерактивні технології та створюючи сенсорні зони для залучення широкої аудиторії.

5) Організація заходів та фестивалів: проводити регулярні заходи, які присвячені пам'яті Другої світової війни, такі, як фестивалі, конференції, лекції тощо.

6) Маркетинг та просування: провадити маркетингові кампанії, щоб акцентувала на пам'ятках Другої світової війни в Україні, та просувати воєнний туризм через рекламу, соціальні мережі, співпрацю з медіа та туристичними операторами.

7) Освітні програми: розробити освітні програми та курси з воєнного туризму для шкіл, університетів та інших навчальних закладів, які сприятимуть розумінню історії Другої світової війни та ролі в ній України, збереженню спадщини для майбутніх поколінь.

8) Взаємодія з ветеранами та їхніми організаціями: співпрацювати з ветеранами та їхніми організаціями для забезпечення історичної достовірності, організації заходів та розповсюдження знань про події Другої світової війни.

9) Підтримка інфраструктури та транспорту: забезпечити розвиток транспортної інфраструктури, що сприятиме зручному доступу до пам'яток Другої світової війни, включаючи автомобільні дороги, залізничні сполучення та локальний транспорт.

10) Співпраця з іноземними партнерами: встановлювати контакти та співпрацювати з іноземними партнерами, музеями та організаціями, які працюють над збереженням спадщини Другої світової війни.

11) Створення спеціальних програм для різних аудиторій: розробляти спеціальні програми та заходи, які залучатимуть різні аудиторії, включаючи школярів, молодь, студентів, ветеранів та їх родини, істориків, ентузіастів історії тощо.

12) Забезпечення доступності та інклюзивності: забезпечити доступність пам'яток Другої світової війни для осіб з обмеженими можливостями, розробляти інклюзивні програми та забезпечити рівний доступ до інформації та послуг для всіх відвідувачів.

13) Забезпечення екологічної сталості: враховувати принципи екологічної сталості під час розвитку туристичної інфраструктури та організації масових воєнно-туристичних заходів, а також сортування відходів, енергоефективність та використання екологічно чистих матеріалів.

14) Залучення місцевого населення та бізнесу: активізувати місцеве населення та бізнес-сектор для підтримки воєнного туризму шляхом створення спільних проєктів, надання послуг та залучення волонтерів.

15) Моніторинг та оцінка результатів: встановити систему моніторингу та оцінки результатів стратегії розвитку воєнного туризму на основі пам'яток Другої світової війни, з метою постійного вдосконалення та забезпечення відповідності надання послуг очікуванням туристів.

Ця Стратегія допоможе забезпечити зростання та розвиток воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни), підвищити привабливість цих об'єктів для вітчизняних та іноземних туристів, а також сприятиме збереженню історичної спадщини та національної пам'яті (рис.4.6.) .



Рис. 4.6. Стратегія розвитку воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни)

Джерело: розроблено автором на основі Додатку I

Висновки до розділу 4

1) Геопросторова організація туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни) може бути ефективним інструментом розвитку туризму в країні, що сприятиме як залученню туристів, так і збереженню історичної спадщини.

2) Для успішної реалізації стратегії розвитку воєнного туризму важливо залучати різноманітні аудиторії, розробляти спеціальні програми та забезпечувати доступність та інклюзивність. Також варто підтримувати місцеве населення та бізнес-сектор для забезпечення сталості проєкту.

3) Моніторинг та оцінка результатів є необхідним етапом для постійного вдосконалення та відповідності очікуванням туристів. Таким чином, реалізація стратегії розвитку воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни) може бути ефективним інструментом просування туризму в Україні.

4) Окремо слід відзначити важливість геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни). Зокрема, доцільним є розроблення тематичних маршрутів, які поєднують різні пам'ятки Другої світової війни та забезпечують належну інфраструктуру для їх відвідування. Такий підхід дозволить розподілити потоки туристів та зменшити негативний вплив на природне середовище, а також створити додаткові можливості для відвідування більшої кількості пам'яток за короткий період часу.

5) Важливою складовою розвитку воєнного туризму є створення інтерактивних експозицій та інсталяцій, які дозволяють відвідувачам взаємодіяти з артефактами та брати участь в історичних подіях. Впровадження таких елементів гейміфікації може значно збільшити привабливість об'єктів воєнного туризму та залучити нових відвідувачів, зокрема молодь.

6) Важливо розробляти програми та заходи, які залучатимуть різні аудиторії, включаючи дітей, молодь, ветеранів та їх родини, істориків, ентузіастів військової історії та інших. Наприклад, організація пригодницьких перегонів на військову тематику або полювання за скарбами може зацікавити молодь та сучасних прихильників гейміфікації.

7) Воєнний туризм є перспективним напрямом розвитку туристичної галузі в Україні, оскільки він має високий потенціал привабливості для вітчизняних та іноземних туристів, є здатним стимулювати розвиток інфраструктури в регіонах та забезпечити економічний розвиток на місцевому рівні.

8) Було визначено основні проблеми розвитку воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни): 1) Відсутність визначення в законодавстві; 2) Відсутність стратегії розвитку в ДАРТ; 3) Проблеми безпеки воєнного туризму; 4) Недостатнє співробітництво з міжнародними партнерами; 5) Недостатня кількість спеціалізованих туроператорів та агентів; 6) Недостатня пропозиція привабливих маршрутів та локацій; 7) Відсутність навчання та курсів підвищення кваліфікації; 8) Недостатня кількість науково-практичних конференцій, круглих столів, семінарів тощо; 9) Недостатня кількість воєнно-туристичних фестивалів та реконструкцій з залученням туристів.

9) Автором було запропоновано до розгляду власне бачення вирішення проблематики, що було зазначено. Для цього було запропоновано Стратегія розвитку воєнного туризму на прикладі пам'яток Другої світової війни до 2030 р..

10) Згідно з визначеної стратегії, основні кроки в популяризації та розвитку воєнного туризму мають полягати в таких кроках: 1) Каталогізація пам'яток; 2) Реставрація та збереження; 3) Створення тематичних маршрутів; 4) Підтримка інфраструктури та транспорту; 5) Передання пам'яток у приватну чи державну власність та створення інтерактивних експозицій; 6) Маркетинг та просування; 7) Співпраця з іноземними партнерами; 8) Залучення місцевого населення та бізнесу; Проведення заходів та фестивалів; 9) Освітні програми для працівників туристичних фірм, у тому числі іноземними мовами; 10) Взаємодія з ветеранами та їхніми організаціями; 11) Створення спеціальних програм для різних аудиторій; 12) Забезпечення доступності та інклюзивності; 13) Забезпечення екологічної сталості пам'яток; 14) Контроль та моніторинг за виконанням стратегії.

Основні результати розділу опубліковано в наукових працях автора: [87, 88, 90, 91, 159, 111].

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі було проведено глибоке теоретичне дослідження та запропоновано нові рішення наукового завдання стосовно геопросторової організації воєнного туризму в Україні. Основна увага приділена аналізу туристопотоків, специфіці та потенціалу воєнного туризму на прикладі пам'яток другої світової війни. В ході роботи виявлено та узагальнено ключові аспекти розвитку воєнного туризму, його регіональні особливості, а також розроблено стратегії для активного залучення іноземних туристів, зокрема з Китаю. Це дало змогу сформулювати такі висновки:

1. Воєнний туризм визначається як вид туризму, що спирається на військові ресурси та задовольняє потреби у військових знаннях, одночасно сприяючи патріотизму та туристичній освіті. Терміни «військовий туризм» та «воєнний туризм» є взаємопов'язаними, причому для дослідження воєнних пам'яток рекомендовано використовувати «воєнний туризм», як це підтверджено Кафедрою країнознавства Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

2. Воєнний (мілітарний) туризм поділяється на воєнно-історичний, воєнно-пригодницький та воєнно-подієвий напрямки, які включають оборонні споруди, місця битв та воєнно-історичні реконструкції. Основні ресурси воєнного туризму включають військові пам'ятки двох світових воєн, музеї, відкриті воєнні об'єкти, природні місцевості для військових ігор та реліквії, які приваблюють туристів до знайомства з воєнними подіями.

3. Основні особливості ресурсів воєнного туризму включають їх небезпечність, секретність, регіональний розподіл та вплив на збереження історичної пам'яті. Для дослідження геопросторової організації цього туризму використовуються загальнонаукові, картографічні та спеціальні методи, зокрема SWOT аналіз, PESTEL аналіз, теорія конкурентних переваг М. Портера та теорія центральних місць, концепція перцепції (сприйняття) простору, концепція району (території) туристичної активності.

4. Запропонована модель маркетинг-міксу в воєнному туризмі відображає централізований підхід до різновидів туристичних ресурсів, включаючи ВТР, ВПО,

ВПР та ВІ, заснована на роботах професора Смирнова І. Г. Особлива увага приділена синергетичному підходу, що сприяє комплексному вивченню, аналізу та впровадженню цих ресурсів у воєнний туризм.

5. У законодавстві України немає чіткого визначення «воєнного туризму», що ускладнює його розвиток. Пам'ятка як об'єкт культурної спадщини охороняється державою і включає військові місця, такі як фортеці, меморіали та місця військових поховань, зокрема з часів Другої світової війни. До пам'яток воєнного туризму відносять: фортеці, оборонні стіни й вали, пам'ятні місця битв і боїв, військові меморіали, пам'ятники, обеліски, місця військових поховань. Пам'ятками Другої світової війни 1939-1945 рр. визнаються також: військові кладовища, військові ділянки на цивільних кладовищах, братські та самотні могили, пам'ятники, пам'ятні знаки, скульптурні, архітектурні та інші споруди, композиції і об'єкти, що увічнюють пам'ять про події часів Другої світової війни, її учасників та жертв.

6. Згідно ЗУ «Про увічнення перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939-1945 років» Україна має забезпечувати шанобливе ставлення до пам'яті про війну та її учасників. Законом передбачено створення Єдиного реєстру пам'яток цього періоду, ще не реалізованого на момент дослідження, що ускладнило наш аналіз геопросторової ресурсної бази воєнного туризму. До ключових пам'яток 1939-1943 рр. належать Лінія Арпада в Україні та Лінія Молотова в Польщі. Відзначимо також Київський укріпрайон (1928-1937 рр.), який має високий потенціал для туристичної популяризації.

7. Згідно з детальним геопросторовим аналізом ресурсної бази воєнного туризму, який був проведений на основі пам'яток Другої світової війни в Україні, було досліджено 280 ключових об'єктів. Ці об'єкти відіграють важливу роль в історії країни, її культурній спадщині та мають великий потенціал для розвитку воєнного туризму. Особливу увагу в дослідженні заслуговують пам'ятки післявоєнного періоду, розташовані у Києві та Київській області. Серед них важливі місця, такі як Музей Бойової слави у с. Трипілля, ДВТ 106 «Непокірний» в самому серці Києва, знаменитий Меморіал Вічної Слави, а також величний

Національний музей історії України у Другій світовій війні на вулиця Лаврська. Аналіз також виявив, що пам'ятки розподілені нерівномірно по регіонах. Найбільше об'єктів, що мають історичну та туристичну цінність, зосереджено у Київській, Луганській, Харківській, Вінницькій, Запорізькій областях, а також в Автономній Республіці Крим. Враховуючи ці дані, можна визначити пріоритетні напрямки та регіони для розробки нових туристичних маршрутів воєнного спрямування. Це дозволить не лише привернути увагу туристів до важливих історичних місць, але й сприятиме збереженню та популяризації національної спадщини України.

8. Господарське забезпечення управління регіональним розвитком воєнного туризму базується на його потенціалі, що включає матеріальні, фінансові, трудові та інформаційні ресурси рекреаційно-туристичної системи регіону. Щодо аналізу туристопотоків, статистична інформація взята від Національного музею історії України у Другій світовій війні – провідного музейного закладу в Україні, що освітлює події Другої світової війни на українських теренах, а також інші воєнні події новітнього часу.

9. Динаміка туристопотоку до Національного музею України у Другій світовій війні демонструє вплив зовнішніх факторів, таких як пандемія COVID-19, на відвідуваність. Зокрема, від 2018 до 2019 року відбулося невелике зростання відвідуваності з 730 тис. до 777 тис. осіб, однак у 2020 році показник різко знизився до 122,8 тис. осіб через обмеження, пов'язані з пандемією. У 2021 році відвідуваність зросла до 211,7 тис. осіб, а в 2022 році скоротилася до 128,8 тис. осіб. Структурний аналіз туристопотоку вказує на зменшення частки іноземних відвідувачів з 23% до 15%, з основною частиною відвідувачів як мешканці України, особливо Кияни. Серед іноземних туристів найчастіше відвідувачами були громадяни Польщі, США, Китаю, Індії та Арабських країн. Порівнюючи показники відвідуваності за 2019 та 2022 роки, встановлено, що 20% та 30,5% екскурсій проведені для відвідувачів із Києва відповідно. Частка іноземних відвідувачів знизилася з 23% до 15,5%. 25% екскурсій у 2022 році мали змішаний характер,

об'єднуючи різні демографічні групи відвідувачів, включаючи військовослужбовців, дітей з оздоровчих таборів та інших груп населення.

10. Геопросторова організація туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні, зокрема на прикладі пам'яток Другої світової війни, розглядається як стратегічний інструмент для стимулювання туризму та збереження національної історичної спадщини. Ефективне впровадження такої стратегії передбачає не лише залучення широких аудиторій через розробку спеціалізованих програм, але й акцентування на доступності та інклюзивності. Водночас, для забезпечення довготривалості та сталості ініціатив з розвитку воєнного туризму критично важливим є активне залучення місцевого населення та бізнес-сектору.

11. Важливість геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні, особливо з акцентом на пам'ятки Другої світової війни, не може бути переоцінена. Розроблення тематичних маршрутів, які інтегрують різноманітні історичні об'єкти та забезпечують ефективну та сталу інфраструктуру, є стратегічно важливим для оптимізації туристичних потоків, мінімізації екологічного навантаження та оптимізації відвідуваності. Додатково, інтеграція інтерактивних експозицій та гейміфікованих інсталяцій може значно підвищити привабливість музейних комплексів, активізувати взаємодію відвідувачів із історичною спадщиною та залучити ширший спектр аудиторії, зокрема молоді.

12. Воєнний туризм в Україні виявляє великий потенціал для розвитку туристичної галузі, поєднуючи в собі привабливість для різних аудиторій — від дітей та молоді до ветеранів, їх родин, істориків та ентузіастів військової тематики. Це не тільки може стимулювати розвиток інфраструктури в регіонах, але й сприяти економічному розвитку на місцевому рівні. Для підвищення інтересу різних груп населення доцільно розробляти інноваційні програми та заходи. Організація пригодницьких перегонів, полювань за скарбами або інші форми гейміфікації на військову тематику можуть стати ефективним інструментом для залучення, зокрема, молодіжної аудиторії.

13. Аналіз розвитку воєнного туризму в Україні, зосереджений на пам'ятках Другої світової війни, виявив ряд існуючих проблем. До них відносяться: відсутність законодавчого визначення поняття "воєнний туризм", малоактивне стратегічне планування з боку ДАРТ, питання забезпечення безпеки, обмеженість міжнародного співробітництва, недостатній розвиток спеціалізованого турбізнесу, неефективність освітньої та науково-практичної діяльності у сфері, а також незадовільна організація культурно-масових заходів, що сприяють популяризації воєнної тематики.

14. Відповідно до власного бачення проблематики та можливих шляхів її вирішення, було запропоновано Стратегію розвитку воєнного туризму до 2030 року. Ця стратегія включає в себе кроки, такі як: систематизація пам'яток війни, їх реставрація та збереження, розробка та просування тематичних маршрутів, підтримка інфраструктурних проєктів, активізація маркетингової діяльності, розширення міжнародного співробітництва, залучення місцевих спільнот та бізнесу до процесу, організація культурно-освітньої діяльності, а також моніторинг та коригування стратегічних ініціатив згідно з викликами часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

Нормативно-правові акти:

1. Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини : Конвенція Орг. об'єдн. націй з питань освіти, науки та культури від 16.11.1972 р. : станом на 4 жовт. 1988 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_089#Text
2. Конституція України : від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР : станом на 1 січ. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>
3. Про затвердження Порядку розроблення, проведення моніторингу та оцінки реалізації регіональних стратегій розвитку : Постанова Каб. Міністрів України від 16.11.2011 р. № 1186 : станом на 27 листоп. 2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1186-2011-п#Text>
4. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 08.06.2000 р. № 1805-III : станом на 1 січ. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>
5. Про Перелік пам'яток культурної спадщини, що не підлягають приватизації : Закон України від 23.09.2008 р. № 574-VI : станом на 1 лют. 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/574-17#Text>
6. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР : станом на 1 квіт. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
7. Про увічнення перемоги над нацизмом у Другій світовій війні 1939-1945 років : Закон України від 09.04.2015 р. № 315-VIII : станом на 31 берез. 2023 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/315-19#Text>

Література:

8. Абрамов В. В. Історія туризму : підруч. / В. В. Абрамов, М. В. Тонкошкур; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2010. – С. 189-290.
9. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/vojennyj>
10. Актуальні питання виявлення і дослідження пам'яток історії та культури: (на матеріалах Зводу пам'яток історії та культури України) / НАН України; Інститут історії України / В. О. Горбик (відп. ред.). – К., 1999. – С. 222-280.
11. Актуальні проблеми міжнародних відносин. - № 32, част. I. – К.:
12. Акуленко В. І. Становлення і розвиток законодавства про охорону і використання пам'яток культури в Україні (1917–1991 рр.): Дис...канд. юрид. наук у формі наук. доп., що виконує також функції автореферата: 12.00.01 / АН України; Інститут держави і права ім. В. М. Корецького. – К, 1992. – С. 3-24.
13. Аналіз державної політики на підтримку туризму в Україні та практичні рекомендації поліпшення її ефективності: Аналітичне дослідження // Державна туристична адміністрація України; Спілка розвитку туризму та ремесел малих міст Західного регіону України «Золоте Перевесло». – К., 2005. – С. 28-54.
14. Бабкін О. В. Спеціальні види туризму : навч. посібник / О. В. Бабкін. – Ростов-на-Дону. - Фенікс, 2008. – С. 230-252.
15. Бартощук О. В. Оцінка розвитку туризму в Україні / О. В. Бартощук // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 7. – С. 82–86.
16. Безуглий І. В. Напрями удосконалення територіальної організації регіональної рекреаційно-туристичної системи / І. В. Безуглий // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 8. – С. 93–97.
17. Білорус О. Г. Глобалізація і національна стратегія України. — Броди, Просвіта, 2001. – С. 77-89.
18. Бойко М. Г. Туристична привабливість України: закономірності формування та орієнтири розвитку. / М. Г. Бойко // Інвестиції: практика та досвід. - 2009. – №16. – С. 22-34

19. Валерій Кушнар'юв, Оксана Поліщук. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм. 2018. Вип.1. С.107
20. Василенко О. А. Математично-статистичні методи аналізу у прикладних дослідженнях: навч. посіб. / О. А. Василенко, І. А. Сенча. – Одеса: ОНАЗ ім. О. С. Попова, 2011. – 166 с.
21. Вечерський В. В., Поліщук А. А. Методика дослідження культурно-історичного і природного потенціалу як ресурсу туристично-екскурсійної діяльності // Проблеми розвитку туризму в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму: Тези доповідей і повідомлень Всеукр. наук.-практ. конф. (вересень 1994 р.). – Київ – Косів, 1994.– Ч. 1. – С. 149–152.
22. Ветров Є. В. Стратегії національної економіки в умовах глобалізації // Управління розвитком, 2006. – №5. – С. 4-5.
23. Винниченко І. Відпочинок у стилі «мілітарі» // Урядовий кур'єр. 2010. 2 квітня. – С.3-19.
24. Винниченко І. Чим завинив військовий туризм // Економічна правда. 2013. 22 липня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tourlib.net/statti_ukr/vynnychenko3.htm.
25. Винниченко І. Чому не можна ввійти до «Хегевальда»? // Урядовий кур'єр. 2013. 17 липня. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukurier.gov.ua/uk/articles/chomu-ne-mozhna-vvijti-do-hegevalda/>.
26. Виноградська А. М. Зростання авторитету України туристичної // Український промисловець. - 2000. – №4. – С. 26–31.
27. Гаврилюк А. Формування, позиціонування та просування туристичного бренду: міжнародний досвід та українська проекція / А. Гаврилюк // Актуальні проблеми державного управління. – О., 2010. – Вип. 4 (44). – С. 71–74.
28. Геопросторова організація. *Віртуальна читальня освітніх матеріалів*. URL: <https://subject.com.ua/geographic/digest/12.html>.

29. Головащенко О. В. Соціальні функції і види туризму в перехідному суспільстві // Нова парадигма: Альманах наукових праць. Випуск 18. – Запоріжжя: Видавництво ЗДУ, 2000. – С. 23 – 27.
30. Головащенко О. В. Туризм як соціальне явище і його розвиток в Україні // Нова парадигма: Альманах наукових праць. Випуск 17. – Запоріжжя: Видавництво ЗДУ. - 2000. – С. 6-10.
31. Графська, О., Підвальна, О., Боднарчук, Х. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії covid-19. Економіка та суспільство, 2021. (25).
<https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52>
32. Грицевич В. С. Теоретико-методичні основи пізнання геопросторової організації суспільства. *Географія та екологія: наука і освіта*. 2014.
URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/02/ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ-ОСНОВИ-ПІЗНАННЯ-ГЕОПРОСТОРОВОЇ-ОРГАНІЗАЦІЇ-СУСПІЛЬСТВА.pdf>.
33. Грицик М.В. Розвиток туризму і його вплив на соціально-економічний розвиток великого міста (на прикладі Києва) // Туризм: Теорія і практика. –2005. – № 1. – С. 34–37.
34. Державна служба статистики України. Статистичні дані.
<https://www.ukrstat.gov.ua>
35. Дутчак С.В., Дутчак, М.В. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області // Туристсько-краєзнавчі дослідження. 1999. Вип.2. С.123-136.
36. Євдокименко В. К. Регіональна політика розвитку туризму: Методологія формування, механізм реалізації: Монографія. – Чернівці: Прут, 1996. – С. 200-287.
37. Єрмаченко В. Є. Історія туризму. Конспект лекцій для студентів напряму підготовки 0504 «Туризм» / В. С. Єрмаченко, Ю. Ю. Іващенко, Ю. М. Котельникова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – С. 88-96.
38. Жовква І. І. Моделі стратегічного партнерства // Актуальні проблеми міжнародних відносин. - № 41, част. II. – К.: Київський національний

- університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2003. – С. 32–38.
39. Завада В. Т. Архітектурна спадщина України як об'єкт туризму. Регіональний аспект // Туризм в Україні: економіка та культура: Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (Світязь, 9–10 вересня 1998 р.) – К.: КМ – Трейдинг, 1998. – Ч. 2. – С. 23–28.
40. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців» проведене компанією «Хьюмен Ресерч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі додатку «Lemur». Київ. 2021. С. 150-200. (213).
41. Зінов'єв Г. О. Напрямки розвитку індустрії туризму у Києві // Туризм: Теорія і практика. – 2005 – №1. – С. 32–34.
42. Іванов А.М. «ТЕМНИЙ» ТУРИЗМ ЯК ОДИН З ПЕРСПЕКТИВНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ. Бізнес-навігатор. 2011. №5(26). С.186-191.
43. Інь Кайпу, Ян Хелін. Екотуризм та сталий розвиток. // Ченду: Університетська преса Сичуаня, 2003. – С. 78-89. (китайською мовою)
44. Історико-культурна спадщина України: проблеми дослідження та збереження / За ред. В. О. Горбика, С. І. Кота. – К.: НАН України; Ін-т історії України, 1998. – С. 135-258.
45. Історична правда. «Ряжені» і військово-історична реконструкція. Історична правда. URL: <https://www.istpravda.com.ua/columns/2019/08/28/156154/>
46. Каднічанський Д., Каднічанська М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід», м. Львів, 9 жовт. 2020 р. Львів, 2020. С. 132–135. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/kadnichansky2.htm.
47. Карташевська І. Ф. Географічні аспекти пізнавального туризму. Ринок екскурсійних послуг. – Сімферополь: Піраміда-Крим, 2000. – С. 87-139. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2002. – С. 117–124.

48. Категорія: Військово-історичні музеї України – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Категорія:Військово-історичні_музеї_України
49. Категорія: Краєзнавчі музеї України – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Категорія:Краєзнавчі_музеї_України
50. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2003. – С. 276-300.
51. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму: підручник. К., 2013. – С. 277-321.
52. Концепція Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. (схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 серпня 2013 р. № 638-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.studfiles.ru/preview/5383123/page:2.
53. Краєвська О. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної політики ЄС / О. Краєвська, Ю. Присяжнюк // Вісник Львівського університету. – 2012. – Ч. 1. – С. 170–178.
54. Крачило М. П. Географія туризму: Навч. посібник. – К.: Вища школа, 1987. – С. 88-154.
55. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг / Н. Є. Кудла. – Знання, 2011. – С. 119-134.
56. Курило Т. В. Становлення і розвиток законодавства про охорону культурної спадщини в Україні: історико-правове дослідження: Автореф. дис ... канд. юрид. наук: 12.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – С. 2-18.
57. Лінія Молотова. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>
58. Любіцева О. О. Геопросторова організація туристичного процесу: Автореф. дис... д-ра геогр. наук: 11.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2003. – С. 8-28.
59. Любіцева О. О. Концептуальні засади географії рекреації і туризму / О. О. Любіцева, М. П. Мальська, Ю. В. Зінько // Географія та туризм. - 2011. - Вип. 11. - С. 3-14. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2011_11_3

60. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтерпрес, 2002. – С. 389-435.
61. Любіцева О. О., Бабарицька В. К. Туризмознавство: вступ до фаху: підручник. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – С. 177-246.
62. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг як об'єкт географії туризму //Укр. геогр. журн. – 2003. – № 2. – С. 43–51.
63. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : навчальний посібник / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – С. 333-424.
64. Мальська М., Худо В., Цибух В. Основи туристичного бізнесу: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – С. 224-270.
65. Мартинов І. Ю. Особливості маркетингу туризму у сфері відпочинку і розваг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_1/Martinov.pdf.
66. Мельник А. В. Нестандартні види туризму: особливості функціонування військового туризму // Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. - 2011. - Вип.33. - С. 350-353.
67. Меньор Є. На Закарпатті розробляються нові маршрути з військового туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ua-reporter.com/uk/news/nazakarpatti-rozroblyayutsya-novi-marshruty-z-viyskovogo-turyzmu>.
68. Михайліченко Г. І. Формування інноваційних туристичних кластерів як конкурентної переваги розвитку регіону / Г. І. Михайліченко // Вісник НУ «Львівська політехніка»: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2012. – № 727. – С. 341–349.
69. Мокляк А. В. Туристичні ресурси для потреб іноземного туризму в Україні (в контексті українсько-польських туристичних зв'язків): Автореф. дис ... канд. геогр. наук: 11.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2004. – С. 5-13.
70. Національний музей історії України у Другій світовій війні. Офіційна сторінка. 2022.

71. Національний музей-заповідник «Битва за Київ у 1943 році» – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Національний_музей-заповідник_«Битва_за_Київ_у_1943_році»
72. Нудельман В., Санжаровський І. Розробка Стратегії розвитку територіальної громади: загальні засади методики. – К.: Дата Банк Україна, 2002. – С. 199-226.
73. Остапчук В. В. Історія туризму: Навч. посіб. / В. В. Остапчук, П.Ф. Коваль, Г. П. Андрєєва. – Ніжин: Вид-во НДУ ім. Гоголя, 2008. – С. 133-143.
74. Парацій В. М. Понятійний комплекс національного пам'яткоохоронного законодавства: фактори терміно-етимологічної невідповідності // Міжнар. досвід охорони культурної спадщини та пам'яткоохоронне законодавство України. – К.: Стилос, 2002. – С. 119-124.
75. Пахля А. Національний турпродукт: якісний, отже конкурентний / А. Пахля, Е. Самарцев // Урядовий кур'єр. – 2009. – № 4. – С. 7–11.
76. Пацюк В. С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні [Електронний ресурс]/ В. С. Пацюк. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrialnuu%20tyruznm.pdf.
77. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : колективна монографія. – Луцьк : РВВ Луцького НТУ, 2015. – С. 369-386.
78. Петранівський В. Л. Туристичне краєзнавство : навч. посіб. / В. Л. Петранівський, М. Й. Рутинський. – К. : Знання, 2006. – С. 99-124.
79. Пلامеницька О. Українська реставрація: проблеми і перспективи розвитку // Пам'ятки України: історія та культура. – 1997. – № 1. – С. 15–18.
80. Поливач К. А. Програмно-цільовий підхід у вирішенні проблем охорони та використання культурної спадщини України // Конструктивна географія: становлення, сучасні досягнення та перспективи розвитку: Тези доп. міжн. наук.-практ. конф. (28–29 квітня 2006 р.). – К.: Вид-во Нац. пед. ун-ту ім. М.П. Драгоманова, 2006. – С. 192–195.
81. Правик Ю. М. Маркетинг туризму: підручник / Ю.М. Правик. – К. : Знання, 2008. – С. 39-55.

82. Про занесення об'єктів культурної спадщини національного значення до Державного реєстру нерухомих пам'яток України : Постанова Каб. Міністрів України від 03.09.2009 р. № 928. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928-2009-п#Text>
83. Райхстаг (будівля Федеральних Зборів Німеччини) – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Райхстаг_\(будівля_Федеральних_Зборів_Німеччини\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Райхстаг_(будівля_Федеральних_Зборів_Німеччини))
84. Смирнов І. Г. Маркетинг у туризмі : навч. посіб. / І. Г. Смирнов. Київ : Вид-во КНУ ім. Т. Шевченка, 2016. 251 с.
85. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Воєнно-туристичний потенціал Кам'янця на Поділлі як столиці Соборної України (1919-1920 рр.) під час національно-визвольної боротьби українського народу в 1917-1921 роках. *Вісник КНУКІМ. Серія: туризм.* 2020. Т. 3, № 1. С. 91–103. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.1.2020.207507>
86. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Олена Степанів – офіцер УСС та УГА, український дипломат, географ, геологіст. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія.* Вип. 78. 2021. С. 19-25. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2021.78-79.3>
87. Смирнов І., Цуй Джибо. Актуальні проблеми розвитку військового туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. *Актуальні проблеми розвитку військового туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. Географія та туризм.* 2020. № 59. С. 3–13. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2020.59.3-13>
88. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні реконструкції та фестивалі як перспективний вид туризму у містах (на прикладі м. Кам'янця-Подільського). *Міський туризм: реалії, виклики, перспективи: Матеріали міжн.наук.-практ.конф. К.: Альфа-Пік, 2020. С.86-88 (132).*
89. Смирнов І., Цуй Джибо. Воєнно історичні об'єкти Східної Польщі – ресурс розвитку українсько-польського транскордонного туризму. *Регіон - 2021: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 15 квітня*

2021 року) / Гол. ред. колеґї Л.М. Немець. - Харків: ХНУ іменї В.Н. Карасїна, 2021, с.15-20 (164).

- 90.Смирнов І., Цуй Джибо. Воєнно-історична реконструкція «Остання столиця УНР» у каньйонї р.Смотрич. Геотуризм: практика і досвід. Матеріали IV Міжн.наук.-практ.конф.. Львів: Каменяр, 2020. С.179-181 (188).
- 91.Смирнов І., Цуй Джибо. Співпраця Китаю та України з військового туризму. Перспективні напрямки розвитку економіки, фінансів, обліку та права: теорія та практика: збірник тез доповідей міжн.наук.-практ.конф.: у 5 ч. Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч.2. С.52-57 (63).
- 92.Смирнов І., Цуй Джибо. Potential of military tourism development in border regions of Ukraine and Poland. Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукр.наук.-практ. інтернет-конф. Харків: «Цифра-Принт», 2020. С. 64-67 (256).
- 93.Смирнов І.Г., Любіцева О.О. Міжнародний туристичний бізнес і логістика в туризмі: навч. посіб. У 2-х книгах. Кн. 1. Міжнародний туристичний бізнес. – Київ: Видавництво Ліра- К, 2022. С. 232-254. (288)
- 94.Смирнов І.Г., Цуй. Д. Порівняльна характеристика Лінії Арпада (Україна) та лінії Молотова (Польща) як прикордонних туристичних об'єктів військової архітектури. *Просторове планування: містопланування, архітектура, політичні та соціокультурні засади. Зб.наук.пр. Вип.1. В 2 ч. Київ-Тернопіль: «Бескиди», 2020. Частина 1. 253-260*
- 95.Стадницький Ю. І. Просторова організація систем послуг [текст]. Словник-довідник. / Ю. І. Стадницький, М. П. Мальська - К.: «Центр учбової літератури», 2013. - 270 с.
- 96.Стадницький Ю. І., Загородній А. Г. Розміщення продуктивних сил (теоретичні основи):Навч. посіб. - К.: Знання, 2008. - 351 с.
- 97.Сто найкращих фільмів про війну всіх часів. Rotten Tomatoes – Movie and TV News. URL: <https://editorial.rottentomatoes.com/guide/best-war-movies-of-all-time/7/>

98. Телетов О. С. Маркетингові підходи до надання туристичних послуг в умовах України / О. С. Телетов, М.О. Хижняк // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – № 3. – С. 200-212.
99. Тімець О. Красзнавство і туризм. – К.: Знання, 1999. – С. 56-110.
100. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К. : Київ. нац. торг. - екон. ун-т, 2009. – С. 422-459.
101. Ткаченко Т. І. Туристичний продукт як об'єкт виробничого підприємництва / Т. І. Ткаченко // Культура народів Причорномор'я. – 2005. – № 67. – С. 130-135.
102. Требух А. А. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону / А. А. Требух, Н. Б. Бандура // Науковий вісник НДТУ України. – 2010. – С. 265-270.
103. Туризм в Україні: Статистичний збірник. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2006. – С. 170-186.
104. Туризм і охорона культурної спадщини: український та польський досвід / В. Вакуленко, І. Валентюк, В. Грибан та ін. – К.: К.І.С., 2003. – С. 170-176.
105. Устименко Л. М. Історія туризму: Навчальний посібник / Л. М. Устименко, І. Ю. Афанасьєв – К. : Альтерпрес, 2008. – С. 349-354.
106. Федорченко В. К., Дьорова Т. А. Історія туризму в Україні. – К.: «Вища школа», 2002. – С. 34-79.
107. Федорченко В. К., Мініч І. М. Туристський словник-довідник: Навч. посіб. – К.: Дніпро, 2019. – С. 129-160.
108. Хвостенко С. Туризм на Україні. – К.: «Здоров'я», 1976. – С. 89-99.
109. Церква святителя Миколи Чудотворця на воді | Київ від минулого до майбутнього. Київ від минулого до майбутнього. URL: <https://kyivpastfuture.com.ua/czerkva-svyatytyelya-mykoly-chudotvorczya-na-vodi/>
110. Цуй Джибо, Смирнов І. Вуду – релігія оживших мерців (чи треба боятися туристам). *Сакральне та туризм: матеріали міжнародньої науково-практичної*

конференції (Київ, 28 квітня 2023 р.) – К.:ТОВ «Геопринт»,2023. – 325 с., с. 113-118.

111. Цуй Джибо. Характеристика та стан розвитку військового туризму. *Journal of China Emergency. Management Science*, Вип.17. Пекін: Центральна Партийна школа. 2021. С. 4-5. (400) (китайською мовою);
112. Чжан Ліна, Сюй Айся. Дослідження стратегії оцінки та розвитку військових туристичних ресурсів у провінції Шаньдун. // *Література Шаньдун*. – 2009. – Вип. 60 (S1). - С. 102-104. (китайською мовою)
113. Чжан Сіньмін, Чжан Янь. Загальне положення про військові ресурси Аньхоя та аналіз їх наслідків. // *Журнал університету Хуайнань*. – 2010. – Вип. 12 (2). - С. 16-18. (китайською мовою)
114. Чжан Янлінг. Дослідження стратегії оцінки та розвитку туристичних ресурсів у місті Чифен. // *Далянь: Університет Ляонін*. – 2012. – С. 9-11. (китайською мовою)
115. Чжао Юфен. Дискусія про ландшафтний дизайн військових туристичних визначних пам'яток. // *Журнал Університету Шеньян Цзяньчжу (Видання соціальних наук)*. - 2009. – Вип. 11 (04). - С. 416-419. (китайською мовою)
116. Чжун Хайшен, Го Інчжі. Попит та розвиток туристичного ринку Китаю. // *Гуанчжоу: Видавництво туризму Гуандун*. – 2001. – С. 237-265. (китайською мовою)
117. Чикайло Ю. І., Стадницька В. А., Волошин І. М. Військово-історичні музеї України як об'єкти військового туризму (на прикладі міста Львова) // *Географія та туризм*. 2015. - Вип. 32. - С.74-85.
118. Шаблій О.І. Основи суспільної географії / О.І.Шаблій – Вид. центр ЛНУ ім. І.Франка. – Львів, 2011. – 296 с.
119. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. Київ: Знання, 2013. 334
120. Шаповал Г. Ф. Історія туризму / Г. Ф. Шаповал. – Мінськ : П «Екоперспектива». – 1999. – С. 300-312.

121. Шевелюк, М.М. Поняття культурного туризму та його класифікації. Питання культурології, 2020, (36), С. 99-109. URL: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.36.2020.221051>.
122. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії / І.М. Школа. – Чернівці : Книги ХХІ, 2003. – С. 387-399.
123. Юе Лінг, Лі Мейлан. Дослідження розвитку та використання військових культурних ресурсів Наньяна. // Китайськанауково-технічна інформація, 2007, - Вип.19 (22). – С. 195-197. (китайською мовою)
124. Ян Зайтян. Дослідження ресурсів військового культурного туризму Хеняньської антияпонської війни. // Журнал університету Хеньян (соціальні науки), - 2000. – Вип. 21 (2). С. 34-38. (китайською мовою)
125. Ян Чжао, Лу Лінъ. Застосування національних стандартів туристичних ресурсів у плануванні туризму - на прикладі міста Хуайнань, Аньхой. // Розвиток ресурсів та ринок. – 2005. – Вип. 21 (2). – С. 120-123. (китайською мовою)
126. Ashworth G.J. From history to heritage – from heritage to identity. In search of concepts and models. – London: Routledge. – 1994. – P. 8-13.
127. Carpathians. Лінія Арпада - грандіозна оборонна споруда | Екскурсії по Закарпаттю. URL: <https://prokarpaty-tour.info/uk/liniya-arpada/>.
128. Consolidated Financial Statements (and Supplementary Information) and Report of Independent Certified Public Accountants Robert R. McCormick Foundations December 31, 2021 and 2020. URL: <https://cantigny.wpenginepowered.com/wp-content/uploads/2023/04/2021-Robert-R.-McCormick-FS.pdf>
129. Google Тренди. Google Trends. URL: <https://trends.google.com/trends/?hl=uk>
130. Graham B., Ashworth G.J., Tunbridge J.E. A geography of heritage: power, culture, and economy – London: Arnold; New York: Oxford University Press, 2000. – P. 225-284.
131. Historical and military attractions in Poland - ITS Poland. ITS - Polish Travel Agency - one of the best Poland Tour Operators. URL: <https://its-poland.com/travel-tips/historical-and-military-attractions-in-poland>

132. Hrusovsky M., Noeres K. Military tourism. *The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism*. 2011. P. 87–94.
<http://sum.in.ua/s/vojennyj>.
133. Imperial War Museum Annual Report 2021. The UK: Imperial War Museum. 2021.
URL:
https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/1096178/E02765704_HC_Imperial_War_Museum_ARA_21-22_Web_Accessible_1_.pdf
134. King, L.J. (1985). *Central Place Theory*. Reprint. Edited by Grant Ian Thrall. WVU Research Repository, 2020.
135. Leask, A, *The Nature and Role of Visitor Attractions in A Fyall, et al. (eds) Managing Visitor Attractions*, Elsevier, Oxford. 2008. P. 3-15.
136. Linia Mołotowa. Szlak historyczny schrony, bunkry z Linii Mołotowa Biebrza. *Biebrza24*. URL: <https://www.biebrza24.pl/wycieczki-piesze/linia-molotowa/>
137. Mashika H., Nych T. Geospacial organization of tourist areas in the context of recreational nature management. *Geography and tourism*. 2021. No. 62. P. 12–17.
URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2021.62.12-17>
138. Medlik S. *Dictionary of travel, tourism and hospitality / S. Medlik*. –3-d ed. – Elsevier Science, 2003. – P. 3-12.
139. Museum for America’s Surface Navy Annual Report 2021. USA: Museum for America’s Surface Navy. 2021. URL: <https://www.pacificbattleship.com/wp-content/uploads/2022/09/USS-IOWA-2021-Annual-Report-R12.pdf>
140. National Park Foundation Annual report 2021. USA: National Park Foundation, 2021. URL: <https://annualreport.nationalparks.org/wp-content/uploads/2022/03/NPF-FY21AnnualReport-FinancialOverview.pdf>
141. Porter, M. E. *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. NY: Free Press, 1985. (Republished with a new introduction, 1998.)
142. Saratoga Springs city center authority annual report 2021. USA, New York: Saratoga Springs city center authority, 2021. 27 p.

URL: <https://www.saratogacitycenter.org/wp-content/uploads/2022/05/Full-Annual-Report.pdf>

143. Schmidt D. Industrie-Tourismus: Möglichkeiten and Grenzen einer Anwendung auf ausgewählte Gemeinden der Landkreise Coburg, Kronach und Lichtenfels, Bayreuth. Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung / D. Schmidt, 1988. – P. 312-356.
144. Significant World War II Sites to Visit in Germany. MapQuest Travel. URL: <https://www.mapquest.com/travel/10-significant-world-war-ii-sites-to-visit-in-germany/>
145. Smyrnov I. Military logistics as a tourist resources in composition of travel geography: ukrainian experience. Bulletin of taras shevchenko national university of kyiv. geography. 2014. No. 62. P. 8–11. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2721.2014.62.2>
146. Smyrnov I. The resource base of US military tourism and its regional features (case study: memories of the War for Independence and the Civil War). American history & politics: scientific edition. 2018. No. 4. P. 187–198. URL: <https://doi.org/10.17721/2521-1706.2018.04.187-198>
147. Smyrnov I., Lyubitseva O., Belousova N. Polish region of roztocze: ukrainian-polish cooperation potential in sphere of recreation and tourism. Bulletin of taras shevchenko national university of kyiv. geography. 2020. No. 76-77. P. 23–31. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2721.2020.76-77.3> (date of access: 06.05.2023).
148. The American National Civil War Museum Annual report 2021. USA, Pennsylvania: The American National Civil War Museum, 2021. URL: https://issuu.com/acwmuseum/docs/acwm_magazine_winter_2021_ar/12
149. The Mount Vernon Ladies' Association annual report 2020. USA, Virginia: The Mount Vernon Ladies' Association, 2020. . URL: <https://annualreport.mountvernon.org/2020/financials.html>
150. The museum of Flight Annual report 2021. USA: The museum of Flight, 2021. 24 p. URL: <https://indd.adobe.com/view/f01ffd45-91d5-40b3-afa6-57f18f46a02f>

151. The National WW1 museum Annual report 2021. USA: The National WW1 Museum, 2021. 26 p. URL: <https://www.theworldwar.org/sites/default/files/2023-01/financials-2021-financial-statement.pdf>
152. The national WW2 museum annual report 2021. USA, New Orleans : THE NATIONAL WWII MUSEUM, 2021. 91 p. URL: <https://www.nationalww2museum.org/sites/default/files/2022-06/WWII-22-03-2021-Annual-Report-9x12-for-Web.pdf>.
153. Top 50 War Movies - IMDb. IMDb. URL: https://www.imdb.com/search/title/?title_type=feature&genres=war&expl ore=genres
154. Venter, D. "Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context." *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, no. 6 (1), 2017.
155. Visitation and revenue increase for jamestown-yorktown museums - covabiz magazine. *CoVaBiz Mag | The Business Magazine of Coastal Virginia*. URL: <https://covabizmag.com/visitation-and-revenue-increase-for-jamestown-yorktown-museums/>
156. Visitor Spending Economic Impact - Guilford Courthouse National Military park (U.S. national park service). *NPS.gov Homepage (U.S. National Park Service)*. URL: <https://www.nps.gov/guco/learn/news/guilford-courthouse-national-military-park-2016-visitor-spending-economic-impact.htm>
157. Wolfensohn James D., Dini Lamberto, Bonetti Gianfranco Facco. *Culture Counts: Financing, Resources, and the Economics of Culture in Sustainable Development*. – Washington, D.C. : World Bank, 2000. – P. 279-315.
158. *World Heritage: Archaeological Sites and Urban Centres* – Milan: SKIRA, 2002. – P. 366-383.
159. Zhibo Cui. Geospatial research methodology organizations of military tourism in Ukraine. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Geography*. 2022. Vol. 83., No 2. P. 105 – 108. (108). URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2022.83.7>

160. Учасники проектів Вікімедіа. Київський укріплений район – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Київський_укріплений_район

ДОДАТКИ

ДОВІДКИ
про впровадження результатів дослідження

“CHANGSHA KAITAI INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE”

“Information: Address:China,Chang Sha city, jiefang street No.6

Telephone: (0731) 2574835

Email: kaitaitravel@163.com

№ 12/1 від 1.06.2023

ДОВІДКА

Про використання результатів кандидатської дисертації Чжибо Цуй на тему «Геопросторова організація воєнного туризму в Україні (на прикладі пам’яток Другої світової війни), яка виконана у Київському національному університету імені Тараса Шевченка, Географічного факультету і подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 242 «Туризм»

У діяльності «CHANGSHA KAITAI INTERNATIONAL TRAVEL SERVICE» використано положення, результати та пропозиції дисертації Чжибо Цуй, а саме:

- Визначення основних пам’яток воєнного туризму Другої світової війни та їх геопросторової організації в Україні, що можуть бути використані для розробки турів для українських та іноземних туристів;
- Обґрунтування особливостей та важливості воєнного туризму (на прикладі пам’яток Другої світової війни), як інструменту розвитку туристичної сфери.

Директор «WANG ZHIAN».
PENG»

«CEO CHEN



Ресурсна база воєнного туризму в США (XVIII-XIX ст.) та річні фінансові результати їх діяльності

№	Штат	Місто	Пам'ятка		Дохід (2021 р.)	Прибуток
			українською	англійською		
Війна за незалежність (англ. War for independence), 1775-1783 рр.						
1.	Вірджинія	Александрія	Маунт-Вернон	Mount Vernon	39,3 млн дол.*	1,4 млн дол.*
			Музей Битви «Йорк-таун» та центр Перемоги	Yorktown Battlefield and Victory Center	5,9 млн дол.**	-
2.	Нью-Йорк	Саратога	Національний військово-історичний парк «Саратога»	Saratoga National History Park	1, 2 млн дол.	-0,3 млн дол.
		Вест-Пойнт	Музей Армії США Військової Академії «Вест-Пойнт»	Museums of USA Army, United States Military Academy "West Point"	-	-
3.	Федеральний округ Колумбія	Вашингтон	Монумент Вашингтона	The Washington Monument	-	-
4.	Північна Кароліна	Гілфорд	Національний військово-історичний парк «Гілфорд Кортхаус»	National Military Park "Guilford Courthouse"	18, 8 млн дол.***	-
Громадянська війна (англ. Civil War), 1861-1865 рр.						
1.	Пенсильванія	Гаррісберг	Національний музей Громадянської війни	The National Civil War Museum	5, 2 млн дол.	0,37 млн дол.
		Петерсберг	Національний музей битви «Петерсберг»	The Petersburg National Battlefield	128 млн дол. ****	14 млн дол. ****
		Геттісберг	Національний військово-історичний парк «Геттісберг»	The Gettysburg National Military Park	-	-
2.	Федеральний округ Колумбія	Вашингтон	Меморіал Лінкольна	The Lincoln Memorial	****	****
3.	Південна Кароліна	Чарльстон	Національний монумент «Форт Самтер»	The Sumter Fort National Monument	-	-
4.	Теннесі	Шайло	Національний військовий парк «Шайло»	The Shiloh National Military Park	-	-
5.	Меріленд	Шарсберг	Національний музей битви при Антітамі	The Antietam National Battlefield Museum	-	-
6.	Міссісіпі	Віксберг	Національний військовий парк «Віксберг»	The Vicksburg National Military Park	-	-

*дохід за 2020 р. ** дохід за 2019 р. *** дохід за 2016 р. **** Національний музей битви

«Петерсберг», Меморіал Лінкольна це частина National Park Foundation, тому цифри тут вказані з врахуванням загального доходу та прибутку всієї організації

Джерело: розроблено автором на основі [156, 155, 151, 152, 150, 149, 148, 142, 140, 139,]

Ресурсна база військового туризму в США (XX ст.) та річні фінансові результати їх діяльності

№	Штат	Місто	Пам'ятка		Дохід (2021 р.)	Прибуток
			українською	англійською		
I Світова війна (англ. I World War)						
1.	Міссурі	Канзас	Національний музей і меморіал I Світової війни	National World War I Museum and Memorial	14,1 млн дол. [9]	5,8 млн дол.* [9]
2.	Іллінойс	Вітон	Музей Першої дивізії	First Division Museum	293,2 млн дол.*	255,8 млн дол.*
3.	Вірґінія	Арлінгтон	Могила Невідомого солдата, загиблого у I Світовій війні	Tomb of the Unknown Soldier of the World War I	-	-
II Світова війна (англ. II World War)						
1.	Федеральний округ Колумбія	Вашингтон	Меморіал II Світової війни	The World War II Memorial	-	-
2.	Луїзіана	Новий Орлеан	Національний музей II Світової війни	The National World War II Museum	70,7 млн дол. [2]	16,5 млн дол. [2]
3.	Нью-Джерсі	Кейп-Мей	Музей морської авіа-пії «Вайлдвуд»	The Naval Air Station Wildwood Aviation Museum	-	-
4.	Вашингтон	Сіетл	7.1.Льотний музей	The Museum of Flight	35 млн дол. [11]	15 [11]
5.	Каліфорнія	Індепенденс	Історичний парк «Манзанар»	Manzanar Historic Site	-	-
6.	Массачусетс	Фоллз Рівер	Музей «Бухта броненосців»	The Battleship Core Museum	6,5 млн дол. [12]	1,8 млн дол. [12]
7.	Коннектикут	Гротон	10.1.Військово-морська база підводних човнів Нью-»Лондон»	The Antietam The Naval Submarine Base «New London»	-	-
8.	Вірґінія	Арлінгтон	Меморіал Корпусу морської піхоти СІА (друга назва – Меморіал Іводзіми).	The US Marine Corps War Memorial (Iwo Jima Memorial)	-	-
9.	Гавайські о-ви	0.0аху	Комплекс пам'яток та музеїв у бухті Перл Харбор	The Pearl Harbor Memorials	-	-

*First Division Museum частина Cantigny Park, тому дохід представлений доходом всього парку за 2021 р.

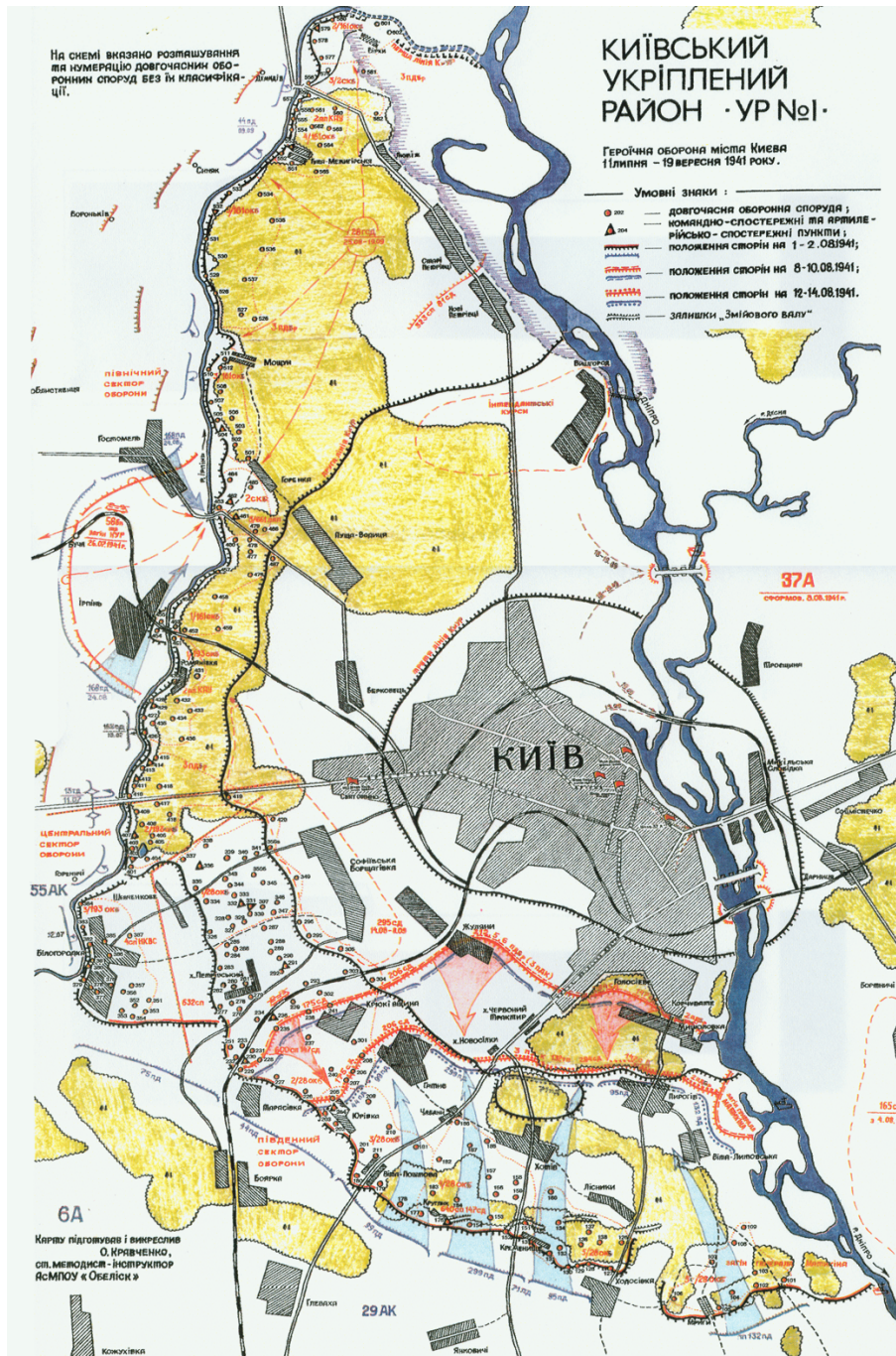
Джерело: розроблено автором на основі [156, 155, 151, 152, 150, 149, 148, 142, 140, 139,]

Порівняльний аналіз Лінії Арпади та Лінії Молотова

№	Характеристика	Назва об'єкту	
		Лінія Арпади (Україна)	Лінія Молотова (Польща)
1	Розташування (регіон)	Карпатські гори	Розточчя
2	Період побудови	1941-1943	1940-1941
3	Держава, що побудувала	Угорщина	СРСР, УРСР
4	Мета побудови	Захист від наступу радянських військ у Другій світовій війні	Захист від потенційної загрози від нациської Німеччини на початку Другої світової війни
5	Стадія побудови та оснащення	Повністю завершена побудова та оснащення	Побудовані лише бетонні бункери. Важке озброєння не було встановлено.
6	Військове використання	Не було. Напад військ СРСР відбулося в іншому місці.	Неефективно. Через те, що важке озброєння не було встановлено німецькі війська пройшли лінію Молотова за 2 дні
7	Сучасне розташування	Україна, Закарпатська область	Республіка Польща, Лублянське воєводство
8	Використання в туризмі	Дуже активне використання туристами з України, Угорщини та інших країн	Одно-стороннє використання. Малоактивне. В основному лише Польськими туристами. Для Українських туристів даний об'єкт залишається невідомим.

Джерело: Порівняльна характеристика Лінії Арпада (Україна) та лінії Молотова (Польща) як прикордонних туристичних об'єктів військової архітектури [92].

Схематичне розташування та нумерація довгочасних оборонних споруд без її класифікації Київського укріпленого району, УР №1



Джерело: ДОТи Київського укріпленого району (південна ділянка) - Україна -

Блог про цікаві місця. [160]

**Географія ресурсної бази воєнного туризму України (на прикладі пам'яток
Другої світової війни) – музеїв**

№	Місто	Назва пам'ятки	Різновид
1	АР Крим, м. Балаклава	Секретний музей по ремонту підводних човнів (К-825)	воєнно-історичний музей
2	АР Крим, м. Бахчисарай	Бахчисарайський державний історико-культурний заповідник	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
3	АР Крим, м. Євпаторія	Євпаторійський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
4	АР Крим, м. Євпаторія	Братська могила жертв фашистського терору	меморіальний комплекс чи укріплення
5	АР Крим, м. Керч	Керченський державний історико-культурний заповідник	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
6	АР Крим, м. Керч	Обеліск Слави	меморіальний комплекс чи укріплення
7	АР Крим, м. Красноперекіпськ	Красноперекіпський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
8	АР Крим, м. Севастополь	Михайлівська батарея	меморіальний комплекс чи укріплення
9	АР Крим, м. Севастополь	Меморіальний комплекс «Сапун-гора»»	меморіальний комплекс чи укріплення
10	АР Крим, м. Севастополь	Центральний військово-морський музей України філія Національного військово-історичного музею Музей ракетних військ стратегічного призначення	воєнно-історичний музей
11	АР Крим, м. Севастополь	Панорама «Оборона Севастополя 1854—1855 років»	меморіальний комплекс чи укріплення

12	АР Крим, м. Севастополь	Діорама «Штурм Сапун-гори 7 травня 1944 року»	меморіальний комплекс чи укріплення
13	АР Крим, м. Севастополь	Військово-морський музейний комплекс «Балаклава	воєнно-історичний музей
14	АР Крим, м. Севастополь	Військово-історичний комплекс «Михайлівська батарея»	воєнно-історичний музей
15	АР Крим, м. Севастополь	35-та берегова батарея	меморіальний комплекс чи укріплення
16	АР Крим, м. Севастополь	30-та берегова батарея	меморіальний комплекс чи укріплення
17	АР Крим, м. Сімферополь	Кримський республіканський краєзнавчий музе	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
18	АР Крим, м. Феодосія	Феодосійський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
19	АР Крим, м. Чорноморське	Чорноморський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
20	Вінницька область	Залишки бункера Гітлера (Ставка Гітлера) - «Вервольф»	воєнно-історичний музей
21	Вінницька область, м. Бар	Музей історії міста Бар	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
22	Вінницька область, м. Вінниця	Могилів-Подільський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
23	Вінницька область, м. Вінниця	Історико-меморіальний комплекс пам'яті жертв фашизму, філія Вінницького обласного краєзнавчого музею	воєнно-історичний музей
24	Вінницька область, м. Володимир	Володимирський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
25	Вінницька область, м. Гайсин	Міський краєзнавчий музей Гайсинщини	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
26	Вінницька область, м. Жмеринка	Жмеринський міський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
27	Вінницька область, м. Любомиль	Любомльський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

28	Вінницька область, м. Могилів-Подільський	Вінницький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
29	Вінницька область, м. Тульчин	Тульчинський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
30	Вінницька область, с. Баланівка	Музей історії села Баланівка,	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
31	Вінницька область, с. Вахнівка	Музей історії села Вахнівка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
32	Вінницька область, с. Жабелівка	Музей історії села Жабелівка,	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
33	Вінницька область, с. Ободівка	Ободівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
34	Вінницька область, с. Оленівка	Музей історії села Оленівка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
35	Вінницька область, с. Краснопілка	Музей історії села Краснопілка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
36	Вінницька область, смт. Літині	Літинський краєзнавчий музей імені Устима Кармалюка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
37	Вінницька область, смт. Маневичі	Маневичький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
38	Вінницька область, смт. Оратів	Оратівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
39	Вінницька область, смт. Піщанка	Піщанський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
40	Волинська область, м. Володимир-Волинський, південно-західна околиця міста	Ковельський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
41	Волинська область, м. Володимир-Волинський, південно-західна околиця міста	Меморіальний комплекс “Жертвам фашизму” на місці концтабору військовополонених “Офлаг-365”	меморіальний комплекс чи укріплення
42	Волинська область, м. Луцьк	Волинський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
43	Волинська область, м. Луцьк	Меморіальний комплекс “Вічна Слава”	меморіальний комплекс чи укріплення
44	Волинська область, м. Луцьк	Волинський регіональний музей українського війська та воєнної техніки	воєнно-історичний музей

45	Волинська область, с. Кортеліси	Меморіальний комплекс «Жертвам фашизму»	меморіальний комплекс чи укріплення
46	Волинська область, с. Торчин	Торчинський історико-краєзнавчий музей імені Григорія Гуртового	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
47	Дніпропетровська область, м. Дніпро	Дніпропетровський національний історичний музей імені Дмитра Яворницького	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
48	Дніпропетровська область, м. Дніпро	Діорама «Битва за Дніпро»	меморіальний комплекс чи укріплення
49	Дніпропетровська область, м. Кам'янське	Музей історії міста Кам'янського	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
50	Дніпропетровська область, м. Кривий Ріг	Криворізький історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
51	Дніпропетровська область, м. Нікополь	Нікопольський краєзнавчий музей імені М. Ломоносова	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
52	Дніпропетровська область, м. Павлоград	Павлоградський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
53	Дніпропетровська область, м. Петропавлівка	Петропавлівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
54	Донецька область, м. Горлівка	Музей історії міста Горлівки	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
55	Донецька область, м. Маріуполь	Маріупольський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
56	Донецька область, м. Маріуполь	Приватний військово-історичний музей	воєнно-історичний музей
57	Донецька область, м. Покровськ	Покровський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
58	Донецька область, м. Слов'янськ	Слов'янський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
59	Донецька область, м. Бахмут	Бахмутський державний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
60	Донецька область, м. Волноваха	Волноваський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
61	Донецька область, м. Донецьк	Донецький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
62	Донецька область, м. Констянтинівка	Костянтинівський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

63	Донецька область, м.Краматорськ	Музей історії міста Краматорська	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
64	Донецька область, м.Макіївка	Макіївський художньо- краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
65	Донецька область, м.Саурівка	Меморіальний комплекс “Савур-могила”	меморіальний комплекс чи укріплення
66	Донецька область, м.Харцизьк	Музей історії міста Харцизька	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
67	Донецька область, с. Урзуф	Музей історії Урзуфа	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
68	Житомирська обл., м. Короستنъ	Військово-історичний комплекс «Скеля»	меморіальний комплекс чи укріплення
69	Житомирська обл., м. Малин	Малинський історико- краєзнавчий меморіальний комплекс	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
70	Житомирська обл., м. Новоград-Волинськ	Новоград-Волинський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
71	Житомирська обл., м. Олевськ	Олевський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
72	Житомирська обл., м.Житомир	Житомирський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
73	Житомирська обл., м.Радомишль	Радомишльський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
74	Житомирська обл., сmt. Великі Коровиці	Велико-Коровинецький районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
75	Житомирська обл., сmt. Нова Борова	Новоборівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
76	Житомирська обл., сmt. Романів	Краєзнавчий музей Романівщини	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
77	Житомирська обл., сmt. Черняхів	Краєзнавчий музей Черняхова	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
78	Житомирська обл.,сmt. Брусилів	Брусилівський районний історико-краєзнавчий музей імені митрополита Іларіона Огієнка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
79	Закарпатська область, м. Виноградів	Виноградівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
80	Закарпатська область, м. Свалява	Свалявський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

81	Закарпатська область, м. Ужгород	Закарпатський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
82	Закарпатська область, м. Ужгород	Пам'ятник "Україна — визволителям"	меморіальний комплекс чи укріплення
83	Закарпатська область, м. Хуст	Хустський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
84	Закарпатська область, м. Берегово	Музей Берегівщини	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
85	Закарпатська область, м. Мукачів	Мукачівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
86	Закарпатська область, с. Колочава	Лінія Арпада	меморіальний комплекс чи укріплення
87	Закарпатська область, с. Колочава	Бункер Михайла Штаєра	меморіальний комплекс чи укріплення
88	Запорізька область, м. Бердянськ	Бердянський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
89	Запорізька область, м. Бердянськ	Музей історії міста Бердянська	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
90	Запорізька область, м. Вільнянськ	Вільнянський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
91	Запорізька область, м. Запоріжжя	Музей історії зброї (приватний)	воєнно-історичний музей
92	Запорізька область, м. Запоріжжя	Музей техніки «Фаєтон» (приватний)	воєнно-історичний музей
93	Запорізька область, м. Запоріжжя	Запорізький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
94	Запорізька область, м. Запоріжжя	Меморіальний комплекс на честь радянських воїнів, загиблих під час форсування Дніпра	меморіальний комплекс чи укріплення
95	Запорізька область, м. Кам'янка-Дніпровська	Кам'янсько-Дніпровський історико-археологічний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
96	Запорізька область, м. Мелітополь	Мелітопольський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
97	Запорізька область, м. Оріхів	Оріхівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
98	Запорізька область, м. Приморськ	Приморський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

99	Запорізька область, м. Токмак	Токмацький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
100	Запорізька область, м. Гуляйполе	Гуляйпільський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
101	Запорізька область, м. Пологи	Пологівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
102	Запорізька область, с. Гусарка	Більмацький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
103	Запорізька область, смт. Михайлівка	Михайлівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
104	Запорізька область, смт. Приазовське	Приазовський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
105	Івано-Франківська область, м. Івано-Франківськ	Івано-Франківський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
106	Івано-Франківська область, м. Івано-Франківськ	Музей "Герої Дніпра"	воєнно-історичний музей
107	Івано-Франківська область, м. Івано-Франківськ	Музей визвольної боротьби імені Степана Бандери	воєнно-історичний музей
108	Івано-Франківська область, м. Коломия	Музей історії міста Коломиї	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
109	Івано-Франківська область, м. Болехова	Музей історії міста Болехова	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
110	Івано-Франківська область, м. Калуш	Музей Калущини	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
111	Івано-Франківська область, м. Надвірна	Музей історії Надвірнянщини	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
112	Івано-Франківська область, м. Тисмениць	Музей історії міста Тисмениця імені Степана Гаврилюка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
113	Івано-Франківська область, с. Ворохта	Історико-краєзнавчий музей селища Ворохта	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
114	Івано-Франківська область, с. Обертин	Обертинський історико-краєзнавчий музей, с-ще Обертин	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
115	Івано-Франківська область, с. Олешів	Історико-краєзнавчий музей села Олешів	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
116	Івано-Франківська область, с. Чернелиця	Історико-краєзнавчий музей села Чернелиця, с. Чернелиця	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

117	Івано-Франківська область, с.Тишкінці	Музей історії села та визвольних змагань ім. Романа Шухевича, с. Тишківці	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
118	Київська область, м. Біла Церква	Білоцерківський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
119	Київська область, м. Бровари	Броварський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
120	Київська область, м. Васильків	Васильківський історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
121	Київська область, м. Кагарлик	Кагарлицький історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
122	Київська область, м. Калинівка	Калинівський військово-історичний музей	воєнно-історичний музей
123	Київська область, м. Київ	Національний музеї Другої Світової війни	воєнно-історичний музей
124	Київська область, м. Київ	Національний військово-історичний музей	воєнно-історичний музей
125	Київська область, м. Київ	Київський Укріп Район	меморіальний комплекс чи укріплення
126	Київська область, м. Київ	Меморіальний комплекс на честь загиблих мирних громадян і радянських військовополонених на місці розташування фашистського концтабору	меморіальний комплекс чи укріплення
127	Київська область, м. Київ	Тунелі під Дніпром. Підрулова залізниця в районі Києва. Сталінське метро. Обект № 1	меморіальний комплекс чи укріплення
128	Київська область, м. Київ	Музей історії Києва	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
129	Київська область, м. Макарів	Макарівський історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
130	Київська область, м. Переяслав	Музей-діорама «Битва за Дніпро в районі Переяслава восени 1943»	меморіальний комплекс чи укріплення
131	Київська область, м.Богуслав	Музей історії Богуславщини	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
132	Київська область, м.Бориспіль	Бориспільський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

133	Київська область, м.Боярка	Боярський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
134	Київська область, м.Обухів	Обухівський районний історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
135	Київська область, м.Фастів	Фастівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
136	Київська область, м.Яготин	Яготинський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
137	Київська область, с. Балико-Щучинка	Національний музей- меморіальний комплекс «Букринський плацдарм»	воєнно-історичний музей
138	Київська область, с. Нові Петрівці	Національний музей- заповідник «Битва за Київ у 1943 році»	воєнно-історичний музей
139	Київська область, с. Трипілля	Трипільський оборонний плацдарм 1941 року	меморіальний комплекс чи укріплення
140	Київська область, смт. Баришівка	Баришівський історико- краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
141	Кіровоградська область, м. Новомиргород	Новомиргородський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
142	Кіровоградська область, м. Побужжя	Музей ракетних військ стратегічного призначення	воєнно-історичний музей
143	Кіровоградська область, м.Бобринець	Бобринецький музей історії краю	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
144	Кіровоградська область, м.Кропивницький	Кіровоградський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
145	Кіровоградська область, м.Олександрія	Олександрійський краєзнавчий музей імені Худякової Антоніни Федорівни	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
146	Кіровоградська область, м.Світловодськ	Світловодський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
147	Кіровоградська область, смт Голованівськ	Голованівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
148	Кіровоградська область, смт Олександрівка	Олександрівський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
149	Кіровоградська область, смт. Добровеличківка	Добровеличківський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

150	Луганська область, м. Алчевськ	Алчевський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
151	Луганська область, м. Антрацит	Антрацитівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
152	Луганська область, м. Біловодськ	Біловодський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
153	Луганська область, м. Довжанськ	Свердловський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
154	Луганська область, м. Красний Луч	Меморіальний комплекс "Міус-фронт"	меморіальний комплекс чи укріплення
155	Луганська область, м. Краснодон	Меморіальний комплекс на честь молодогвардійців	меморіальний комплекс чи укріплення
156	Луганська область, м. Кремінна	Кремінський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
157	Луганська область, м. Лисичанськ	Лисичанський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
158	Луганська область, м. Луганськ	Авіаційно-технічний музей	воєнно-історичний музей
159	Луганська область, м. Луганськ	Луганський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
160	Луганська область, м. Луганськ	Музей історії та культури міста Луганська	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
161	Луганська область, м. Первомайськ	Музей історії міста Первомайська	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
162	Луганська область, м. Привілля	Меморіальний комплекс «Привіллянський плацдарм»	меморіальний комплекс чи укріплення
163	Луганська область, м. Ровеньки	Меморіальний комплекс "Слава"	меморіальний комплекс чи укріплення
164	Луганська область, м. Сорокине	Музей «Молода гвардія»	воєнно-історичний музей
165	Луганська область, м. Старобільськ	Старобільський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
166	Луганська область, м. Стахановськ	Стахановський історико-художній музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
167	Луганська область, с. Станиця Луганська	Станично-Луганський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

168	Луганська область, смт Мілове	Меморіальний комплекс «Україна — визволителям»	меморіальний комплекс чи укріплення
169	Луганська область, смт Новоайдар	Новоайдарський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
170	Луганська область, смт Новопсков	Новопсковський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
171	Львівська область, м. Борислав	Бориславський історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
172	Львівська область, м. Броди	Бродівський історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
173	Львівська область, м. Львів	Національний музей-меморіал жертв окупаційних режимів «Тюрма на Лонцького»	воєнно-історичний музей
174	Львівська область, м. Львів	Пагорб Слави	меморіальний комплекс чи укріплення
175	Львівська область, м. Львів	Музей історії військ Прикарпатського військового округу	воєнно-історичний музей
176	Львівська область, м. Львів	Львівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
177	Львівська область, м. Перемишляни	Перемишлянський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
178	Львівська область, с. Колтів	Меморіальний комплекс «Колтівський прорив»	меморіальний комплекс чи укріплення
179	Львівська область, с. Криївка	Музей-криївка УПА	воєнно-історичний музей
180	Миколаївська обл., м. Очаків	Очаківський військово-історичний музей імені О. В. Суворова	воєнно-історичний музей
181	Миколаївська область, м. Баштагка	Баштанський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
182	Миколаївська область, м. Миколаїв	Музей «Підпільно-партизанського руху на Миколаївщині»	воєнно-історичний музей
183	Миколаївська область, м. Миколаїв	Миколаївський обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

184	Миколаївська область, м. Первомайськ	Філія центрального музею збройних сил України – Музей ракетних військ стратегічного призначення	воєнно-історичний музей
185	Одеська область, м. Ананьїв	Ананьївський історико- художній музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
186	Одеська область, м. Арциз	Арцизький історико- краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
187	Одеська область, м. Білгород- Дністровський	Білгород-Дністровський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
188	Одеська область, м. Болград	Болградський історико- етнографічний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
189	Одеська область, м. Ізмаїл	Ізмаїльський історико- краєзнавчий музей Придунав'я	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
190	Одеська область, м. Одеса	Військово-історичний музей Південного оперативного командування ЗСУ	воєнно-історичний музей
191	Одеська область, м. Одеса	Одеський історико- краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
192	Одеська область, м. Одеса	Меморіал героїчної оборони Одеси	меморіальний комплекс чи укріплення
193	Одеська область, м. Роздільна	Роздільнянський народний історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
194	Одеська область, с. Нерубайське	Одеські катакомби	меморіальний комплекс чи укріплення
195	Полтавська область, м. Зіньків	Зіньківський районний народний історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
196	Полтавська область, м. Карлівка	Карлівський історико- краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
197	Полтавська область, м. Кременчук	Кременчуцький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
198	Полтавська область, м. Пирятин	Пирятинський районний народний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
199	Полтавська область, м. Полтава	Музей важкої бомбардувальної авіації (філія Національного військово-історичного музею України)	воєнно-історичний музей

200	Полтавська область, м. Полтава	Полтавський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
201	Полтавська область, м. смт. Оржиця	Оржицький народний історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
202	Полтавська область, м. Хорол	Хорольський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
203	Рівненська область, м. Березне	Березнівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
204	Рівненська область, м. Корець	Корецький районний історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
205	Рівненська область, м. Костопіль	Костопільський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
206	Рівненська область, м. Радивіль	Радивилівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
207	Рівненська область, м. Рівне	Рівненський обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
208	Рівненська область, м. Рівне	Музей історії партизанського руху на Рівненщині	воєнно-історичний музей
209	Рівненська область, с. Млинів	Млинівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
210	Сумська обл. м. Путивлі	Державний історико-культурний заповідник «Посуля»	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
211	Сумська обл. м. Терни	Меморіальний комплекс загиблим воїнам 1941-1945 р. р.	меморіальний комплекс чи укріплення
212	Сумська обл. смт. Липова Долина	Меморіальний комплекс пам'яті загиблих у Великій Вітчизняній війні	меморіальний комплекс чи укріплення
213	Сумська обл., м. Глухів	Державний історико-культурний заповідник у місті Глухові	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
214	Сумська обл., м. Конотоп	Конотопський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
215	Сумська обл., м. Лебедин	Лебединський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
216	Сумська обл., м. Охтирка	Охтирський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
217	Сумська обл., м. Путивлі	Державний історико-культурний заповідник у місті Путивлі	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

218	Сумська обл., м. Путивлі	Комплекс пам'яток у Спадщанському лісі — центрі організації партизанського з'єднання на чолі з командиром С. А. Ковпаком і комісаром С. В. Руднєвим	меморіальний комплекс чи укріплення
219	Сумська обл., м. Суми	Сумський обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
220	Сумська обл., м. Шостка	Меморіально-освітній комплекс пам'яті жертв тоталітаризму та збройних конфліктів «Родинна пам'ять»	меморіальний комплекс чи укріплення
221	Сумська обл., м. Шостка	Шосткинський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
222	Сумська обл., Путивальський район	Музей партизанської слави «Спадщанський ліс»	воєнно-історичний музей
223	Тернопільська обл., м. Березани	Бережанський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
224	Тернопільська обл., м. Борщів	Борщівський обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
225	Тернопільська обл., м. Бучач	Бучацький районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
226	Тернопільська обл., м. Тернопіль	Тернопільський обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
227	Тернопільська обл., м. Чортків	Музейна резиденція Чорткова	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
228	Тернопільська обл., м. Шумськ	Шумський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
229	Тернопільська обл., Шумський район	Табір ВО УПА «Волинь-Південь»	воєнно-історичний музей
230	Тернопільська обл., смт. Гусятин	Гусятинський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
231	Харківська обл., м. Балаклія	Балаклійський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
232	Харківська обл., м. Барвінкове	Барвінківський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
233	Харківська обл., м. Богодухів	Богодухівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
234	Харківська обл., м. Валки	Валківський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

235	Харківська обл., м. Зміїв	Зміївський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
236	Харківська обл., м. Куп'янськ	Куп'янський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
237	Харківська обл., м. Лоботин	Люботинський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
238	Харківська обл., м. Лозова	Лозівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
239	Харківська обл., м. Харків	Харківський історичний музей імені М. Ф. Сумцова	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
240	Харківська обл., м. Харків	Меморіальний комплекс Слави	меморіальний комплекс чи укріплення
241	Харківська обл., м. Харків	Меморіальний комплекс "Дробицький яр"	меморіальний комплекс чи укріплення
242	Харківська обл., м. Ізюм	Ізюмський краєзнавчий музей імені М. В. Сибільова	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
243	Харківська обл., с. Верхній Салтів	Історико-археологічний музей-заповідник «Верхній Салтів» імені В. О. Бабенка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
244	Харківська обл., смт. Золочів	Золочівський історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
245	Харківська область, с. Соколове	Музей бойового братерства в с. Соколове	воєнно-історичний музей
246	Харківська обл., м. Красноград	Красноградський районний краєзнавчий музей імені П. Д. Мартиновича	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
247	Херсонська обл., м. Бердянськ	Музей «Подвиг»	воєнно-історичний музей
248	Херсонська обл., м. Генічеськ	Генічеський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
249	Херсонська обл., м. Скадовськ	Скадовський районний історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
250	Херсонська обл., м. Херсон	Херсонський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
251	Хмельницька область, м. Славутич	Славуцький історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
252	Хмельницька область, м. Староконстянтинів	Старокостянтинівський районний історико-краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

253	Хмельницька область, м. Хмельницький	Музей-панорама «Визволення Проскурова»	воєнно-історичний музей
254	Хмельницька область, м. Хмельницький	Хмельницький обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
255	Хмельницька область, м. Хмельницький	Музей історії міста Хмельницького	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
256	Хмельницька область, м. Городок	Городоцький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
257	Хмельницька область, м. Нетішин	Нетішинський міський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
258	Хмельницька область, м. Шепетівка	Шепетівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
259	Черкаська область, м. Жашків	Жашківський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
260	Черкаська область, м. Звенигород	Черкаська область, м. Монастирище	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
261	Черкаська область, м. Золотоноша	Золотоніський краєзнавчий музей імені М. Ф. Пономаренка	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
262	Черкаська область, м. Канів	Канівський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
263	Черкаська область, м. Монастирище	Монастирищенський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
264	Черкаська область, м. Сміла	Смілянський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
265	Черкаська область, м. Умань	Уманський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
266	Черкаська область, м. Черкаси	Черкаський обласний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
267	Черкаська область, м. Черкаси	Меморіал «Пагорб Слави»	меморіальний комплекс чи укріплення
268	Черкаська область, м. Шампанія	«Шампаньтранс»	воєнно-історичний музей
269	Черкаська область, сmt. Драбів	Драбівський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
270	Чернівецька обл., м. Кіцман	Кіцманський історичний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
271	Чернівецька обл., м. Чернівці	Чернівецький краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

272	Чернігівська обл., Ніжинський район, с. Вертіївка	Вертіївський районний військово-історичний музей імені М. П. Кирпонос	воєнно-історичний музей
273	Чернігівська обл., Сновський район, с. Єліне	Музейно-меморіальний комплекс партизанської слави йон, с. «Лісоград», філія Чернігівського історичного музею імені В. Тарновського	меморіальний комплекс чи укріплення
274	Чернігівська область, м. Ічня	Ічнянський районний краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
275	Чернігівська область, м. Мена	Менський краєзнавчий музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
276	Чернігівська область, м. Прилуки	Прилуцький краєзнавчий музей імені В. І. Маслової	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
277	Чернігівська область, м. Чернігів	Чернігівський військово- історичний музей	воєнно-історичний музей
278	Чернігівська область, м. Чернігів	Чернігівський обласний історичний музей імені Василя Тарновського	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
279	Чернігівська область, сmt. Березна	Березнянський історико- краєзнавчий музей імені Г. Г. Верьовки	краєзнавчий музеї з воєнними відділом
280	Чернігівська область, сmt. Короп	Коропський регіональний історико-археологічний музей	краєзнавчий музеї з воєнними відділом

Розрахунок Густоти пам'яток воєнного туризму на 10 000 км² (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовим відділом, меморіали та укріплення)

№	Регіон	Площа (км²)	Кількість пам'яток воєнного туризму	Пам'ятки на 10000км²
22	Івано-Франківська область	13 900	13	9,3525
8	Київська область	28 970	23	7,9392
10	Луганська область	26 684	21	7,8699
12	Вінницька область	26 513	20	7,5435
24	Закарпатська область	12 777	9	7,0439
13	Автономна Республіка Крим	27 064	19	7,0204
9	Запорізька область	27 180	17	6,2546
23	Тернопільська область	13 823	8	5,7875
16	Сумська область	23 834	13	5,4544
11	Донецька область	26 517	14	5,2796
18	Черкаська область	20 900	11	5,2632
4	Харківська область	31 415	16	5,0931
19	Хмельницька область	20 645	8	3,8750
5	Житомирська область	29 832	11	3,6873
17	Львівська область	21 833	8	3,6642
15	Кіровоградська область	24 588	9	3,6603
21	Рівненська область	20 047	7	3,4918
20	Волинська область	20 144	7	3,4750
1	Одеська область	33 310	10	3,0021
3	Чернігівська область	31 865	9	2,8244
6	Полтавська область	28 748	8	2,7828
25	Чернівецька область	8 097	2	2,4701
2	Дніпропетровська область	31 914	7	2,1934
14	Миколаївська область	24 598	5	2,0327
7	Херсонська область	28 461	4	1,4054

Розрахунок Густоти пам'яток воєнного туризму на 1 000 тис населення (воєнно-історичні музеї, краєзнавчі музеї з військовим відділом, меморіали та укріплення)

№	Регіон	Чисельність наявного населення України 2021 р. (1 тис. осіб)	Кількість пам'яток воєнного туризму	Пам'яток на тис. населення
12	Вінницька область	1 529,10	20	0,131
16	Сумська область	1 053,50	13	0,123
9	Запорізька область	1 666,50	17	0,102
10	Луганська область	2 121,30	21	0,099
15	Кіровоградська область	920,10	9	0,098
22	Івано-Франківська область	1 361,10	13	0,096
18	Черкаська область	1 178,30	11	0,093
3	Чернігівська область	976,70	9	0,092
5	Житомирська область	1 195,50	11	0,092
13	Автономна Республіка Крим	2 353,10	19	0,081
23	Тернопільська область	1 030,60	8	0,078
24	Закарпатська область	1 250,10	9	0,072
20	Волинська область	1 027,40	7	0,068
19	Хмельницька область	1 243,80	8	0,064
21	Рівненська область	1 148,50	7	0,061
4	Харківська область	2 633,80	16	0,061
6	Полтавська область	1 371,50	8	0,058
8	Київська область	4 750,70	23	0,048
14	Миколаївська область	1 108,40	5	0,045
1	Одеська область	2 368,10	10	0,042
7	Херсонська область	1 016,70	4	0,039
11	Донецька область	4 100,30	14	0,034
17	Львівська область	2 497,80	8	0,032
25	Чернівецька область	896,60	2	0,022
2	Дніпропетровська область	3 142,00	7	0,022

Аналіз цільової аудиторії воєнного туризму

Показники для аналізу ЦА	Українці	Іноземці
1) демографічні ознаки:	Чоловіки та жінки, 20-50 років	чоловіки, 30-50 років, Європейці та Американці
2) рівень життя:	середній	вище середнього;
3) освіта:	середня освіта	вища освіта
4) цінності:	свобода, незалежність, почуття гумору, патріотизм, взаємна допомога, демократія	свобода, стабільність, незалежність, почуття гумору
5) сфера діяльності:	фріланс, робота повного дня	свій бізнес, робота повного дня, фріланс
6) як отримає інформацію:	Telegram (найбільш популярний месенджер-соціальна мережа в українців), Instagram та Facebook, You-tube	Facebook (так як цільова аудиторія з Європи та Америки), Tiktok (для швидкого поширення інформації про воєнний туризм серед людей), You-tube та Instagram;
7) хобі та інтереси:	Футбол, рибалка, комп'ютерні ігри, перегляд фільмів та серіалів, історія, військова справа	рибалка, полювання, заняття спортом, футбол, баскетбол, комп'ютерні ігри воєнного спрямування, літаки, світова історія;
8) мрії:	Дізнатися більше про власну історію для самоідентифікації, досягнути фінансової незалежності – багатства, прожити веселе життя.	об'їздити всі країни світу; вивчати історію другої світової війни через матеріальні артефакти тих часів; політати на літаку чи поїздити на танку.

Продовження додатку В1

Аналіз цільової аудиторії воєнного туризму

Показники для аналізу ЦА	Українці	Іноземці
9) ціль обрання воєнного туризму:	дізнатися про перебіг Другої світової війни, відчуття дотичності до власного коріння.	дізнатися більше про історію другої світової війни, дізнатися про «сміливих українців», дізнатися про звички українців
10) основні місця для подорожей:	Туреччина та Єгипет (основні туристичні напрямки українців), Європа	центральна Європа (Польща, Німеччина, Франція, Чехія)
11) які іноземні мови знає:	Англійська / польська;	Англійська / французька / польська;
12) скільки вони готові витрати на туристичну подорож:	400-1000\$;	1000-3000\$;
13) за що вони готові платити більше:	За швидкість обслуговування, інтерактивністю	за гідного перекладача, що буде супроводжувати туриста протягом усієї подорожі.

Джерело: розроблено автором

COSMIC аналіз воєнного туризму в Україні

<i>Критерій</i>	<i>Фактор</i>	<i>Важливість (1-10)</i>	<i>Сильна / Слабка сторона</i>
<i>C - Клієнт</i>	<i>Наявна досить велика кількість поціновувачів історії, військові ентузіасти та людей, які цікавляться військовою історією України в 2020 р.</i>	9	<i>сильна</i>
<i>C - Клієнт</i>	<i>Недостатня поінформованість як українськими туристами так і іноземця наявності воєнного туризму в Україні</i>	6	<i>слабка</i>
<i>C - Клієнт</i>	<i>Мають різні інтереси у військовому туризмі, такі як відвідування полів битв, вивчення військових музеїв або переживання військових реконструкцій.</i>	8	<i>сильна</i>
<i>C - Клієнт</i>	<i>мають різні бюджети: одні готові платити більше за преміальний досвід, а інші шукають доступніші варіанти.</i>	7	<i>сильна</i>
<i>O - Організація</i>	<i>Туристичні компанії, які організують військові тури в Україні, мають досвідчених гідів, які можуть надати історичний контекст та інформацію про відвідані військові об'єкти.</i>	7	<i>сильна</i>
<i>O - Організація</i>	<i>Туристичні компанії також надають пріоритет безпеці, особливо під час відвідування активних військових зон або використання воєнного обладнання</i>	5	<i>слабка</i>
<i>S - Система</i>	<i>Розробка зручних веб-сайтів з чіткою інформацією про варіанти турів, розклади та ціни може допомогти залучити клієнтів.</i>	7	<i>сильна</i>
<i>S - Система</i>	<i>Туристичні компанії також використовують платформи соціальних мереж, щоб продемонструвати унікальний досвід та історичне значення воєнного туризму в Україні. Але, поки це поодинокі випадки.</i>	4	<i>слабка</i>
<i>S - Система</i>	<i>Пропонування варіантів онлайн-бронювання та оплати допомагає спростити процес бронювання для клієнтів і підвищити ефективність для туристичних компаній.</i>	8	<i>сильна</i>

COSMIC аналіз воєнного туризму

<i>Критерій</i>	<i>Фактор</i>	<i>Важливість (1-10)</i>	<i>Сильна / Слабка сторона</i>
<i>М - Ринок</i>	<i>На ринок воєнного туризму в Україні впливає політична стабільність і проблеми безпеки.</i>	<i>10</i>	<i>слабка</i>
<i>М - Ринок</i>	<i>Відсутність чіткої підтримки воєнного туризму держави</i>	<i>4</i>	<i>слабка</i>
<i>М - Ринок</i>	<i>Ціноутворення також може бути чинником, коли клієнти порівнюють ціни та цінності в різних туристичних компаніях і напрямках.</i>	<i>5</i>	<i>слабка</i>
<i>І - Галузь</i>	<i>Конкуренція може надходити з інших напрямків, які пропонують досвід воєнного туризму, наприклад, поля битв в інших країнах або військові музеї в інших містах.</i>	<i>9</i>	<i>сильна</i>
<i>І - Галузь</i>	<i>На галузь також впливає зміна тенденцій подорожей і глобальні події, як-от пандемія COVID-19 та війна</i>	<i>10</i>	<i>слабка</i>
<i>І - Галузь</i>	<i>Наявність багатой історії та культурних традицій, пов'язаних з військовим туризмом</i>	<i>6</i>	<i>сильна</i>
<i>І - Галузь</i>	<i>Розташування в місцях з наявною інфраструктурою та іншими атракціями</i>	<i>7</i>	<i>сильна</i>
<i>С - Конкуренти</i>	<i>Конкурентами на ринку воєнного туризму в Україні можуть бути інші туристичні компанії, музеї та історичні місця. На сьогодні насиченість галузі конкурентами є малою.</i>	<i>8</i>	<i>сильна</i>
<i>С - Конкуренти</i>	<i>Підтримка хороших стосунків із клієнтами та надання якісного обслуговування</i>	<i>4</i>	<i>сильна</i>

Джерело: розроблено автором

PESTEL аналіз воєнного туризму України

<i>Фактор</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Важ- ливість (1- 10)</i>	<i>Мож- ливість / Загроза</i>
<i>Політичний фактор</i>	<i>Політична та безпекова нестабільність в країна через військові дії</i>	8	<i>загроза</i>
	<i>Наявність конфлікту та воєнних дій на території України, що може стимулювати попит на воєнний туризм</i>	8	<i>можливість</i>
	<i>Зміна законодавства та регулювання діяльності туроператорів у сфері воєнного туризму;</i>	5	<i>загроза</i>
	<i>Сприятливі відносини з іншими країнами (США, Європейський Союз), що можуть збільшити попит на воєнний туризм в Україні.</i>	9	<i>можливість</i>
	<i>Корупція в країні</i>	7	<i>загроза</i>
<i>Економічний фактор</i>	<i>Відносно низька ціна даних турів в Україні в порівнянні з іншими країнами</i>	9	<i>можливість</i>
	<i>Залежність від зміни валютного курсу та економічної ситуації в країна (інфляційний тиск)</i>	6	<i>загроза</i>
	<i>Недостатній рівень інвестицій в розвиток воєнного туризму як з боку держави, приватного сектору, так і іноземців</i>	9	<i>загроза</i>
	<i>Стан туристичної інфраструктури, що могла постраждати від військових дій в країні</i>	7	<i>загроза</i>
	<i>Розвиток конкуренції як рушійна сила розвитку воєнного туризму</i>	10	<i>можливість</i>

Продовження додатку В3

PESTEL аналіз воєнного туризму України

<i>Фактор</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Важ- ливість (1- 10)</i>	<i>Мож- ливість / Загроза</i>
<i>Соціокультурний фактор</i>	<i>Популярність патріотичних та військових цінностей серед українців</i>	<i>8</i>	<i>можливість</i>
	<i>Підвищений інтерес до військової справи, історії та культури України як з боку українців так і іноземців</i>	<i>9</i>	<i>можливість</i>
	<i>Змін споживчих звичок в туризмі</i>	<i>5</i>	<i>можливість</i>
	<i>Значна роль України в світовій військовій справі</i>	<i>9</i>	<i>можливість</i>
<i>Фактор Наколишнього середовища:</i>	<i>Екологічні проблеми, що пов'язані з використанням військової техніки в туризмі</i>	<i>10</i>	<i>загроза</i>
	<i>Природні ресурси, які можуть використовуватися для створення військово-тематичних туристичних маршрутів та послуг.</i>	<i>6</i>	<i>можливість</i>
	<i>Сезонність попиту на воєнний туризм, що пов'язаний з його зниженням взимку</i>	<i>7</i>	<i>загроза</i>
	<i>Загальна культура безпеки та екологічної свідомості в країні, що може впливати на поведінку туристів та сприйняття військової тематики.</i>	<i>9</i>	<i>загроза</i>
<i>Технологічний фактор:</i>	<i>Використання сучасних технологій у галузі туризму, таких як онлайн-бронювання турів та квитків, може полегшити доступ до військових музеїв та інших пам'яток.</i>	<i>10</i>	<i>можливість</i>
	<i>Розвиток технологій віртуальної реальності та інтерактивних експозицій в музеях</i>	<i>8</i>	<i>загроза</i>

Джерело: розроблено автором

Продовження додатку В3

PESTEL аналіз воєнного туризму України

<i>Фактор</i>	<i>Характеристика</i>	<i>Важ- ливість (1- 10)</i>	<i>Мож- ливість / Загроза</i>
	<i>Розробка та впровадження цифрових технологій в галузі готельного бізнесу, таких як роботизація та автоматизація, може збільшити ефективність роботи готелів та підвищити рівень обслуговування туристів.</i>	<i>9</i>	<i>можливість</i>
	<i>Гейміфікація воєнного туризму</i>	<i>10</i>	<i>можливість</i>
<i>Юридичний фактор</i>	<i>Зміни в законодавстві України, щодо туристичного сектору</i>	<i>7</i>	<i>загрози</i>

Джерело: розроблено автором

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ПАМ'ЯТОК ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ

ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Воєнний туризм – новий для України та ще не усталений різновид туризму, що є досить популярним за кордоном. Відвідування фортифікаційних споруд та замків, місць битв, військово-історичних музеїв, військової техніки та місць поховання загиблих воїнів є прибутковим для країни та сприяє її популяризації. Так, в Ізраїлі щорічні доходи від воєнного туризму становлять 115 млн дол. США, у ФРН ця цифра не виокремлюється з загального туристського доходу, проте не один рік становила 2% від усіх туристичних доходів. Щороку США лише на квитках за відвідування воєнних музеїв заробляють мінімум 178 млн доларів, згідно з оцінками річних звітів найбільших воєнних музеїв США у 2021 р. Національний музей Другої світової війни в США, що вважається одним з найбільших музеїв за підсумками 2021 р. отримав дохід на суму 70,7 млн дол., а Імперський воєнний музей – найбільший воєнний музей у Великій Британії у 2021 р. заробив 6,5 млн фунтів стерлінгів.

Разом із тим, воєнний туризм в Україні розвинений недостатньо. Як одна з держав, що воювала у Другій світовій війні та батьківщина східноєвропейської культури, Україна не тільки має глибокі історичні та культурні традиції, але й значний потенціал в розширенні використанні цього виду туризму. Радянський Союз, як учасник Другої світової війни в 1939-1943 рр. став головним полем її битв. Україна зберегла велику кількість радянських воєнних об'єктів, озброєння та техніки, включаючи унікальні воєнні ресурси, військові заводи, місця воєнних дій. Отже, ресурси воєнного туризму в Україні є дуже значними, різноманітними та мають велике значення для розвитку воєнного туризму, який може служити не лише тематичним суб'єктом розвитку туризму, а й як необхідне доповнення до системи українського туризму в цілому.

В законодавстві України поки відсутнє визначення даного терміну, але якщо й давати йому дефініцію, то «воєнний туризм» – це форма туризму, яка: по-перше, спирається на військові туристичні ресурси, задовольняє всебічний розвиток та попит людей з точки зору військових знань, що забезпечує розвиток, використання та збереження військових туристичних ресурсів; по-друге, сприяє вихованню патріотизму, розвитку туристичної освіти та сприяє участі громад у використанні наявних воєнно-туристичних ресурсів для розвитку туристичної галузі.

МЕТА, СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ СТРАТЕГІЇ

Метою реалізації стратегії є створення умов для сталого розвитку воєнного туризму в Україні на основі ефективного використання історико-культурного потенціалу пам'яток Другої світової війни, що сприятиме загальнонаціональному патріотичному вихованню, підвищенню престижу України на світовій арені і стимулюванню соціально-економічного розвитку громад регіонів.

Основними стратегічними цілями розвитку галузі воєнного туризму в Україні на базі пам'яток Другої світової війни на період до 2030 року є:

- підвищення відвідуваності пам'яток Другої світової війни в Україні через розвиток воєнного туризму;
- забезпечення збереження, реставрації та адаптації пам'яток Другої світової війни до потреб воєнного туризму;
- розвиток інфраструктури та створення комфортних умов для туристів з України та з закордону;
- розширення міжнародного співробітництва в області воєнного туризму;
- підвищення обізнаності населення та іноземних туристів про вклад України в перемогу над нацизмом у 1939-1945рр.

Основними завданнями стратегії є:

- розробка та реалізація плану розвитку воєнного туризму на основі пам'яток Другої світової війни;
- реставрація, консервація та утримання пам'яток Другої світової війни;

- розробка та впровадження програми підготовки кваліфікованих гідів з воєнної історії;
- створення інфраструктурних об'єктів для туристів (готелі, ресторани, інформаційні центри тощо);
- Організація наукових конференцій, семінарів, лекцій та інших заходів, присвячених розвитку воєнного туризму в Україні та світі;
- Розробка та впровадження ефективних маркетингових стратегій для просування воєнного туризму в Україні (інтернет маркетинг, цифровий маркетинг і тд.);
- Сприяння розвитку законодавчим ініціативам, які б сприяли розвитку воєнного туризму в Україні;
- Встановлення партнерських відносин з іноземними організаціями, що займаються воєнним туризмом, для обміну досвідом і співробітництва.

ДОРОЖНЯ КАРТА ТА НАПРЯМИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ

Основними напрямками реалізації стратегії є:

1) Каталогізація пам'яток: Створити повний каталог пам'яток Другої світової війни на території України, включаючи музеї, меморіали, місця боїв, військові кладовища та інші об'єкти. Впровадження визначення «воєнного туризму» в ЗУ «Про Туризм», що також буде стимулювати процес класифікації та документування пам'яток, воєнних музеїв в найшвидші терміни.

2) Реставрація та збереження: Забезпечити фінансування та проведення реставраційних робіт для збереження та покращення стану пам'яток.

3) Створення тематичних маршрутів: розробити тематичні туристичні маршрути, які поєднують різні пам'ятки Другої світової війни, та забезпечити належну інфраструктуру для їх відвідування.

4) Приватизація пам'яток та створення інтерактивних експозицій: оновити експозиції музеїв, впроваджуючи сучасні інтерактивні технології та створюючи сенсорні зони для залучення широкої аудиторії.

5) Організація заходів та фестивалів: проводити регулярні заходи, які присвячені пам'яті Другої світової війни, такі, як фестивалі, конференції, лекції тощо.

6) Маркетинг та просування: провадити маркетингові кампанії, щоб акцентувала увагу на пам'ятках Другої світової війни в Україні, та просувати воєнний туризм через рекламу, соціальні мережі, співпрацю з медіа та туристичними операторами.

7) Освітні програми: розробити освітні програми та курси з воєнного туризму для шкіл, університетів та інших навчальних закладів, які сприятимуть розумінню історії Другої світової війни та її ролі в ній України, збереженню спадщини для майбутніх поколінь.

8) Взаємодія з ветеранами та їхніми організаціями: співпрацювати з ветеранами та їхніми організаціями для забезпечення історичної достовірності, організації заходів та розповсюдження знань про події Другої світової війни.

9) Підтримка інфраструктури та транспорту: забезпечити розвиток транспортної інфраструктури, що сприятиме зручному доступу до пам'яток Другої світової війни, включаючи автомобільні дороги, залізничні сполучення та локальний транспорт.

10) Співпраця з іноземними партнерами: встановлювати контакти та співпрацювати з іноземними партнерами, музеями та організаціями, які працюють над збереженням спадщини Другої світової війни.

11) Створення спеціальних програм для різних аудиторій: розробляти спеціальні програми та заходи, які залучатимуть різні аудиторії, включаючи школярів, молодь, студентів, ветеранів та їх родини, істориків, ентузіастів історії тощо.

12) Забезпечення доступності та інклюзивності: забезпечити доступність пам'яток Другої світової війни для осіб з обмеженими можливостями, розробляти інклюзивні програми та забезпечити рівний доступ до інформації та послуг для всіх відвідувачів.

13) Забезпечення екологічної сталості: враховувати принципи екологічної сталості під час розвитку туристичної інфраструктури та організації масових воєнно-туристичних заходів, а також сортування відходів, енергоефективність та використання екологічно чистих матеріалів.

14) Залучення місцевого населення та бізнесу: активізувати місцеве населення та бізнес-сектор для підтримки воєнного туризму шляхом створення спільних проєктів, надання послуг та залучення волонтерів.

15) Моніторинг та оцінка результатів: встановити систему моніторингу та оцінки результатів стратегії розвитку воєнного туризму на основі пам'яток Другої світової війни, з метою постійного вдосконалення та забезпечення відповідності надання послуг очікуванням туристів.

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ

Реалізація Стратегії дасть змогу забезпечити:

- Збільшення доходів від туристичної галузі в цілому, що буде стимулювати економічний розвиток країни і місцевих громад.
- Покращення патріотичного виховання в українського населення та інформування іноземців щодо важливого історичного впливу України на події Другої світової війни для формування позитивного іміджу країни.
- Підвищення визнання України на міжнародному рівні як важливої дестинації для воєнного туризму, особливо у контексті Другої світової війни.
- Створення нових робочих місць, що сприятиме зменшенню рівня безробіття і збільшенню доходів населення.
- Підтримку збереження і реставрацію пам'яток Другої світової війни, що сприятиме збереженню історичної спадщини.
- Підвищення обізнаності населення і гостей країни щодо історії України під час Другої світової війни, сприяючи освітньому процесу і культурному обміну.
- Сприяння розвитку супутніх галузей економіки, таких як готельний бізнес, ресторанний бізнес, транспорт, розваги тощо.
- Заохочення міжнародного обміну знаннями і досвідом у сфері воєнного туризму і охорони пам'яток.

- Сприяння формуванню позитивного іміджу України як країни, яка пам'ятає свою історію і шанує подвиги своїх героїв.
- Забезпечення поглиблену інтеграцію України в світовий туристичний простір, використовуючи унікальні можливості воєнного туризму.
- Розвиток та застосування нових технологій і інноваційних підходів у воєнному туризмі, що сприятиме розвитку ІТ-сектора, сфери доповненої та віртуальної реальності.

Таким чином, реалізація Стратегії спрямована на розвиток внутрішньої та зовнішньої політики в сфері туризму, створення умов для збільшення кількості туристів, що відвідують Україну, і, як результат, покращення економічної ситуації в країні.

Як складова туристичної галузі України та причетних галузей туристичної індустрії, воєнний туризм має важливе значення для розвитку місцевих громад та регіонів на основі: ефективного використання надпотужної ресурсної бази для розвитку цього виду туризму. Все це буде сприяти загально-економічному розвитку країни та зміцнення її міжнародного авторитету.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Розділ у монографії:

1. Смирнов І., Цуй Джибо. У «Чотирикутнику смерті»: воєнно-туристичний потенціал Кам'янця на Поділлі, як столиці Соборної України під час визвольних змагань. *Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Вид. шосте/ за наук. ред. проф. Матвійчук Л.Ю. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2020. С.112 – 126 (332) (1,1 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.: проведено дослідження та надання характеристики військово-історичного фестивалю «Остання столиця»).*

Статті в наукових періодичних виданнях іноземних держав та у наукових фахових виданнях України:

2. Цуй Джибо. Характеристика та стан розвитку військового туризму. *Journal of China Emergency. Management Science*, Вип.17. Пекін: Центральна Партиїна школа. 2021. С. 4-5. (400) (китайською мовою). (0,35 д. а.).

3. Zhibo Cui. Geospatial research methodology organizations of military tourism in Ukraine. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Geography*. 2022. Vol. 83., No 2. P. 105 – 108. (108). URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2022.83.7> (0,6 д. а.).

4. Смирнов І., Цуй Джибо. Актуальні проблеми розвитку військового туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. Актуальні проблеми розвитку військового туризму в Україні в умовах пандемії covid-19. *Географія та туризм*. 2020. № 59. С. 3–13. URL: <https://doi.org/10.17721/2308-135x.2020.59.3-13> (1,44 д. а., особисто автору – 0,3 д. а.: проведено порівняння Лінії Арпади та Лінії Молотова).

5. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Воєнно-туристичний потенціал Кам'янця на Поділлі як столиці Соборної України (1919-1920 рр.) під час національно-визвольної боротьби українського народу в 1917-1921 роках. *Вісник КНУКІМ. Серія: туризм*. 2020. Т. 3, № 1. С. 91–103. URL: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.3.1.2020.207507> (0,73 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.: проведено аналіз путівника «Кам'янець – це остання столиця УНР»).

6. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Пам'ятки Голокосту у Кам'янці-Подільську як ресурс для розвитку туризму. *Вісник КНУКіМ. Серія: Туризм*. Том. 4, №2, 2020, с. 149-162. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.4.2.2021.249693> (0,65 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

7. Смирнов І., Любіцева О., Цуй Джибо. Олена Степанів – офіцер УСС та УГА, український дипломат, географ, геологіст. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. Вип. 78. 2021. С. 19-25. URL: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2021.78-79.3> (1,05 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

Праці апробаційного характеру, які додатково відображують наукові результати дисертації:

8. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні реконструкції та фестивалі як перспективний вид туризму у містах (на прикладі м.Кам'янець-Подільського). *Міський туризм: реалії, виклики, перспективи: Матеріали міжн.наук.-практ.конф.* К.: Альфа-Пік, 2020. С.86-88 (132). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

9. Смирнов І., Цуй Джибо. Забута столиця української революції: можливості м.Кам'янець-Подільського з розвитку військово-патріотичного туризму. *Регіон – 2020: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжн.наук.практ.конф. студентів, аспірантів та молодих вчених.* Харків: ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2020. С.139-142 (175). (0,33 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

10. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні реконструкції та фестивалі як чинник розвитку патріотичного туризму (на прикладі м.Кам'янець-Подільського). *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації: тези доповідей VII Міжнар.наук.-практ. інтернет-конф.* Київ: Видавничий центр КНУКІМ, 2020. С.129-132. (0,2 д. а., особисто автору – 0,05 д. а.).

11. Смирнов І., Цуй Джибо. Співпраця Китаю та України з військового туризму. *Перспективні напрямки розвитку економіки, фінансів, обліку та права: теорія та практика: збірник тез доповідей міжн.наук.-практ.конф.: у 5 ч.* Полтава: ЦФЕНД, 2020. Ч.2. С.52-57 (63). (0,44 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

12. Смирнов І., Цуй Джибо. Воєнно-історична реконструкція «Остання столиця УНР» у каньйоні р.Смотрич. *Геотуризм: практика і досвід. Матеріали IV Міжн.наук.-практ.конф.* Львів: Каменярь, 2020. С.179-181 (188). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

13. Смирнов І., Цуй Джибо. Potential of military tourism development in border regions of Ukraine and Poland. *Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукр.наук.-практ. інтернет-конф.* Харків: «Цифра-Принт», 2020. С. 64-67 (256). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

14. Смирнов І., Цуй Джибо. Лінія Арпада та Лінія Молотова як ресурс для розвитку мілітарі-туризму в Україні. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали XIV Міжн.наук.конф.* Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2020. С.321-327 (458). (0,4 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.).

15. Смирнов І., Цуй Джибо. Comparative characteristics of the Arpad Line (Ukraine) and the Molotov Line (Poland) as military tourism objects. *Abstracts of X International Scientific and Practical Conference "Trends in the development of Modern Scientific Thought".* Vancouver, Canada, 2020. P. 825, pp. 772-777. (0,4 д. а., особисто автору – 0,2 д. а.).

16. Смирнов І., Цуй Джибо. Порівняльна характеристика Лінії Арпада (Україна) та Лінії Молотова (Польща), як прикордонних туристичних об'єктів військової архітектури. *Просторове*

планування: місто планування, архітектура, політичні та соціокультурні засади. *Збірник наук.праць*. Вип. I. В 2 ч. Київ – Тернопіль: «Бескиди», 2020. Ч.І. С.253-260 (299). (0,4 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

17. Смирнов І., Цуй Джибо. Potential of military tourism development in border regions of Ukraine and Poland. *Світовий та вітчизняний досвід функціонування туристичних дестинацій. Збірник матеріалів Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф.*. (Харків. торг.-екон. ін-т КНТЕУ, 30 жовтня 2020 р.). Харків: «Цифра-Принт», 256 с., с.64-67. (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

18. Смирнов І., Цуй Джибо. Problems of military tourism development in Ukraine and Poland in border regions. *Туризм у XXI столітті: виклики і реагування* [Матеріали міжн. наук.-практ.конф.]. К, 2020. С.33-37 (214). (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

19. Смирнов І., Цуй Джибо. Герої Українських визвольних змагань як ресурс для розвитку туризму: генерал-хорунжий Марко Безручко. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Матеріали XII Міжн.наук.-практ.конф.* У 2 т. Т.1. Черкаси: ЧДТУ, 2021. С.44-47 (175). (0,18 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

20. Смирнов І., Цуй Джибо. Воєнно історичні об'єкти Східної Польщі – ресурс розвитку українсько-польського транскордонного туризму. *Регіон - 2021: суспільно-географічні аспекти: матеріали міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих науковців (м. Харків, 15 квітня 2021 р.)* / Гол. ред. колегій Л.М. Немець. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021, с.15-20 (164). (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

21. Смирнов І., Цуй Джибо. Військово-історичні об'єкти Східної Польщі як основа розвитку українсько-польського транскордонного туризму. *Гостинність, сервіс, туризм: тези доповідей VIII міжн. наук.-практ. інтернет-конф.*. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2021, 350 с., с. 176-180. (0,65 д. а., особисто автору – 0,15 д. а.).

22. Смирнов І., Цуй Джибо. Фортифікації Розточчя як ресурс українсько-польського транскордонного туризму. *Фортифікації в туризмі: потенціал, стан, пропозиція, інновації. Матеріали міжн. наук.-практ. інтернет-семінару*. К.: ТОВ «Геопринт», 2021. 154 с., с. 42-46. (0,2 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

23. Смирнов І., Цуй Джибо. Пам'ятки Голокосту у м. Кам'янці-Подільську як ресурс для розвитку внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму. *Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід. Матер. XV міжнар. наук.-практ. конф.*. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021, с. 255-262. (0,42 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

24. Смирнов І., Цуй Джибо. Про вшанування пам'яті Тараса Шевченка у Вільнюсі. *Україна – Литва: історичні, мовнокультурні та туристські паралелі. Матер. міжнар. наук.-практ. конф.*. Київ: Гельветика, 2021, 204 с., с. 80-84. (0,22 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

25. Смирнов І., Цуй Джибо. Картографування пам'яток Голокосту в Україні з метою розвитку туризму (на прикладі м. Кам'янця-Подільська). *Картографія та вища школа: інтеграція напрямів розвитку: Матер. V міжнар. наук.-практ. конф.*. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2021, 60 с., с. 21-26. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

26. Смирнов І., Цуй Джибо. Територіальні особливості пам'яток Голокосту в Україні (на прикладі м. Кам'янця-Подільська). *Регіон-2021: стратегія оптимального розвитку: Матер. міжнар. наук.-практ. конф.*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2021. 168 с., с. 61-65. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

27. Смирнов І., Цуй Джибо. Імперський воєнний музей у Лондоні та його використання в українсько-британських туристичних зв'язках. *Британські адреси Півдня України: Матер. міжнар. наук.-практ. конф.*. Київ: ТОВ «Геопринт», 2021, 146 с., с. 100-104. (0,25 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

28. Смирнов І., Цуй Джибо. Накано Такеко - японська Жанна Д'арк. *Війна та туризм: матеріали міжнародної науково-практичної конференції* (Київ, 11 листопада 2022 р.) - К.:ТОВ «Геопринт»,2022. - С. 228-232. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).

29. Цуй Джибо, Смирнов І. Вуду – релігія оживших мерців (чи треба боятися туристам). *Сакральне та туризм: матеріали міжнародньої науково-практичної конференції* (Київ, 28 квітня 2023 р.) – К.:ТОВ «Геопринт»,2023. – 325 с., с. 113-118. (0,3 д. а., особисто автору – 0,1 д. а.).