

«ЧОВНИКОВИЙ ТУРИЗМ»: УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКЕ СПРИЙНЯТТЯ

Наталія Терес, Наталія Кузіна, Дмитро Кудінов

«SHUTTLE TOURISM»: UKRAINIAN-POLISH PERCEPTION

Nataliia Teres, Nataliia Kuzina, Dmytro Kudinov

The article is devoted to a comprehensive analysis of the political, economic, and socio-cultural factors of the transformational period in Ukraine and Poland, as well as an examination of the evolution of the mutual perception of Ukrainians and Poles as participants in «shuttle trade» and «shuttle tourism.» The terminological content of the concepts of «shuttle trade» and «shuttle tourism» is revealed as phenomena that combine commercial and cultural-educational goals. The state of outbound tourism during the socialist period is characterized, and its unevenness and factual inaccessibility for Ukrainian citizens, unlike Polish citizens, are emphasized. The «shuttle movement» is studied as a reaction to the economic crisis, hyperinflation, and commodity deficit. Based on various sources and the memoirs of contemporaries, the emotional and personal state of «shuttle trade» participants, their impressions, and emotions during the organization of trips, stay, and acquaintance with another country are highlighted. The educational level of «shuttle trade» participants is emphasized, and statistical data regarding the frequency of entry into Poland are provided. The change in social roles, especially the status of women engaged in «shuttle trade», is highlighted. Through the prism of the history of the establishment of Ukraine's largest markets, the evolution of forms and methods of entrepreneurship and its multicultural nature is emphasized. The influence of «shuttle tourism» on the formation of new cultural perceptions and norms is revealed. The negative consequences of the mass involvement of citizens are emphasized, such as the loss of attraction to industrial labour and permanent employment, the spread of mass speculation, a decline in the quality of service, and the mass appearance of low-quality goods, the spread of which led to the closure of Ukrainian production. Society was increasingly oriented toward quick enrichment and the search for «shadow incomes,» avoiding taxation. As a result of economic reforms, Poland, unlike Ukraine, managed to overcome the negatives of post-socialist transformation and the consequences of «shuttle trade.» The article suggests promising directions for further study of this topic.

Keywords: Ukraine, Poland, «shuttle trade», «shuttle tourism», intercultural communication.

В останні десятиліття в українській та польській історіографії чільне місце посіла тема особливостей трансформаційного переходу, який майже одночасно переживали Польща й Україна у 1980-х – середині 1990-х років. Аналізуються політичні та економічні моделі трансформації, особливості суспільно-політичних відносин, обопільного сприйняття українців і поляків.

Аналіз «човникової торгівлі» та «човникового туризму» недостатньо представлений в українській історіографії, хоча це було потужне явище трансформаційного періоду, з урахуванням, перш за все, масштабів, кількості учасників та територіального охоплення. В польській історіографії це явище отримало назву «валізкова торгівля» («handel walizkowy») (Kuspus 2008, s. 43) або ж «неліцензована торгівля», «транскордонний шопінг» (Powęska 2008, s. 112). У працях польських дослідників підкреслюється культурно-пізнавальний компонент транскордонної торгівлі, її здійснення в обсягах і структурі, визначених законодавством, на відміну від незаконних продажів та купівель (контрабанди), здійснених у «сірій зоні» (Powęska 2008, s. 112).

В термінологічному аспекті варто зауважити, що «човниковий туризм» («shuttle tourism») є похідним від поняття «човникова торгівля» («shuttle trade» або «suitcase trade») з перевагою комерційного змісту порівняно з культурно-пізнавальним. «Човниковий туризм» характеризується короткими, частими поїздками з метою отримання як фінансової вигоди так і задоволення культурних потреб його учасників. Культурно-пізнавальний аспект «човникового туризму»

полягає у культурному обміні, особливих враженнях, міжкультурній комунікації, які мали під час поїздок та торгівлі.

Дана тема є предметом міждисциплінарних досліджень: економістів, соціологів, антропологів, географів. Її актуальність пов'язана з особливою роллю «човникового туризму» в умовах постсоціалістичної трансформації, зокрема в Україні та Польщі. Ці держави мають спільний кордон, що обумовило інтенсивні міграційні процеси від моменту падіння соціалістичної системи.

Дана стаття присвячена дослідженню еволюції взаємного сприйняття українців і поляків як учасників «човникової торгівлі» та «човникового туризму» в другій половині 1980-х – першій половині 1990-х років.

Період соціалізму значно відрізнявся в Україні та Польщі. Українці перебували у більш жорстко контрольованому та репресивному суспільстві. Влада системно обмежувала виїзд громадян за кордон, і це, в умовах радянської пропаганди, деформувало уяву українців про інші країни, народи та культури. Вільно виїжджати громадяни УРСР могли тільки в інші союзні республіки.

Польща мала більш ліберальний варіант соціалізму, зі збереженням інституту приватної власності на землю, більш широкими контактами із зовнішнім світом. У 1970-х – 1980-х роках громадяни мали можливість майже без перешкод виїжджати за кордон, перш за все до НДР, Чехословаччини, Угорщини, Болгарії. Більш доступними для були них окремі західні країни, перш за все ФРН. В науковій літературі цей період називають «вестернізацією» Польщі, коли країна відкривалася світу, а її громадяни мали можливість виїжджати на заробітки, подорожувати, або ж мандрувати.

З кожним роком подорожувати полякам в інші країни ставало простіше, хоча й дуже дорого. Тому популярним був так званий «кемпінговий туризм» на власних автомобілях, учасників якого можна було зустріти й на автошляхах України. За даними Міністерства громадської безпеки Польщі, у 1970 р. до соціалістичних країн в якості туристів та з метою відвідування рідних і знайомих виїхало майже 577 тис. громадян, а до капіталістичних країн – майже 70 тис. У 1980 р. до соціалістичних країн виїхало більше 6 млн поляків, і більше 1 млн – до капіталістичних (Wątpliwy 2009).

Такої свободи пересування не було не тільки в СРСР, але й в інших країнах соціалістичного табору. Маловідоме, правда, що свого часу поляки закарбувалися в пам'яті західних німців як дрібні торговці, п'яниці, проститутки, учасники банд формувань та крадії автомобілів. Це явище було настільки поширене, що для його мінімізації в Польщі В. Ярузельський у 1982 р., під час дії воєнного стану, дозволяв кримінальним елементам виїздити з Польщі, правда в «один кінець», без повернення (Wątpliwy 2009).

За масштабами допуску на свою територію СРСР суттєво поступався країнам по соціалістичному блоку, бо встановлення «неконтрольованих» контактів з іноземцями було небажаним явищем. Радянське керівництво бюрократично перешкоджало відкритій взаємодії своїх громадян із зовнішнім світом (Сіромська 2021, с. 54). Не на користь радянських громадян були показники в'їзного та виїзного туризму. У 1988 р., наприклад, до СРСР в'їхало 316 тис. громадян Польщі; до Польщі з СРСР – 113 тис., майже втричі менше (Народное хозяйство СРСР в 1988, с. 670).

Для радянських людей закордонна подорож була надто дорогою: вартість путівки сягала п'яти місячних зарплат, та найскладніше було пройти всі рівні перевірок для отримання дозволу для участі в таких поїздках – від характеристики за місцем роботи до співбесіди в спеціальних органах.

Для більшості громадян, для яких виїзд за кордон з туристичною метою був недосяжною мрією, в засобах масової інформації популяризувався образ «справжнього» радянського туриста – з рюкзаком на плечах, гітарою та казанком (Оніщенко 2024). В радянський час попередником «човникового туризму» були поїздки громадян в припортові міста України, зокрема в Одесу. Там в комісійних магазинах та на «Привозі» – легендарному ринку, – продавалися товари іноземного виробництва, привезені моряками з закордонного плавання (Бордун 2018, с. 4). Побачити інший світ для багатьох радянських громадян було нездійсненою мрією.

Оскільки поїздки за кордон були дуже дорогими, то мандрівники, особливо автотуристи, брали з собою товари для продажу. Поляки, за спогадами сучасників, «творили чудеса», встигаючи відпочити та й компенсувати витрати завдяки продажу товарів. Наприкінці 1970-х років польські водії з товаром зупинялися в автокемпінгах біля популярних туристичних маршрутів на Західній Україні й з багажників продавали речі, часом навіть не нові. Зазвичай, пропонували дефіцитні на той час в Україні товари польського та іноземного виробництва (одяг, взуття, косметика, парфуми та ін.). З України везли продукти, ювелірні вибори, побутову техніку, те-

левізори та ін. Часто метою продажу була необхідність покрити дорожні витрати на відпустку, відвідини родичів, відрядження.

З розгортанням економічної та фінансової кризи в Польщі, коли на зламі 1989–1990 рр. інфляція сягала 1000%, кількість поляків, які приїжджали за товарами в Україну, значно збільшилася. Саме в цей час починає формуватися масова «човникова торгівля» або ж «човниковий туризм» – найменш престижний з усіх видів туризму. Це був своєрідний симбіоз, коли дрібні підприємницькі інтереси «маскувалися» під туристичний інтерес. Учасниками такого «човникового туризму» були, як правило, громадяни з низькими доходами. В дійсності, це була дрібна нелегальна торгівля, завуальована під туризм.

Саме поляки, на думку сучасників, були провісниками змін, чогось нового, зокрема й «човникової торгівлі». Вони швидше за українців зорієнтувалися у такій ситуації та почали «човниковий рух» до України. «Українці, які пам'ятають кінець 1980-х – початок 1990-х років, можуть розповісти і про таку характерну ознаку того часу, як масове засилля польських дрібних підприємців, що змітали з прилавків наших магазинів абсолютно все, від лопат – до бляшанок з кількою в томаті. У нас це викликало посмішку», – згадували сучасники (Вступ Польщі... 2012).

В цей період поляки, як показали дослідження, були більш мобільними, ніж українці. Важливою територією, де в останні роки соціалізму мали місце масові контакти українців і поляків – це були базари, де окрім бізнес інтересу відбувалося спілкування та встановлення особистих контактів. Це були місця першої «культурної дипломатії мікрорівня», масового знайомства «зблизька» громадян Польщі й України (Молодій 2023).

Саме поляки привезли на базари України різноманітні товари, недоступні для українців, перші джинси – мрію багатьох молодих людей. З деяким перебільшенням, в українській літературі це описувалося так: «Він усе своє свідоме життя мріяв про джинси, бо це – не тільки основа гардеробу. Якби хтось його запитав, ким він хоче бути, він сказав би, що хоче бути в джинсах. А все інше, що треба для життя – додалось би» (Молодій 2023). Люди старшого покоління до цього часу пам'ятають, за яких обставин вони купили собі джинси. Молодь цікавили майки із зображенням видатних спортсменів: «Я приїхав до бабусі на Західну, і ми пішли на базар до «поляків» і, здається, за всі гроші цього світу купили майку з наліпкою Брюс Лі. Я одразу її одягнув і йшов вулицею так, наче у мене корона була на голові. Через кілька років на тому ж базарі я побачив, що ця моя синя майка була частиною турецького піжамного набору, на яку у моєму випадку якісь умільці наліпили силует бійця зі східних єдиноборств. Але все одно, радість від тої покупки пам'ятаю досі» (Зог 2021).

Після 1991 р. кожен п'ятий поляк був в Україні, але тільки 16% громадян України відвідували Польщу. Українці до Польщі почали приїжджати на початку 1980-х років, перш за все ті, які мали там родичів або знайомих. Потім, в наступні роки, кількість відвідувань громадянами України сусідньої країни стабільно зростала, що пов'язується, перш за все, з економічною ситуацією та масовим пошуком українцями заробітку в Польщі.

У другій половині 1980-х років в СРСР були ухвалені важливі нормативно-правові акти, які відкрили нові можливості для легальної діяльності будь-якими видами підприємницької діяльності, не забороненої законодавством.

1 травня 1987 р. ухвалено закон Верховної ради СРСР «Про індивідуальну трудову діяльність», у 5 лютого 1987 р. – постанову Ради міністрів СРСР «Про створення кооперативів з виробництва товарів народного споживання», 26 травня 1988 р. – закон «Про кооперацію в СРСР». Підкреслимо, що до того, в СРСР існувала споживча, житлово-будівельна кооперація, артільні народні промисли та старательські артілі з видобутку золота. Наприкінці 1980-х років основною організаційно-правовою формою легалізованої підприємницької діяльності стали виробничі кооперативи, серед іншого, їм було дозволено займатися торгівлею.

В ці роки була ліквідована державна монополія на торгівлю, зокрема й міжнародну. Українські підприємства, заводи, фабрики постали перед проблемами самостійного пошуку ринків збуту, отримання прибутків та пошуку постачальників. Новий законодавчий дозвіл на індивідуальні трудову діяльність передбачав її здійснення у вільний від роботи час, в сферах, пов'язаних з освітою (репетиторство), побутовим обслуговуванням та послугами перевезення. У такий спосіб влада намагалася вирішити питання дефіциту товарів першої необхідності, розвинути мережу побутового обслуговування та громадського харчування, виробництва товарів народного споживання. Так вперше за багато десятиліть відкрилися можливості займатися індивідуальним підприємництвом, з'явилися перші кооперативи, на шлях індивідуального підприємництва поступово переходило все більше українців. Це був період пасіонарного піднесення, так званого «економічного креативу».

Згодом, як зазначено в спеціальному звіті Міжнародного валютного фонду (МВФ) «Shuttle trade» (1998), швидке зростання обсягів «човникової торгівлі» було пов'язано з нездатністю радянської економіки задовольнити зростаючий попит на різноманітні товари, навіть повсякденного вжитку. Важливим є висновок про нерозвинену роздрібну торгівлю в СРСР, оскільки цей сектор не зміг вирішити питання відкладеного попиту на імпортні товари і на довгий час був представлений базарами та відкритими ринками (Shuttle trade 1998, p. 10).

Легальний кооперативний рух дуже швидко підпав під пресинг податкової системи та державного контролю. У 1988 р., наприклад, був введений надмірний податок на особисті доходи кооператорів, коли при зарплаті вище 1500 крб. ставка податку становила 90%. Через велику інфляцію і низькі зарплати на державних підприємствах та тривалі затримки з виплатами, пересічні українці, здебільшого, мали самостійно шукати заробітки. Їм треба було навчитися, як казали українці в діаспорі, «гендлювати, як поляки».

З початком перебудови в СРСР змінилася структура українсько-польських соціальних зв'язків. Товарний «голод» (великий дефіцит товарів повсякденного вжитку та продуктів харчування) став реальністю в Україні після фінансової реформи та різкого підвищення цін радянським урядом у січні 1991 року. В наслідок чого у березні – квітні 1991 р. полиці магазинів, у тому числі і столиці Києва, були вже пусті. Сучасники з жахом згадують ті часи, коли величезні черги в магазинах стали буденністю, щоб купити масло і молоко треба було рано вранці займати чергу, тоді ж були введені талони на цукор. Характеризуючи стан нерозуміння процесів та розгубленості, сучасники ті часи згадують так: «Уявіть, що ви піднімаєтеся сходами в будівлі, і будівля просто руйнується. Немає роботи, гроші стають різаним папером. Усі 90-ті проходили під прапором величезного зсуву, коли, що було буденністю, стало невідомістю» (Наконечная, 2019).

Через політику «шоку без терапії», складовою якої була лібералізація цін, впродовж 1992–1993 рр. Україна пережила гіперінфляцію, коли індекс споживчих цін зріс небаченими темпами: від 390% у 1991 до 2 100% у 1992 р., і до 10 256% у 1993 році (Наконечная 2019). Розлад грошового обігу спричинив появу бартеру та інших грошових сурогатів. Замість грошей, робітники отримували заробітну плату у вигляді продукції, яку виробляло їхнє підприємство (цукор, борошно та ін.; і це ще був не найгірший варіант). У 1993 р. в Україні відбулося безпрецедентне падіння рівня життя населення.

В такі часи економічного хаосу місцеві органи влади намагалися знайти інструменти для хоча б часткового вирішення товарного дефіциту. Для окремих західних областей України це був дозвіл торгувати туристам з Польщі. Так, у Тернополі, наприклад, з'явився «польський базар», де «Янеки», як їх називало місцеве населення, продавали одяг, косметику, побутову техніку (Окаринський, 2017, с. 195). І навпаки, в Польщі на базарах, стадіонах та вокзалах з'явилися «прості люди з полосатими пластиковими сумками» – громадяни сусідньої країни (Помяновский 2006, с. 52).

Так у першій половині 1990-х років тисячі громадян були змушені шукати джерела для заробітку, долучаючись до комерційної діяльності, яка отримала назву «човниковий бізнес», «човниковий туризм», «човникова торгівля». Суть цього явища полягала в організації імпорту споживчих товарів фізичними особами з метою продажу оптом або у роздріб на ринках. Цей бізнес був альтернативною формою заробітків, якому сприяли відкриті кордоні між постсоціалістичними країнами, можливість виїжджати, зокрема, до Польщі за радянським паспортом та спрощеною процедурою перетину кордону. Її активних учасників називали «човники» або «човникарі» – приватні торговці, перепродувачі товару, який купували за кордоном, зокрема у Польщі, Туреччині, Італії, Китаї. Спочатку це були «човники – одинаки», які поверталися з-за кордону з товаром у великих пакунках.

У 1990-х роках торгівля з Україною було зосереджена вздовж транспортних (залізничних) магістралей: від українського кордону до Кракова та через Люблін в бік Варшави. Торгівля з українськими партнерами посідала особливе значення для таких повітів як Перемишльський та Ярославський, для Замостя та Любліна (Komornicki 2010, s. 106).

Перекваліфікація різних категорій населення України на «човників» та торговців на ринках була результатом різкого збіднення та відсутності засобів до існування. Часом, міські базари були чи не єдиним місцем заробітку. Сучасниця так описує ситуацію у своєму місті: «З 95-го до 99-го купувати в Житомирі було взагалі великою розкішшю. Місто жило дуже бідно. Заводи і фабрики зупинилися ще в перші роки незалежності, у держустановах людям місяцями або роками не виплачували заробітну плату. Тому й з'явився цей глобальний базар – його утворили колишні інженери та вчителі, рятуючись від злиднів [...]. Всі, хто міг піти в торгівлю, зробили це. Базарники в ті часи вважалися багатими людьми» (Гурера 2011).

Підприємниця з Харкова, яка працювала на харківському заводі бронетехніки, згадує, що зміна зайнятості була для багатьох психологічною травмою: «Вони (власники ринку – авт.) мені кажуть: давайте візьмемо вам місце і будете на нас робити. А я не можу, мені соромно, як я? Будуть йти, а я стоятиму, я ж радянський інженер, я вчилася, економіст за освітою і буду стояти – неперестигне». Вона починала з перепродажу восьми буханок хліба, які возила на продаж у Білгород (Кривоніс & Солодовнік 2021).

До комерційної діяльності долучилися тисячі українців, опановуючи «на ходу» всі тонкощі торговельного бізнесу. Статистичні дані, представлені польськими дослідниками станом на 2001 р., свідчать, що за освітнім рівнем у «човниковій торгівлі» брали участь 19.33% українців з університетською освітою, 14.34% – з технічною та 55.07% мали повну середню освіту. Частота в'їзду до Польщі коливалася від щоденних поїздок (4.99%), одного разу на тиждень (15%), разу на місяць або частіше (36%) та рідше, ніж раз на місяць (41%). Туризм, як мету відвідування Польщі, зазначили 16 % опитаних українців (Powęska 2008, s. 114–115).

На Західній Україні до «човникового бізнесу» згодом долучилася майже половина населення. На середину 1990-х років майже 30% всього імпорту ввозили в Україну приватні особи (Божко 2018, с. 144).

Українці везли в Польщу різноманітні товари, які їм на підприємствах видавали «натурою» замість заробітної платні. «Польща у 90-х купувала весь непотріб, який везли наші «човники» на їхні базари», – згадували українці (Заліська 2018). Натомість купували побутову техніку західного виробництва, одяг, або ж привозили валюту – долари США та марки ФРН (Janushewski 2019).

За спогадами польського журналіста П. Ліпінського, на початку 1990-х років в польських містах «торгівля перемістилася з крамниць на вулиці. Поляки почали продавати на розкладках товари, про які раніше можна було тільки мріяти: закордонний одяг, книги в глянцевиx обкладинках, західні парфуми і дезодоранти. Найбільший базар виріс на футбольному стадіоні «Десятиліття». Торгували там не тільки поляки, а і приїжджі з-за східного кордону. А їхнім розпізнавальним знаком стали великі картаті сумки» (Ліпінський 2020).

За відсутності мита, продаж дешевих товарів іноземного виробництва, куплених «човниками» в Польщі, приносив значні прибутки, адже польські товари на львівських та інших ринках, продавалися, як мінімум, на 25–40 відсотків дорожче. В результаті таких простих операцій можна було отримати до 100 доларів прибутку за одну поїздку.

Традиційно вигідно було до Польщі везти горілку і цигарки (за дозволеною кількістю), тому селяни з навколишніх сіл переходили кордон, продавали цей товар та на отримані гроші купували дешеві польські продукти.

З 1993 р. єдиним пішохідним пунктом пропуску на українсько-польському кордоні був перехід між с. Шегині Мостиського району і польським селом Медика. Перехід збудували для спрощення контактів між родичами на прикордонні. Проте згодом цей перехід став «Клондайком» для «човників». Обсяги перевезених індивідуалами товарів зростали, біля кордону зупинялися машини з вантажем і пропонували місцевим людям, як їх називали, «мурахам», перенести ящик через кордон за фінансову винагороду.

«Човникова торгівля» значно активізувалася після відміни 25 червня 1996 р. віз до Польщі для українців. Щорічні обсяги такої торгівлі у прикордонній зоні сягали 150 млн дол.

Тривалий час українці витрачали в Польщі набагато більше коштів, ніж поляки в Україні. Ця тенденція була характерна для всього пострадянського часу. (Уявлення про різницю у витратах дають більш пізні статистичні дані: наприклад, у 2017 р. видатки українців у Польщі становили 7,68 млрд злотих, а поляків в Україні – 22,1 млн злотих) (Ярошевич 2020).

Загалом в перші роки «човникового бізнесу» норма прибутку могла становити 100% і вище. «Торгова лихоманка» охопила тисячі громадян України, через її прибутковість та можливість втричі дорожче продати звичайні товари. Домінувало бажання швидкого збагачення, заради чого вдавалися до сумнівних фінансових операцій.

Це пояснювалося нерозвиненістю українського споживчого ринку та відсутністю законодавства, яке б регулювало зовнішньоторговельну діяльність фізичних осіб. Поступово такий обсяг торгівлі досяг рівня дрібного опту, «човники» вже могли відкривати місця продажу своїх товарів на базарах та наймати продавців.

Учасників «човникової торгівлі» супроводжували серйозні небезпеки (перш за все пограбування та рекети), адже в дорогу вирушали люди з цінним товаром та іноземною валютою, «живими» грошима. На залізниці, передусім в потягах, на польських базарах орудували організовані групи рекетирів, які вимагали від українців – продавців «данину». Рекетири тероризували пасажирів українських потягів, які проїжджали польською територією, часто об'єктом

їхнього інтересу були чоловіки, які займалися придбанням та перевезенням «іномарок». На думку польських підприємців, багато мафіозних організацій постало з колишніх «гебістів», працівників польського КГБ, які втратили роботу, але мали свою мережу. «Вони не мали творити нічого особливого, вони мали лише зустрітись і налаштувати систему розбоїв, крадіжок автомобілів» (Борковський 2015). Ситуація в Україні була такою ж. Саме в ці роки на основі «зібраних» з торговців грошей відбулося швидке тіньове збагачення учасників подібних злочинних угруповань (Неклюдов 2018, с. 135).

У другій 1990-х років польській владі вдалося приборкати рекетирів, в потягах, наприклад, запровадили поліцейський супровід. З кожним роком безпекова ситуація в Польщі для пересічних «човників» покращувалася. До організації логістики «човникової торгівлі» долучилися новостворені туристичні фірми, пропонуючи спеціальні тури і послуги з перевезення, проживання, харчування, розміщення товарів.

Кількість учасників «човникової торгівлі» вражала, адже тільки у 1993 р. до Польщі в'їхало близько 7 млн осіб «зі Сходу». Це не могло не вплинути на ставлення та взаємні оцінки учасників «човникової торгівлі», сприяла взаємному пізнанню українців і поляків, адже чи не вперше за багато десятиліть так масово, в екстремальних ситуаціях, зустрілися пересічні громадяни України і Польщі. Слід звернути увагу на те, що на початку 1990-х рр. поляки мали негативне ставлення до українців, оперуючи переважно поширеними в країні міфами та негативними стереотипами. У 1991 р. позитивно до українців ставилося лише 9% поляків, неприязнь відчувало 38% опитаних. У загальному рейтингу народів, гірші позиції були лише у ромів (циган) та арабів. Ці дані стали наочним підтвердженням результативності політики ПНР, спрямованої на дискредитацію українців у польському суспільстві (Хахула 2014, с. 20). Станом на середину лютого 1993 р. серед народів, чий приїзд до Польщі, на думку поляків, слід було обмежити, найбільше називали українців (бл. 65% опитаних), а також росіян (63%) (Хахула 2014, с. 20).

Проте на початку 1990-х років поляки побачили справжнього «живого українця, не з книжки, і не з родинних переказів», саме в ці роки, на думку польської дослідниці Й. Конєчної-Саламатин, образ українців у польському сприйнятті став змінювати на краще (Ставлення поляків до українців...).

На середину 1990-х років економічні реформи в Польщі почали позитивно впливати на стан суспільства. Активна українсько-польська торгівля на «низовому» рівні сприяла створенню в Польщі у 1990-х роках сотень невеликих кампаній з виробництва одягу та взуття. Зростала заробітна плата, політичні та економічні інтереси поляків все більше пов'язувалися з європейськими країнами-членами ЄС. Зменшувався потік й українських «човників» через встановлення візового режиму, який став новою «залізною завісою» для підприємливих українців, через що «човникова торгівля» було переорієнтовано на Туреччину та інші країни (Kozak 2022).

За даними «Інституту Демократичних ініціатив», якщо у 2000 р. торгівлю, як мету приїзду до Польщі, вказували 27% респондентів, то у наступному дослідженні (2010 р.) – торгівля не згадувалася взагалі. Українці, які шукали заробітку, більше стали надавати перевагу сезонним роботам та легальному працевлаштуванню (Бекешкіна 2010).

Поступово значення «човникової» торгівлі зменшилося. У 1998 р. Польща вводить обмеження на ввезення товарів у зв'язку зі вступом до ЄС. Також зменшенню «човників» у Польщі сприяв розвиток мережі великих оптових ринків в Україні. Через економічні вигоди масовий потік дрібних торговців поступово переорієнтувався на ці ринки.

Наприкінці 1980-х – початку 1990-х років починається історія таких майбутніх торгових гігантів, як «7-й кілометр» (1989, Одеська область), «Калинівський ринок» (1990, Чернівці), Троєщинський ринок (1996, Київ), «Барабашово» (1995, Харків) – найбільший у Східній Європі до початку російської агресії 2022 року. Саме ці ринки стали зразками «нерегульованого капіталізму», являючи собою складний симбіоз радянської ментальності, тіньових доходів, неправових трудових відносин.

На занедбаному радгоспному полі, де від кінця 1980-х років почав роботу ринок «7-й кілометр» («Промтоварний ринок») в Овідіопольському районі Одеської області. Засновником даного ринку офіційно вважається В. Добрянський, на той час голова радгоспу «Авангард». Він зміг погодити з владою дозвіл здати покинуте радгоспне поле в оренду промисловому ринку. Для зручності й безпеки (як продавців, так і покупців) ділянку землі, на якій велась торгівля, було огорожене та заасфальтовано. Пізніше для зручності продавців спорудили залізні металеві торгові столи, навіси та ящики із замками для зберігання товарів уночі, сформували підрозділ охорони ринку. «Вони вирощували тут пшеницю, коли я приїхав», – казав Олександр Сєдов, який колись програмував комп'ютери для радянської космічної програми, а в нових

умовах продавав переважно підтяжки та жіночі блузки. «Тепер це місце називають «Поле чудес»» (Неклюдов 2018, с. 135). На подібних ринках представлений зріз українського суспільства: люди різного віку, майнового стану, освітнього рівня, етнічного та соціального походження.

З роками, ринок «7-й кілометр» займав 100 га площі, його інфраструктуру склали близько 15 тис. торгових та складських об'єктів, вісім площадок для паркування автомобілів, автостанція, банк, пожежна частина, три медпункти і швидка допомога, відділення поліції, комплекс з реалізації продовольчих товарів, мережа кафе і ресторанів (Костенко 2023). На ринках було працевлаштоване до 20 тис. людей («Калинівський»), 15 тис. – на «Барабашово». Від середини 1990-х років тут працювали іноземці, часом нелегали. На «Барабашово», наприклад, торгували вихідці з 20 країн світу, об'єктивно сприяючи, тим самим, подальшому розвитку «мікрокультурної дипломатії», тільки вже з іншим етнічним складом. З початком російської агресії 24 лютого 2022 року торгівля зазнала колосальних втрат. Ринки, які були найбільшими в Східній Європі, опинилися в зоні ураження. Припинив функціонування харківський ринок «Барабашово», який майже повністю вигорів через систематичні обстріли. Торговельні бізнеси, створені впродовж кількох десятиліть, були зруйновані.

Історія «човникової торгівлі та туризму» є невід'ємною частиною соціально-економічної посткомуністичної трансформації, як в Україні, так і Польщі. В ці роки українці опинилися перед небаченими до того викликами: безробіттям, втратою заощаджень, пошуком роботи, заробітку, елементарних засобів до виживання. Втрата професії, переорієнтація на іншу діяльність була поширеним явищем того часу. В цих умовах мільйони громадян обох країн виявили неабиякі здібності до виживання та заробітку в екстремальній економічній ситуації. Це була масова соціально-економічна травма для мільйонів громадян.

Виїзд за кордон, «човникова торгівля» були частковою компенсацією і порятунком в цих умовах. Українці свої враження від Польщі формували відразу при перетині кордону, споглядаючи в дорозі краєвиди місцевості, порівнюючи сільську та міську забудову, стандарти житла, цивільну, господарчу та релігійну архітектуру. Для більшості це був інший світ релігійних особливостей, побутової культури, манери поведінки та моди.

В умовах транзиту «човникова торгівля» була складовою зламу усталених суспільних цінностей та уявлень. Поміж громадян, особливо молоді, була втрачена привабливість виробничої праці, зайнятості з фіксованою заробітною платою. Набирала обертів масова спекуляція товарами першої необхідності, звичним явищем були антисанітарні умови роботи вуличних продавців і поява у продажу товарів низької якості. Швидкі темпи зростання доходів в окремих громадян та «тіньових доходів» стали мрією багатьох. І польське, й українське суспільство змінювалося прискореними темпами. Проте колосальна різниця виявилася в результатах цих процесів. Глибокі традиції місцевої та професійної польської солідарності, опора на місцеві інтереси громад, приватну ініціативу, підприємливість сприяли трансформації «човникової торгівлі» в Польщі в легальні бізнеси у сфері харчування, торгівлі, послуг. Польське суспільство позбавлялося від тіньової ринкової торгівлі на користь високих стандартів торгівлі та обслуговування.

Зі вступом Польщі до ЄС та посиленням вимог щодо перетину кордону для українців «човникова торгівля» поступово зникла. Її альтернативою стали великі оптові ринки України, з ознаками базарів «третього світу», неписаними правилами нерегульованого капіталізму і його складовими: тіньовими зарплатами, ухилянням від оподаткування та напівлегальними методами торгівлі (Myers 2006).

В результаті дослідження даної теми зазначимо, що незважаючи на доволі нетривалий період бурхливого розвитку «човникового туризму», він мав важливі наслідки та впливи світогляд та життя людей, до яких варто віднести: 1) освоєння нових історико-культурних просторів, з особливими архітектурними, релігійними та ментальними характеристиками; 2) поширення нових стандартів та культурних норм, характерних, зокрема, «західному світу»; 3) розвиток комунікативних навичок через вивчення мови країни бізнес-інтересу (польської); 4) поширення неформального ділового спілкування, базованого на довірі та підтримці; 5) розвиток підприємницьких навичок, ініціативи та самоорганізації, вміння торгувати (Eder & Öz 2010).

Перспективи подальшого дослідження теми вбачаються у вивченні впливу «човникової торгівлі» на соціокультурний та економічний розвиток українсько-польського прикордоння. Потребує аналізу обсяги грошових потоків, оцінка внеску у місцеві бюджети, піднесення підприємництва в цілому. Як «човниковий бізнес» впливав на розвиток системи гостинності, збільшення зайнятості у цій сфері? Перспективним є вивчення споживчої поведінки учасників «човникового туризму», еволюції споживчих уподобань та мотивації покупок.

Потребує подальшого дослідження питання зміни соціальних ролей і менталітету в умовах постсоціалістичної трансформації, ролі жінок в цих надзвичайно складних життєвих умовах, коли вони брали на себе не властиві функції учасниць «човникової торгівлі». Недостатньо висвітленою є тема соціальної напруги, кримінальної складової «човникового бізнесу», особливостей логістики того часу, аналіз інформаційних потоків та найбільш ефективних каналів комунікації тих часів.

Список джерел та літератури

- БЕКЕШКИНА, І., Сприйняття Польщі і поляків в Україні. Презентація результатів загальнонаціонального опитування населення України 13 грудня 2010 року. Фонд «демократичні ініціативи». [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://dif.org.ua/uploads/doc/1359645554_2390.doc
- БОЖКО, Л. Д., 2018, Туризм в контексті глобалізаційних процесів: історико-культурологічний аналіз. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора культурології за спеціальністю 26.00.01. Теорія та історія культури. Харківська державна академія культури. Міністерство культури України. Харків. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/specrada/specrada/old_2019/Bogko/disBogko.pdf
- БОРДУН, О. Ю., 2018, Главные тенденции развития шоп-туризма в Украине. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/328929423_sop-turizm_Ukraini/citations#fullTextFileContent
- БОРКОВСЬКИЙ, А., 2015, Мафіозні і бандитські мережі у Польщі 1990-х створювали звільнені гебешники. Еспресо. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://espresso.tv/article/2015/11/26/mafiozni_i_bandytski_merezhi_u_polschi_90_kh_stvoryuvaly_zvilneni_gebeshnyky
- ВСТУП ПОЛЬЩІ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ, НАТО ТА ЙОГО НАСЛІДКИ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://bintel.org.ua/nash_archiv/arxiv-evroatlantichna-integraciya/vstuplenie-polshi-v-evropejskij-sojuz-nato-i-ego-posledstvija/
- ГУЕРРА, В., 2011, Город детства. Житомир: я родом с базара. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://lb.ua/society/2011/03/11/87222_gorod_detstva_zhitomir_ya_rodом_.html
- ЗАЛІСЬКА, Ю., 2018, Люди: Заробітчани в Польщі, життя як воно є. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://cheline.com.ua/people/lyudi-zarobitchani-v-polshhi-zhittya-yak-vono-ye-155535>
- ЗОГ, О., 2021, Талони на труси. Як жилося в СРСР за рік до проголошення незалежності України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://texty.org.ua/articles/104226/talony-na-trusy-yak-zhylosya-v-srsr-urik-proholoshennya-nezalezhnosti-ukrayiny/>
- КОСТЕНКО, І., 2023, «7-й кілометр», «Калинка», «Барабашово». Звідки пішли назви найбільших ринків України. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/7-y-kilometr-kalinka-barabashovo-zvidki-pishli-1695829443.html>
- КРИВОНІС, Т., & СОЛОДОВНИК, М., 2021, «Місто Барабашово» – подкаст про історію, масштаби та вплив ринку на життя Харкова. Суспільне Харків. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://suspilne.media/kharkiv/156855-misto-barabasovo-podkast-pro-istoriu-masstabi-ta-vpliv-na-zitta-harkova/>
- ЛІПІНСЬКИЙ, П., 2020, Лихи 90-ті. Польська версія. Нова Польща. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://novapolshcha.pl/article/likhi-90-ti-polska-versiya/>
- МОЛОДИЙ, В., 2023, Культурна дипломатія польських базарів 1980–1990-х років. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://culture.pl/ua/stattia/kulturna-dyplomatiya-polskykh-bazariv-1980-1990-roki>
- НАКОНЕЧНАЯ, Ф., 2019, «Мы попали в девяностые». [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://kustdnipro.com/ru/popali-v-90-e/>
- НАРОДНОЕ ХОЗЯЙСТВО В СССР В 1988 ГОДУ: статистический сборник. ЦСУ СССР, 1989, М: Финансы и статистика.
- НЕКЛЮДОВ, Є. С., 2018, Тінюва економіка України: від СРСР до сьогодні. Наукові праці історичного факультету Запорізького національного університету. Вип. 51, 131–139. DOI: 10.26661/swfh-2018-51-010
- ОКАРИНСЬКИЙ, В., 2017, Тернопіль: місто, люди, історія (від давнини до 1991 року). Тернопіль: Навчальна книга-Богдан.
- ОНИЩЕНКО, Г., 2024, Життя за залізною завісою: як і чому людей не випускали з СРСР. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/novosti-obschestvo/zhittya-za-zaliznoyu-zavisoyu-yak-i-chomu-lyudej-ne-vipuskali-z-srsr.htm>

- ПОМЯНОВСКИЙ, Е., 2006, К Востоку от Запада. Очерки. М.: Изд-во «МИК», 2006.
- СІРОМСЬКА, Г., 2021, Правові підстави та процедури для перетину іноземцями кордону СРСР. Соціально-правові студії. Вип.1 (11), 53–59.
- СТАВЛЕННЯ ПОЛЯКІВ ДО УКРАЇНЦІВ. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://univerpl.com.ua/blog/stavlennya-polyakiv-ukrayintiv/>
- ХАХУЛА, Л. І., 2014, Польські суспільні настрої щодо України та українців у 1991 – 2014 роках, Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України, 2014, Вип. 2 (106), 222–233.
- ЯРОШЕВИЧ, М., 2020, Проблеми польсько-українського кордону. Що робити і хто винен? Нова Польща, 20 вересня. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://novapolshcha.pl/article/problemi-polsko-ukrayinskogo-kordonu-sho-robiti-i-khto-vinen/>
- JANUSHEWSKI, A., 2019. Turystyka komercyjna w krajach Europy Wshodniej. Historia, dzien dzisiejszy I perspektywy. 29 kwietnia. Przegląd Gospodarczej Europy Wschoniej Środkowej. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://erece.org/2019/04/26/kommercheskij-turizm-v-stranah-vostochnoj-evropy-istoriya-segodnyashnij-den-i-perspektivy/>
- КОМОРНИКІ, Т., 2010, Rola wymiany towarowej ze wshodnimi sąsiadami Polski w gospodarce lokalnej Prace Komisii Geografii Przemysłu. Warszawa-Kraków. Nr. 15, 105–116.
- KUSPUS, P., 2008, Współpraca gospodarsza Polcki I Ukrainy. Gospodarka Narodowa. Nr. 4, 41–57.
- MYERS, S. L., 2006, From Soviet era Flea Market to a Giant Makeshift Mall, The New York times. [Online]. Available from: <https://www.nytimes.com/2006/05/19/world/europe/19ukraine.html>
- POWĘSKA, H., 2008, Cross-border shopping in Poland in the early 21 century Oeconomia. 7(1), 111–121.
- SHUTTLE TRADE, 1998, Prepared by the Statistics Department International Monetary Fund. Eleventh Meeting of the IMF Committee on Balance of Payments Statistics Washington, D.C., October 21–23. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.imf.org/external/bopage/pdf/98-1-3.pdf>
- WAŹPLIWY, B., Wyjazdy zagraniczne w czasach PRL. Historia.org.pl. Forum Historyczne portal. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://forum.historia.org.pl./topic/9502-wyjazdy-zagraniczne-w-czasach-prl/>

References

- BEKEŠKINA, I., Spryiniattia Polshchi i poliakiv v Ukraini. Prezentatsiia rezultativ zapalnonatsionalnoho opytuvannia naselennia Ukrainy 13 hrudnia 2010 roku [Perception of Poland and Poles in Ukraine. Presentation of the results of a nationwide survey of the population of Ukraine on December 13, 2010]. Fond «Demokratychni initsiatyvy». [Online]. Available from: https://dif.org.ua/uploads/doc/1359645554_2390.doc [In Ukrainian].
- BORDUN, O. Yu., 2018, Glavnye tendentsii razvitiia shop-turizma v Ukraine [The main trends in the development of shop tourism in Ukraine]. [Online]. Available from: https://www.researchgate.net/publication/328929423_sop-turizm_Ukraini/citations#fullTextFileContent [In Russian].
- BORKOVSKYI, A., 2015, Mafiozni i bandytski merezhi u Polshchi 1990-kh stvoriuvaly zvilneni hebeshnyky [Mafia and bandit networks in Poland in the 1990s were created by freed gebeshnyks]. [Online]. Available from: https://espreso.tv/article/2015/11/26/mafiozni_i_bandytski_merezhi_u_polschi_90_kh_stvoryuvaly_zvilneni_gebeshnyky [In Ukrainian].
- BOZHKO, L. D., 2018, Turyzm v konteksti hlobalizatsiinykh protsesiv: istoryko-kulturolohichniy analiz [Tourism in the context of globalization processes: historical and cultural analysis]. Dysertatsiia na zdobuttia naukovooho stupenia doktora kulturolohii za spetsialnistiu 26.00.01. Teoriia ta istoriia kultury. Kharkivska derzhavna akademiia kultury. Ministerstvo kultury Ukrainy. Kharkiv. [Online]. Available from: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/specrada/specrada/old_2019/Bogko/disBogko.pdf [In Ukrainian].
- EDER, M. & ÖZ ÖZLEM, 2010, From cross border exchange networks to transnational trading practices? The case of shuttle traders in Laleli, Istanbul. In: Djelic M-L, Quack S., eds. Transnational communities: Shaping global Economic governance, Cambridge University Press; 82–104. [In English].
- GUERRA, V., 2011, Gorod detstva. Zhytomyr: ya rodом s bazara [City of childhood. Zhytomyr: I come from the bazaar]. [Online]. Available from: https://lb.ua/society/2011/03/11/87222_gorod_detstva_zhitomir_ya_rodом_.html [In Russian].
- JANUSHEWSKI, A., 2019. Turystyka komercyjna w krajach Europy Wshodniej. Historia, dzien dzisiejszy I perspektywy. 29 kwietnia. Przegląd Gospodarczej Europy Wschoniej Środkowej. [Online]. Available from: <https://erece.org/2019/04/26/kommercheskij-turizm-v-stranah-vostochnoj-evropy-istoriya-segodnyashnij-den-i-perspektivy/>

- erece.org/2019/04/26/kommercheskij-turizm-v-stranah-vostochnoj-evropy-istoriya-segodnyashnij-den-i-perspektivy/ [In Polish].
- KHAKHULA, L. I., 2014, Polski suspilni nastroi shchodo Ukrainy ta ukraintsiv u 1991–2014 rokakh, Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy [Polish public sentiment towards Ukraine and Ukrainians in 1991–2014]. Vyp. 2(106), 222–233. [In Ukrainian].
- KOMORNICKI, T., 2010, Rola wymiany towarowej ze wshodnimi sąsiadami Polski w gospodarce lokalnej Prace Komisii Geografii Przemysłu. Warszawa-Kraków. Nr. 15, 105–116. [In Polish].
- KOSTENKO, I., 2023, «7-yi kilometr», «Kalynka», «Barabashovo». Zvidky pishly nazvy naibilshykh rynkiv Ukrainy [«7th kilometer», «Kaltynka», «Barabashovo». Where did the names of the largest markets in Ukraine come from?]. [Online]. Available from: <https://www.rbc.ua/rus/stylar/7-y-kilometr-kalinka-barabashovo-zvidki-pishli-1695829443.html> [In Ukrainian].
- KOZAK M., 2022, Oddolny wspólny rynek. Wojna wzmacnia gospodarcze więzi między Polską i Ukrainą. 300GOSPODARKA 23 grudnia. [Online]. Available from: <https://300gospodarka.pl/news/oddolny-wspolny-rynek-wojna-wzmacnia-gospodarcze-wiezi-miedzy-polska-a-ukraina> [In Polish].
- KRYVONIS, T., & SOLODOVNIK, M., 2021, «Misto Barabashovo» – podcast pro istoriiu, masshtaby ta vplyv rynku na zhyttia Kharkova [«The City of Barabashovo» – a podcast about the history, scale and influence of the market on the life of Kharkiv] [Online]. Available from: <https://suspilne.media/kharkiv/156855-misto-barabashovo-podcast-pro-istoriu-mashtabi-ta-vplyv-na-zitta-harkova/> [In Ukrainian].
- KUSPUS, P., 2008, Współpraca gospodarsza Polcki I Ukrainy Gospodarka Narodowa. Nr. 4, 41–57. [In Polish].
- LIPINSKYI, P., 2020, Lykhi 90-ti. Polska versiiia [The Roaring 90s. Polish version]. [Online]. Available from: <https://novapolshcha.pl/article/likhi-90-ti-polska-versiya/> [In Ukrainian].
- MOLODYI, V., 2023, Kulturna dyplomatiia polskykh bazariv 1980–1990-kh rokiv [Cultural diplomacy of Polish bazaars in the 1980s–1990s]. [Online]. Available from: <https://culture.pl/ua/stattia/kulturna-dyplomatiya-polskykh-bazariv-1980-1990-rokiv> [In Ukrainian].
- MYERS, S. L., 2006, From Soviet era Flea Market to a Giant Makeshift Mall, The New York times, 19 May. [Online]. Available from: <https://www.nytimes.com/2006/05/19/world/europe/19ukraine.html> [In English].
- NAKONECHNAIA, F., 2019, «My popali v devianostye» [«We found ourselves in the nineties»]. [Online]. Available from: <https://kustdnipro.com/ru/popali-v-90-e/>. [In Russian].
- NARODNOYE KHOZIAYSTVO V SSSR V 1988 GODU: statisticheskii sbornik [National Economy in the USSR in 1988: statistical digest]. TsSU SSSR. 1989. M: Finansy i statistika. [In Russian].
- NEKLIUDOV, Ye. S., 2018, Tiniova ekonomika Ukrainy: vid SRSR do siodennia [The shadow economy of Ukraine: from the USSR to the present day]. Naukovi pratsi istorychnoho fakultetu Zaporizkoho natsionalnoho universytetu, Vyp. 51, 131–139. DOI: 10.26661/swfh-2018-51-010 [In Ukrainian].
- OKARYNSKYI, V., 2017, Ternopil: misto, lyudy, istoriia (vid davnyny do 1991 roku) [Ternopil: place, people, history (from ancient times until 1991)]. Ternopil: Navchalna knyha-Bohdan. [In Ukrainian].
- ONYSHCHENKO, H., 2024, Zhyttia za zaliznoiu zavisoiu: yak i chomu liudey ne vypuskaly z SRSR [Life behind the Iron Curtain: how and why people were not allowed to leave the USSR]. [Online]. Available from: <https://www.obozrevatel.com/ukr/novosti-obschestvo/zhyttia-za-zaliznoyu-zavisoyu-yak-i-chomu-lyudej-ne-vipuskali-z-srsr.htm> [In Ukrainian].
- POMIANOVSKII, Ye., 2006, K Vostoku ot Zapada. Ocherki [To the East of the West. Essays]. M.: Izd-vo «MIK», 2006. [In Russian].
- POWĘSKA, H., 2008, Cross-border shopping in Poland in the early 21 century. Oeconomia. 7(1), 111–121. [In English].
- SHUTTLE TRADE, 1998, Prepared by the Statistics Department International Monetary Fund. Eleventh Meeting of the IMF Committee on Balance of Payments Statistics Washington, D.C., October 21–23. [Online]. Available from: <https://www.imf.org/external/bopage/pdf/98-1-3.pdf> [In English].
- SIROMSKA, H., 2021, Pravovi pidstavy ta protsedury dlia peretynu inozemtsiamy kordonu SRSR [Legal grounds and procedures for foreigners crossing the USSR border]. Sotsialno-pravovi studii. Vyp.1(11), 53–59. [In Ukrainian].
- STAVLENNIA POLIAKIV DO UKRAINTSIV [Attitude of Poles Towards Ukrainians]. [Online]. Available from: <https://univerpl.com.ua/blog/stavleniya-polyakiv-ukrayintsiv/> [In Ukrainian].
- Vstup Polshchi do Yevropeiskoho Soiuzu, NATO ta ioho naslidky Poland's Accession to the European Union, NATO and its Consequences]. [Online]. Available from: https://bintel.org.ua/nash_archiv/archiv-evroatlantichna-integraciya/vstuplenie-polshi-v-evropejskij-sojuz-nato-i-ego-posledstvija/ [In Ukrainian].

WAŹPLIWY, B., Wyjazdy zagraniczne w czasach PRL. Historia.org.pl. Forum Historyczne portal. [Online]. Available from: <https://forum.historia.org.pl./topic/9502-wyjazdy-zagraniczne-w-czasach-prl/> [In Polish].

YAROSHEVYCH, M., 2020, Problemy polsko-ukrainskoho kordonu. Shcho robyty i khto vynen? [Problems of the Polish-Ukrainian border. What to do and who is to blame?]. [Online]. Available from: <https://novapolshcha.pl/article/problemi-polsko-ukrayinskogo-kordonu-sho-robiti-i-khto-vinen/> [In Ukrainian].

ZALISKA, Yu., 2018, Liudy: Zarobitchany v Polshchi, zhyttia yak vono ye [People: migrant workers in Poland, life as it is]. [Online]. Available from: <https://cheline.com.ua/people/lyudi-zarobitchani-v-polshhi-zhyttia-yak-vono-ye-155535> [In Ukrainian].

ZOG, O., 2021, Talony na trusy. Yak zhylosia v SRSR za rik do proholoshennia nezalezhnosti Ukrainy [Coupons for underwear. What life was like in the USSR a year before Ukraine declared independence] [Online]. Available from: <https://texty.org.ua/articles/104226/talony-na-trusy-yak-zhylosya-v-srsr-u-rik-proholoshennya-nezalezhnosti-ukrayiny/> [In Ukrainian].

«Човниковий туризм»: українсько-польське сприйняття

Стаття присвячена комплексному аналізу політичних, економічних та соціокультурних чинників трансформаційного періоду в Україні та Польщі, вивченню еволюції взаємного сприйняття українців і поляків як учасників «човникової торгівлі» та «човникового туризму». Розкривається термінологічний зміст понять «човникова торгівля», «човниковий туризм» як явищ, які поєднують комерційні та культурно-пізнавальні цілі. Охарактеризовано стан візного туризму в соціалістичний період, підкреслено його нерівномірність і фактичну недоступність для громадян України, на відміну від громадян Польщі. Здійснено дослідження «човникового руху» як реакції на економічну кризу, гіперінфляцію та дефіцит товарів. На основі різноманітних джерел, спогадів сучасників підкреслено емоційно-особистісний стан учасників «човникової торгівлі», їхні враження та емоції під час організації поїздок, перебування та знайомства з іншою країною. Підкреслено освітній рівень учасників «човникової торгівлі», наведено статистичні дані стосовно частоти в'їзду до Польщі. Підкреслено зміну соціальних ролей, особливо статусу жінок, які займалися «човниковою торгівлею». Крізь призму історії започаткування найбільших ринків України підкреслено еволюцію форм і методів підприємництва, його мультикультурний характер. Розкрито вплив «човникового туризму» на формування нових культурних уявлень та норм. Наголошується на негативних наслідках масового залучення громадян: втрата привабливості виробничої праці, постійної зайнятості, поширення масової спекуляції, падіння якості обслуговування та масова поява товарів низької якості, поширення яких призвело до закриття українського виробництва. Суспільство все більше було зорієнтоване на швидке збагачення та пошук «тіньових доходів», уникнення від оподаткування. В результаті економічних реформ, Польщі, на відміну від України, вдалося подолати негативи постсоціалістичної трансформації та наслідки «човникової торгівлі». У статті запропоновано перспективні напрями вивчення даної тематики.

Ключові слова: Україна, Польща, «човникова торгівля», «човниковий туризм», міжкультурна комунікація.

Nataliia Teres, Candidate of historical science, Associate Professor, Faculty of History, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Наталія Терес, кандидатка історичних наук, доцентка, історичний факультет Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-2801-3594>

Nataliia Kuzina, Candidate of historical science, Associate Professor, Faculty of History, Taras Shevchenko National University of Kyiv.

Наталія Кузіна, кандидатка історичних наук, доцентка, історичний факультет Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5407-7236>

Dmytro Kudinov, Doctor of History, Professor, Academic and Research Institute of History, Law, and International Relations, Sumy Pedagogical State University named after A. S. Makarenko.

Дмитро Кудінов, доктор історичних наук, професор, Навчально-науковий інститут історії, права та міжнародних відносин Сумського державного педагогічного університету імені А. С. Макаренка.

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-1516-576X>

Scopus Author ID: 57209465583

Received: 07.09.2025

Advance Access Published: October, 2025