КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

«ОРГАНІЗАЦІЙНО - ПРАВОВІ ЗАСАДИ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В СФЕРІ ТУРИЗМУ»

галузь знань - 24 Сфера обслуговування
за спеціальністю - 242 Туризм
за програмою – Туризм

Магістерська робота
студентки заочного відділення
Мегедь Софія Вікторівна

Науковий керівник:
д.геогр.н, проф. Ольга Любіцева

Київ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ 6
Система правового регулювання туризму в Україні та Польщі 6
Нормативно-правова база українсько-польських відносин у сфері туризму 17
Інституціональне забезпечення туристичної діяльності в Україні та Польщі 22
Порівняльний аналіз систем управління туризмом в Україні таПольщі 41
Висновки до розділу 1 44
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ВІДНОСИН В ТУРИЗМІ З 2014 Р. І ДОТЕПЕР 46
Дослідження факторів, що впливають на міжнародні відносиниУкраїни та Польщі в туризмі 46
Динаміка туристичних потоків з 2014 року з України в Польщу та навпаки 53
В'їзний польський туризм. Діяльність польських туроператорів, їхня взаємодія з Україною 59
Внутрішній український туризм. Діяльність українських туроператорів, їхня взаємодія з Польщею 64
Висновки до розділу 2 72
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ВІДНОСИНАХ 74
Висновки до розділу 3 82
ВИСНОВКИ 84
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ 89
ДОДАТКИ 99

ВСТУП

Сьогодні туризм розвивається швидкими та динамічними темпами, адже змінився підхід до цієї галузі. Туризм вже не є тим недосяжним явищем, яке могли собі дозволити лише багачі, оскільки він перетворився на загальну потребу кожної людини, яка бажає урізноманітнити своє дозвілля, відпочити, збагатитися в культурному та духовному плані, розширити свій світогляд. Він налагоджує культурні, туристично-рекреаційні, соціально-економічні, політичні відносини між країнами та народами, відіграє велику роль на світовому ринку послуг, окреслює імідж країни у світі, зацікавлюючи чи відштовхуючи потенційного туриста.

Актуальність теми нашого дослідження полягає в тому, що геополітичне розташування та інтеграційні процеси України до Європейського Союзу сприяють до співпраці нашої держави з її країнами-членами, зокрема й з Республікою Польща в туристичній сфері. Агресивна російсько-українська війна на нашій території привертає увагу світової спільноти і Польща не є винятком, оскільки вона всебічно надає свою допомогу і українській туристичній галузі також, надаючи сприятливі умови для діяльності вітчизняного туристичного бізнесу.

Стан розроблення обраної теми недостатньо ґрунтовно висвітлений в науковій літературі. Здебільшого автори досліджують транскордонне співробітництво України та Польщі і розглядають в цьому аспекті туризм. До таких авторів слід віднести: Buchko. Z., [42], Червона О., Dyrda Grażyna [44]. Біланюк О. П. [51] вивчав сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного туризму в українсько-польських відносинах. Автори Корсак Р. В., Фуртій В. [62] досліджували організацію туризму у країнах центральної Європи та Польщі і пропонували досвід організації для України. Мігущенко Ю. В. у своїй роботі [66] провів порівняльний аналіз інституціонального забезпечення туристичної діяльності в Україні та Польщі. Отже, можна

стверджувати, що українські та польські автори в основному досліджують свою вітчизняну туристичну галузь, а комплексні дослідження двосторонньої співпраці в туризмі, особливо в сучасний період, замало. Тому потрібно покращувати та збільшувати наукові доробки, статистичну інформацію даної сфери, зокрема й під час російсько-української війни.

Мета дослідження – проаналізувати особливості співробітництва України та Польщі в туристичній сфері під час війни, починаючи з 2014 року.

Досягнення мети нашої роботи передбачало розв'язати такі **завдання**:

1. Розглянути систему правового регулювання туризму в Україні та Польщі.
2. З'ясувати, як функціонує туристична система України та Польщі.
3. Проаналізувати українсько-польські туристичні потоки з 2014 року.
4. Дослідити співпрацю українського та польського туристичного бізнесу під час війни.
5. Розглянути перспективи розвитку українсько-польського туризму.

Об'єкт дослідження – туристична сфера України та Польщі.

Предмет дослідження – співробітництво України та Польщі в туристичній галузі починаючи з 2014 року і дотепер.

Під час написання роботи використовувалися такі **методи дослідження**: узагальнення, класифікації, метод системного аналізу та синтезу, дедукції, порівняльний метод, структурно-функціональний метод; при дослідженні українсько-польських туристичних потоків використовувався статистичні та графічні методи; методи моделювання та прогнозування застосовувалися при внесенні пропозицій розвитку українсько-польського туризму.

Наукова новизна – комплексний аналіз українського та польського туризму з використанням теоретичних та аналітичних даних.

Практичне значення одержаних результатів - запровадження власних пропозиції для покращення розвитку окремо взятого українського,

польського туризму та двостороннього співробітництва в даній галузі; наведено приклад розвитку транскордонного екологічного туризму.

Структура роботи. Магістерська робота містить вступ, основну частину, яка складається з трьох розділів, висновки, список використаної літератури та додатки. В першому розділі представлено теоретико-методологічні положення дослідження, в другому – аналіз українсько-польських відносин в туризмі з 2014 року, а в третьому розділі описані пропозиції розвитку українсько-польського туризму.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Система правового регулювання туризму в Україні та Польщі.

Туризм розглядають, як багатостороннє явище, процес, сфера діяльності, який пов'язаний зі світовим ринком послуг, і відповідно залежить від економічних, політичних, соціальних, культурних, екологічних чинників кожної країни і її народу. Це мінлива і динамічна галузь у світі, показник культурного та економічного розвитку, історико-культурної спадщини, захисту навколишнього середовища, відносин між країнами та народами, міжнародного права. І оскільки туризм займає вагоме місце у світі, він потребує регулювання як на міжнародному, так і на регіональному рівнях у кожної держави.

Для початку розглянемо українську систему правового регулювання в туризмі. Слід виокремити чотири групи нормативно-правових актів у сфері туризму: Конституція України, законодавство України про туризм загальної дії, спеціальне законодавство України про туризм. До першої групи варто віднести Конституцію України, що є основою законодавства про туризм, норми якої регламентують найважливіші відносини у сфері туризму. Другу групу складає законодавство, яке регулює як туристичні, так й інші суспільні відносини. Це, зокрема законодавство загальної дії, яке створює умови для реалізації людиною і громадянином права на свободу пересування, відпочинок та інших суміжних прав і свобод у туристичних подорожах. До третьої групи можна долучити спеціальне законодавство України про туризм, що містить Закон України «Про туризм», постанови Верховної Ради України з питань туризму, укази Президента України та постанови Кабінету Міністрів України щодо туризму, відомчі акти державних компетентних органів з питань туризму.

На міжнародному рівні також створювалися загальні принципи та норми, що регламентують питання в туристичній сфері. Їх виділяють в окрему четверту групу - це міжнародні договори (двосторонні) України у сфері туризму, міжнародні конвенції, що унормовують порядок надання туристичних послуг, здійснення туристичних формальностей, рішення міжнародних недержавних організацій з питань туризму тощо [53, С. 13].

У табл. 1.1 наведено перелік основних нормативно-правових актів, що регламентують здійснення туристичної діяльності в Україні та правовий статус туристів [1-7, 37- 41].

Таблиця 1.1

Нормативно правові акти, що регулюють туристичну діяльність України

Нормативно-праві акти	**Сфера дії**
Конституція України	Регламентує основні права громадян: на свободу пересування, вільний вибір місця проживання, право вільно залишати територію України, окрім обмежень, які встановлюються законом; право на відпочинок; право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом.
Цивільний кодекс України	Встановлює правовий статус фізичної особи – суб'єкта підприємницької (туристичної) діяльності та юридичної особи, порядок набуття ними правосуб'єктності, порядок укладання, зміни та розірвання договорів.
Господарський кодекс України	Регламентує правові основи господарської діяльності згідно з Конституцією України, яка ґрунтується на багатогранності суб'єктів господарювання різних форм власності, встановлює основні засади господарювання в Україні та упорядковує господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання.
Податковий кодекс України	Регулює відносини, що виникають у сфері оподаткування суб'єктів господарювання, зокрема і суб'єктів туристичної діяльності, визначає повний перелік податків та зборів, які здійснюються в Україні, їх права та обов'язки, повноваження контролюючого органу, обов'язки посадових осіб у період податкового контролю, а також відповідальність за податкові порушення.
Кодекс України про адміністративні правопорушення	Характеризує правопорушення під час здійснення підприємницької діяльності (зокрема туристичної) та порядок і способи притягнення до адміністративної відповідальності. (Стаття 163)

Продовження таблиці 1.1

Нормативно-праві акти	**Сфера дії**
Кримінальний кодекс України	Визначає склад правопорушень і міру відповідальності осіб за вчинення ними злочинів проти: основ національної безпеки; господарської діяльності, довкілля, миру, безпеки людства та міжнародного правопорядку та ін.
Закон України «Про туризм»	Встановлює та характеризує поняття туризму, туристичного продукту, визначає суб'єктів туристичної діяльності, регламентує порядок здійснення ними діяльності у сфері туризму.
Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань»	Регламентує порядок реєстрації як юридичної, так і фізичної особи, яка має намір стати підприємцем, зокрема суб'єктом туристичної діяльності. Встановлює порядок державної реєстрації припинення як юридичної особи, так і підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця.
Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності»	Встановлює та характеризує види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню (зокрема туроператорська діяльність, порядок ліцензування), встановлює державний контроль у сфері ліцензування, відповідальність суб'єктів господарювання та органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування.
Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності»	Регулює правові засади підтвердження відповідності продукції, персоналу, систем якості, систем управління якістю та систем управління довкіллям вимогам, установленим законодавством України.
Закон України «Про стандартизацію»	Встановлює правові та організаційні засади стандартизації в Україні, спрямований на забезпечення єдиної технічної політики у цій сфері.
Закон України «Про страхування»	Регулює відносини у сфері страхування, орієнтований на створення ринку страхових послуг, посилення страхового захисту майнових інтересів підприємств, установ, організацій та фізичних осіб.
Закон України «Про порядок виїзду з України і виїзду Україну громадян України»	Унормовує порядок здійснення прав громадян України на виїзд з України та в'їзд в Україну, а також порядок оформлення документів для зарубіжних поїздок, визначає випадки тимчасового обмеження права громадян на виїзд з України та встановлює порядок розв'язання спорів у цій сфері.

Оскільки законами неможливо врегулювати всі сфери туристичної діяльності, тому існують підзаконні акти, накази та постанови в яких більш детально розкриваються окремі аспекти даної сфери.

Варто зупинитися на Законі України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р., який на нашу думку є основним документом в туристичній сфері, адже саме він став підґрунтям для розробки цілої низки галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристичної діяльності. У цьому законі туризм визначається, як процес, а саме: «тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю». Також цей документ розкриває поняття туристичні ресурси як сукупність природно–кліматичних, оздоровчих, історико–культурних, пізнавальних та соціально–побутових ресурсів відповідної території, які задовольняють різноманітні потреби туриста. Аналіз норм Закону України «Про туризм» свідчить про відсутність підтримки внутрішнього туризму у підзаконних актах, однак у Законі даний вид туризму визначено пріоритетним, але в основному увага все-таки приділяється виїзному туризму [36].

Загалом українське законодавство формулює загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики у сфері туризму, створює умови для суб'єктів туристичного підприємництва, забезпечує необхідний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. Майнові відносини в галузі туризму, засновані на рівності, автономії волі і майновій самостійності їх учасників, регулюються Цивільним та Господарським кодексами України з урахуванням особливостей, встановлених цим Законом. Так, наприклад, міжнародним договором України, передбачені інші правила, ніж ті, що встановлені цим Законом, оскільки в ньому застосовуються правила міжнародного договору.

На регіональному рівні управління туризмом здійснюється на основі таких документів, як Концепція державної регіональної політики, затвердженої Указом Президента України № 341/2001 від 25.05.2001 р., Державної Стратегії регіонального розвитку на період до 2015 р.,

затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України № 1001 від 21.07.2006 р., Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів» № 2850-IV від 08.09.2005 р., Закону України «Про місцеве самоврядування» № 280/97-ВР від 21.05.1997 р., Закону України «Про місцеві державні адміністрації» № 586- XIV від 09.04.1999 р. тощо [52, С. 69].

Про велике значення туризму, його суттєвий вплив на суспільний та економічний розвиток України свідчать Закони України «Про курорти», «Про природно-заповідний фонд України», «Про спеціальну економічну зону туристично-рекреаційного типу «Курортополіс Трускавець» та Укази Президента України «Про день туризму», «Про основні напрямки розвитку туризму в Україні до 2010 року», «Про підтримку розвитку туризму в Україні», «Про заходи щодо забезпечення реалізації державної політики у галузі туризму», «Про заходи щодо розвитку туризму і курортів в Україні» [65].

В Польщі так само, як і в Україні діяльність в сфері туризму регламентується нормативно-правовими актами, а також державними і регіональними стратегіями та програмами розвитку туризму. В Конституції Польщі 1997 року зазначається, що адміністративно-територіальні одиниці мають право вступати в міжнародні об'єднання місцевих і регіональних громад, співпрацювати з ними, а також з громадами інших держав [8].

Основним законом для Польщі у сфері туризму є Закон «Про туристичні послуги» від 29 серпня 1997 р., що повністю відповідає нормам європейського права. До цього закону варто ще віднести Закон «Про урядову діяльність» (1997 р.). Закон «Про туристичні послуги» в основних своїх положеннях поєднується з Директивою ЄС № 90/314 ЄЕС «Про подорожі, відпустки і поїздки, які містять все», 1990 р., формується понятійний апарат, права та обов'язки суб'єктів господарської діяльності у сфері туризму, зокрема, порядок видачі дозволів на проведення заходів, регламентація діяльності туристичних провідників, екскурсоводів та гідів, питання категоризації засобів розміщення, безпеки та захисту прав туристів,

фінансового забезпечення відповідальності організаторів туризму, обов'язковості спеціальної освіти і досвіду роботи для зайнятих у туризмі. Доповнюють цей закон розпорядження міністрів економіки, праці, фінансів, народної освіти.

У табл. 1.2. представлено спільні та відмінні риси «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» та Закону Польщі «Про туристичні послуги» [9, 10].

Таблиця 1.2

Спільні та відмінні риси польського та українського законодавства туристичної сфери

Спільні риси	**Відмінні риси**
Забезпечується фінансова відповідальність туристичних операторів та туристичних агентів в Україні, організаторів туризму та туристичних посередників у Польщі перед туристами	Наявність вимог, які стосуються обов'язкової спеціалізованої освіти та практики роботи з надання туристичних послуг, володіння знання іноземними мовами для співробітників туристичних підприємств, туристичних провідників та екскурсійних гідів
Приділяється велика увага щодо безпеки туризму	Захист прав споживача щодо інформування про туристичний захід
Туристичні послуги надаються лише на підставі договорів на туристичне, готельне та екскурсійне обслуговування.	Умови розірвання договору, зміни ціни на туристичні послуги, відповідальність за невиконання обов'язків в повному обсязі.

На відміну від Закону України, Закон Польщі є більш практичний, а не регламентуючий, оскільки він має конкретні вимоги та механізми реалізації послуг, в тому числі послуг туристичних підприємств, готельних об'єктів, туристичних провідників та екскурсійних гідів.

1999 року 25 червня Законом «Про польську туристичну організацію» було засновано Польську туристичну організацію, головним завданнями якої було створення позитивного іміджу польського туристичного продукту в державі і за її межами, покращення інформаційної мережі та участь у розробці програм розвитку туристичної індустрії та модернізації її інфраструктури [74].

Регламентуючими для туристичної діяльності є також «Закон про охорону природи» (2004 р.), «Закон про охорону спадщини» (2003 р.), «Закон про курорти» (2005 р.), діючі реєстри заповідних територій, пам'яток історії та культури.

Законом Республіки Польща «Про самоврядування воєводства» від 5 червня 1998 року Рада воєводства самостійно ухвалює пріоритети закордонної співпраці, встановлює основні цілі, напрямки географічної співпраці, а також прагнення до членства у міжнародні регіональні організації. Здійснюється це на основі внутрішнього законодавства країни, зовнішньої політики держави та її міжнародними зобов'язаннями в межах воєводства [11].

Окрім нормативно-правової бази туризм в Україні та Польщі регулюється регіональними стратегіями та програмами розвитку туризму. Їхнє запровадження в основному відбувається в часи фінансово-економічних, політичних криз, для того, щоб підтримувати регіональну та місцеву економіку і поступово виводити її з кризи.

Першою такою програмою в Україні була Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 рр. Її головним завданням було створення конкурентоспроможного міжнародного ринку національного туристичного продукту, який би міг задовольнити туристичні потреби населення країни, запровадити комплексний розвиток регіонів зі збереженням екологічної рівноваги та культурної спадщини. Програма мала на меті зміцнення позицій України на міжнародному туристичному ринку, залучити більшу кількість іноземних та внутрішніх туристів до подорожей країною, сприяти збільшенню фінансових надходжень до державного бюджету. Завдяки цьому документу були запроваджені та прийняті програми розвитку туризму в областях України. Відбулися зміни в делегуванні обов'язків між органами виконавчої влади, міністерствами та відомствами. Однак через брак фінансування туристичної сфери в Україні протягом кількох років, не вдалося повністю виконати всі завдання, які були поставленні в програмі.

Негативним є також відсутність громадського контролю та публічного звіту органів управління про виконану роботу.

Ще однією комплексною та важливою для України була Програма розбудови туристичної інфраструктури за напрямами національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 рр., яка визначала впровадження заходів на загальнодержавному рівні задля надання можливості українським об'єктам туризму приєднатися до загальноєвропейської мережі туристичних маршрутів, сприяти туристичній привабливості України та повноцінному використанню вітчизняного туристичного потенціалу [12]. Однак, протягом кількох років програма не фінансувалася, і лише в 2007 році її фінансування було відновлено. В 2008 році розпорядженням Кабінету Міністрів України було остаточно погоджено і схвалено Стратегію розвитку туризму та курортів України [13].

12 січня 2015 року Указом Президента України була затверджена п'ята Стратегія сталого розвитку «Україна – 2020». Метою якої було запровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід держави на провідні позиції у світі. В стратегії було виокремлено 4 вектори: розвиток, безпека, відповідальність, гордість. У цих сферах було закладено реалізувати 62 реформи та програми розвитку держави, зокрема і туризму. В першу чергу - запровадити програму популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. В основі програми було забезпечення і просування бренд-меседжів про Україну, в якій наша держава постає, як приваблива країна для туризму, країна з визначними культурними та історичними традиціями.

Головна мета програми - створення в Україні сприятливих можливостей для розвитку конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку курортних територій та туристичних центрів

з урахуванням соціально-економічних інтересів населення, збереження та відновлення природних територій, ремонт і реставрація об’єктів культурної спадщини [14].

Завданням Стратегії сталого розвитку «Україна - 2020» був розвиток малого і середнього підприємництва у сільській місцевості до 2020 року. Документ ухвалили розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 травня 2017 р. № 504-р. У 2020 році було запущено проект «Мандруй Україною» для популяризації вітчизняного туризму [15].

Зараз в Україні запроваджена «Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року», яку підготувало Міністерство економічного розвитку і торгівлі [16]. Документом передбачається: створення умов для безпеки туристів, нормативно-правове забезпечення, розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів, маркетингова політика розвитку туризму та курортів. За прогнозами в Україні до 2026 року має збільшитися кількість іноземних туристів у 2,5 рази, а внутрішніх - у 5 разів, має створитися позитивний імідж України, як привабливої держави у сфері туризму. Програма вже дала свої плоди, адже було запроваджено і втілено нову інформаційну компанію - «Visit Ukraine – Summer in Ukraine», яка популяризує літній відпочинок в Україні серед іноземців. Також в 2018 році наша держава отримала офіційний бренд «UkraineNow», який формує образ відкритої, привабливої країни в туристичному, культурному та бізнесовому секторах. В 2021 році розпочалося громадське обговорення проекту концепції однойменної державної цільової програми розвитку внутрішнього й в’їзного туризму.

«Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року» була ще затверджена в 2017 році, коли наша держава була зовсім в іншому соціально-економічному та політичному становищі, на відміну від сьогодення, коли кардинально змінилися пріоритети розвитку країни. Проте хочеться вірити, що через кілька років дана програма все-таки буде здійснена до кінця і всі цілі її будуть виконані. Однак, варто зазначити, що

для повноцінної реалізації даних програм потрібні значні інвестиції в туристичну сферу України, які, на жаль, впродовж багатьох років майже не здійснювалися аж до 2020 року.

Пріоритетні напрямки розвитку туризму в Польщі так само як в Україні визначені різними державними програмами і документами. Так, зокрема, важливими урядовими стратегічними програмними документами є Стратегії розвитку туризму в 2001-2006 рр. [17] та в 2007-2013 рр. [18]. В останній програмі було запроваджено публічне звітування про виконання завдань на рівні урядових органів. Основним завданням Стратегії 2001-2006 рр., яка на 60% фінансувалася за рахунок структурних фондів ЄС, було посилення конкурентоспроможності туристичних продуктів на внутрішньому та міжнародних ринках. Для цього було зазначено три головних цілі: посилення інвестиційних капіталовкладень у розвиток туристичної інфраструктури та розвиток туристичного продукту, зміцнення конкурентоспроможності туристичної сфери, дослідження і запровадження новітніх технологій в туристичній сфері.

Наступна «Національна стратегія розвитку туризму в 2007-2013 рр.» була більш ґрунтовнішою і комплексною. Основні цілі даної програми: створення нових туристичних продуктів, поліпшення якості та підвищення конкурентоспроможності вже існуючих туристичних продуктів та послуг на ринку. В межах програми було розроблено пріоритетні напрями реалізації Стратегії 2007-2013 рр., зокрема: туристичний продукт високої якості, маркетингова діяльність, формування туристичного середовища. Завдяки цій програмі утворювалися правові, інституційні, фінансові та кадрові умови для розвитку туризму в Польщі, що дозволило покращити конкурентне становище країни та її регіонів і зберегти охорону культурних та природних ресурсів для всіх без винятку воєводств [66].

Не менш важливим документом є також «Керівні принципи для розвитку туризму до 2015 року» [19]. Основна мета документу - створення правових, організаційних, фінансових і кадрових ресурсів для розвитку

туризму, сприяння соціально-економічному розвитку і підвищенню конкурентоспроможності польських регіонів і країни в цілому, а також збереження культурних і природних цінностей.

Проаналізувавши Державну стратегії регіонального розвитку України на період до 2015 року та Національну стратегію регіонального розвитку Польщі на період 2007-2013 рр., можна помітити, що у документах повністю відсутня міждержавна взаємна узгодженість заходів та завдань для пожвавлення міжнародного та транскордонного туристичного співробітництва.

Подальші стратегії, які запроваджувалися в Польщі стосувалися більше вузької тематики. Наприклад, Стратегія маркетингу Польщі в секторі туризму для 2012–2020 років та План дій до неї на кожній рік [41]. Основні положення - задоволення інформаційних потреб у сфері туризму. Маркетингова підтримка розвитку туристичного продукту спрямована на розширення охоплення інформаційним та рекламним повідомленням про туристичну привабливість Польщі. Пріоритетні туристичні продукти - міський і культурний, діловий, рекреаційний, активний і спеціалізований, сільський, прикордонний і транзитний туризм.

Розглянувши стратегії розвитку туризму в Україні та Польщі, можна зробити висновок, що Польща більш успішно розробляє та реалізує стратегічні програмні документи, оскільки вона фундаментально проводить дослідження тенденцій розвитку туристичної сфери, її впливу на соціально-економічний розвиток країни. Ще одним вагомим фактором є дофінансування реалізації заходів зі структурних фондів ЄС. В Україні розглянуті стратегії та програми розвитку туризму носять лише рекомендаційно-декларативних характер. Стосовно фінансування таких програм, то вони здійснюються в нашій державі за рахунок коштів державного, місцевих бюджетів та інвестицій. Дані надходження є недостатніми, щоб кардинально проводити зміни туристичної сфери. Окрім того, представники органів влади Польщі прагнуть налагоджувати

співробітництво з Україною і визначають це як стратегічний пріоритет, однак українські органи влади вважають недоцільним розвивати українсько-польське співробітництво у сфері туризму на рівні прийняття стратегічних та програмних рішень.

Нормативно-правова база українсько-польських відносин у сфері туризму.

Сусідство з Польщею спонукало до розвитку двостороннього міжнародного співробітництва в сфері туризму, що полягає в погодженні між двома країнами умов довготривалої співпраці, зміцненні та заохоченні співробітництва в цій сфері на засадах взаємної вигоди. Уряди країн визнають важливість двосторонніх зв`язків, які є важливим фактором у покращенні дружніх відносин між народами двох країн. Тому вони укладають особливі договори, які здебільшого називаються міждержавними угодами про співробітництво у сфері туризму або меморандумами про взаєморозуміння щодо співробітництва. Форма такої співпраці є найдоступнішою та найефективнішою, оскільки для її реалізації не потрібно створювати жодних організаційних структур [55, С. 31.].

Президент України Л. Кравчук 18-19 травня 1992 року здійснив свій перший офіційний візит до Республіки Польща, де він підписав Договір про добросусідство, дружні взаємини і співробітництво між Україною та Республікою Польща. Цей документ став підґрунтям для подальшої двосторонньої співпраці сусідніх країн, зокрема й для транскордонного співробітництва у культурній сфері. В договорі обидві держави заявили про сприяння співпраці в галузі культури, освіти та науки, домовилися збільшувати культурний обмін, співробітництво між культурними установами та організаціями, налагоджувати контакти між митцями, сприяти обміну науковими працівниками, викладачами, студентами, аспірантами і стипендіатами та здійснювати спільні науково-дослідні роботи. До того ж, договором декларувалася домовленість сторін про

створення умов для взаємного вільного розповсюдження інформації про всі сфери громадського та культурного життя народів [20].

Верховна Рада України ратифікувала також і важливі правові документи Ради Європи, такі, як Європейську хартію місцевого самоврядування, Європейську рамкову конвенцію про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями, підписану 21 травня 1980 року в Мадриді, та два додаткові протоколи до неї. Україна приєдналася до цієї Конвенції у 1993 році разом із Польщею [21], а у 2005 році наша держава підписала ще додаткові протоколи Конвенції. В угоді, що підписала Україна та Польща встановлено правовий статус транскордонного співробітництва, вагомою складовою якого є співпраця між містами-побратимами.

В 1993 році 24 травня також було підписано Угоду між Урядом України та Урядом Республіки Польща про міжрегіональне співробітництво. Це головний документ, що регулює українсько-польське міжрегіональне співробітництво. У статті 4 цієї угоди вказано, що сторони сприятимуть здійсненню співробітництва в галузі розвитку регіонів, міст та сільських місцевостей, по відношенню до яких ця Угода має юридичну силу, зокрема, і в сфері туризму [22].

«Угода про співробітництво в галузі туризму між Комітетом по фізичній культурі та туризму Республіки Польща та Державним комітетом України по туризму» була підписана 21 жовтня 1994 р. Сторони домовилися приділяти особливу увагу розвитку туризму в різноманітних його формах, враховуючи організований груповий та індивідуальний туризм, діловий туризм, туристичні поїздки для участі у виставках, ярмарках, культурних та спортивних заходах, курортно-оздоровчий туризм. Також була прийнята домовленість про співпрацю між польськими та українськими туристськими організаціями, фірмами та підприємствами, про будівництво нових туристських об'єктів та модернізацію існуючих, створення інфраструктури сучасного готельного господарства, розвиток сфери туристських послуг

[23]. Проте, дана угода втратила чинність із підписанням нової «Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Польща про співробітництво в галузі туризму» від 24 червня 2006 року [24].

В цьому документі була розширена співпраця України та Польщі в сфері туризму, адже сторони домовилися спростити прикордонні, митні та інші формальності, які пов'язані з туристичним обміном обох сторін; обмінюватися статистичною інформацією щодо туризму; розвиток групового та індивідуального туризму; регламентація порядку в'їзду та виїзду для іноземців; сторони сприятимуть обміну науковими працівниками з питань туризму; розвиватимуть співпрацю в рамках Всесвітньої туристичної організації.

Сьогодні головним документом в сфері транскордонного співробітництва є закон України «Про транскордонне співробітництво», затверджений Верховною Радою України 24 червня 2004 року. Відповідно до цього закону транскордонне співробітництво розглядається, як «спільні дії, спрямовані на встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між територіальними громадами, їх представницькими органами, місцевими органами виконавчої влади України та територіальними громадами, відповідними органами влади інших держав у межах компетенції, визначеної їх національним законодавством» [25]. Можна сказати, що даний документ визначив мету та принципи державної політики у сфері транскордонного співробітництва, адже встановив повноваження суб'єктів України, принципи та форми державної підтримки у цій галузі та його фінансове забезпечення.

В подальшому країни продовжували співпрацю в туристичній сфері, підтвердження цього є підписання в 2009 році Протоколу про співробітництво між Міністерством культури і туризму України та Міністерством культури та народної спадщини Республіки Польща на 2009–2012 рр. [26], та Протоколу про співробітництво між Міністерством

культури і туризму України та Міністром культури і національної спадщини Республіки Польща на 2010–2013 рр.

28 січня 2010 р. Польща і Україна підписали спільний меморандум про співпрацю у сфері туризму. З боку Польщі меморандум підписав президент Польської туристичної організації Рафал Шмідке, а з українського – директор Державного підприємства «Національний туристичний офіс» Андрій Помоз. Даний документ зрушив українсько-польські відносини у позитивне русло, це зокрема, проявилося під час підготовки до проведення чемпіонату Європи з футболу Євро–2012, а також популяризації природного та історико–культурного потенціалу двох країн [62, С. 105-107].

Існує також є численна кількість стратегічних документів у сфері транскордонного співробітництва і розвитку туризму в прикордонних територіях. Сюди варто віднести: «Стратегію транскордонного співробітництва «Карпати 2003-2011»» [27], міждержавну «Стратегію українсько-польського міжрегіонального і прикордонного співробітництва (2004 р.)» [28], міжрегіональну українсько-польську стратегію транскордонного співробітництва між Львівською і Волинською областями та Люблінським і Підкарпатським воєводствами (2004 р.) [29]. Про покращення українсько-польської транскордонної співпраці свідчить «Державна програма розвитку транскордонного співробітництва на 2007-2010 рр.», яка була затверджена 27 грудня 2006 р. Постановою Кабінету Міністрів України [30].

Розглянувши, величезний масив договірно-правової бази між Україною та Республікою Польща в туристичній сфері, можна стверджувати, що вона є не достатньою, оскільки двосторонніх угод конкретно про туризм є невелика кількість і здебільшого вони є складовою частиною економічних, політичних чи культурних угод. Не зважаючи на те, що між двома країнами все-таки відбувається позитивний динамічний розвиток, простежуються інтенсивність двосторонньої співпраці, існують

також і гальмуючі фактори, які стримують цей розвиток. До них варто віднести: недосконалість нормативно-правової бази, неповноцінну підтримку суб’єктів туристичної діяльності з боку держави, дефіцит інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму, недостатнє наукове обґрунтування розвитку туризму.

Інституціональне забезпечення туристичної діяльності в Україні та Польщі.

Інституційне забезпечення механізму державного управління туристичною галуззю є центральною складовою туристичної сфери, адже завдяки ній формуються та приймаються основні управлінські рішення, що визначають промисловий розвиток на певній території, та формують туристичну політику держави. В Законі України «Про туризм» однією перспективних галузей національної економіки та соціально-економічного розвитку країни є саме туризм. В Україні впродовж багатьох років реформується та удосконалюється інституційний механізм державного управління туристичною галуззю.

Існують 7 рівнів інституційного забезпечення механізму державного управління туристичною галуззю: субрегіональний, регіональний, міжрегіональний, загальнодержавний, транскордонний, євроінтеграційний та світовий. Для зручності наведемо їх у таблицю 1.3 [52, С. 57].

Таблиця 1.3

Ієрархія рівнів територіальної організації інституційного забезпечення механізму державного управління туристичною галуззю в Україні

Рівень	**Виконавчі органи**
Світовий рівень	Виконавчі, дорадчі органи міжнародних організацій, що функціонують у галузі туризму (Всесвітня туристична організація).
Євроінтеграційний рівень	Виконавчі, дорадчі органи ЄС, інші організаційні структури, що функціонують у галузі туризму.
Транскордонний рівень	Виконавчі, дорадчі органи єврорегіонів, органи, що створюються з метою виконання програм, проектів, дво- і багатосторонніх угод співробітництва в галузі туризму.
Загальнодержавний рівень (державні структури)	Кабінет Міністрів України, Міністерство інфраструктури та інформаційної політики України.
Міжрегіональний рівень	Структури, створені на основі договорів співробітництва в галузі туризму між окремими адміністративно-територіальними одиницями України (областями, районами, містами тощо). Наприклад, Асоціація органів місцевого самоврядування, «Єврорегіон «Карпати – Україна».

Продовження таблиці 1.3

Рівень	Виконавчі органи
Регіональний рівень	Спеціалізовані управління обласних державних адміністрацій (управління інфраструктури), спеціалізовані відділи районних державних адміністрацій, спеціалізовані управління (відділи) міст.
Субрегіональний рівень	Структури – асоціації місцевих рад, що об'єднують органи місцевого самоврядування і територіальні органи виконавчої влади в межах одного регіону. Наприклад, обласна асоціація місцевих рад «Ради Львівщини».

В наші роботі ми розглядаємо основні рівні: міжнародний – з Польщею, загальнодержавний, регіональний та субрегіональний.

На загальнодержавному рівні інституційне забезпечення туризму в Україні здійснюється: Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, Міністерством культури та інформаційної політики України, державними органами інституційно-правового управління та регулювання розвитку туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування та місцевими органи, що здійснюють регулювання в галузі туризму. До окремої групи належать неурядові туристські організації та асоціації універсального та спеціалізованого характеру.

Відповідно до 8 ст. Закону України «Про туризм» основними повноваженнями Верховної Ради України в галузі туризму є: виокремлення основних напрямів державної політики в галузі туризму, формулювання правових засад регулювання відносин у галузі туризму, їх удосконалення та адаптація із загальновизнаними нормами міжнародного права, визначення в законі про Державний бюджет України обсягу фінансового забезпечення туристичної галузі.

В 9 ст. цього ж Закону зазначено компетенції Кабінету Міністрів України в галузі туризму. Серед них: здійснення державного управління та забезпечення реалізації державної політики в галузі туризму, розробка та затвердження програми розвитку туризму в Україні і фінансування їх виконання відповідно до бюджетного законодавства, затвердження нормативно-правових актів, що регулюють відносини в галузі туристичної

діяльності, забезпечення раціонального використання туристичних ресурсів, розвиток туристичної індустрії та створення ефективної туристичної інфраструктури, забезпечення безпеки туристів, захисту їх прав, інтересів і власності, забезпечення реалізації державної інвестиційної політики в туристичній галузі, створення державної системи наукового забезпечення в галузі туристичної діяльності, міжнародне співробітництво в галузі туризму тощо [36].

Згідно з Положенням про Міністерство культури та інформаційної політики України постановою Кабінету Міністрів України від 16 жовтня 2019 р. № 885 затверджено, що дане міністерство є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що формує та реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (крім державного контролю у сфері туризму та курортів). Воно виконує такі завдання, як: формування та реалізація державної політики у сфері туризму та курортів, мистецтв, охорони культурної спадщини, музейної справи, вивезення, ввезення і повернення культурних цінностей, регулювання нормативно-правовової бази туризму, формування перспективних та пріоритетних напрямів розвитку у сфері туризму та курортів в Україні, ведення обліку туристичних ресурсів України, забезпечення їх раціонального використання та охорони, облаштування транспортних магістралей об’єктами туристичної інфраструктури, дослідження туристичного ринку, підготовка і поширення інформації про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави, укладання міжнародних договорів та інші [31], [67].

На загальнодержавному рівні в Україні за роки незалежності відбувалися постійні зміни центрального органу управління туристичної галузі. Для зручності в табл. 1.4 наведемо хронологію органів державної влади в туристичній сфері та їхню діяльність.

Таблиця 1.4

Інституційне забезпечення туристичної сфери України

Період, роки	Орган державної виконавчої влади	Основні результати діяльності
до 1988 р.	Головінтурист УРСР	В 1983 р. був перетворений з Головного управління по іноземному туризму при Раді Міністрів УРСР.
1989–1993	Відсутня центральна державна структура, яка б регулювала туристичну сферу	1989 р. в Києві створено Українську республіканську асоціацію по іноземному туризму (асоціація «Укрінтур» існувала до 1991 р.), що займалася вивченням міжнародного туристичного ринку, можливостями розвитку іноземного та внутрішнього туризму в Україні. Після 1991 року ще один рік була чинною Українська акціонерна компанія по іноземному туризму.
1993–1999	Державний комітет України з туризму, який підпорядковувався Кабінету Міністрів України	Було виведено діяльність суб'єктів підприємницької діяльності в туристичній сфері з тіньового сектору. Значно розширено асортимент і підвищено рівень якості послуг з туризму. Відбувся вступ України до ВТО (1997 р.) 1998 р. утворено Туристичну асоціацію України (ТАУ).
1999–2001	Державний комітет молодіжної політики, спорту та туризму	Установа показала найгірші показники діяльності в галузі туризму за всі роки незалежності країни, оскільки головна увага була зосереджена на просування молодіжної та фізкультурно-спортивної сфер.
2001–2002	Державний департамент туризму	Не спостерігалося суттєвих покращень в туризмі за час діяльності організації.
2002–2005	Державна туристична адміністрація	Запроваджено певні зміни в нормативно-правовій базі стосовно регулювання діяльності щодо інвестування, порядку функціонування підприємств туристичного та готельного спрямування. Затверджено нормативну базу для проведення інвентаризації ресурсів, що відносилися до сфери туризму і рекреації, а також для регулювання сільського туризму. Удосконалено договірно-правову базу для організації двостороннього співробітництва з країнами – членами ЄС. Було затверджено нову редакцію Закону України «Про туризм» (2003 р.), розроблено Державну програму розвитку туризму на 2002–2010 рр. і Програму розбудови туристичної інфраструктури за напрямами національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004–2010 рр.
2006–2010	Державна служба туризму і курортів, що підпорядковувалась Міністерству культури і туризму України	Активізація співробітництва з країнами ЄС у сфері туризму стосовно адаптації української нормативно-правової бази до відповідних директив ЄС. Здійснювалися закордонні візити до міністерств, відомств, організацій та підприємств сфери туризму для вивчення законодавчих, економічних засад функціонування туризму.

Продовження таблиці 1.4

Період, роки	Орган державної виконавчої влади	Основні результати діяльності
2011–2015	Державне агентство з туризму та курортів, що підпорядковувалося Міністерству інфраструктури України	За цей період не приділялося достатньо уваги туристичній сфері, оскільки головними завданнями міністерства було управління процесами транспортування та зв'язку.
2015–2019	Департамент туризму та курортів, що підпорядковувався Міністерству економічного розвитку і торгівлі України, а з 29 серпня 2019 р. підпорядковується Міністерству розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України	Утворено консультативно-дорадчий орган – Наукову раду з туризму та курортів. Прийнято Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 р., схвалену 16 березня 2017 р. Прийнято 11 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими нормативними документами. Активізовано роботу з розроблення стандартів вищої освіти за спеціальностями «Туризм», «Готельно-ресторанна справа» та ін., за якими здійснюється підготовка фахівців для сфери туризму, та гармонізації кваліфікаційних вимог та стандартів вищої освіти у ЗВО, що забезпечують підготовку фахівців для сфери туризму. Створено Національну туристичну організацію (НТО).
2019 – по сьогодні	З 24 грудня 2019 р. – ДАРТ (Державне агентство розвитку туризму України), діяльність якого спрямовується і координується Кабінет Міністрів України та через Міністерство культури та інформаційної політики України	Почало свою діяльність з 1 квітня 2020 р. Головним завданням після завершення тотальних карантинів, пов'язані з COVID-19 став розвиток внутрішнього туризму. Зокрема, глобальна мета агентства – формування культури подорожей Україною. Започатковано проєкт «Мандруй Україною», створено офіційний бренд «UkraineNow» З 2021 р. збирається статистична інформація по туризму.

[64, С. 89-90], [68], [32].

Отже, за період незалежності в Україні не було постійного органу центральної виконавчої влади в туристичній сфері. В таких умовах було важко поступово і послідовно реалізовувати стратегічні плани розвитку туризму, оскільки відбувалися постійні реорганізації цієї структури та змінювалася відповідальність за її функціонування різноманітних міністерств та відомств. Кожного разу зі зміною назви створювалася ліквідаційна комісія, яка майже рік займалась ліквідацією старого органу та

передачею справ і функцій новому органу, при чому, в цей період зазвичай відбувався повний застій в туристичній галузі, адже не виконувались міжнародні домовленості [76, С. 209].

Мережеві державні органи здійснюють державну політику в туристичній сфері в такому порядку:

1) Державне агентство розвитку туризму України Міністерства культури та інформаційної політики України [58].

2) Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» [59].

3) Державної служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [56].

Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) - центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері туризму та курортів (окрім державного контролю у цій сфері). Діяльність агентства спрямовується та координується Кабінетом Міністрів України (КМУ) через Міністра інфраструктури та інформаційної політики України.

Основними завданнями ДАРТ як вищої державної установи в цій сфері є:

1) реалізація державної політики у сфері туризму та курортів (окрім державного контролю у цій сфері);

2) внесення на розгляд Міністра інформаційної політики України пропозицій щодо формування державної політики у сфері туризму та курортів (окрім державного контролю у цій сфері) [33].

Агентство визначило 10 основних цілей на 2020-2024 рр.:

1. Піднесення іміджу України у світі.

2. Збільшення кількості туристів з цільових ринків.

3. Розвиток туристичної інфраструктури.

4. Інновації в туризмі.

5. Розвиток ділового туризму.

6. Розвиток внутрішнього туризму.

7. Якісний сервіс та освіта.

8. Підвищення ефективності управління туристичною сферою.

9. Аналіз ринку та статистика.

10. Вдосконалення нормативно-правової бази в туризмі [58].

ДАРТ має свою організаційну структуру і має такі підрозділи: сектор категоризації засобів розміщення, сектор контролю та безпеки туризму, сектор європейської інтеграції, сектор курортів та інвестиційної політики, відділ економіки, бухгалтерського обліку та стандартизації, відділ роботи з персоналом та організаційно-аналітичного забезпечення роботи Голови, діловодства та контролю. відділ туристичної діяльності, ліцензування та інвестиційної політики у сфері туризму та відділ туристичної інфраструктури та регіонального розвитку.

При Державному агентстві розвитку туризму України діє Рада представників регіонів сфери туризму та курортів від 31 жовтня 2011 р. До того ж, в Україні функціонує Всеукраїнська спілка громадських організацій «Рада з питань туризму та курортів» (Додаток А), до якої сьогодні входить більшість професійних асоціацій туристичної сфери та курортів на національному та регіональному рівні. Дану організацію офіційно було утворено 6 грудня 2007 р., однак діяла вона ще з червня 2005 року як об’єднання колегіального типу, до складу якого ввійшли 11 професійних асоціацій, що були представниками всіх сегментів туристичної індустрії України. Зараз Рада з питань туризму та курортів має близько 20 громадських структур, які представляють інтереси більше ніж 100 тисяч людей, задіяних в туристичні галузі [58].

Головним завданням Ради з питань туризму та курортів є створення в Україні розвиненого ринку туристичних продуктів, підвищення рівня конкурентоспроможності національного туристичного продукту, створення сприятливих умов для здійснення підприємницької діяльності в туристичній сфері, залучення до неї інвестицій, формування позитивного іміджу України як напрямку для здійснення туристичних подорожей. Основними

напрямками діяльності Ради з питань туризму та курортів є опрацювання національної законодавчої бази та внесення до неї змін, які будуть розвивати туризм, а також підтримка взаємодії професійного сектору з органами законодавчої та виконавчої влади. Рада з питань туризму і курортів має низку комісій та комітетів, які орієнтовані на окремі напрямки розвитку сфери туризму. Наприклад, у 2008 р. були сформовані регіональні представництва Ради з питань туризму і курортів на рівні всіх областей України. Крім того, при Раді з питань туризму і курортів успішно функціонує Комітет інвесторів, який містить структури інвестиційного типу для реалізації інвестиційних проектів з розвитку інфраструктури індустрії туризму на суму близько € 1 млрд. [64, С. 46].

Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» - національний орган стандартизації згідно з Законом України «Про стандартизацію» [41]. Підприємство займається організацією та координацією діяльності щодо розроблення, прийняття, перевірки, перегляду, скасування та відновлення дії національних стандартів, координує діяльності технічних комітетів стандартизації, видає національні стандарти, займається сертифікацією продукції, послуг та систем управління, видає науковий фаховий журнал «Стандартизація, сертифікація, якість».

Контролює дотримання вимог законодавства з питань туристичної діяльності Державна служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [56].

Державне управління туристичною галуззю на загальнодержавному рівні також здійснює постійна Комісія Верховної Ради України з питань молоді, спорту і туризму (з 1994 р.).

1998 року в Києві за законами України «Про туризм» та «Про об'єднання громадян» було утворено Всеукраїнську громадську організацію «Туристичну асоціацію України» (ТАУ) для розвитку вітчизняного

туризму. Заснували дане об’єднання трудові колективи провідних підприємств туристичної галузі нашої країни. Основною метою Асоціації є об'єднання працівників туристичної та суміжних галузей для спільних дій щодо захисту своїх законних прав, задоволення професійних і соціальних інтересів, розвиток українського туризму та збереження та захист культурної спадщини України.

Асоціація функціонує за територіальним принципом і передбачає колективне та індивідуальне членство. Основою Асоціації є регіональні осередки, що створюються в областях та містах за наявності понад трьох колективних членів Асоціації. Індивідуальні члени входять до регіональних осередків за місцем роботи чи проживання. В 2021 році до організації входили понад 350 туристичних провідних підприємств, що представляють майже всі регіони України, а також іноземні туристичні компанії. До них належать провідні туристичні оператори й агенти, готельні комплекси, авіакомпанії, заклади освіти, спеціалізовані засоби масової інформації; санаторно-курортні об’єднання тощо. 1998 ТАУ запровадила Всеукраїнську туристичну професійну програму «Кришталевий лелека» для нагороди найкращих підприємств туристичної та суміжних галузей (в 2000, 2001, 2002, 2008) [83].

В кінці 2016 року було засновано Національну туристичну організацію (НТО) України, метою якої є об’єднання туристичного сектору, підвищення рівня знань та якості національного туристичного продукту тощо. До її складу входять асоціації, громадські організації, міські департаменти туризму, бізнесові структури, а стратегічним партнером є Всесвітня федерація туристичних міст. Головною метою організації є об’єднання національної туристичної сфери, органів державної влади, місцевого самоврядування та академії, створення і розвиток мереж з метою сталого розвитку туризму в Україні. НТО України створює умови та інструменти для ефективної співпраці всіх зацікавлених сторін національного туристичного сектора. Асоціація займається маркетинговою,

статистичною, розвиває національну туристичну систему якості та досконалості, підтримує та удосконалює систему освіти та професійної підготовки у сфері туризму та гостинності, поширює практичні знання в туризмі, а також створює умови для інвестування даної галузі [70].

Регіональний рівень інституційного туризму полягає у діяльності територіальних органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування і надає можливість регіонам самостійно розвиватися, особливо в туристичній сфері. Відповідно регіональний рівень має низку переваг над державним рівнем управління, адже покращується ефективність управлінських рішень через реалізацію нормативно-правових документів регіонального рівня; продуктивно використовується рекреаційно-туристичний потенціал регіону; фінансування може здійснюватися в рамках механізму державного управління на регіональному рівні; здійснюється міжнародне та транскордонне співробітництво в туристичній галузі, залучення додаткового фінансування або інвестицій для розбудови туристичної інфраструктури та регіону загалом; при залученні місцевого населення до туристичної сфери (зокрема у сільській місцевості через розвиток окремих видів туризму); покращення взаємозв'язків між місцевими органами державної влади, громадськими, науковими, освітніми та бізнесовими структурами. І найголовніше – розвиток туристичної галузі на конкретних територіях, які є за своєю ознакою не привабливими для туристів або недостатньо розвинуті. Це дозволить усунути існуючи в регіоні проблеми та максимально реалізувати туристично- регіональний потенціал [52, С. 64].

На регіональному рівні інституційного забезпечення механізму державного управління туристичною галуззю, слід зазначити ефективність діяльності відповідних структур. В обласних державних адміністраціях та органах місцевого самоврядування до прийняття Указу Президента України «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади» у складі

департаменту гуманітарної політики функціонували управління культури і туризму, а в їх складі – відділи туризму [35].

Сьогодні їх правонаступниками з питань туризму є управління при Міністерстві культури та інформаційної політики. Однак варто зазначити, що в окремих регіонах штат таких управлінь дуже обмежений і не відповідає туристично-рекреаційному потенціалу територій. Тому у сучасних умовах більшість повноважень туристичної галузі підпорядковуються державному управлінню. Оскільки органи місцевої влади не мають можливості самостійно фінансувати, розпоряджатися кадровим потенціалом та взяти на себе відповідальність розвивати туризм на визначеній території. Особливо, якщо це малі міста та села, де здебільшого зосереджені значні туристично-рекреаційні ресурси для розвитку зимового відпочинку, екстремального та інших видів туризму. В територіальних громадах відсутні спеціальні туристичні підрозділи та фахові державні службовці, які б могли виконувати покладені на них зобов'язання [52, С. 65-66].

На субрегіональному рівні функціонування туристичної сфери України здійснюється за допомогою об'єднання територіальних органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, які діють в межах однієї області [63, С. 231]. Наразі постає потреба у створенні таких об'єднань місцевих органів державної влади для вирішення проблем та обміну досвідом. Як приклад, можна навести Обласну асоціацію місцевих рад «Ради Львівщини», яка була утворена 18 квітня 2003 р. Львівською обласною радою, Жовківською, Миколаївською, Перемишлянською та Буською районними радами, а також Дрогобицькою міською радою. Загалом членами цієї асоціації є 30 місцевих рад усіх рівнів, зокрема 1 обласна рада, 9 міських рад і 20 районних рад. До основних завдань асоціації належать: розвиток співпраці органів місцевого самоврядування в реалізації проектів місцевого розвитку, підвищення професійного рівня представників органів місцевого самоврядування з питань управління проектами та активізації їх участі в національних і міжнародних програмах, сприяння

сталому розвитку громад через реалізацію бізнес-проектів, культурних заходів, залучення грантодавців та донорів. Асоціація активно працює задля розвитку громад Львівщини, зокрема в 2021 році вона подала заявку на грантовий проект від ЄС з розвитку туризму у регіоні разом із містом Самбір – «Мери за економічне зростання», а також на грант від компанії «BAYER» для розвитку Золочівської громади. Крім того, вона займається промоцією свого регіону, адже домомагає громадам створювати та просувати власний бренд. Можна стверджувати, що діяльність такого типу утворень є позитивною та ефективною для розвитку місцевого туризму, тому в подальшому необхідно і створювати ще більше таких об'єднань по всій території України [71].

Проаналізувавши інституційну туристичну сферу України, можна зробити висновок, що протягом незалежності нашої держави не було постійної центральної виконавчої влади в туризмі, як наслідок дана галузь не розвивалася ефективно. За рахунок постійних реорганізацій цієї структури, перенесення відповідальності з одного органу до іншого, зміни функціональності на різноманітні міністерства та відомства не було чіткого і послідовного розвитку стратегічних планів в туризмі.

Варто зазначити, що певний період часу туризм в Україні просто існував і відповідно низку позитивних результатів ми отримали лише протягом останніх років. До позитивних зрушень слід віднести: формування іміджу України шляхом створення власного вітчизняного туристичного бренду в 2018 році – «UkraineNow», інформаційну компанію з популяризації літнього відпочинку в Україні для іноземців - «Visit Ukraine – Summer in Ukraine», а також проект «Мандруй Україною» в 2020 році. Такі промоційні проекти допомагають покращити інформативність українського туризму, показати його різноманіття, залучати інвестиції та зацікавити потенційного споживача-туриста відвідати Україну. Тому слід і надалі продовжувати розвивати рекламу українського туристичного продукту.

Тепер розглянемо польську інституційну систему.

Після руйнування старої польської системи пришвидшилися темпи її розвитку. У 1989 р. розпочався сучасний період розвитку туристичної індустрії в Польщі. В 1997 році за сприяння експертів ЄС розпочалося втілення «Програми розвитку національного туристичного продукту у 5 напрямах: бізнес–туризм, міський культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм, прикордонно–транзитний туризм. У цей самий період почалася реформа системи управління туристичною індустрією [82].

1990 року було засновано Польську туристичну палату (Polska Izba Turystyki – PIT) - неурядову громадську організацію, яка є об'єднанням органів місцевого самоврядування із суб'єктами туристичної індустрії, навчальних туристичних закладів, об'єктів культури та туризму.

До складу PIT входять найвідоміші туристичні, страхові, транспортні підприємства, торгівельні, готельні корпорації, представники закладів розміщення, навчальні заклади туристичного профілю, культурні та туристичні об'єкти. PIT містить також великі та відомі туристичні підприємтсва, які сприяють розвитку туристичної сфери та забезпечують захист прав підприємців. Дана організація працює задля розвитку туризму в країні та за її межами для підвищення рівня послуг в туристичній сфері.

Основними напрямками її діяльності є:

1) представлення господарських інтересів;

2) запровадження новітніх технологій;

3) співпраця з державними туристичними інституціями – міністерствами економіки, фінансів, закордонних справ, регіонального розвитку, спорту та туризму, Прикордонною службою, Польською туристичною організацією, Польською агенцією розвитку туризму, Інститутом туризму, Державною радою туристичних, готельних організацій та організацій громадського харчування;

4) введення стандартів якості туристичних послуг до польського законодавства та принципів туристичної політики ЄС;

5) захист прав та охорона вітчизняного туристичного бізнесу від надмірної конкуренції іноземних туристичних підприємств і компаній на польському ринку;

6) реалізація державних і регіональних стратегій та програм розвитку туризму;

7) співпраця з міжнародними та європейськими туристичними організаціями;

8) участь та представлення польського туризму на закордонних та національних туристичних виставках і ярмарках [47].

В Польщі існує також Польське Агентство з Розвитку Туризму (Polska Agencja Rozwoju Turystyki), яке було утворено 1993 році – це агентство, яке функціонує на польському ринку туристичних інвестицій. Польське Агентство з Розвитку Туризму надає фінансові і консультаційні послуги в сфері туризму. Основною метою організації є участь у створенні та реалізації проектів і програм підтримки розвитку індустрії туризму та супутньої інфраструктури, а також підтримка розвитку існуючих підприємств на польському ринку. До основних напрямів діяльності можна віднести:

1) туристичний аудит;

2) створення туристичних продуктів;

3) розробка туристичної марки;

4) маркетингова комунікація;

5) розробка туристичних бізнес-планів [46].

В 1999 році 25 червня Законом «Про польську туристичну організацію» було створено Польську туристичну організацію (Polska Organizacja Turystyczna – POT), яка повноцінно почала функціонувати з 2000 р. Вона входить до структури Департаменту туризму. Польська туристична організація – державна організація підтримки розвитку туризму, одна із понад 200 національних організацій в туристичній сфері. Головне її завдання – це просування та розвиток польського сучасного, національного,

високоякісного туристичного продукту за помірними цінами, формулюючи позитивний туристичний імідж країни і за кордоном. Також організація забезпечує функціонування та розвиток інформаційної системи, підтримує плани розвитку і удосконалення туристичної інфраструктури [74].

Діяльність РОТ відрізняється від діяльності українських організації тим, що в Польській туристичній організації існує сформована мережа регіональних (в усіх воєводствах) та локальних представництв, а також Польських осередків туристичної інформації (РОТІ) за кордоном, які реалізують завдання організації. Так, зокрема організаціє здійснює свою діяльність, маючи 14 іноземних представництв - РОТІ (зокрема в Києві, який проводить промоційну діяльність), з них 12 в Європі (в 17 країнах, 14 – в країнах ЄС), один в США (Нью-Йорк) і один в Японії (Токіо). РОТІ розташовані в тих країнах, які є найбільш перспективними у формуванні туристичних потоків для Польщі. Представництва також активно співпрацюють з 20 іншими національними туристичними організаціями [44 С. 70-74].

Закордонні осередки активно займаються просуванням польського туристичного продукту з урахуванням національних потреб та особливостей потенційних споживачів, тобто здійснюють моніторинг ринків країн, в яких вони розташовані. Тривала присутність на ринку, знання культури та традицій тієї чи іншої країни дозволяє працівникам закордонних представництв РОТ прогнозувати, визначати тенденції та потреби відповідного ринку і вчасно на них реагувати.

РОТ також діє і на інформаційному та рекламному фронті, адже сприяє розповсюдженню інформації про туризм в інтернеті, бере участь у виставкових заходах різного масштабу, таким чином надає можливості для регіональних і бізнесових структур просувати свій турпродукт; влаштовує рекламні тури для польських та іноземних туроператорів і журналістів, випускає рекламні матеріали 12 мовами для популяризації окремих видів туризму, а також дестинацій. Крім того, Польська туристична організація

фінансує видання для регіональних туристичних організацій, співпрацює з органами самоврядування, науковими та навчальними закладами, представниками туристичної індустрії, а також регіональними та локальними туристичними організаціями. Такого виду діяльність потрібна для того, щоб заохотити партнерів до співпраці, покращити обізнаність потенційних туристів про польський туризм та допомагає просувати туристичний продукт на міжнародному рівні [48], [61].

Органом державного управління у сфері туризму Польщі є Департамент туризму Міністерства спорту і туризму. Дане міністерство було утворено в 2007 р. з метою координації дій у зв'язку з проведенням Чемпіонату Європи з футболу «ЄВРО–2012» у Польщі та Україні. До 2007 р. такий же департамент був у структурі Міністерства економіки. Департамент туризму відіграє вирішальну роль при формуванні політики в галузі туризму, розвитку туризму і механізмів регулювання туристичного ринку.

Основними його завданнями є: забезпечення механізмів правового та економічного розвитку туризму на внутрішньому та зовнішніх ринках за допомогою розробки і впровадження програм і проектів розвитку та просування туризму, їх моніторинг, контроль за убезпеченням туристів і захисту їх прав, перевірка дотримання вимог з якості послуг, а також міжнародна діяльність з представництва польських туристичних інтересів у UNWTO, Комітеті з туризму Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), Балтійській комісії з туризму, в групі туризму країн Центрально-Європейської ініціативи та інших міжнародних організаціях.

Департамент підтримує зв'язки із системою підготовки кадрів для туризму, установами, які запроваджують наукові розробки у сфері туризму і з громадськими організаціями. Організація контролює діяльність регіональних (ROT) і місцевих (LOT) туристичних організацій, що діють як асоціації відповідного рівня, в які входять органи місцевої влади

(воєводства, гміни – найменші адміністративні одиниці Польщі, міста) і туристичний бізнес. (рис. 1.2) [43].

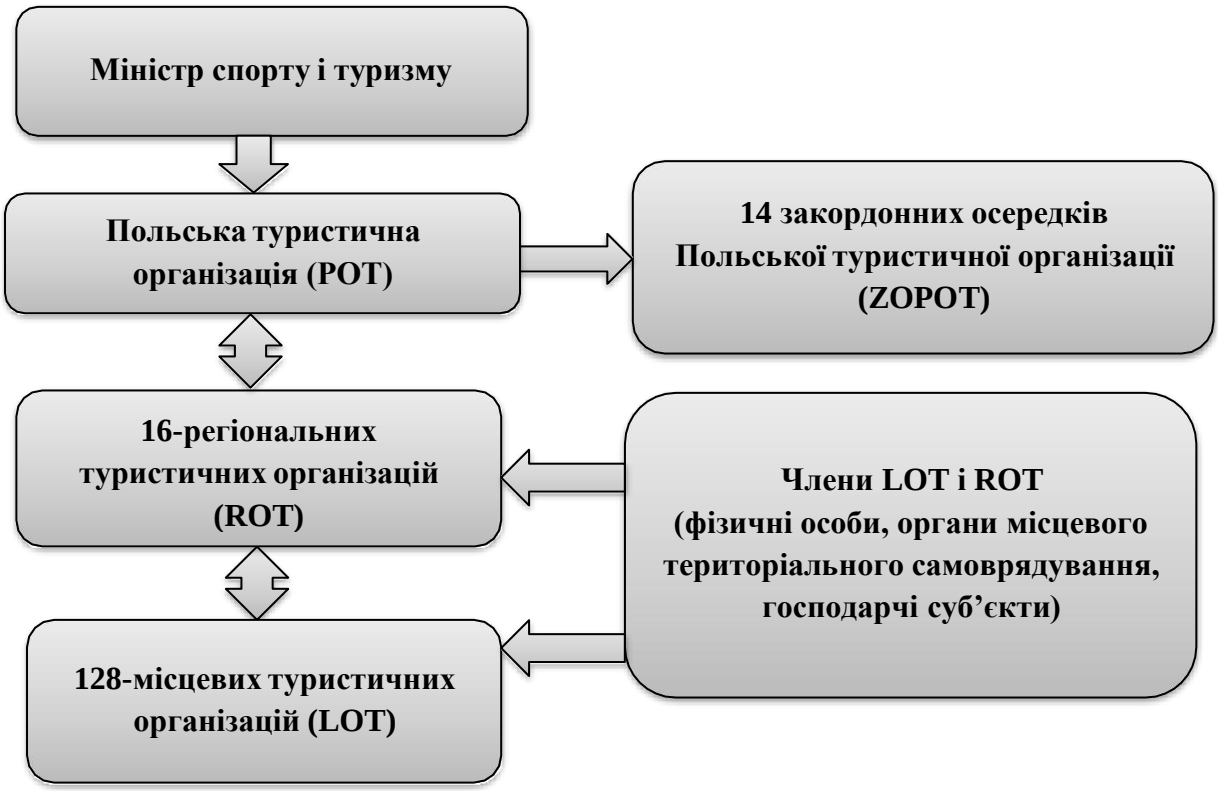


Рис. 1.2. Структурне підпорядкування регіональних, місцевих та закордонних польських туристичних представництв.

Регіональна туристична організація (Regionalna Organizacja Turystyczna (ROT) - це організація (асоціація) співробітництва між місцевою владою (особливо на рівні воєводства) та індустрією туризму (в широкому сенсі) у сфері просування привабливих для туристів польських територій, як у самій державі, так і за кордоном.

Діяльність ROT спрямована на узгодження зусиль державної влади та місцевого бізнесу щодо формування і розвитку туризму у воєводстві і тому концентрується переважно на створенні регіонального інноваційного туристичного продукту і його просуванні на внутрішньому і міжнародному ринках, проведенні досліджень та маркетингового аналізу у сфері туризму, координації в інформаційній та рекламній політиці, підвищенні кваліфікації персоналу. Воєводства (адміністративно-територіальні одиниці, на кшталт наших областей), як органи місцевого самоврядування реєструють

туристичні підприємства та здійснюють моніторинг їхньої діяльності, видають дозволи на роботу туристичним провідникам, екскурсоводам та гідам, виконують сертифікацію та категоризацію засобів розміщення і контролюють їхню діяльність, розвивають інформаційні мережі, планують розвиток туристичної інфраструктури.

Місцева туристична організація (Lokalna organizacja turystyczna – (LOT) подібно до регіональної туристичної організації є організацією (асоціацією) співпраці між місцевою владою (зосереджує свою діяльність на рівні повітів чи гмін) та місцевою індустрією туризму у сфері туристичної промоції певних локальних територій на які поширюється її діяльність. Зокрема, LOT просуває туристичні продукти навколо місцевих туристичних атракцій, розповсюджує та оновлює інформацію про туристичні ресурси конкретних регіонів. Органи місцевого самоврядування на цьому рівні (повіти – як українські райони та гміни) забезпечують функціонування і фінансову підтримку установ спорту і туризму, здебільшого в шкільній освіті, різних програм і заходів з туризму і спорту [48].

Окрім регіональних туристичних організацій Польща також має Міністерство Регіонального Розвитку, яке займається питаннями розвитку окремих адміністративних одиниць, в тому числі питаннями туристичної сфери. Це міністерство було утворене 31 жовтня 2005 року (відокремлене від Міністерства економіки та праці). До його компетенції належить: співробітництво з організаціями місцевого самоврядування, складання національної стратегії регіонального розвитку, розроблення національного плану розвитку як основи для укладення угод між польським урядом і Європейською комісією [49].

Науковою діяльністю туризму в Польщі займається Інститут туризму, який був заснований ще в 1972 р. Його робота зосереджена на дослідження туристичних ринків, розробку заходів стимулювання в'їзного туризму, формування стратегії розвитку туризму, визначення маркетингу національного туризму та перспективних ринків збуту туристичного

продукту, оцінкою економічного ефекту від туристичної діяльності для країни та окремих регіонів. За період своєї багаторічної діяльності Інститут виконав велику низку науково-дослідних проектів, які замовляв польський уряд, національні, регіональні організації та представники туристичного бізнесу. Інститут щороку проводить більше 100 досліджень в галузі вітчизняного та зарубіжного туризму, регіональних програм розвитку туризму та інвестиційних інтересів. Саме завдяки науковим та дослідним наробками даної установи Польща має досить ґрунтовну статистичну туристичну інформацію [45].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що польська туристична система достатньо розгалужена на всіх інституціональних рівнях. Вона представлена і на державному рівні – урядові туристичні організації, а також і не на державному рівні – неурядові туристичні організації. Відповідно, діяльність такої системи є ефективною та злагодженою.

Детальна структура польського туристичної системи представлена у Додатку Б.

Порівняльний аналіз систем управління туризмом в Україні та Польщі.

Розглянувши інституційне забезпечення сфери туризму в Україні та Польщі, можна виокремити основні прояви їхньої недостатньої сформованості:

1) Нестабільне існування інститутів та часті зміни підходів до управління туристичною сферою здебільшого в Україні.

2) Недостатня співпраця між туристичними інституціями України та Польщі на державному та регіональних рівнях.

3) Нерівномірне територіально-регіональне представлення туристичних організації з просування і підтримки туризму в Україні та Польщі. В 16 воєводствах Польщі такою діяльністю займається Регіональна туристична асоціація (ROT), а на рівні повітів та гмін – Місцева туристична організація (LOT, що має 128 осередків), окрім того існує Міністерство Регіонального Розвитку. В Україні відсутні регіональні представництва туристичних організацій та їхніх об’єднань, щоправда існують регіональні представництва Ради з питань туризму і курортів на обласних рівнях, окремі осередки Туристичної асоціації України в областях та деякі асоціації місцевих територіальних громад в межах однієї області, до прикладу «Ради Львівщини».

4) Серед українських організацій найбільш продуктивно та ефективно виконують функції з розвитку туристичної галузі, просування українських туристичних продуктів та представлення інтересів представників туристичної діяльності Державна агентство розвитку туризму (ДАРТ) і Всеукраїнська громадська організація «Туристична асоціація України» (ТАУ). В Польщі подібні функції виконує Польська туристична організація (РОТ і її закордонні осередки) та Польське Агентство з Розвитку Туризму. Україна не має закордонних інституцій чи закордонних організацій у просуванні свого туризму, як, наприклад, Польща.

5) Нерівноправне управління та координування туристичної діяльності в Україні та Польщі, оскільки туристична сфера підпорядковується міністерству, яке займається культурою, інформаційною політикою та спортом. За таких умов діяльність державної політики у сфері туризму відходить на другорядний план, і відповідно розвиток та просування туризму на міжнародному рівні здійснюється в малому обсязі.

Україні та Польщі слід взяти за приклад досвід більшості країн, де успішно розвивається туристична сфера і в яких є окреме міністерство або адміністрація. І саме такий інституціональний рівень дає змогу ефективно здійснювати державну політику в сфері туризму.

6) В Україні простежується недостатня кількість кваліфікованих спеціалістів туристичної галузі, особливо на регіональному рівні, а також мале державне фінансування, яке не дозволяє просувати вітчизняний український продукт.

7) Українські туристичні організації менш функціональні та ефективні порівняно з польським організаціям. Це спричинено певними факторами: між польськими туристичними організаціями існує чіткий розподіл функцій, які виконує кожна з них; діяльність організацій взаємопов’язана та взаємоузгоджена; державне фінансування діяльності здійснюється повною мірою, окрім того ЄС також виділяє кошти на розвиток польського туризму; організаційна структура не обмежена головним офісом, а має розгалужену мережу як в країні, так і за кордоном.

8) Статистика туристичної діяльності вкрай важлива для здійснення стратегічного та маркетингового планування, для аналізу туристичних потоків, прослідковування сезонності туризму та найбільш популярних дестинацій. В Україні статистична туристична інформація представлена в невеликій кількості та не ґрунтовно. Деяку статистичну аналітику проводить ДАРТ, Державна служба статистики України та Національна туристична організація України. Однак, дані, які наведені, наприклад, в Держкомстаті є лише до 2020 року, а далі не оновлюються.

ДАРТ здебільшого проводить опитування та створює на їхній основі звіти. Лише Національна туристична організація України на своєму сайті наводить детальну статистичну та аналітичну інформацію в усіх аспектах туризму, зокрема в «Туристичному барометрі України 2020 р.», який був написаний в 2021 р. [84].

Отже, можна стверджувати, що українська статистична аналітика туристичної галузі потребує подальшого розвитку, оцифрування та постійного оновлення даних. Досить важливим, щоб ці дані були відкритими та доступними для всіх. Такі дані потрібні державним структурам, органам місцевої влади, бізнесу та інвесторам.

Підсумовуючи, варто зазначити, що інституційне забезпечення туристичної галузі в Польщі набагато краще та ефективніше ніж в нашій державі. Причиною цього може бути не зацікавленість України у розвитку туристичного сектору і, відповідно його недостатнє фінансування та приватне інвестування. Держава має розуміти, що туризм приносить великі прибутки в економіку країни, всебічно підтримувати цю галузь та створювати сприятливі умови для її розвитку. Відповідно за таких умов українські інституції туризму реалізують свої завдання в силу своїх можливостей.

Висновки до розділу 1

У першому розділі магістерської роботи ми розглянули: систему правового регулювання туризму в Україні та Польщі, стратегії розвитку туризму обох країн, нормативно-правову базу українсько-польських відносин у сфері туризму, дослідили інституціональне забезпечення туристичної діяльності в Україні та Польщі, а також зробили порівняльний аналіз систем управління туризмом обох країн.

Отримані результати дають змогу зробити наступні висновки:

1. Закони та нормативно-правові акти українського туризму є регламентуючими, а не практичними. Польська нормативно-правова база навпаки – більш практична, адже вона має конкретні вимоги та механізми реалізації послуг, в тому числі на туристичних підприємств, готельних об’єктів, туристичних провідників та екскурсійних гідів. Стратегії розвитку туризму в Україні та Польщі теж мають схожі відмінності. Польські стратегії більш розвинені та фундаментальні, оскільки держава ґрунтовно проводить дослідження туристичної сфери та її впливу на соціально-економічний розвиток країни. В Україні стратегії та програми розвитку туризму носять лише рекомендаційно-декларативний характер.

2. Розглянувши, величезний масив договірно-правової бази України та Республікою Польща в туристичній сфері, можна стверджувати, що вона є не достатньо активною, оскільки двосторонніх угод конкретно про туризм є невелика кількість і здебільшого вони є складовою частиною економічних, політичних чи культурних угод. Не дивлячись на позитивний динамічний розвиток, інтенсивність двосторонньої співпраці, існують також і проблеми, які певним чином гальмують цей розвиток. До них варто віднести: недосконаліть нормативно-правової бази, неповноцінну підтримку суб’єктів туристичної діяльності з боку держав, дефіцит інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму, недостатнє наукове обґрунтування розвитку туризму.

3. Порівнюючи системи управління туризмом в Україні та Польщі, можна зробити висновок, що співпраця інституційних туристичних систем Польщі та України є не достатньою і ускладняється тим, що польська система розгалужена і представлена як на державному, так і на регіональних рівнях. В Україні – в основному тільки на державному рівні. Регіональні туристичні представництва в нашій державі відсутні, є лише окремі туристичні об'єднання в межах територіальних громад Львівщини. Відсутність таких організацій не створюють можливостей для розвитку регіонального та місцевого туризму.

Отже, інституційне забезпечення туристичної галузі в Польщі ефективніше ніж в нашій державі. Причиною є те, що за роки незалежності України 7 разів відбувалися зміни центрального органу управління туристичної галузі. Загалом майже 7 років відбувалася ліквідація попереднього органу, а конкретних зрушень в туристичній галузі в цей період не відбувалося, не було чіткого і послідовного розвитку стратегічних планів в туризмі, не виконувались міжнародні домовленості. Відповідно така часта реструктуризація не сприяла розвитку туристичної сфери. Результативні плоди приніс крайній центральний орган виконавчої влади - Державне агентство розвитку туризму України.

РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ВІДНОСИН В ТУРИЗМІ З 2014 Р. І ДОТЕПЕР

Дослідження факторів, що впливають на міжнародні відносини України та Польщі в туризмі.

Всебічна співпраця України та Польщі сприяє приєднанню України до міжнародних та регіональних структур безпеки та співпробітництва, в тому числі і туристичної галузі. Польща розуміє, що українці є потенційно привабливими туристами, тому вона заохочує приплив наших туристів до своєї країни.

До зовнішніх факторів розвитку двостороннього, а зокрема й транскордонного туризму обох держав, є їхнє членство у міжнародних (UNWTO) та європейських туристичних організаціях, Світовій організації торгівлі та ін. Велику роль у розвитку відносин України та Польщі є спільний кордон (транскордонна співпраця), історія, схожість культур та близькість мови. Не менш важливим фактором є й членство Польщі в ЄС і зацікавленість України у розвитку туристичних відносин [85, С. 121].

Транскордонне співробітництво (ТКС) – це сфера зовнішньоекономічної діяльності прикордонних територій, яка відіграє важливу роль в міжнародних економічних відносинах. Це засіб реалізації євроінтеграційної політики України. Такий вид співробітництва сприяє усуненню політичних та адміністративних бар'єрів між сусідніми народами, долає стереотипи та упередження, при створенні спільних органів господарської, соціальної та культурної інфраструктури, а також покращення умов життя населення. ТКС – важливе підґрунтя для розвитку двостороннього туризму, оскільки між двома державами відбувається обмін туристичною інформацією, співробітництво між туристичними організаціями, створюються сприятливі умови у підготовці проектів у рамках міжнародних програм. Саме туризм вагомо впливає на суспільні

відносини та взаємини між народами в контексті входження України до європейського економічного і культурного простору. Варто зазначити, що Україна використовує досвід Польщі щодо прикордонних територій, адже вони поступово перетворюються на вузлові центри європейського розвитку, а це свідчить про те, що Україна дійсно прагне до європейської співпраці і створює всі необхідні умови для цього. Проводячи аналіз туристичного ринку України та Польщі, варто відмітити, що в інтеграційних та дезінтеграційних процесах, що відбуваються між країнами, відбуваються зміни в соціально-економічній ситуації на місцевому та регіональному рівнях. Здебільшого вони стосуються тих прикордонних регіонів, які мають схожі соціально-економічні та природно-кліматичні умови ведення бізнесу в туристичній сфері [51].

Спільна історична-культурна спадщина України та Польщі сприяє розвитку українсько-польського туризму. Відповідно до результатів загального перепису населення Польщі, проведеного у червні 2002 року, майже 37 тисяч українців проживає в Польщі. Українська меншина розташована, в основному, у північних і західних регіонах країни. Найбільша кількість етнічних українців мешкають у Вармінсько-Мазурському, Західно-Поморському, Підкарпатському, Поморському, Малопольському, Підляському воєводствах. В Україні мешкає понад 144 тис. етнічних поляків мешкає в Україні (за даними Всеукраїнського перепису населення 2001 р.). Серед них найбільше у Житомирській, Хмельницькій, Львівській і Тернопільській областях і всі вони підтримують родинні, ділові та культурні зв’язки з Польщею. Відповідно виникає потреба з обох сторін регулярно приїжджати як і в Україну, так і в Польщу [86, С. 209-210].

В умовах стрімкого розвитку світового туризму постає питання про роль Польщі на світовому ринку туристичних послуг. Країна має значні ресурси та потенціал для потужного розвитку внутрішнього та іноземного туризму. На це впливають такі фактори, як: розташування в центрі Європи,

м’який клімат, багатий природний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціали.

Перед пандемією короновірусу туризм у Польщі почав активно розвиватися і перетворився на масове соціально-економічне явище міжнародного рівня. Однак, варто зазначити, що темпи цього розвитку не надто динамічні, як в інших країнах. До факторів, які гальмують сталий розвиток туризму в регіонах Польщі, можна віднести: недостатній рівень використання наявних ресурсів, розвиток інфраструктури представлений не на високому рівні, наявність залізничного сполучення не у всіх регіонах.

Деякі дослідники відносять до негативних ознак польського туризму матеріально-технічну базу розвитку туризму, яка є не надто ефективною. Наприклад, на регіональному туристичному рівні асортимент туристичних послуг і рівень сервісу відрізняється від зарубіжних стандартів, він є застарілим. Прослідковується часта тенденція до підвищення цін на готельні послуги і це не завжди можна пов’язати із покращенням комфортності та рівнем обслуговування. Проте для європейського туриста польський туризм є дешевим і зручним видом відпочинку.

В польському туристичному бізнесі слабкою є маркетингова діяльність. Реклама здійснюється здебільшого на найбільші привабливі туристичні дестинації, чого не скажеш про менш відомі напрямки. А це в свою чергу дає поштовх тільки для розвитку окремих регіонів, а не всього туристичного потенціалу країни.

Під час пандемії ситуація в туристичні галузі Польщі зазнала змін і потрібно було шукати всі можливі способи, щоб туризм не зупинився повністю і поступово виходив із цієї кризи. В наслідок короновірусної інфекції частка туризму у формуванні ВВП зменшилася приблизно на 2 %, до пандемії частка туристичної галузі у формуванні польського ВВП становила 6,2 %. Найбільше постраждав в цей період зовнішній туризм, адже відбулося падіння його оборотів приблизно 60-70 %. Туристичні підприємства, які були орієнтовані на внутрішній міський туризм теж

зазнали втрат, оборотність якого зменшилася на 70-80 %. Проте, є й регіони, такі, як Мазури, Померанія – їх практично не зачепила ця криза. Кількість працівників туристичної сфери в Польщі також зменшилася, це в свою чергу призвело до зростання вартості відпочинку. Величезних збитків зазнали польські туроператори та перевізники, зокрема й авіакомпанії, адже після початку епідемії туристи практично перестали користуватися їхніми послугами, погіршилася ця ситуація після закриття кордонів [50].

Щодо нашої держави, то Україна також має досить вигідне географічне та політичне розташування, що створює всі необхідні умови для розвитку туристичної галузі. Окрім цього, сюди слід віднести сприятливий клімат, різноманітну природу, унікальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, культурно-історичну спадщину, широку систему санаторно-курортної бази, велику кількість унікальних історичних та архітектурних пам’яток культури тощо.

При дослідженні вітчизняного туризму в Україні можна простежити тенденцію значного відставання у темпах запровадження заходів в підтримці туристичного сектора. Через це виникає певна загроза в конкурентоздатності та привабливості українського туризму на міжнародному ринку. Україна робить акцент на виїзному туризмі, не створюючи умов для розвитку внутрішнього туризму. Відповідно відсоток кількості туристів, що від’їжджають із країни, значно перевищує кількість в’їзних (іноземних) туристів. Якщо розглядати українську туристичну галузь на світовому ринку послуг, то вона є не конкурентоспроможною і деколи не надто привабливою для іноземних туристів, зокрема і для польських.

Важливим чинником зниження туристичних потоків до України було економічне та політичне становище країни, особливо в 2014 році під час російської анексії АР Криму та військового захоплення східних території України. Дані події призвели до спаду кількості туристів на 27%. Вже наступного року кількість туристів, які хотіли відвідати Україну

збільшилася, однак обсяги були нижчими і становили показник, який був до 2000 р. Виїзний туризм показує тенденцію збільшення туристичних потоків в середньому на 5,5% щороку. Оцінюючи статистику туристів, які скористалися послугами туристичної сфери, то тут також переважає категорія виїзних туристів (понад 80% від загального обсягу наданих послуг).

Отже, на розвиток туризму в Україні впливають як міжнародні події, так і події місцевого характеру. Можна прослідкувати спільні ознаки серед перелічених вище подій. Так, зокрема, відбувалося скорочення обсягів туристичних потоків, при чому виїзний туризм виявився менш вразливим до зовнішніх змін і його обсяги відновлювалися протягом двох-трьох років до рівня попередніх років. В 2019 р. найбільш популярної країною для українських туристів була Польща (9,9 млн. осіб) [78].

Пандемія COVID-19 та карантині обмеження, мінімізували споживчі настрої населення, повністю або частково зупинили окремі галузі національної економіки – роздрібну торгівлю, готельний та ресторанний бізнес, авіаперевезення, сферу розваг тощо. Через це зменшився прибуток від туристичної галузі і відповідно дохід держави. Однак під час такої кризи українці замість іноземних курортів почали подорожувати Україною, відкривати для себе нові цікаві туристичні місця.

Варто розглянути більш детально гальмуючі чинники розвитку українського туризму:

1. Найбільш вагомим гальмуючим фактором є нестабільна політична ситуація – російсько-українська війна з 2014 року, економічне та соціальне становище держави і відповідно, низька купівельна спроможність українців. Всі ці чинники негативно вплинули не тільки на національну економіку, а й на всю туристичну сферу.

2. Проблеми логістичного характеру. Стан дорожньої інфраструктури та сполучних шляхів до об’єктів туристичного призначення є незадовільними та деколи не зовсім зручним для туристів, а в деяких регіонах відсутня

альтернатива сполучення. Більш зручний транспорт такий, як авіаперевезення чи залізниця є дорожчим, у порівнянні з автобусним.

3. Питання екології та епідеміології у вітчизняному туризмі не надто ґрунтовно досліджуються, однак на це слід звертати увагу, адже останнім часом серед туристів набуває популярності саме екологічний туризм і Україна має багато ресурсів для його розвитку.

4. Досить негативним проявом туристичного бізнесу в Україні є його непрозорість, це в свою чергу ускладняє безпекову діяльність споживачів.

5. В Україні не налагоджена системна та не збалансована державна підтримка розвитку туристичної галузі на національному рівні, з урахуванням інтересів як суб'єктів підприємницької діяльності, споживачів послуг, так і держави.

6. Ще одним фактором є низька інформаційна діяльність в туризмі через відсутність національних представницьких організацій, які забезпечують координацію суб'єктів туристичної діяльності до глобальних мереж посередників. Багато туристичних підприємств та організацій не мають ефективних автоматизованих інформаційних систем управління діяльністю, моніторингу, аналізу та планування діяльності туристичної галузі [76].

Переходячи до стимулюючих факторів розвитку українсько-польського туризму слід віднести вигідне географічне розташування та спільний кордон, різноманіття природного фонду, велика кількість культурних, архітектурних пам'яток, які пов'язані з історією того чи іншого народу. Вагомим як стимулюючим та і гальмуючим чинником двосторонніх туристичних відносин є загроза безпеки Центрально-Східної Європи та агресивна російська війна проти України, яка має зміцнювати українсько-польські відносини.

Тепер розглянемо гальмуючі фактори українсько-польського туризму:

1. Для українців Польща не є такою привабливою країною в туристичні галузі, адже здебільшого багато українців виїжджають до країни-сусіда на

заробітки, навчання, або з робочим візитом і лише невелика частина обирає Польщу з туристичною метою;

2. На попередній фактор також впливає відсутність якісної інформації для українців про культурне різноманіття Польщі та спорідненість наших культур;

3. Рівень знань громадян Польщі та України недостатній про власні туристичні продукти. Це обумовлено тим, що для відпочинку більш заможніші українці та поляки здебільшого обирають закордонні поїздки. Хоча варто зазначити, що завдяки активному розвитку та промоції регіонального та місцевого туризму в Польщі багато поляків надають перевагу саме внутрішньому туризму, який є значно дешевшим;

4. Низький рівень пропускної здатності українсько- польського кордону потребує збільшення кількості пропусків через кордон та покращення транспортного сполучення між двома країнами;

5. російсько-українська війна та повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року, яке майже повністю зупинило український зовнішній туризм та частково внутрішній. Зараз українці в більшості випадків виїжджають закордон і в Польщу, як переселенці, шукаючи безпечне місце і прихисток.

Розглянувши стимулюючі та гальмуючі фактори розвитку туризму між Україною та Польщею, можна зробити висновок, що обом державам є над чим працювати в туристичній сфері. В першу чергу, має бути велике прагнення та зацікавленість у співпраці обох сторін. На нашу думку, Україна має показати Польщі, що з нами вигідно співпрацювати в туристичні сфері, що в нас є величезний потенціал для розвитку туризму, однак не вистачає для цього ресурсів, в першу чергу фінансових.

Під час війни українсько-польська дипломатична, військова та фінансова співпраця має високі показники, тому після нашої перемоги потрібно продовжувати дану співпрацю, долучаючи до неї туристичну галузь та інвестиції в її розвиток.

Динаміка туристичних потоків з 2014 року з України в Польщу та навпаки.

На динаміку українсько-польських туристичних потоків в першу чергу впливають такі зовнішні фактори, як російська війна проти України з 2014 року, пандемія COVID -19, та російське повномасштабне вторгнення в Україну з 24 лютого 2022 року. Стає очевидним, що дані події істотно зменшують українсько-польські туристичні потоки. Для прикладу наведемо динаміку кількості прибулих громадян з Польщі в Україну з 2014 року по 2020 рр. (рис 2.1) [57], [81].

Рис. 2.1 Динаміка кількості прибулих громадян з Польщі в Україну з 2014 по 2020 рр., ос.

Дана динаміка свідчить, що з 2014 по 2019 рр. показники прибулих громадян з Польщі до України коливалися у відносно не великих зменшеннях через війну на Сході України. Польські туристи мали можливість відвідувати інші регіони нашої держави. Однак короновірусна інфекція найбільше вплинула на всю туристичну галузь і на Україну також, адже в 2020 році майже на третину зменшилася кількість поляків, які прибували до нашої країни.

Також варто розглянути порівняльну таблицю 2.1 загальної кількості громадян Польщі, які прибули в Україну, та тих, хто відвідав її саме з туристичною метою [57].

Таблиця 2.1

Кількість в'їзного туризму з Польщі до України з 2013 – 2017 рр.

	2013	2014	2015	2016	2017
Загальна к-ть осіб, які прибули з Польщі в Україну за рік	1259209	1123945	1156011	1195163	1144249
К-ть туристів з Польщі, які відвідали Україну (тис. ос.)	17908	266	97	132	207

Дані вказані без АР Крим, Донецької та Луганської областей

Для кращого порівняння ми використали показники 2013 р., коли ситуація в Україні була відносно стабільною і відповідно загальні показники в'їзного туризму були вищими, ніж в 2014 році, коли почалася російська військова анексія та окупація території України. Варто відмітити, що кількість осіб, які приїхали з Польщі до України саме з туристичною метою з 2013 по 2017 рр. знизилася аж на 98,8 %. Проте динаміка загальної кількості осіб, які приїжджали до України має набагато нижчі показники і становить –9,1%.

Аналізуючи статистичну інформацію польського в'їзного туризму до України, потрібно розглянути з якою метою приїжджали поляки до України. Серед польських туристів, які відвідали Україну, домінує приватний туризм, який становить 99,9% від усього перетину кордону в 2017 р. Після нього йде культурний, спортивний та релігійний туризм, а також прослідковуються поїздки з навчальною метою [42].

Тепер розглянемо туристичні потоки з України до Польщі з 2014 – 2017 рр., які наводимо в таблиці 2.2 [57].

Таблиця 2.2

Динаміка туристичних потоків з України до Польщі з 2014 – 2017 рр.

Рік	Загальна к-ть українців, які відвідали Польщу	Українські туристи, які відвідали Польщу	Частка
2014	7,657,021	10,878	0,14
2015	9,505,713	10,346	0,11
2016	10,111,086	9,436	0,09
2017	9,990,978	5,059	0,05

Дані вказані без АР Крим, Донецької та Луганської областей

За результатами вище наведеної таблиці можна зробити висновок, що кількість туристів, які відвідали Польщу з 2014 по 2017 рр. з метою туризму зменшилася. Так, з 2014 по 2015 рр. кількість туристів впала 0,03%, а з 2015 по 2016 рр. – на 0,02% , а з 2016 по 2017 рр. ще на 0,04%. Однак, беручи до уваги загальну статистичну інформацію про кількість українських туристів, які обрали для своєї поїздки Польщу не з туристичною метою. Наприклад, з 2014 по 2016 рр. тенденція українців до відвідування Польщі збільшувалася з кожним роком, але в 2017 р. навпаки впала.

Нижче в рис 2.2 наведемо дані про кількість українських туристів, які відвідали Польщу за видами організації туризму з 2014 – 2017 рр.

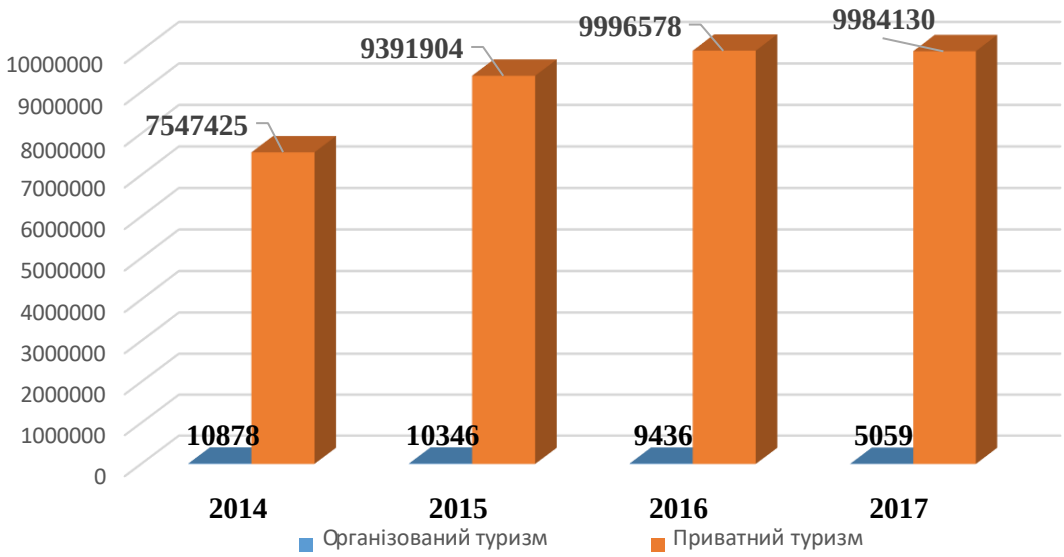


Рис. 2.2. Кількість українських туристів, які відвідали Польщу за видами організації туризму з 2014 – 2017 рр. [57].

Вище зазначені дані свідчать про те, що приватний туризм з України до Польщі з 2014 – 2016 рр. зростав з кожним роком, в 2015 році цей показник збільшився майже в 1,5 рази, порівняно з попереднім роком. А в 2017 році кількість українських туристів навпаки зменшилася. Щодо організованого туризму серед українців до Польщі, то він є недостатньо популярний в порівнянні з приватним, оскільки з 2014 по 2017 рр. прослідковується тенденція до його зменшення, особливо це простежується в 2017 році, коли кількість українських туристів, що відвідала Польщу зменшилася до 0,054%. За даними графіку, можна стверджувати, що впродовж 2014 – 2017 рр. більшість українців так само як і поляки, плануючи, свою подорож до Польщі обирали приватний туризм і організовували його самостійно.

В 2018 році туристичні статистичні дані в Україні змінилися. Так, за даними Державної служби статистики України в 2018-2019 рр., Польща посіла лідируючі позиції серед виїзного туризму з України, приймаючи в себе в цей період 10 і 9,9 млн. українських туристів. Це можна пояснити тим, що Україна в 2017 році отримала безвізовий режим з ЄС. В подальшому це сприяло покращення пропускної здатності на кордонах з Польщею. Зокрема, в 2019 році збільшився перетин кордону в першу чергу літаками, а потім потягами та автобусами, натомість подорожі автомобільним транспортом навпаки скоротилися. Чисельність українських туристів, що літали комерційними авіакомпаніями між Україною та Польщею зросла з 204 тис. до 700 тис. в 2019 році. Загальна кількість сухопутно-прикордонних перетинів між двома країнами залишалася стабільною. Українсько-польський кордон був найнавантаженішою частиною національного сухопутного кордону для обох країн, з більш ніж 20 мільйонами перетинами через кордон з відносно невеликою кількістю пунктів пропуску, половина з цього числа були жителі прикордонних регіонів. Під час пандемії кількість пропускних прикордонних пунктів значно скоротилася, через закриття кордонів [42].

За результатами проведеного опитування від 18.09.2021 по 16.11.2021 року Державним агентством розвитку туризму (ДАРТ) «Проведення кількісних досліджень в'їзного туризму на пунктах пропуску через державний кордон», найбільша кількість туристів, яка відвідала Україну була з Польщі і становила 10% від усіх опитаних респондентів з 87 країн світу. Загальна кількість польських туристів, що скористалися українськими аеропортами становила: (аеропорт «Бориспіль» - 5%, Київ «ім. І. Сікорського» - 16 %, аеропорт Львова – 17%, Одеси – 13%, Харкова – 7%). Дана статистична інформація свідчить про те, що польські туристи здебільшого обирають столицю України, як центровий вузол інфраструктури та культури, а також близький до кордону Львів [58].

Отже, на динаміку туристичних потоків між Україною та Польщею впливають, перш за все, такі зовнішні фактори, як початок російсько-української війни в 2014 році та пандемія COVID -19. Показники в'їзного туристичного потоку польських туристів свідчать про те, що з 2017 року поляки стали менше приїздити до України. Подорожі поляків в Україну з туристичною метою проявляються в нестабільності. Якщо брати показники в'їзного туризму серед поляків 2013 року і показники, наприклад, 2015 року, то вони значно впали через не стабільну політичну ситуацію в Україні. Впродовж наступних років ця цифра то зменшувалася, то збільшувалася. Переважна більшість польських туристів обирає приватний туризм і організовує його самостійно, тому досить складно прослідкувати найбільші популярні напрямки. За статистичними даними ДАРТ 2021 року ми дізналися, що обираючи авіасполучення більшість поляків приїжджають до Києва та Львова, якщо розглядати Західну Україну, то зручнішим транспортом є автомобільний. Схід України є не привабливим, через близькість бойових дій, віддаленість та не розрекламованість туристичних місць. Серед південного регіону деякі поляки обирали Одесу, однак слід зазначити, що українські морські курорти не цікавлять польських туристів,

адже вони для морського відпочинку обирають більш привабливу Європу чи Туреччину.

Виїзний туризм українців до Польщі характеризується стрибкоподібними показниками. Якщо брати загальну інформацію серед наших громадян, які відвідали Польщу протягом 2014-2017 рр., то вона в основному збільшувалася, окрім 2017 р. А кількість українців, які обрали мандрівку до Польщі з туристичною метою з 2014 – 2017 рр. навпаки зменшувалася, особливо в 2017 р. Українці як і поляки надають перевагу приватному туризму. Після здобуття нашої країни безвізового режиму з ЄС динаміка виїзного туризму серед українців збільшилася в рази, особливо авіасполученням.

Наостанок, варто зауважити, що через брак комплексних статистичних даних не можливо ґрунтовно дослідити динаміку туристичних потоків між Україною та Польщею.

В’їзний польський туризм. Діяльність польських туроператорів, їхня взаємодія з Україною.

Польські туристи відвідують Україну з певною ностальгією, особливо західну частину, адже раніше ці землі належали Речі Посполитій і багатьох із них залишилися там родинні зв’язки. Тож кожного року багато поляків і українців перетинають кордон між нашими державами, щоб відвідати родичів, які з історичних причин опинились по різні сторони кордону. Популярними серед них є місця національної пам’яті та цвинтарі Волині, Львівщини, Тернопільщини. Найбільш відвідуваним є музей-заповідник «Личаківський цвинтар» у Львові, де поховані видатні діячі Речі Посполитої. На території Польщі є понад два десятки цвинтарів, наприклад у Ланьцуті (Підкарпатське воєводство), де поховані воїни Армії УНР, Української Галицької армії, полонені, інтерновані галичани, політичні емігранти. Українці ж приїжджають на Раковицький цвинтар у Кракові та до унікального цвинтару на околиці Перемишля, який має статус українського воєнного цвинтаря.

Досить популярним серед поляків є так званий сентиментальний туризм, який пов’язаний з відвідуванням родичів в Україні, місць, які пов’язані з історією польського народу. Така ж тенденція є і в українців. На сучасній території Західної України впродовж багатьох років панували поляки, які принесли туди свою культуру, будували архітектуру. Ці польські історико-культурні пам’ятки збереглися і дотепер і користуються великим попитом серед поляків, які хочуть більш детальніше дослідити свою історію та культуру не тільки на своїй території, а й поза її межами [61].

Так, зокрема, на Поділлі розміщено декілька палаців і садиб, власниками яких були поляки. Десятки тисяч польських туристів приваблюють наші замки та фортеці, які теж будували поляки. Досить популярним серед поляків, особливо серед тих, хто живе поблизу кордону з Україною, є Львів і замки Львівщини, наприклад Олеський та Підгорецький. Поляки часто відвідують Львів на свята, зупиняючись там на пару днів.

Також поширеними є поїздки до українських зимових курортів, таких, як Буковель, Славське. Сприятливі кліматичні умови та різноманітність природного фонду: наявність на прикордонних територіях 10 національних парків, 4 – у польській (Поліський, Розточанський, Мазурський, Бещадський) та 6 – в українській (Шацький, Яворівський, Бескиди Сколівські, Синевирський, Ужанський, Карпатський біосферний заповідники), мають потенціал до розвитку спеціалізованого туризму (спостереження за природою, пішохідний, велосипедний, гірський, водний туризм). Україна має велику кількість мінерально-лікувальних ресурсів, санаторно-оздоровчих закладів, які можуть розвивавати медичний туризм. Окрім цього на прикордонних територіях України зосереджена значна кількість туристичних баз, готелів, агротуристичних садиб, таким чином польські туристи можуть обрати різні види відпочинку. [88]

Окрім Західної України, польські туристи приїздять і до Києва, як культурної столиці України. Також популярним є і музейний туризм, що пов’язаний з історією польського народу: у Тернопільській області - музей Ю. Словацького в Кременці і міста Бережани, Бучач та Збараж, у Рівненській – міста Дубно, Корець, Острог, у Волинській – міста Луцьк, Берестечко [86, С. 208-209].

На прикордонних територіях кожного року громадсько-політичні організації України і Польщі проводять спільні культурно-освітні, розважальні та релігійні заходи, для розвитку співробітництва між нашими народами і державами.

Однак варто зауважити, що здебільшого поляки не достатньо володіють інформацією про українські туристичні місця, особливо малі і відповідно через це обсяг туристичних потоків до України є невеликим. Також переважна більшість польських туристів обирає приватний туризм Західної України через близьке розташування. Для того, щоб збільшити в’їзний туризм до України серед поляків, вітчизняному туристичному бізнесу потрібно рекламувати свій продукт закордоном, зокрема, і в Польщі.

Розглянувши напрямки польського в'їзного туризму до України, варто перейти до польських туроператорів та їхньої співпраці з українським туризмом, особливо після російського повномасштабного вторгнення.

Польські туристичні агенції та туроператори орієнтовані у своїх пропозиціях на внутрішній туризм Польщею і закордонний – Європа, Туреччина, Єгипет, Туніс та екзотичні віддалені напрямки. На превеликий жаль, Україна не є такою привабливою серед поляків через застарілу туристичну інфраструктуру та не розрекламованість наших дестинацій. Про це також свідчить і переважаюча статистика приватного польського туризму до України, яку ми розглядали у попередньому підрозділі. Відповідно, якщо польські туристи приїздять до нас, то організовують дану подорож самостійно, через брак турів до України на польському туристичному ринку.

Активне співробітництво в туризмі між Україною та Польщею почалося після повномасштабного російського вторгнення цього року. Вітчизняний туристичний бізнес зіштовхнувся з величезною проблемою в перші місяці війни, адже не було конкретної моделі, як йому діяти під час війни і чи в подальшому він взагалі буде існувати. Нашому туризму почали допомагати більшість європейських партнерів і Польща не була винятком серед них. Польські туристичні оператори такі, як «TUI» та «Rainbow Tours» дуже лояльно поставилися до українців і почали пропонувати безкоштовні чартерні перельоти з курортів для громадян України, які там застрягли через закритий повітряний простір України. «Rainbow Tours» надавав усі вільні місця у літаках для українців, на усіх курортах куди літають чартери компанії. Також туроператор відреагував на запит від консульських служб України та вирішив придбати авіаквитки та повністю профінансувати повернення великої групи громадян України, які зараз проживають в Кенії [73].

Окрім цього дана польська компанія почала укладати договори з обмеженою кількістю наших турагенцій до яких увійшла наша львівська -

«Antoniv Tour». Тобто українські туристичні компанії отримали можливість відправляти своїх та іноземних туристів через туроператора «Rainbow Tours». А бронювання відбувається дистанційно через працівників даної туристичної агенції, які обирають вигідні та зручні авіавильоти з Польщі [86].

Інший польський туроператор «TUI Polska» запропонував допомогу українцям і також надавав безкоштовно місця на чартерних рейсах до Польщі з Туреччини, Єгипту та інших країн. Польський туристичний бізнес почав підлаштовуватися до запитів від українських туристів. Найголовніша вимога наших громадян – це відпочинок без російських туристів. Та й самі поляки при виборі готелю також мають цей запит.

«Coral Travel Poland» почав співробітництво з українським туроператором «Coral Travel». Компанія надає можливість організовувати тури для українського споживача на польському ринку туристичних послуг.

Окрім співпраці з українськими туроператорами та турагенціями, польський туристичний бізнес підтримує також і наші авіакомпанії. До таких належить «Міжнародні Авіалінії України» (МАУ). Авіакомпанія в липні розпочала чартерні польоти на замовлення польського туроператора «ITAKA». Таким чином українська авіакомпанія долучилася до обслуговування європейського туристичного трафіку та продовжує свою роботу за межами України в умовах війни. У чартерній програмі задіяний Boeing 737-900 UR-PSL, який базується в аеропорту м. Катовіце та обслуговується 4 екіпажами МАУ. Співпрацю з компанією «ITAKA» планують продовжити, здійснюючи щоденні рейси МАУ з Варшави, Кракова та Ржешова. Така співпраця зможе покращити дефіцит польського авіасполучення серед європейських напрямків: Іспанії, Туреччини, Албанії, Єгипту та інших [64].

Отже, можна дійти до висновку, що в’їзний туризм громадян Польщі до України досить слабо розвинений. Поляки здебільшого приїжджають в популярні, розрекламовані туристичні місця з екскурсійною метою, для

відпочинку чи наприклад, відвідати своїх родичів чи знайомих з України. Найбільше їздять польські туристи до Західної України через близькість та зручність розташування.

Польські туристичні компанії після повномасштабного російського вторгнення поставилися дуже лояльно до українців, оскільки почали допомагати нашим компаніям евакуювати українців, інколи навіть на безоплатній основі. Згодом вони почали укладати з українськими туристичними та авіа компаніями угоди про співпрацю. Ця допомога для нас є вкрай важливою, адже вона дає можливість продовжувати туристичний бізнес, який міг поступово розвалюватися без ведення діяльності та отримання прибутків.

Внутрішній український туризм. Діяльність українських туроператорів, їхня взаємодія з Польщею.

Туристичний бізнес на пряму залежить від політичного, економічного та соціального становища, а також від епідеміологічної ситуації такої, як COVID-19. Такі процеси негативно впливають на суб'єкти туристичної діяльності України, тому щоб зрозуміти загальну тенденцію в рис. 2.3 розглянемо статистичні дані по кількості суб'єктів туристичної діяльності України з 2014 – 2020 рр., од.

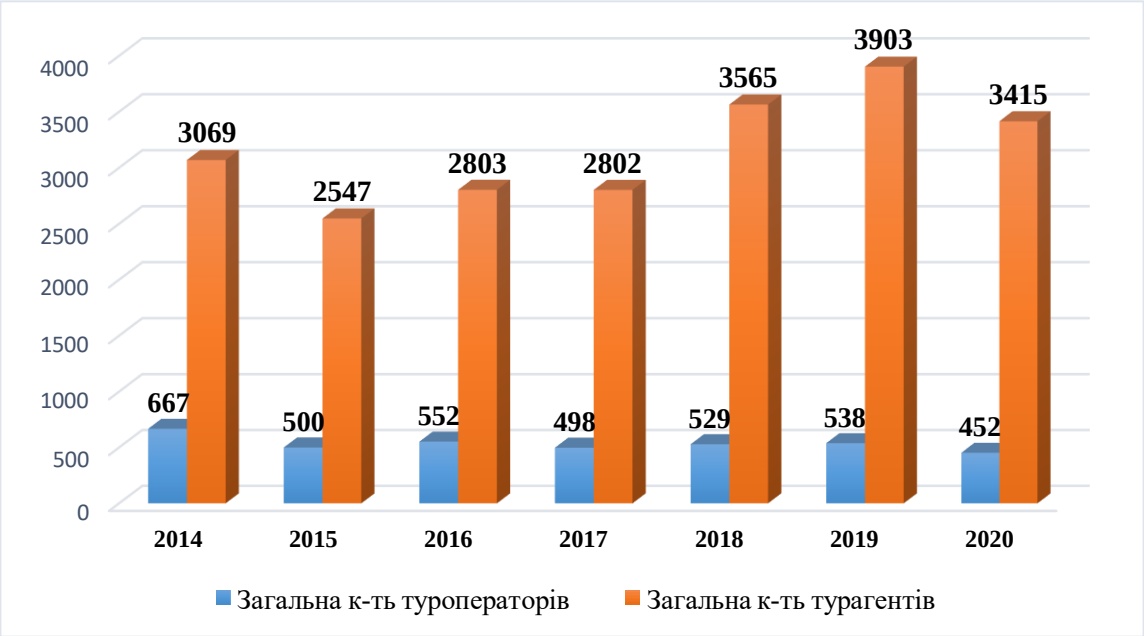


Рис. 2.3. Динаміка кількості туристичних підприємств в Україні з 2014 – 2020 рр., од. [84], [57].

Вище наведений графік свідчить, що на українському ринку туристичних послуг з 2014 по 2020 роки по кількості лідирують туристичні агенції. Так, наприклад, в 2016 і 2017 роках їхні кількість залишалася незмінною, а вже в наступному році – збільшувалася, а в 2019 році досягла свого піку, підвищившись на 9,5% в порівнянні з 2018 р. COVID-19 став кризовим періодом для туристичної галузі у світі і в Україні також, оскільки багато туристичних агенцій закрилося через епідеміологічні обмеження, зменшення подорожей і загального попиту на туризм. Хоча туроператори мають більш стійке фінансове становище і вони менш вразливі до зовнішніх факторів, проте в 2015 році їх стало менше на 25%, порівнюючи з 2014

роком, початком російської війни проти України. Пандемія в 2019 році також зменшила кількість туроператорів в Україні майже на 16% в порівнянні з 2019 роком.

На туристичному ринку послуг Україна хоч і орієнтується на в'їзний туризм, як важливий фактор фінансових надходжень до державного бюджету та створення додаткових робочих місць, проте домінуючим є виїзний туризм, який розвивається останнім часом швидкими темпами. Більшість вітчизняних туристичних фірм пропонують все-таки закордонні поїздки, оскільки такий вид бізнесу не потребує великого капіталовкладення, дає стабільний прибуток, використовує готові розроблені туристичні маршрути, охоплює більшу кількість потенційно зацікавлених людей, які обирають подорожі в різні куточки світу.

Українські туроператори орієнтуються, в першу чергу, на найбільш привабливі туристичні країни, спираючись, на вибір середньостатистичного споживача. Українці для свого відпочинку здебільшого обирають Західну Європу з її популярними морськими курортами, або економніші варіанти – Туреччину, Єгипет, Туніс. Відповідно, туристичні пропозиції створюються саме до цих регіонів. Якщо розглядати Польщу, як відпочинок для українського туриста, то тут переважають екскурсійні тури до Кракова, Вроцлава, Варшави, а також гірськолижні курорти – Закопане, Бялка Татшанська, Криниця, Вісла, Щирк, Карпач [75].

Тури до Польщі пропонують як вітчизняні, так і польські оператори, які мають представництва по Україні, серед яких найбільш споживчі та цікаві тури пропонують: «Аккорд тур», «Феєрія», «Міст тур», «ТурБаза», «Наталка», «Galizien» та інші.

Сегмент туристичних програм українських туроператорів до Польщі є різноманітним: автобусні тури, авіа тури, тури залізницею, індивідуальні, зимові тури, святкові тури, молодіжні та інші в залежності від сезону. Через територіальну близькість України до Польщі серед зазначених турів користуються попитом автобусні тури. Для прикладу можна взяти

львівського туристичного оператора «Аккорд тур», який є лідером серед автобусних турів до країн Європи та України і навіть зараз, під час війни туроператор продовжує свою діяльність. Розглянемо нижче в таблиці 2.3 [78] туристичні пропозиції даної компанії до Польщі на грудень 2022 року:

Таблиця 2.3

Автобусні туристичні пропозиції туроператора «Аккорд тур» до Польщі на грудень 2022 р.

Дата поїздки	Назва туру	Вартість туру
10.12.-11.12.	«Краківський Вояж!»: (Львів – Краків – парк розваг «Energy land» - Величка – Львів)	272 € за 2-х дорослих (проїзд по маршруту автобусом туркласу, проживання 1 ніч в готелі зі сніданками, супровід гіда-керівника по маршруту, екскурсія по Кракову)
10.12.-12.12.	«SPO Вікенд в Краків!»: (Львів – Краків – Величка - парк розваг «Energy land» - Закопане – Освенцим – Львів)	232 € за 2-х дорослих (проїзд по маршруту автобусом туркласу, проживання 2 ночі в готелі зі сніданками, супровід гіда-керівника по маршруту, екскурсія по Кракову)
15.12.-18.12.	«Лижний вікед або Релакс вихідні в Закопане»: (Львів – Закопане – Словаччина – SPA – Львів)	260 € за 2-х дорослих (проїзд по маршруту автобусом туркласу, проживання 3 ночі в готелі зі сніданками, супровід гіда-керівника по маршруту, екскурсія по Кракову)

Серед не сезонних турів, які пропонує «Аккорд тур» є:

– «Віртуозний краков’як»: Варшава + Гданськ + Торунь»: - Львів - Варшава – Гданськ – Гдиня – Сопот - Торунь – Замосць – Львів.

– – «Легенди Північної Польщі» - Львів - Гданськ - Сопот - Гдиня - Мальбрук – Львів.

Недоліком туристичної пропозиції для українських туристів, є те, що польські туристичні місця не повною мірою представлені в туристичній програмі, а окремих турів саме по Польщі є невелика кількість. Здебільшого українські туроператори створюють програми у 2 чи 3 країни, де на відвідування Польщі приділяють 1 чи 2 дні, а за цей час не можливо охопити більшість культурно-історичних місць. Так, наприклад, тур вище

представленого оператора «Полька Саксонія» містить лише відвідування одного польського Кракова, і 3-х міст Німеччини. [79]

Тому варто створювати нові різноманітні туристичні програми по Польщі не тільки з відвідуванням популярного Кракова та соляної копальні «Величка», а й інших великих та культурно насичених міст Польщі.

З початком повномасштабної війни частина українських туристичних компаній закрилася, інша – переорієнтувалася на волонтерство та на евакуацію українців закордон, або навпаки займалися поверненням наших громадян до України, які опинилися закордоном під час своєї поїздки і не могли дістатися додому через закриття авіасполучення в Україні. Також туристичні компанії використовували свої зв'язки, щоб допомогти фронту та біженцям. Так, наприклад, власниця туристичної компанії «OTi Tour» перетворила свій офіс на волонтерський штаб. Вона активно співпрацювала з партнерами та туристами в Польщі, які їй також допомагали в цьому.

Отже, туристичний бізнес з початком повномасштабної війни протягом декількох місяців майже перестав функціонувати, відповідно надходження до державного бюджету почали скорочуватися і ця цифра становила 26% з тим самим періодом в 2021 році, а кількість компаній зменшилася на 24,5%, підприємців - на 13,5% [69].

Відповідно до даних ДАРТ, що видає ліцензії на ведення туристичної діяльності в Україні, кількість туроператорів, що були орієнтовані на внутрішній туризм в порівнянні з 2021 роком залишилася незмінною – 363 компаній. А туроператорів так званого «змішаного типу», що займаються як і внутрішнім, так і зовнішнім туризмом зросла з 2 486 до 2 499 компаній [85].

В той час будь-яка туристична компанія не могла будувати плани про відновлення туристичної діяльності. Однак весною, з настанням тепла, почав з'являтися попит серед українців на внутрішній туризм, оскільки українці хотіли хоч якось змінити свою локацію і відпочити. Почали відновлюватися автобусні поїздки до Львівщини, Франківщини та

Закарпаття, Прикарпаття. Достатньо популярними стали Карпати, однак варто зауважити, що такі поїздки здебільшого короткотривалі: одноденні – до комендантської години, або ж на вікенд. За статистичною інформацією українського туроператора «Join UP», в жовтні тури Україною забронювали майже вдвічі більше людей, ніж за той самий період минулого року [86].

За даними компанії, серед продажів турів Україною переважну більшість становлять санаторії — 44,4% замовлень (в жовтні 2022 року). Другу сходинку займають поїздки в Карпати (29%) для відпочинку та оздоровлення. На третьому місці за популярністю опинилися гірськолижні курорти (19,5%), але дана тенденція буде більшою в зимовий період. Окрім цього українці обирають автобусні тури країною, міський туризм і дитячий відпочинок. Нижче в рис. 2.4 наведемо ці дані.

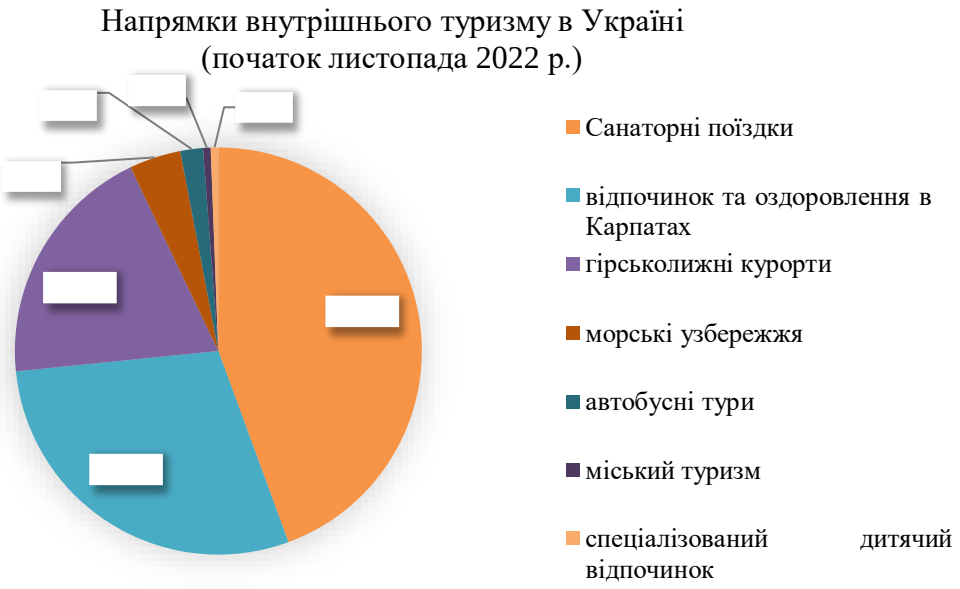


Рис. 2.4 Напрямки внутрішнього туризму в Україні на початок листопада 2022 р. [54]

Зростання тенденції до розвитку внутрішнього українського туризму під час війни, особливо Західною Україною, відбулося за рахунок великої кількості внутрішньо переміщених осіб до західних областей. Відповідно в даної категорії людей виникало бажання хоч якось відволіктися як на фізичному, так і на ментальному рівні від війни. Тому такі українці почали досліджувати місцевість, в якій вони тимчасово проживали і обирали для

свого дозвілля пропозиції місцевої туристичної сфери. Можна стверджувати, що внутрішній туризм починає трохи відновлювати свою роботу, однак він лише частково компенсує загальне скорочення.

Щодо закордонних турів, то ситуація виявилася більш складнішою. Фінансове становище українців через війну погіршилося і ті заощадження, які вони мали, використовували на більш важливіші речі, аніж на туризм і, відповідно, поїдка закордон здебільшого була з евакуаційною метою, а не з туристичною. Однак ринок відпочинкових турів теж почав відновлюватися. Вже ближче до літа почали з'являтися запити на закордонні тури. Українці почали цікавитися вильотами на море з сусідньої Польщі. Тому український туристичний ринок почав шукати альтернативи співпраці з польськими компаніями, щоб хоч якось зберегти свій бізнес і своїх працівників.

Частина українських туристичних агенцій та туроператорів зараз співпрацює з популярним у Польщі туроператором «Rainbow Tours», який організовує поїздки до популярних напрямків: Туреччини, Єгипту, Греції, Іспанії, Італії та інші курортні країни. Проте транспортне сполучення українці мають організувати самостійно. Це може бути автобусне сполучення з України до польських аеропортів: Люблін, Ряшів, Краків, Катовіце, Варшава, або залізничне сполучення, однак квитки на закордонний потяг можна лише придбати за 20 днів до поїздки і лише нещодавно з'явилася можливість придбати їх онлайн. Цінова політика на комплексні «гарячі» тури майже не відрізняється від минулорічних в Україні, однак до загальної вартості потрібно ще враховувати транспортне сполучення з України до тієї ж самої Польщі і закласти додатковий час на дорогу. Попередній варіант може бути можливим для тих українців, які вже знаходяться з тих чи інших причин в Польщі, не витрачаючи час на додаткове транспортне сполучення. Проте якщо планувати поїздку завчасно, наприклад, за тиждень чи два, то вартість туру буде дорожчою. Така пропозиція найкраще підійде для тих українців, які знаходяться в

Україні. А зимовий сезон 2022 – 2023 рр. стане випробовуванням для українського туристичного бізнесу [54].

Український туроператор «Join Up» під час війни виявив свою найкращу стійкість, адже він запустив програму «Як вдома» для українців, які тимчасово виїхали з країни, і не повернутися назад через закриття небо. Компанія домовлялася про їх проживання за спеціальними цінами в готелях та апартаментах, іноді на безкоштовній основі. Туроператор продовжує свою діяльність в Європі завдяки тому, що зміг зберегти майже всі свої літаки авіакомпанії «SkyUp» і вивезти їх з України, за винятком одного, який залишився в Києві. Авіакомпанія здійснює польоти під сертифікатами авіакомпаній-партнерів на основі мокрого лізингу і поступово перетворюється на європейську компанію, що матиме змогу здійснювати польоти між країнами ЄС, а туроператор «Join Up» буде основним його клієнтом [87].

Відповідно до Національного рейтингу туристичних компаній, друге місце в 2022 році після «Join Up» посідає туроператор «Coral Travel», який належить великій міжнародній структурі «OTI Holding» і має свої представництва в Грузії, Німеччині, Польщі, Латвії, Литві, Естонії та в Туреччині. Як і багато інших компаній з початку повномасштабного вторгнення туроператор також займався гуманітарною допомогою. Весною компанія почала відновлювати свою роботу і розробляла туристичні пропозиції. Для того, щоб зберегти свій бізнес під час війни компанія «Coral Travel» почала співпрацю в Польщі з «Coral Travel Poland», пропонуючи українським туристам пакетні тури з вильотами з Польщі. Ціна комплексних турів на сайті туроператора вказується у польських злотих, клієнт обирає вигідний для себе тур, або звертається за детальною консультацією до українських представників даної компанії. Туроператор має чартери з 8 міст Польщі (здебільшого це тури з Варшави, Катовіце, Познані, Ржешова) [80].

Туроператор «TPG» з 24 лютого 2022 р. почав анульовувати деякі тури, якщо це було можливо, просив «заморозити» оплати в готелях до

стабілізації обстановки. Багато їхніх клієнтів, що опинилася за межами держави просили пересадити їх на рейси, ближчі до дому. Допомагали в цьому питанні партнери, які приймали безкоштовно наших туристів в готелях і вивозили їх всіма можливими способами. Компанія мала ідеї вийти на польський туристичний ринок, оскільки там вона має своїх партнерів, але зіштовхнулася з деякими перешкодами. Так, наприклад, вони не можуть перевести свої кошти партнерам, оскільки зовнішньоекономічна діяльність заморожена. «TPG» ще поки не знає який турпродукт продавати полякам так, щоб він був цікавим, привабливими і поза конкуренцією серед інших польських пропозиції. А для того, щоб поляки купувати їхні тури, потрібна, в першу чергу, довіра, престиж та достатня поінформованість про компанію [60].

Компанія «TEZ Tour Україна» також продовжує роботу під час війни. Спочатку вона займалася евакуаційними рейсами з Києва до Західної України. Зараз туроператор переоформлює бронювання, веде розрахункову діяльність, однак переважна більшість роботи в компанії стоїть на паузі. «TEZ Tour Україна» зіштовхнулася з тією ж самою проблемою, що і «TPG». Щоб продовжити свою діяльність закордоном їм потрібно переводити свої кошти партнерам в інших країнах, але в Україні це можна здійснювати лише для критичних сфер, до яких туризм не відносять [73].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що співпраця українського ринку туристичних послуг з польським в досить вузькому аспекті. Тури до Польщі здебільшого мають культурно-пізнавальний, розважальний та спортивний характер. Мало представлені рекреаційні, ділові, релігійні, етнічні тури серед українського туристичного бізнесу. Практично відсутні комплексні тури головними польськими містами. Зрозуміло, що зараз, під час війни, нашому туристичному бізнесу важко створювати нові туристичні маршрути, як і Україною, так і Польщею, тому вони намагаються працювати та рекламувати ті пропозиції, які створювали в минулому році, щоб хоч якось залишитися на плаву.

Висновки до розділу 2

В другому розділі при розглянули фактори, які впливають на розвиток туристичних відносин України та Польщі. До зовнішніх – відносяться членство обох держав у міжнародних та європейських організаціях, а також членство Польщі в ЄС. До інших факторів слід віднести спільний кордон і відповідно транскордонна співпраця, історичні події, схожість культур, спільна історична-культурна спадщина, близькість мови, багаті природні та туристично-рекреаційні потенціали обох країн.

Нами було досліджено динаміку туристичних потоків між Україною та Польщею з 2014 року. На них в першу чергу впливають, як початок російсько-української війни в 2014 році, повномасштабне російське вторгнення з 24 лютого 2022 року, так і пандемія COVID-19. В наслідок цього, в'їзні туристичні потоки скорочуються, адже турист в першу чергу хоче їхати в безпечну країну. Початок війни на Сході України, часткова анексія Донецької, Луганської та АР Крим в 2014 році відібрала можливість у туристів подорожувати східними регіонами, через близькість бойових дій. Відповідно туристична привабливість зменшилася географічно. Польські туристи почали обирати для своєї поїздки здебільшого прикордонні області, які є безпечними та територіально близькими. Короновірусна інфекція найбільше вплинула на всю туристичну галузь і на Україну також, адже в 2020 році майже на третину зменшилася кількість поляків, які прибували до нашої країни.

Через відсутність пропозицій польських туристичних компаній до України, можна зробити висновок, що наша країна не користується великою популярністю серед польських туристів. А ті, хто її обирає для своєї подорожі, організовують мандрівку самостійно і здебільшого обирають розрекламовані і популярні напрямки переважно Західною Україною.

Пропозицій по Польщі на українському ринку туристичних послуг більше, однак не всі вони спрямовані тільки на відвідання Польщі, в турах

здебільшого вона представлена з іншими країнами, а на польські туристичні дестинації приділяють не достатню кількість часу.

З початком повномасштабної російської війни цього року Польща показала свою готовність підтримувати український туристичний бізнес. Вона допомагала нашим туристичним компаніям з евакуацією українців, які через закриття кордонів не могли дістатися додому та біженцям. Також польські туристичні оператори почали укладати з нашими компаніями договори про співпрацю і надавали можливість здійснювати туристичну діяльність через свої компанії. Така допомога врятувала частину нашого туристичного бізнесу від банкрутства або повного припинення діяльності.

РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКИХ ВІДНОСИНАХ

Розглянувши в попередніх розділах основні аспекти українського та польського туризму, можна запропоновувати перспективи розвитку туристичної галузі окремо для України та Польщі, а також запропонувати пропозиції як покращити туристичне співробітництво між двома країнами.

Спочатку розглянемо пропозиції розвитку для українського туризму.

1. Під час дослідження інституційного забезпечення туризму в Україні та Польщі, ми з'ясували, що в українському туризмі немає регіональних туристичних осередків, таких, які представлені в Польщі. На нашу думку, це є негативним проявом, оскільки туризм потрібно розвивати на всіх можливих рівнях, а не тільки на загальнодержавному. Тому б було доцільно створити регіональні туристичні представництва, спочатку на рівні областей, а в подальшому в територіальних громадах всієї держави. Адже саме на найнижчому, регіональному рівні зосереджена велика кількість потенційно привабливих туристичних дестинацій, подекуди вони можуть зосереджуватися навіть в одному населеному пункті. Відповідно, туризм буде розвиватися не тільки у великих містах, але й в селещах. Розвиток місцевого або ж регіонального туризму в майбутньому покращить інфраструктуру, рівень життя місцевого населення, надходження до місцевого бюджету, сприятиме збереженню та примноженню природної й культурної спадщини регіону. Таке запровадження надасть нові робочі місця серед місцевого населення, яке зараз у пошуках роботи виїжджає зі своє малої батьківщини. З подальшим розвитком такі туристичні місця можна об'єднувати навколо однієї громади чи області і створювати туристичні маршрути. Тому потрібно докладати великих зусиль та ресурсів, щоб розвивати внутрішній туризм, який буде мати попит серед туристів.

2. Слідуючи прикладу Польщі, органам державного управління України слід сформувати та впроваджувати плани розвитку туризму в депресивних регіонах країни, тим самим розвантажити від туристичного потоку найбільші туристичні місця.

3. Українська туристична індустрія має застарілі та недостатньо ефективні заходи, які потрібно коригувати. Ситуацію можна покращити, змінивши сам підхід до управління туризмом. В часи новітніх технологій потрібно запроваджувати інноваційний розвиток територій даної галузі: покращувати технологічно-інформаційні процеси, об'єднувати зусилля всіх сфер, які на пряму чи дотично пов'язані з туризмом. Тут має бути задіяна всебічна співпраця держави та всіх представників даної галузі і їхня двостороння консультація. Потрібно створити актуальне та нове управління сферою туризму на національному рівні за умов глибокого та комплексного розуміння загальних проблем всієї економіки та особливостей галузевого характеру, адже туризм є прибутковою галуззю для економіки держави. Таким чином, запровадження раціонального управління туристичною галуззю в Україні дасть змогу знайти нетрадиційні підходи та нові креативні погляди.

4. Для реалізації такого управління можна виділити певні методи: комплексне удосконалення методів управління туристичною галуззю, створення сприятливого клімату для її функціонування та розвитку, розробку й оцінювання моделей розвитку сфери туризму в системі державного і регіонального економічного розвитку, створення сприятливої економічної політики для різних категорій туристичних підприємств, запровадження автоматизованих інформаційно-аналітичних, статистичних систем і технологій (автоматизація моніторингу, аналізу і планування туристичної діяльності), організація мережевих баз даних і систем електронного маркетингу, бронювання послуг, автоматизувати системи управління, визначення цілей їхньої діяльності й стратегії розвитку, оцінювання потенційних можливостей наявних ресурсів та рівень їх

використання тощо. При цьому така ефективність та узгодження інтересів суб'єктів туристичної діяльності напряму залежить від якості правового й організаційного забезпечення управлінської діяльності в туристичній сфері.

5. Існуючі проблеми туристичної галузі можна вирішити завдяки застосуванню інноваційної діяльності туристичних підприємств, зокрема для розвитку їхнього потенціалу в повному обсязі. Формування інноваційного потенціалу на туристичних підприємствах пов'язане, перш за все, з пошуком оптимальної моделі його розвитку. Інноваційний потенціал має ряд переваг, які доцільно використовувати. Серед них: створення та запровадження якісних та нових видів туристичного продукту, готельних послуг; застосування та використання нових інформаційних технологій в наданні готельних, транспортних, фінансових послуг; переглянути та доповнити новими аспектами сферу послуг; пошук нових туристичних ресурсів; застосування креативних форм організаційно-управлінської діяльності при розробці, виробництві, споживанні туристичних послуг; дослідження і вихід на нові ринки туристичних послуг з новими та традиційними туристичними послугами; організаційні зміни у розробці, виробництві і споживанні традиційного туристичного продукту.

6. Україні необхідно запроваджувати системи інвестування на державному рівні для розвитку внутрішнього туризму. Створити необхідні умови, щоб зацікавити іноземних інвесторів та збільшити їх роль у дофінансуванні української туристичної галузі.

7. Вітчизняний туризм потребує створення стратегії просування за кордоном і заснування таких українських туристичних представництв в країнах Європи, зокрема і в Польщі, для популяризації туризму. Оскільки в умовах війни внутрішній та зовнішній туризм не може працювати на повну, український туристичний бізнес почав співпрацювати із закордонним туристичним ринком. Така діяльність допоможе українському туризму поступово виходити на європейський ринок і відповідно рекламувати свій продукт.

8. Український туризм під час війни перебуває в неактивній фазі і виживає як тільки можна, тому можна говорити про розвиток вітчизняного туризму з перспективою на майбутнє. Однак, саме цей період можна вважати періодом для змін для нашого туризму, адже потрібно підлаштовуватися під сучасні умови, змінювати підхід до туризму. Вже сьогодні потрібно думати про майбутнє туризму після закінчення війни. Програми післявоєнного відновлення мають містити відбудову всієї інфраструктури, включаючи і туризм. Велике захоплення та інтерес до України в подальшому мають заохочувати закордонних туристів відвідувати нашу державу. Однак Україна має сприйматися не тільки як місце бойових дій, але й як безпечна держава для мандрівок. Важливим буде створення воєнного туризму, туризму пам'яті, щоб показати всім наслідки російсько-української війни, вшанувати пам'ять наших людей, які загинули за рідну землю і показувати якою ціною Україна виборює свою свободу. Можна створювати тури до місць, де велися запеклі бої наших ЗСУ, проводити реконструкцію подій, показувати як жило місцеве населення під час російської окупації, розповідати про нашу техніку, максимально зануривши туриста в ті події, які відбувалися на нашій землі.

Щодо польської туристичної галузі, то їй теж можна порекомендувати пропозиції для розвитку.

Під час дослідження механізмів державного управління польського туризму було виявлено, що основою польського регулювання туризму є організаційні механізми, проте вони потребують удосконалення, а саме:

– потрібно розмежовувати повноваження центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму;

– створити структурні підрозділи з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;

– удосконалити взаємовідносини органів місцевого самоврядування з туристичними суб'єктами господарчої діяльності;

– створювати більше туристично-інформаційних центрів;

– пошук нових туристичних маршрутів сприятиме рівномірному розвитку польського туризму по всій території держави, оскільки найвідоміші туристичні місця є вже переповненими і потрібно створювати інші цікаві дестинації, що перезавантажити туристичний сектор привабливих регіонів;

– необхідно працювати над підвищенням кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

Введення таких механізмів буде стимулювати туристичну діяльність, підсилювати взаємозв'язок туризму з економічними, соціальними, та культурними сферами. Відповідно, так буде підвищуватися престиж Польщі як туристичної держави на світовому ринку туристичних послуг.

Тепер перейдемо до перспектив розвитку туризму між Україною та Польщею.

Україні і Польщі слід активно використовувати транскордонні регіони для розвитку двостороннього туризму, спільно залучати туристів, працювати над промоцією для початку в цьому напрямку, а вже потім поступово розвивати туризм в не прикордонних територіях. Адже активна транскордонна співпраця є підґрунтям для двостороннього розвитку інших регіонів. Щоб стимулювати транскордонний туризм між Україною та Польщею необхідно було б розробити державну програму туристичного іміджу України на міжнародному туристичному ринку, передусім у Польщі. А також європейську стратегію підтримки транскордонної співпраці на зовнішньому східному кордоні ЄС.

Покращення потребує культурний та дипломатичний рівень між двома державами, адже країни недостатньо використовують цей потенціал. Спільна історико-культурна спадщина Речі Посполитої, а також схожість польської та української культури становлять величезний і не повністю використаний потенціал для формування позитивного іміджу Польщі та України. Варто також звернути більшу увагу на проблему збереження

польської культурної спадщини в Україні та української в Польщі. Обом державам слід розробляти програми реставрації культурних пам'яток. Також можна працювати над розвитком видавничої справи, джерел щодо спільної культури, традицій, співпраці Польщі та України.

Україні та Польщі потрібно спільно працювати над збільшенням та покращень туристичних пропозицій обох країн. Адже подорожі поляків до України є не популярними, в першу чергу через відсутність просування українського туристичного продукта в Польщі. Відповідно більшість потенційно польських туристів не достатньо проінформовані про наші туристичні дестинації. Польща – навпаки є популярним напрямком серед українців, оскільки вітчизняні пропозиції туроператорів та туристичних агенцій стимулюють цей напрям. Однак їхньої кількості, на нашу думку, всеодно не достатньо. Тому вирішити це питання можна тільки завдяки активній співпраці польських та українських туристичних суб'єктів, зокрема нині під час війни, коли багато українських компаній виходять на польський туристичний ринок послуг. Потрібно розширити географію туристичних пропозицій по Польщі та Україні та працювати не тільки над зовнішнім туризмом, але й розвивати внутрішній туризм обох країн.

Підтримки потребує прикордонна інфраструктура, зокрема і транспортна. Необхідно підвищити ефективність використання залізничного сполучення, що проходять через кордон, та стабільність їх функціонування. Особливо корисно було б покращити швидкість проходження українсько-польського кордону без необхідності зупиняти потяги на кордоні. Слід удосконалити прикордонну пропускну здатність автомобільного сполучення з Польщею, відкривши більше таких пунктів, щоб не створювати великі черги на кордоні. Відповідно швидкий перетин кордону покращить мобільність туристів і збільшить туристичні потоки.

В екологічному аспекті також потрібно налагоджувати співпрацю, адже екологія є важливою складовою туристичної галузі. На прикордонних територіях обох держав можна розвивати екологічний туризм, що має

велику популярність останнім часом. Як приклад можна навести розвиток курортного польського села Окунінка та його Білого озера, що знаходиться в Люблінському воєводстві. Озеро розташоване в 22 кілометрах від українського Світязя. Навколо озера дуже добре розбудована інфраструктура: велика кількість готелів, баз відпочинку, кемпінгів, ресторанів, барів, магазинів, розважальних майданчиків, туристичних стежок навколо озера.

Тут можна знайти відпочинок для будь-якого туриста: економний відпочинок в кемпінговому містечку, більш зручніший, але дорожчий варіант в пансіонаті, або оренда будиночка на березі озера. Варто відмітити, що Біле озеро є достатньо популярним серед поляків, особливо в літній сезон, оскільки завдяки лісистій місцевості тут не так спекотно, а вода в озері нагрівається до комфортної температури. Окунінка чудово підходить для сімейного відпочинку, особливо з дітьми, оскільки Біле озеро є не глибоким, чистим та має лікувальні властивості. Варто відмінити, що на даному озері є всі необхідні умови для відпочинку мало мобільних людей, які проходять реабілітацію на озері. Серед розваг є прокат велосипедів, водні катамарани та парк атракціонів. Озеро чудово підійде і для поціновувачів риболовлі. Україні варто б було запровадити такий досвід відпочинку на Шацьких озерах, співпрацюючи з місцевою владою польської Окунінки. Також можна об’єднати всі ці озера в один великий курорт і облаштувати прикордонний пропуск на цих територіях для більшого обсягу туристів.

Варто зазначити, що в розбудові інфраструктури Білого озера велику роль відіграло фінансування ЄС. Місцева влада зрозуміла, що дана місцевість матиме велику популярність серед польських туристів, які зможуть вибратися на відпочинок зі своєю сім’єю чи друзями на вікенд. Відповідно вони будуть витрачати свої кошти в Польщі, а не закордоном. А місцева влада буде платити туристичні податки державі. Такий вид місцевого туризму є досить зручним та дешевим для поляків, які люблять

відпочивати у своїй країні. Тому Україні слід взяти за приклад польську модель розвитку внутрішнього туризму.

Досліджуючи туристичну галузь українського туризму ми помітили в ньому великий недолік - низький рівень обслуговування туристів в Україні. В першу чергу він залежить від кваліфікаційних здібностей спеціалістів туристичної галузі, які є рушійною силою туризму, адже здебільшого саме від сервісу залежить загальне враження туриста. Тому необхідно створювати програми підготовки та перепідготовки таких працівників як і в Україні так і закордоном. Це можуть бути стипендіальні, грантові програми, стажування для гідів, екскурсоводів та інших спеціалістів туристичної сфери. Зараз реалізувати такий проект можна закордоном, зокрема і в Польщі, оскільки багато спеціалістів туристичної сфери виїхали з України, щоб реалізувати себе там. Такі програми будуть корисними для здобуття нового досвіду, створять умови для дослідження практичних та теоретичних знань польської туристичної системи. В мирний час можна створювати двосторонні програми обміну працівників туристичної галузі, наприклад, щоб польські спеціалісти відвідували Україну, рекламуючи свій внутрішній туризм, пропонували ідеї для розвитку польсько-українського туризму, а українці приїжджали до Польщі і просували туристичні продукти нашої держави та працювали над розвитком туризму обох держав. Відповідно такий обмін досвідом зможе покращити кваліфікаційні здібності як і українських, так і польських спеціалістів туристичної галузі, а також сприятиме розвитку українсько-польського туризму.

Висновки до розділу 3

Дослідивши українську та польську туристичну галузь, ми запропонували пропозиції розвитку для кожної країни та запропонували перспективи розвитку українсько-польських туристичних відносин.

Пропозиції розвитку українського туризму:

1. створити регіональні туристичні інституції чи організації, діяльність яких буде зосереджена на розвиток місцевого туризму;
2. запроваджувати інновації та комплексний розвиток туризму;
3. змінити методи управління туризмом (створити сприятливу економічну політику для різних категорій туристичних підприємств, запровадити автоматизовані інформаційно-аналітичні, статистичні системи для моніторингу, планування та оцінювання потенційних та існуючих туристичних ресурсів);
4. впроваджувати системи інвестування на державному рівні для розвитку внутрішнього туризму ;
5. створювати стратегії просування українського туризму за кордоном і засновувати українські туристичні представництва в країнах Європи, зокрема і в Польщі, для його популяризації;
6. розробляти програми післявоєнного відновлення в туристичній сфері, включаючи інфраструктуру.

Перспективи розвитку польського туризму:

– розмежовувати повноваження центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму;
– утворити структурні підрозділи з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;
– вдосконалити взаємовідносини органів місцевого самоврядування з туристичними суб’єктами господарчої діяльності;
– створювати більше туристично-інформаційних центрів;
– розробляти нові туристичні маршрути для рівномірного розвитку польського туризму по всій території держави;

– підвищувати рівень кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов’язки з розвитку туризму.

Розвиток українсько-польських туристичних відносин спочатку можна покращувати в прикордонних регіонах, а потім і в інших областях:

1) розробляти державну програму туристичного іміджу України на міжнародному туристичному ринку, зокрема і в Польщі;

2) зміцнювати культурний та дипломатичний рівень туристичного співробітництва;

3) вести активну співпрацю з польськими та українськими туристичними суб’єктами та спільно працювати над збільшенням туристичних пропозицій для обох країн;

4) створювати програми підготовки та перепідготовки, стипендіальні, грантові програми, стажування для гідів, екскурсоводів та інших спеціалістів туристичної сфери;

5) розвивати прикордонну туристичну та транспортну інфраструктуру, створювати нові спільні проекти в різних видах туризму, зокрема й екологічного.

ВИСНОВКИ

В процесі нашої роботи в першому розділі було досліджено систему правового регулювання туризму в Україні та Польщі. Досліджуючи дану тематику, ми розглянули цілу низку законів, нормативно-правових актів, міжнародних угод, стратегії розвитку туристичної сфери України та Польщі. Ми дійшли до висновку, що нормативно-правова база українського туризму має здебільшого регламентуючий характер, однак польська нормативно-правова база – більш практична, оскільки вона містить конкретні вимоги та механізми реалізації послуг, в тому числі на туристичних підприємств, готельних об’єктів, туристичних провідників та екскурсійних гідів. Схожі характеристики мають і стратегії розвитку туризму в Україні та Польщі. Польські стратегії більш розвинені та фундаментальні, оскільки держава ґрунтовно проводить дослідження туристичної сфери та її впливу на соціально-економічний розвиток країни. В Україні стратегії та програми розвитку туризму носять лише рекомендаційно-декларативний характер.

Міждержавне співробітництво України та Польщі в туристичній галузі є недостатньо активним, адже туристична договірно-правова база між двома країнами представлена не надто широко, а наявні угоди в переважній більшості є складовою частиною економічних, політичних чи культурних сфер. Неповноцінна підтримка суб’єктів туристичної діяльності з боку держав, дефіцит інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму, недостатнє наукове обґрунтування розвитку туризму гальмують інтенсивність двосторонньої співпраці.

В першому розділі ми також провели порівняльний аналіз системи управління туризмом в Україні та Польщі та дійшли до висновку, що співпраця інституційних туристичних обох країн ускладняється не рівноправним представленням: в Україні управління туризмом

здійснюється в основному на державному рівні, а в Польщі – і на державному і на регіональному рівнях. Це обумовлено відсутністю державних регіональних туристичних представництв в нашій державі. Винятком можна назвати існування окремих туристичних об'єднань в межах територіальних громад Львівщини. Відсутність таких організацій не створюють передумов для розвитку регіонального та місцевого туризму. А постійна реструктуризація українських туристичних інституцій не створювала сприятливих умов для розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму, зокрема і з Польщею.

В другому розділі нашої роботи був проведений аналіз українсько-польських відносин з 2014 року. Було виокремлено фактори, які впливають на розвиток туристичних відносин України та Польщі. До стимулюючих – відносяться членство обох держав у міжнародних та європейських організаціях, членство Польщі в ЄС, спільний кордон і відповідно транскордонна співпраця, історичні події, схожість культур, спільна історична-культурна спадщина, близькість мови, багаті природні та туристично-рекреаційні потенціали обох країн. Гальмуючими чинниками є російсько-українська війна, яка триває з 2014 року та пандемія COVID-19. Всі ці фактори мають великий вплив на розвиток українсько-польського туризму та динаміку туристичних потоків обох держав.

Досліджуючи пропозиції польського туристичного бізнесу до України та українського до Польщі, ми встановили, що Україна не користується великою популярністю серед польських туристів, встановили, що польські туристичні компанії не пропонують серед поляків тури до України, а ті польські туристи, які виявили своє бажання приїхати до нашої держави, обирали приватний, самостійно організований туризм в найбільш привабливі та розрекламовані напрямки переважно Західною Україною. Польща ж навпаки є привабливою країною серед українських туристів. Вітчизняні туристичні компанії мають здебільшого автобусні пропозиції

турів до нашого сусіда, однак Польща здебільшого є транзитною, короткотривалою зупинкою до інших європейських країн.

З початком повномасштабної російської війни цього року польський туристичний бізнес здійснив велику підтримку для нашого вітчизняного туризму, адже він допомагав біженцям та евакуював українців. Також польські туристичні оператори такі, як «Rainbow Tours» та «Coral Travel Poland», почали укладати з нашими компаніями договори про співпрацю і надавали можливість здійснювати туристичну діяльність через свої компанії. А такий провідний польський туроператор, як «ITAKA» почав співпрацю з українським авіаперевізником МАУ. Дане співробітництво частину нашого туристичного бізнесу від банкрутства або повного припинення діяльності.

В третьому розділі, як підсумок нашої роботи, ми запровадили пропозиції покращення української та польської туристичної галузі та перспективи розвитку українсько-польського туризму.

Українському туризму ми пропонуємо:

– створити регіональні туристичні інституції чи організації, діяльність яких буде зосереджена на розвиток місцевого туризму;

– запроваджувати інновації та комплексний розвиток туризму;

– змінити методи управління туризмом (створити сприятливу економічну політику для різних категорій туристичних підприємств, запровадити автоматизовані інформаційно-аналітичні, статистичні системи для моніторингу, планування та оцінювання потенційних та існуючих туристичних ресурсів);

– запроваджувати системи інвестування на державному рівні для розвитку внутрішнього туризму ;

– створити стратегії просування українського туризму за кордоном і заснування таких українських туристичних представництв в країнах Європи, зокрема і в Польщі, для його популяризації;

– розробляти програми післявоєнного відновлення в туристичній сфері, включаючи інфраструктуру.

Перспективи розвитку польського туризму:

– розмежовувати повноваження центрального та місцевих органів виконавчої влади у сфері туризму;

– утворити структурні підрозділи з питань туризму і курортів на всіх рівнях управління та координаційних консультативно-дорадчих органів;

– вдосконалити взаємовідносини органів місцевого самоврядування з туристичними суб'єктами господарчої діяльності;

– створювати більше туристично-інформаційних центрів;

– розробляти нові туристичні маршрути для рівномірного розвитку польського туризму по всій території держави;

– підвищувати рівень кваліфікації державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, на яких покладено обов'язки з розвитку туризму.

Для перспектив розвитку українсько-польських туристичних відносин:

– почати покращувати співпрацю на прикордонних територіях, створювати спільні проекти розвитку місцевої туристичної інфраструктури, наприклад, екологічного туризму. Можна взяти за приклад польського місцевого курорту в с. Окунінка та його Білого озера, Люблінського воєводства.

– розробляти державну програму туристичного іміджу України на міжнародному туристичному ринку, зокрема і в Польщі;

– покращувати культурний та дипломатичний рівень туристичного співробітництва;

– вести активну співпрацю з польськими та українськими туристичними суб'єктами та спільно працювати над збільшенням туристичних пропозицій для обох країн;

– створювати програми підготовки та перепідготовки, стипендіальні, грантові програми, стажування для гідів, екскурсоводів та інших спеціалістів туристичної сфери.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Конституція України // Відомості Верховної Ради. – 1996. – №30. – 141 с.

2. Господарський кодекс України // Офіційний вісник України. 2003. № 11. 303 с.

3. Кодекс України про адміністративні правопорушення (статті 1 - 212): Кодекс України від 07.12.1984 р. № 80731-X: станом на 26.10. 2017 р.

4. Про державну реєстрацію юридичних та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України № 755-IV від 15.05.2003 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 31. – 263 с.

5. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України № 222-VIII від 02.03.2015 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 23. – 158 с.

6. Про технічні регламенти та оцінку відповідності: Закон України № 124-VIII від 15.01.2015 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2015. – № 14. – 754 с.

7. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України: Закон України № 3857-XII від 21.01.1994 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 18. – Ст. 101.

8. Sejm Rzeczypospolitej Polskiej. Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej [Electronic resource]. - Mode of access: http://www.sejm.gov.pl/prawo/konst/polski/kon1.htm (дата звернення: 20.10.2022).

9. Про внесення змін до Закону України «Про туризм» : [закон України від 18 листопада 2003 р. № 1282 IV]. // Інтернет-ресурс Верховної Ради України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 20.10.2022).

10. Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o uslugach turystycznych. // Міністерство економіки Польщі. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mg.gov.pl (дата звернення: 20.10.2022).

11. Współpraca międzynarodowa samorządu gminnego / [pod red. A. Skorupskiej]. – Warszawa: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, 2005. – 137 s.

12. Про затвердження Програми розбудови туристичної інфраструктури за напрямами національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004-2010 рр.: [постанова Кабінету міністрів України від 12 травня 2004 р.]. // Кабінет міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.org.ua. (дата звернення: 22.10.2022).

13. Стратегія розвитку туризму і курортів: [розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. N 1088-р.]. // Кабінет міністрів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.org.ua. (дата звернення: 22.10.2022).

14. Про Стратегію сталого розвитку «Україна - 2020»: Указ Президента України від 12.01.2015 р. № 5.

15. Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року: Розпорядж. від 24.05.2017 р. № 504-р.

16. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядж. від 16.03.2017 р. № № 168-р.

17. Strategia rozwoju turystyki w latach 2001 – 2006. Rządowy program wsparcia rozwoju turystyki w latach 2001 – 2006. // Міністерство спорту та туризму Республіки Польща. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://msport.gov.pl/strategie-turystyka. (дата звернення: 23.10.2022).

18. Strategia rozwoju turystyki w latach 2007 – 2013. // Міністерство спорту та туризму Республіки Польща. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://msport.gov.pl/strategie-turystyka. (дата звернення: 23.10.2022).

19. Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.msport.gov.pl/strategie-turystyka/524-Kierunki-rozwoju-turystyki-do-2-15-roku (дата звернення: 23.10.2022).

20. Договір про добросусідство, дружні взаємини та співробітництво від 18 грудня 1992 // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 43. – 613 с.

21. Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво різноманітних об'єднань і органів територіальної влади (21 трав. 1980 р. м. Мадрид) // Рада Європи, Відділ видань і док. - Страсбург, 1980.

22. Угода між Урядом України та Урядом Республіки Польща про міжрегіональне співробітництво [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/616_171/find?text=%F2%F3%F0%E8%E7%EC&x=0&y=0 (дата звернення: 29.10.2022).

23. Угода про співробітництво в галузі туризму між Комітетом по фізичній культурі та туризму Республіки Польща та Державним комітетом України по туризму : Угода від 21.10.1994 р.

24. Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Польща про співробітництво в галузі туризму : Угода від 24.06.2006 р.

25. Закон України «Про транскордонне співробітництво» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 45. – Ст.499. – 182 с.

26. Протокол про співробітництво між Міністерством культури і туризму України та Міністром культури і національної спадщини Республіки Польща на 2009-2012 рр.: Протокол від 30.11.2009 р.

27. Стратегія транскордонного розвитку «Карпати 2004-2011». – Ужгород, 2003. – 71 с.

28. Стратегія українсько-польського міжрегіонального і прикордонного співробітництва. – Київ-Варшава: Українсько-Польська Міжурядова Координаційна Рада з питань міжрегіонального співробітництва, 2004. – 19 с.

29. Wspolna polsko-ukrainska strategia wspolpracy transgranicznej. Lubelskie, Podkarpackie, Wolynskie, Lwowskie. 2005-2015. Razem ku przyszlosci. – Lublin: Dom Europy, 2005. – 50 s.

30. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2007-2010 роки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?code=1819-2006-%EF (дата звернення: 30.10.2022).

31. Положення про Міністерство культури та інформаційної політики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/885-2019-%D0%BF#Text (дата звернення: 1.11.2022).

32. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Звіт за підсумками засідання наукової ради з туризму та курортів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=9c5f2c5c-7925-4771a12ca8763b2e732b&title=ZvitZaPidsumkamiZasidanNaukovoiRadiZTurizmuTaKurortiv (дата звернення: 2.11. 2022).

33. Постанова КМУ «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму» № 1162 від 24.12. 2019 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1162-2019- %D0%BF#Text (дата звернення: 3.11.2022).

34. Про затвердження рекомендаційних переліків управлінь, відділів та інших структурних підрозділів міських державних адміністрацій: Постанова Кабінету Міністрів України № 996 від 01.08.2007 р. — [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http:// zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi. (дата звернення 15.11.2022).

35. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 31: станом на 29.05. 2001 р.

36. Про страхування: Закон України № 85/96-ВР від 07.03.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 18. – 78 с.

37. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 25. – 131 с.

38. Цивільний кодекс України: від 16.01.2003 р. № 435-IV // ВВР України. – 2003. – № 40–44. – 356 с.

39. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI // Верховна рада України: офіц. вид. – Київ: Парлам. вид-во, 2011. – 268 с.

40. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012–2020. Aktualizacja dokumentu z 2008 roku. URL: https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/plany-i-sprawozdania-pot (дата звернення 26.10.2022).

41. Про стандартизацію: Закон України № 1315-VII від 05.06.2014 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 31. – 1058 с.

42. Buchko. Z. Cross-border Ukrainian–Polish cooperation in the sphere of tourism/ Ukraińsko– polska współpraca transgraniczna w obszarze turystyki / Z. Buchko. // Economic and Regional Studies. – 2020. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://doi.org/10.2478/ers-2020-0020 (дата звернення 23.11.2022).

43. Departament Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://bip.msit.gov.pl/portal/bip/36/12/Departament_Turystyki.html (дата звернення: 8.11.2022).

44. Dyrda Grażyna. Polska Organizacja Turystyczna jako podmiot wspierajacy rozwòj turystyki na Podkarpaciu // Wymiary aktywnności samorządòw lokalnych w obszarach wspòłpracy transgranicznej / Red. naukowa M. Karapyta, K. Rejman. – Jarosław : Instytut Stowarzyszenie Połsko-Ukraińskie, 2007. – 474 c.

45. Działalność Instytutu Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.intur.com.pl/instytut.php?nr=5 (дата звернення: 9.11.2022).

46. Polska Agencja Rozwoju Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.part.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=323 &Itemid=6 (дата звернення: 29.10.2022).

47. Polska Izba Turystyki [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pit.org.pl/index.php?navi=001,002 (дата звернення: 20.10.2022).

48. Polska Organizacja Turystyczna [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.pot.gov.pl/o–polskiej–organizacji–turystycznej/l/ polska–organizacja–turystyczna (дата звернення: 8.11.2022).

49. Rozwój Regionalny [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mrr.gov.pl/szukaj/Strony/Results.aspx?k=turystyka&s=www.mrr.gov.pl (дата звернення: 7.11.2022).

50. Stojczew K. Ocena wpływu pandemii koronawirusa na branżę turystyczną w Polsce / Karolina Stojczew // Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu. – 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: https://www.dbc.wroc.pl/dlibra/publication/152001 (дата звернення: 17.11.2022).

51. Біланюк О. П. Сучасний стан та перспективи розвитку міжнародного туризму в українсько-польських відносинах. / О. П. Біланюк. // Економіка. Управління. Інновації. — 2012. — № 2. [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_5 (дата звернення: 18.11.2022).

52. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект: монографія / ред. О. П. Крайник. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2011. –с. 228.

53. Брусільцева Г. М. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 214 с.

54. Внутрішній туризм в Україні зростає попри бойові дії. Firtka. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://firtka.if.ua/blog/view/vnutrishnii-turizm-v-ukrayini-zrostaie-popri-boiovi-diyi (дата звернення: 28.11.2022).

55. Горіна Г. Міжнародний туризм: навч. посіб. Львів : Магнолія, 2020. 144 с.

56. Державна служба з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://dpss.gov.ua/ (дата звернення: 3.11.2022).

57. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua. (дата звернення: 19.11.2022).

58. Державне агентство розвитку туризму України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.tourism.gov.ua/ (дата звернення: 20.10.2022).

59. Державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://uas.org.ua/ua/ (дата звернення 3.11.2022).

60. Евакуація та заморожені рахунки. Що відбувається з турфірмами в Україні після початку війни. РБК-Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rbc.ua/ukr/travel/evakuatsiya-zamorozhennye-scheta-proishodit-1650917336.html (дата звернення: 29.11.2022).

61. Іноземний досвід регулювання діяльності туристичної сфери та його використання в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/solovjov.htm. (дата звернення: 6.11.2022).

62. Корсак Р. В., Фуртій В. Організація туризму у країнах центральної Європи (Польща, Словаччина, Угорщина): Досвід організації для України. - / Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць / Гол. ред. В. М. Вашкевич. – К. : «Видавництво «Гілея», 2016. – Вип. 113 (10). – С. 104-109.

63. Малиновський В. Я. Державне управління: навч. посіб. / В. Я. Малиновський. — вид. 2-ге, доп. та перероб. — К. : Атіка, 2003. — 504 с.

64. «МАУ» розпочала чартерну програму з польським туроператором. Уніан. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.unian.ua/tourism/news/ukrajinski-aviakompaniji-pid-chas-viyni-mau-rozpochala-charternu-programu-z-polskim-turoperatorom-novini-11893782.html (дата звернення: 01.12.2022).

65. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: Вид-во НУЦЗУ, 2017. 153 с.

66. Мігущенко Ю. В. Компаративний аналіз інституціонального забезпечення туристичної діяльності в Україні та Польщі [Електронний ресурс] / Ю. В. Мігущенко. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: https://jbsec.donnu.edu.ua/article/view/4586 (дата звернення: 20.10.2022).

67. Міністерство культури та інформаційної політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://mkip.gov.ua/ (дата звернення: 1.11.2022).

68. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України (2019). Туристична активність України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=3e42d3b8-108a-4c21-a413-8d80aa724e5c&title=ViddilRozvitkuTurizmu (дата звернення: 2.11. 2022).

69. Найважчий сезон. Стали відомі втрати туризму в Україні під час війни.РБК-Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rbc.ua/ukr/travel/samyy-trudnyy-sezon-stali-izvestny-poteri-1662112736.html (дата звернення: 01.12.2022).

70. Національна туристична організація України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ntoukraine.org/index_ua.html (дата звернення: 20.11.2022).

71. Обласна асоціація місцевих рад «Ради Львівщини». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://amr-lviv.org.ua/pro-asociaciu.html (дата звернення: 20.10.2022).

72. Обозна А. О. Аналіз стану розвитку вітчизняної туристичної галузі у відповідності з міжнародними рекомендаціями статистичних показників. Ефективна економіка. 2019. № 6. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/ ?op=1&z=7153 (дата звернення: 2.12.2022).

73. Пауза в туризмі і захист своєї країни. РБК-Україна в Google News. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.travel.rbk.ua/ (дата звернення: 30.11.2022).

74. Польська туристична організація. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.pot.gov.pl (дата звернення: 21.10.2022).

75. Польща. Подорожуй. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://podorozhuy.com.ua/poland/ (дата звернення: 30.11.2022).

76. Радченко О.П., Горбаченко С.А. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. Економіка і суспільство. 2021. № 24. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-31 (дата звернення: 17.11.2022).

77. Рибальченко Н. П. Проблеми державного регулювання в реформуванні туристичної галузі України / Н. П. Рибальченко. // Scientific Journal Virtus. – 2018. – С. 208–211.

78. Роїк О.Р., Лущик М.В. Розвиток туристичної сфери України в умовах підвищених епідемічних ризиків. Економіка і суспільство. 2020. № 22. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-9 (дата звернення: 17.11.2022).

79. Сайт туристичного оператора Аккорд Тур. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.akkordtour.com.ua (дата звернення: 1.12.2022).

80. Сайт туроператора Coral Travel. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.coraltravel.pl/vidpochynok-z-vylotom-iz-polshchi (дата звернення: 01.12.2022).

81. Статистичні дані щодо перетину українського кордону громадянами інших держав. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.tourism.gov.ua/blog/statistichni-dani-shchodoperetinu-ukrayinskogo-kordonu-inozemcyami (дата звернення: 19.11.2022).

82. Туризм у Польщі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.geograf.com.ua/poland/696–poland–tourism (дата звернення: 20.10.2022).

83. Туристична Асоціація України. [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://tau.org.ua/pages.html (дата звернення: 23.11.2022).

84. Туристичний барометр України 2020 / І. Ліптуга, Є. Ткешелашвилі, В. Мартиновська, В. Передерко, Забалдіна Ю. // ГС «НТОУ». – 2021. – С. 106–107.

85. У відпустку після перемоги. Як турбізнес виживає під час війни. РБК-Україна. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.rbc.ua/rus/travel/vidpustku-pislya-peremogi-k-turbiznes-vizhivae-1663770271.html (дата звернення: 01.12.2022).

86. Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян. Zaxid.net. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zaxid.net/turizm_pid_chas_viyni_2022_fakti_vid_turistichnih_firm_lvova_n1542665 (дата звернення: 01.12.2022).

87. Цибух В., Баєв В. Українсько-польське стратегічне співробітництво: проблеми та перспективи // Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини. 2017. Випуск 41. С. 120-127.

88. Червона О. Розвиток туристичного підприємництва у транскордонному співробітництві України та Польщі / О. Червона. // Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Techniczno-Ekonomicznej im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu. – 2018. – С. 203–216.

89. Як трансформація допомогла врятувати бізнес: історія SkyUp та Join UP!. rbudni. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://budni.rabota.ua/ua/victory/yak-transformatsiya-dopomogla-vryatuvati-biznes-istoriya-skyup-ta-join-up (дата звернення: 30.11.2022).

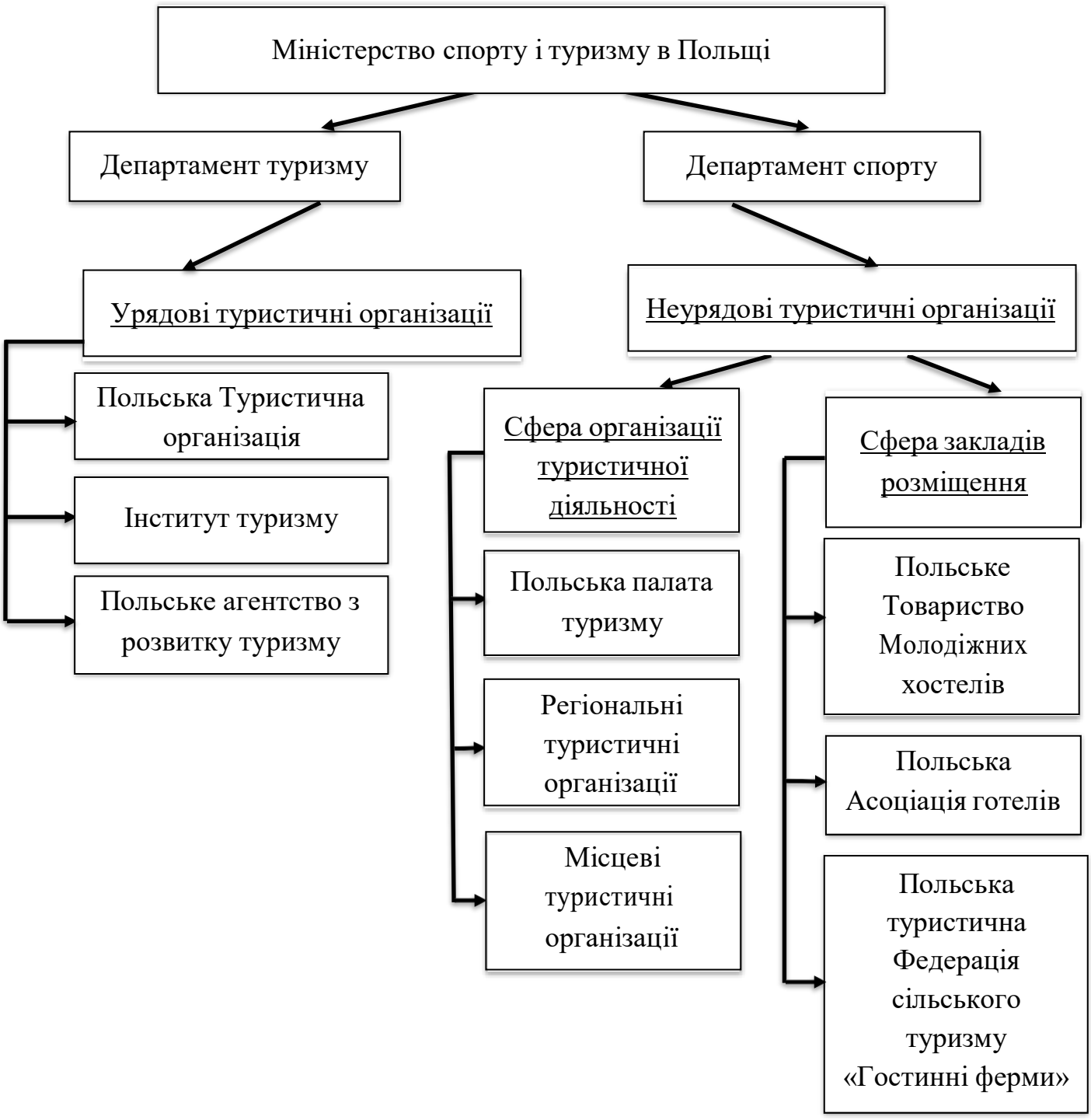
ДОДАТКИ

Додаток А

Склад Ради з питань туризму та курортів

Додаток Б

Структура польського туристичної системи



КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

РОЗВИТОК ВОЄННОГО ТУРИЗМУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

галузь знань - 24 Сфера обслуговування

за спеціальністю - 242 Туризм

за програмою – Туризм

Магістерська робота

студентки заочного відділення**,**

Шапошник Анастасії Сергіївни

Науковий керівник:

д.геогр.н, проф. Любіцева О.О.

КИЇВ – 2022

ЗМІСТ

ВСТУП 3
РОЗДІЛ 1 6
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ 6
Місце воєнного туризму у видовій стуктурі туристичного ринку та його структура 6
Чинники розвитку воєнного туризму 13
1.3 Методика туризмологічного дослідження воєнного туризму 20
Висновки до 1 розділу 30
РОЗДІЛ 2. ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ ... 32
Особливості розвитку воєнного туризму в США 32
Європейський досвід розвитку воєнного туризму 41
Воєнний туризм як напрямок пропаганди в Росії 49
Висновки до 2 розділу 54
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ 56
Сучасні тенденції розвитку воєнного туризму вУкраїні 56
Перспективи розвитку воєнного туризму вУкраїні 66
Особливості розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни 80
Висновки до 3 розділу 83
ВИСНОВКИ 86
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 90

ВСТУП

Актуальність. Останнім часомтуризм став однією з найбільших галузей світової економіки, яка демонструє високі показники розвитку. Розвиток транспортних перевезень сприяв тому, що поступово туристичні поїздки перетворилися з розкоші для окремих верств населення на масовий товар. З часом розвивалися й інші види туризму. Пошук нових вражень, потреби в пригодах, прагнення відкрити для себе нові горизонти підштовхнули розвиток екстремального, пригодницького, культурного туризму.

На сучасному етапі досить великої популярності набрав такий різновид культурного туризму як воєнний туризм.

Огляд літератури. Зважаючи на те, що воєнний туризм, як окремий напрямок туризму є досить новим поняттям, ґрунтовних фундаментальних робіт, присвячених йому, ще мало. У зарубіжній профільній літературі це питання почало досліджуватися на початку XXI ст. Так, окремі питання воєнного туризму розглядали С. А. Александрова, Д. Каднічанський, Н. Каднічанська, М. Кляп, О. Любіцева, А. Мельник, Ф. Шандор, Р. Шаправский та ін. Проте спостерігається відсутність досліджень про можливості постконфліктного розвитку воєнного туризму на постраждалих східних регіонах України. Серед авторів, які зверталися до питання методології досліджень у туризмі, можна виокремити О. Ковальчика, Д. Марковську, М. Рутинського, О. Шаблія, та ін. Серед зарубіжних дослідників воєнний туризм досліджували М. Грусовський, та ін. Особливості воєнного туризму досліджував Д. Вентер.

Незважаючи на зростаючу популярність воєнного туризму, сьогодні існує актуальна потреба подальших досліджень, спрямованих на формування системного підходу до розуміння цього виду туристичної діяльності.

Метою магістерської роботи є розгляд світового досвіду розвитку воєнного туризму та можливості його запозичення для України.

*Завданнями*магістерської роботи є:

– визначити місце воєнного туризму у видовій структурі туристичного ринку та його структуру;

– розглянути чинники розвитку воєнного туризму;

– дослідити методику туризмологічного дослідження воєнного туризму;

– проаналізувати особливості розвитку воєнного туризму в США;

– розглянути європейський досвід розвитку воєнного туризму;

– дослідити воєнний туризм як напрямок пропаганди в Росії;

– проаналізувати сучасні тенденції розвитку воєнного туризму в Україні;

– визначити перспективи розвитку воєнного туризму в Україні;

– спрогнозувати особливості розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни.

Об'єктом дослідження є процес розвитку воєнного туризму в Україні та світі.

Предметом дослідження є особливості розвитку воєнного туризму в Україні та світі.

Методи дослідження. При написанні магістерської роботи використовувались наступні методи: логічний метод, метод узагальнення, метод аналізу та синтезу, індукції та дедукції, монографічний метод використовувались під час дослідження сутності воєнного туризму та методики його дослідження; статистичні методи, метод групування, метод порівняння, картографічний метод використовувались при досліджені воєнного туризму в США та Європі; графічний метод використовувався для унаочнення отриманих результатів дослідження; метод прогнозування, метод моделювання, були використані при розробці заходів розвитку воєнного туризму в Україні.

Теоретична значущість отриманих результатів полягає в тому, що у магістерській роботі було узагальнено теоретичні та прикладні питання воєнного туризму з врахуванням сучасних наукових підходів.

Практична цінність отриманих результатів полягає в розробці рекомендацій щодо подальшого розвитку воєнного туризму в Україні.

Інформаційною базою дослідження слугували праці відомих вітчизняних і зарубіжних науковців з проблематики розвитку воєнного туризму, статті періодичного друку, статистичні дані національних та міжнародних організацій, ресурси інтернету.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, основної частини, яка містить три розділи, висновків, списку використаної літератури та додатків. У першому розділі розглядається сутність воєнного туризму та його значення, у другому розділі розглядаються особливості розвитку воєнного туризму в США та Європі, третій розділ присвячений розробці рекомендацій для розвитку воєнного туризму в Україні.

РОЗДІЛ 1.
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ

Місце воєнного туризму у видовій структурі туристичногоринку та його структура

Воєнний туризм є нетиповим та відносно новим видом туризму, який ще називають військовим культурним туризмом, військовим туризмом, бойовим туризмом і туризмом озброєння. Загалом, воєнний туризм можна визначити як типову рекреаційно-туристичну програму візуального, культурного та матеріального споживання [39].

Слід відмітити, що ідея воєнного туризму не є новою – з часу коли війни стали частиною цивілізаційного розвитку людства, зростає популярність відвідання не тільки історичних пам’яток, але й різних воєнних об’єктів, що, в свою чергу, пов’язані з природою, історією, архітектурою певного краю, що робить воєнний туризм складовою культурного туризму. Ми постійно звертаємося і будемо звертатися до минулих подій, нам цікаво відвідувати пам’ятні місця, де проходили знакові битви, події, які мали великий вплив на хід історії, місця випробувань та горя, що навічно ввійшли в людську пам’ять і надихають повернутися туди знову й знову, щоб віддати шану історії і загиблим воїнам. Проте незважаючи на це, об’єктом дослідження воєнний туризм став відносно недавно і фундаментальних праць з цієї тематики бракує.

Наразі поняття воєнного туризму недостатньо досліджене. Існують багато підходів до визначення воєнного туризму як у науковців, так і в туристичних організаціях, які організовують відпочинок у цій сфері. Однак, в туризмознавстві не існує єдиного підходу стосовно визначення воєнного туризму, його класифікації і визначення його ресурсного забезпечення.

Перші дослідження воєнного туризму у зарубіжній літературі з'явилися на початку XXI ст. Зарубіжними дослідниками воєнний туризм визначається як підвид культурного туризму, який дає змогу окремим особам відчувати почуття вдячності, благоговіння, ностальгії та емоційної прихильності через контакт з минулими подіями, культури та спільної історії.

Альберто Коельо (генеральний директор ресурсів у Міністерстві оборони Португалії) визначає воєнний туризм як сегмент культурного туризму, як привласнення туристичних ресурсів, зокрема історичного та військового характеру, після процесу трансформації цих атракцій та представлених у різних формах подій із різноманітними властивими можливостями [29].

Російські дослідники воєнний туризм розглядають з точки зору військово-патріотичного виховання російських громадян і особливо молодого покоління. І дійсно, в Росії воєнний туризм став важливим елементом пропаганди, про що мова буде йти в наступному розділі.

Наприклад, Б. М. Шаварінський, розглядаючи воєнний туризм у контексті молодіжного туризму вказує, що сьогодні в патріотичному вихованні все більше лідируючі позиції займають напрями духовно-морального, історико- та культурно-патріотичного виховання, що сприяє збагаченню змісту виховання, і підвищення його можливостей у формуванні цінностей у різних категорій молоді [24, с. 84]. А В. І. Левін зазначає, що військово-історичний туризм є одним з найважливіших способів патріотичного виховання та виступає потужним стимулом позитивного розвитку особистості, виховання російських громадян і особливо молоді [14, с. 364].

М. Грусовський та К. Ноерес стверджують, що до воєнного туризму відносяться туристичні продукти, які зосереджені на використанні військової техніки та послугах, пов'язаних з історичними подіями. Вони вказують, що воєнний туризм – це відпочинок, що має військове підґрунтя [31, с. 88].

Науковці виділяють дві основні складові воєнного туризму:

– все те, що відноситься до військового обладнання та розглядається як сегмент пригодницького, екстремального туризму,

– все те, що концентрується на історичних подіях та належать більше до освітнього туризму [31, с. 88].

Логан та Рівз зауважили, що зростаюча популярність воєнного туризму пов'язана з цікавістю у туристів до важких подій й травматичних спогадів, як на національному так і міжнародному рівні. Військові туристи проявляють інтерес до місць та установ, які представляють спадок важких періодів в історії, таких як місця геноциду, різні, колишні в'язниці, місця великих битв [33].

Визначення туризму, запропоновані в польській літературі, підкреслюють культурну цінність для туризму напрямків, які задовольняють попит відвідувачів, що мають особливий інтерес до військової історії в даному регіоні. На думку Т. Єдрисяка, військовий туризм передбачає подорожі, що здійснюються для самоосвіти та власного досвіду, де відвідування оборонних споруд та історичних місць пов'язані з військовим конфліктом, збройними силами, зброєю та військовою технікою [30].

У своїх дослідженнях Д. Вентер воєнний туризм розглядає як подорожі, дослідження та участь у відвідуванні об’єктів воєнної спадщини або військових заходів, що мають особисте історичне значення, резонанс або інтерес для туриста та не передбачають винагороди [36].

На думку А. Мельника, воєнний туризм є різновидом туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов’язаної з військовими і воєнними діями [17, с. 351]. М. Кляп та Ф. Шандор воєнний туризм розглядають як туризм на місцях боїв та історичних битв для усіх зацікавлених, а також для ветеранів та родичів загиблих солдатів, відвідання існуючих й історичних військових об’єктів та полігонів, підводних човнів, бойових морських кораблів, катання на військовій техніці, участь у військових навчаннях або маневрах, стрільбу на полігонах чи в тирах з бойової зброї, перебування на воєнних полігонах, а також тури до колишніх воєнних концтаборів і в’язниць [11, с. 45].

О. Любіцева вважає, що воєнний туризм відноситься скоріш за все до розважального, ніж екстремального виду туризму. Вона зазначає, що воєнний туризм дозволяє туристу відчути себе в умовах військових навчань або в зоні бойових дій та полягає в можливості оволодіння ним певних навичок (водіння бойової техніки, стрибків з парашуту, польотів у літаку) [15, с. 61].

В. Кіптенко розглядає воєнний туризм у контексті спеціалізованого туризму, тобто туризм, який здійснюється задля вивчення специфічних особливостей певного місця, отримання індивідуального досвіду, активного відпочинку, виконання спортивних нормативів. Географиня зазначає, що воєнний туризм не може відноситись тільки до екстремального чи пригодницького, оскільки у ньому присутні пізнавальні та розважальні елементи [10, с. 98].

С. Дутчак і М. Дутчак також дотримуються такого підходу і визначають воєнний туризм як підвид спеціалізованого, зокрема, пізнавального культурно-розважального туризму [5, с. 85]. Тобто, на їх думку, воєнний туризм є частиною сегменту спеціалізованого туризму, який має елементи пригодницького, розважального, екстремального й пізнавально-історичного туризму, та включає продукти, що стосуються військового обладнання і знання історичних подій.

Існує ще один вид воєнного туризму, які науковці не беруть до уваги, оскільки він нелегальний, або напівлегальний – це тури безпосередньо в зону ведення бойових дій. Подібні нелегальні подорожі характеризуються підвищеною небезпекою для туриста, відповідно їх вартість досить велика, оскільки безпека клієнта має обов’язково гарантуватись компанією, відповідальною за це. Наприклад, такі тури в 90-х роках минулого століття організовувалися в Югославію, Чечню під час бойових дій. Сьогодні у США такі туристичні компанії, як Untamed Borders, Warzone Tours організовують такі тури до Афганістану, Сирії, Лівану.

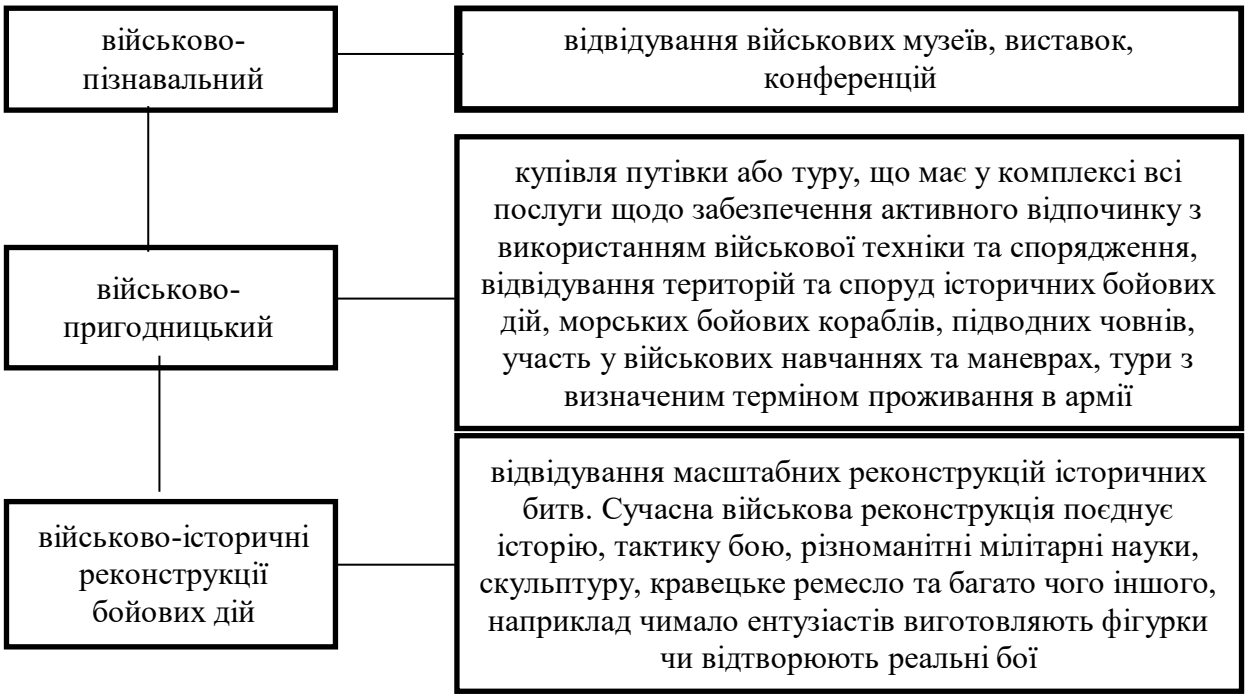


Рис. 1.1. Види воєнного туризму [2, с. 209]

Перебування в зоні бойових дій складно назвати воєнним туризмом чи туризмом взагалі, проте більшість людей розуміють такі подорожі саме під воєнним туризмом, або екстремальним туризмом.

Зважаючи на те, що воєнний туризм пов'язаний з історичними битвами, військовою технікою, обладнанням та спорудженнями та військової справи загалом, то виокремлюють наступні його види (рис. 1.1).

М. Кляп і Ф. Шандор як різновиди воєнного туризму вказують військово-історичний,зброярський, мілітарі та воєнний туризм (рис. 1.2).

В. Кушнарьов і О. Поліщук із воєнним туризмом ототожнюють мілітарі-туризм. Також вони виокремлюють інші підвиди цього виду туризму (рис. 1.3).

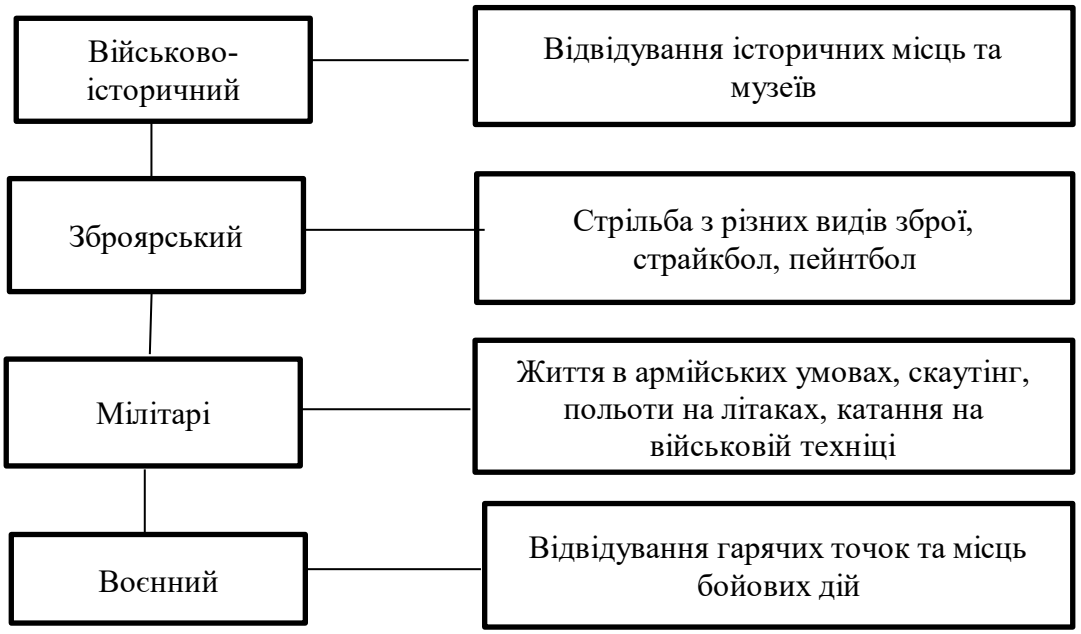


Рис. 1.2. Підвиди військового туризму за класифікацією М. Кляпа і Ф. Шандора [11, с. 86]

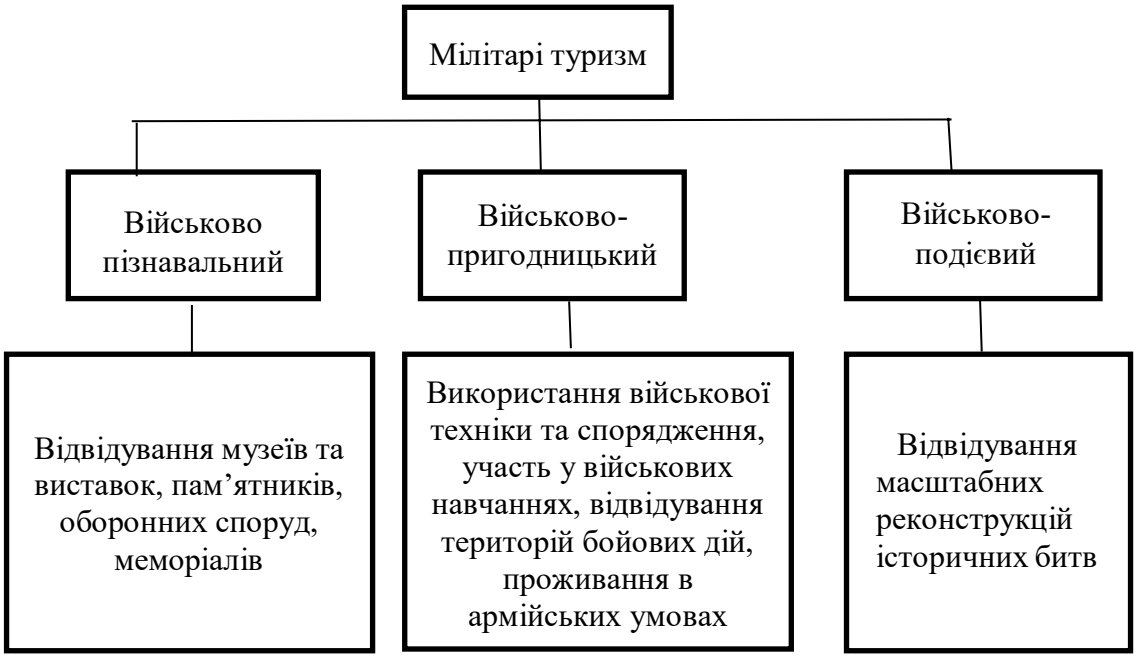


Рис.1.3. Підвиди мілітарі-туризму за В. Кушнарьовим і О. Поліщуком [13, с. 111].

На думку Ковальчика воєнний туризм виконує такі функції: історичні, освітні, політичні, ідеологічні, культурні, розважальні, оздоровчі, спортивні, пригодницькі [32, с. 286].

Д. Каднічанський і М. Каднічанська розмежовують поняття «військовий» та «воєнний» зазначаючи, що поняття «воєнний» є набагато ширшим за «військовий», оскільки відноситься до війни та пов'язаний з нею, тоді як «військовий» відноситься до війська, військовослужбовця [8]. А основним об'єктом для розвитку воєнного туризму є саме війна і її наслідки, тому туризм, заснований на воєнних подіях, має більш широкий спектр ресурсного забезпечення, ніж військовий. Науковці пропонують воєнний туризм називати мілітарним туризмом та розділити його на три основні групи (рис. 1.4) [9, с. 133].

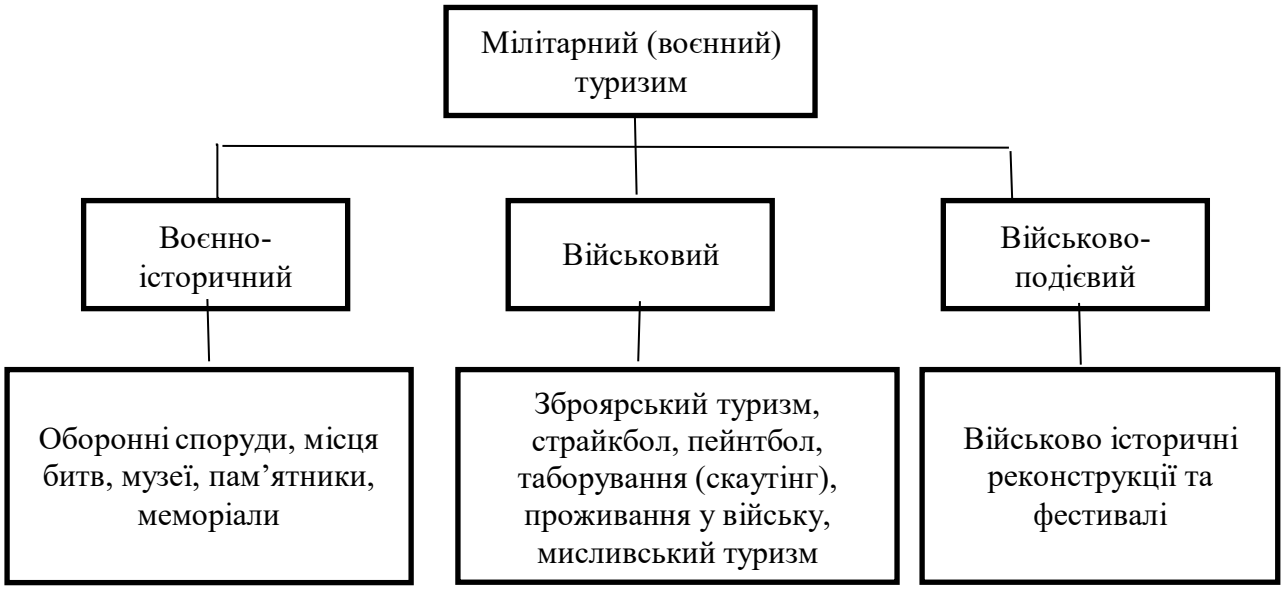


Рис.1.4. Класифікація воєнного туризму за Д. Каднічанським і М. Каднічанською [9, с. 133]

На мою думку, найбільш детальною є класифікація воєнного туризму, запропонована Каднічанськими, яка розділяє його на воєнно-історичний, військово-пригодницький і військово-подієвий. Під воєнно-історичним туризмом розуміються такі форми презентації історичних подій:

– проведення фестивалів, реконструкцій;

– туристичні маршрути місцями бойової слави;

– відвідування місць військових битв, предметів та експонатів військових музеїв, активних об'єктів та полігонів; місць дислокації бойових машин;

– участь у військово-спортивних заходах.

Таким чином, сьогодні воєнний туризм продовжує набирати популярності у світі. Незважаючи на те, що виник цей вид туризму досить давно, дослідження його як окремого напрямку туризму розпочалися відносно недавно, внаслідок чого сьогодні не сформовано якогось єдиного підходу до його визначення ні в науковців, ні в туристичних організаціях, які спеціалізуються на ньому. Загалом воєнний туризм можна визначити, як туризм на місці тяжких боїв та історичних битв для всіх бажаючих, для родичів загиблих тут воїнів, ветеранів; відвідання історичних та функціонуючих військових об’єктів та полігонів, катання на військовій техніці, відвідання підводних човнів та бойових морських кораблів, стрільба із бойової зброї на полігонах та тирах, участь у військових маневрах та навчаннях; тури на відвідування колишніх в’язниць та воєнних концтаборів.

Чинники розвитку воєнного туризму

Воєнний туризм у XXI столітті став досить популярним у світі. Місця важливих для історії баталій були завжди привабливими для частини туристів, які цікавилися воєнною тематикою. Зважаючи на це, країни з розвиненим туристичним ринком почали використовувати своє минуле для залучення туристів. Військовий туризм функціонує навколо певних ключових факторів, які консолідують певну ідею та приносять значні доходи туристичній індустрії.

Незважаючи на політичні потрясіння, зіткнення інтересів націй із суперечливою ідеологією та, зрештою, вибухи боєприпасів, руйнування та

втрату людей і майна, а також горе, пов’язане з усім цим, місця тяжких боїв залишаються значними центрами притяжіння для туристів по всій землі, адже саме тут вирішувалися долі народів, формувалася сучасна історія. Це робить воєнний туризм досить важливою нішею, що займає не останнє місце в індустрії туризму [40, с. 190].

Передумовами розвитку воєнного туризму є фундаментальні світоглядні фактори, потреби у формуванні та розвитку самосвідомості та самовизначення народів, які отримали розвиток у цивілізаційних теоріях. Розвиток воєнного туризму повинен розглядатися з двох позицій:

– туристичної мотивації у сегменті в'їзного туризму (з позиції туристів, які прибувають до іншого регіону та іншої країни);

– патріотичного виховання молоді в рамках туристично-краєзнавчої роботи переважно на регіональному та місцевому рівнях

Воєнний туризм має значний соціально-культурний потенціал, що спирається на загальнокультурні цінності, національну основу і спрямований на формування особистості на основі національної самосвідомості, зв'язків з героїчним минулим нації. На думку багатьох авторів, основними функціями воєнного туризму є культурно-пізнавальна та виховна, суть яких полягає в патріотичному вихованні громадян та збереженні духовних та соціальних цінностей [37].

Воєнний туризм має наступні позитивні фактори впливу на формування духовних та соціальних цінностей особистості:

- змінює світоглядне життя людини;
- допомагає урізноманітнити повсякденну буденність;
- дозволяє проявити творчість;
- дає змогу вивчити історію свого народу і рідного краю.

Магі та Гілмор виділили три категорії туристів, які подорожують на військові об'єкти:

– туристи, для яких визначені об’єкти військової спадщини мають особисте та емоційне значення і відчуття у зв’язку зі своєю особистою спадщиною;

– звичайні туристи, які не мають особистих зв'язків до об’єктів військової спадщини і розглядають їх просто як дозвілля. Ці туристи в першу чергу шукають нових вражень та знань;

– туристи, які відвідують об’єкти військової спадщини, щоб «побачити та повірити» [34, с. 899].

Розвиток воєнного туризму розглядається на національному та регіональному рівні з позицій:

– проектування та реалізації туристських маршрутів з використанням фортифікаційних та інших військово-історичних об'єктів;

– створення музейно-історичних комплексів та туристично-рекреаційних кластерів з урахуванням військово-історичних ресурсів;

– організації подійних заходів військово-історичної спрямованості;

– формування тематичних програм на базі військово-патріотичних таборів та туристично-краєзнавчих центрів.

Чим виразнішою є невідповідність між сучасним містом і його минулим, зруйнованим війною, тим сильнішим є поштовх, який спонукає туристів приїхати та досліджувати небезпечні, випалені поля битв і відпочити в розкішних номерах готелю.

Туристична інфраструктура повинна забезпечувати комфорт і відповідний клас, залучаючи туристів досліджувати місце воєнного туризму. Часто при неправильній організації і використанні природніх ресурсів воєнний туризм, як і будь який інший вид туризму, може приносити не тільки користь, але й наносити серйозну шкоду історичним та природнім пам’яткам. Тому у країнах із розвиненою туристичною індустрією розроблено законодавчу базу для захисту національних пам’яток.

Основним продуктом воєнного туризму є тури – спеціально розроблені програми поїздок на певні заходи чи історичні та військові об'єкти в комплексі з системою заходів для їхньої реалізації, спрямовані на задоволення цілей подорожі.

Розробкою цих турів, їх реалізацією та організацією споживання займаються туроператори й туристичні агентства, які спеціалізуються на воєнному туризмі. Розробка військового туру є найбільш трудомісткою роботою, виконання якої вимагає різноманітних знань та навичок як теоретичного, так і практичного характеру.

Перш ніж розробити військовий тур, організаторам необхідно з'ясувати вимоги, побажання учасників такого туру до розміщення, харчування, екскурсійної програми, заходів, які розкривають мету подорожі. Формування турів охоплює розробку маршрутів та пакетування товарів й послуг, необхідних для задоволення потреб воєнного туриста під час його поїздки [7].

Організація турів у воєнному туризмі включає в себе:

– розробку індивідуальної пропозиції для замовника з урахуванням запланованої програми туру;

– планування майбутнього маршруту туру, бронювання, придбання та доставка білетів на транспорт (авіа, автобусний, залізничний, морський транспорт), оренда автомобілів, організація трансферів;

– бронювання номерів у місцях розміщення. Це можуть бути як готелі, так і приватні будинки, вілли;

– оформлення страховки, візи, інших необхідних документів.

Туристи відвідують укріплення, історичні поля битв, райони, пов'язані з відомими полководцями, військові заводи, музеї, казарми, бункери та інші оборонні споруди, вони відвідують заходи та шоу військової тематики. Зростає інтерес туристів і до закладів та центрів, що планують військові операції, колишні військові заводи, райони сучасних та минулих військових навчань, військові кладовища. Туристи також відвідують заходи військової

тематики, такі як військові пікніки, військовий з’їзди та реконструкції історичних битв.

Одними з основних турів у воєнному туризмі є відвідини місць історичних подій та наявність поряд з ними найсучасніших музеїв з усією задокументованою інформацією, автентичними військовими фотографіями, експонатами зброї, що використовується з достатньою кількістю тегованої літератури, яка висвітлює її властивості. На майданчиках музеїв можуть бути представлені різноманітні експозиції:

– історичної тематики (експозиції, документи та фотографії, речі, які мають історичну цінність, реконструкція історичного інтер'єру, братські могили);

– воєнної тематики (виставки озброєння, військові пости, опис військових подій);

– художні (історико-мистецькі панорами; виставки художників);

– релігійні (церкви, каплиці).

Вони надають туристам необхідну інформацію, цікаві факти про історичні події та покращують їх знання про минулі події.

До важливих заходів у воєнному туризмі відносяться також виставки та ярмарки, оскільки вони стимулюють подорожі як для учасників виставок (подорожуючі з метою реклами та продажу власної продукції), так і для гостей виставок, які відвідують їх з різними пізнавальними цілями (ознайомлення з останніми тенденціями у військовій сфері, здійснення покупок).

Організаторами виставок виступають як приватні підприємці, компанії, так і торгові або інші професійні організації. Їм в першу чергу необхідно визначити профіль запланованої виставки, її цільові сегменти учасників та гостей, створити позитивний імідж виставки (назва, символ, тощо), розробити маркетинговий план для виставки (випустити брошуру з вичерпною інформацією про виставку та поширити її серед потенційних

учасників), періодично поширювати новини про виставку з метою залучення до участі у виставці найбільшого числа учасниківта гостей.

Загалом, у організації виставково-ярмаркової діяльності виділяють три етапи:

– попередня підготовка. Сюди включається вибір виставки та організаційні заходи, пов'язані з участю в ній. Потенційному учаснику необхідно подати до організаційного комітету виставки відповідну заявку про участь у цьому заході, необхідно підготуватися до участі у виставці, здійснити бронювання місць проживання. Для гостей виставки необхідно лише придбати квиток та забронювати номер у готелі;

– робота під час проведення заходу. Зокрема, необхідно визначити місце стенду на виставці, запланувати експозицію, підготувати майбутню презентацію тощо;

– післявиставкова робота передбачає підбиття підсумків участі у виставці [7, с. 98].

У світовій практиці накопичений великий досвід використання у туристичних цілях різноманітних історичних фортифікацій, укріплень і фортець. Наприклад, найбільш значущими фортифікаціями, занесеними до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО є: Велика китайська стіна (КНР), Фортеця Празький Град (Чехія), Форт Сан Феліпе дель Морро (Куба), Морська фортеця Суоменлінна та Фортеця Хвасон (Республіка Корея), Замки та фортеці короля Едуарда I у стародавньому князівстві Гуїнедд (Великобританія).

Лідерами воєнного туризму сьогодні є США, Ізраїль, Росія, Франція, Латвія, Німеччина, Чехія, Фінляндія, Китай, Швеція, Велика Британія та Польща. Найбільш цікаві та популярні приклади військових турів представлені в табл. 1.1.

У воєнному туризмі важливе значення має якість туриста, тобто певний рівень знань та досвіду, щоб оцінити все те, що може запропонувати воєнний

туризм. У воєнному туризмі знання історичних подій і обізнаність важливі, як і сильна схильність до пригод і гострих відчуттів.

Таблиця 1.1.

Приклади військових турів у світі [36]

№	Країна	Приклад туру
1	2	3
1	Франція	Лінія Мажино – система французьких укріплень на кордоні з Німеччиною; повітряно-десантна військова реконструкція в Карентані, замки Луари.
2	Німеччина	Тури по лінії Зігфріда
3	Фінляндія	Лінія Маннергейма
4	Італія	Лінія Густава
5	Польща	Осовецька фортеця, реконструкція «Грюнвальдської битви», замок Мальборк
6	Ізраїль	Життя в армії та участь у програмах військової підготовки, бронетанковий музей Бейт-ха-Шаріон
7	Англія	Реконструкції середньовічних битв
8	США	Військова реконструкція битви в Геттісбурзі, життя в армії, авіаносець Intrepid, National Air та Музей космосу
9	Австралія	Національний військовий меморіал Австралії

Історія легендарних битв і є тим вирішальним компонентом, який спонукає до відвідування тих чи інших місць. Крім того, важливими складовими зацікавленості у воєнному туризмі є інтерес туристів до воєнних технологій і науки. Такі параметри, як техніко-експлуатаційні показники ракети, кут запуску, початковий імпульс, шлях, який вони долають, проміжок часу між ними, суміш хімікатів і пороху, що використовується, та їх руйнівна сила збуджують зацікавленість туриста. Він використовує воєнний туризм для того, щоб спробувати знайти відповідь на ці запитання, сподіваючись, що відвідування місць воєнного туризму може надати йому кращий доступ до таких технічних деталей.

Важливими компонентами воєнного туризму також є відношення уряду та місцевих жителів, їх підтримка чи застереження, а також їхні зусилля по збереженню історичних місць в первозданному вигляді. Крім того, компоненти воєнного туризму включають правопорядок,

адміністративний механізм, інфраструктуру місця призначення. Наявність у місцях відвідування хороших готелів, головною рисою яких є гостинність, транспортного сполучення є найбільш затребуваними умовами, які сприяють успіху воєнного туризму.

1.3 Методика туризмологічного дослідження воєнного туризму

Важливим інструментарієм дослідження процесів та явищ (в нашому випадку вивчення основних складових воєнного туризму) є методологія, в основі якої лежить сукупність наукових принципів, критеріїв, категорій та методів аналізу, що використовуються із метою всебічного освітлення особливостей воєнного туризму.

Питання формування складових системи методології туризмологічного дослідження воєнного туризму досить складне явище, тому що в більшості наукових джерел воно тлумачиться з різних точок зору та проекцій. Більшість зарубіжних наукових шкіл не розділяють окремо методологію та методи дослідження того чи іншого явища.

За твердженням професора О. Шаблія, «метод наукового дослідження – це система розумових та практичних операцій (процедур), які націлені на розв’язання певних пізнавальних завдань з урахуванням певної пізнавальної мети» [23, с.121]. Лексично слово методологія походить від грецького слова methodos, що означає спосіб пізнання та слова logos, яке перекладається як вчення, і означає комплекс знань та вчень про способи організації та побудови діяльності людини з точки зору двох проекцій: теоретичної та практичної.

Вітчизняні науковці вивчають методологію як: сукупність знань про наукові методи пізнання та перетворення світу; теоретичні і філософські аспекти дослідження економічних явищ; сукупність методів та способів дослідження, які використовуються в наукових дослідженнях відповідно до специфіки об’єктів пізнання.

Методологія – це вчення про систему наукових принципів, форм, методів і способів дослідницької діяльності. Методологія складається з наступних компонентів: складові методології пізнання, складові методології практичної діяльності, складові методології оцінки (аксіометодології).

Методологія, як процес дослідження, може бути представлена у формі чотирирівневої структури (рис. 1.5.).

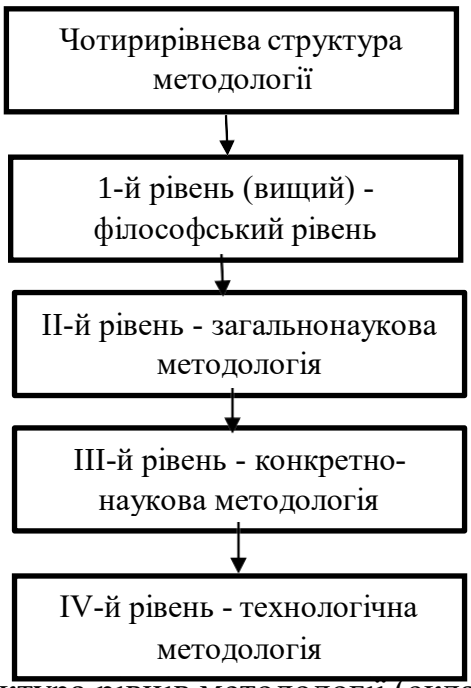


Рис. 1.5. Структура рівнів методології (складено на основі [19])

Розглянемо кожен рівень детальніше. Рівень філософської методології включає загальні принципи пізнання та категоріальний лад науки загалом (структурні компоненти), а також усю систему філософського знання (функціональні компоненти). Рівень загальнонаукової методології включає в себе усі теоретичні концепції, які використовуються до усіх або більшості наукових дисциплін. Рівень конкретно наукової методології – це сукупність методів, принципів дослідження та процедур, які використовуються у тій або іншій спеціальній науковій дисципліні. Рівень технологічної методології – це сукупність методик й технік дослідження.

Виокремлюють загальнонаукові та фундаментальні принципи, які є власною методологією, конкретно-наукові принципи, покладені в основу

теорії тієї або іншої дисципліни і наукової галузі, та систему певних методів та технік, які використовуються для вирішення спеціальних дослідницьких завдань.

Методологія вивчає загальну систему способів, прийомів, операцій пізнання та перетворення дійсності. Для кожної сфери людської діяльності притаманні разом з універсальною й специфічні особливості та відповідна методологія. Специфічні особливості притаманні і методології науки – сфері розумової діяльності людства.

Будь-який вид діяльності людини передбачає застосування певних способів, прийомів, операцій задля досягнення певної мети. Сукупність цих прийомів позначається поняттям «метод», що походить від грецького methodos – спосіб пізнання. Людська діяльність у будь-якій галузі передбачає використання різноманітних методів опанування дійсності. У практичній діяльності метод реалізується як сукупність операцій, прийомів, направлених на теоретичне відображення чи практичне опанування об’єкта діяльності, пізнання.

Методи – найбільш рухливий елемент системи управління, вони служать задля реалізації мети та принципів управління закладом вищої освіти. Вибір, використання та правильне поєднання різних шляхів дії, на колектив та окремих працівників виступають умовою ефективного управління. Метод є не лише сукупністю прийомів, правил, способів, норм пізнання та дій, але він є системою принципів, приписів, вимог, що мають орієнтувати у вирішенні конкретного завдання та досягнення результату в певній сфері діяльності [19, с. 105].

Структурними елементами загальних методів наукового пізнання є філософські загальнонаукові принципи пізнання дійсності. Ці методи за функціональним критерієм розподіляють наступним чином: методи емпіричного дослідження; методи, що застосовуються, як на емпіричному так і на теоретичному рівнях дослідження; методи теоретичного дослідження.

Найхарактерніша особливість методів емпіричного рівня дослідження полягає у пізнанні феноменів, їхніх зв'язків та відношень за рахунок безпосереднього з`ясування їхніх параметрів.

Спостереження – це метод пізнання дійсності, що базується на безпосередньому сприйнятті явищ, процесів, об'єктів за допомогою органів чуття, без втручання дослідника в їхнє буття. Метод спостереження формує знання про зовнішні аспекти та властивості об'єкта дослідження. Пізнавальними результатами методу спостереження є опис предметів та явищ, а також таблиці, схеми, рисунки, графіки, діаграми.

Метод вимірювання – це представлення властивостей реальних об'єктів у формі певної числової величини. Процес вимірювання полягає у встановленні величини явища, об'єкта, процесу у порівнянні отриманої величини з одиницею вимірювання. Метод порівняння покликаний встановити спільні та відмінні параметри між явищами, процесами, об'єктами. Основою цього методу є порівняння окремих параметрів чи сукупних ознак об'єктів дослідження, встановлення між ними відмінностей та подібностей.

Сутність методів емпіричного і теоретичного рівня дослідження полягає у їх зорієнтованості на безпосередній дійсності та одночасному застосуванні абстрактних пізнавальних образів (ідей, уявлень, концепцій, понять), які відносяться до цієї дійсності.

Метод абстрагування полягає у теоретичному виокремленні важливих, суттєвих аспектів, ознак, відношень предмета, процесу явища. Метод аналізу – це теоретичне чи практичне розчленування цілого на його частини. Метод синтезу – це об'єднання раніше розділених частин у ціле, в якому протиріччя та протилежність знімаються або послаблюються. Метод індукції – це метод пізнання, відповідно до якого на основі висновків про часткове робляться висновки про загальне. Метод дедукції – це метод пізнання, що базується на висновках від загального до часткового. Метод аналогій – це метод пізнання, що базується на перенесенні однієї чи декількох характеристик із відомого

явища на невідоме. Метод моделювання – це метод пізнання явищ та процесів, що заснований на заміні, теоретичній чи експериментальній, об'єкті досліджень (оригінала) подібним до нього (моделлю).

Особливість методів теоретичного дослідження є використання абстрактних ідей, уявлень, концепцій, положень, що мають безпосереднє відношення до процесу практичного пізнання. Досить часто у процесі теоретичного пізнання наука слугує гіпотетико-дедуктивним методом, методом сходження від абстрактного до конкретного, системним методом [12, с. 312].

Методи наукового дослідження можна поділити на три великі групи: філософські, загальнонаукові, конкретнонаукові.

Філософські методи – це категорії, положення, принципи та закони певної філософської системи, що використовуються в науковому дослідженні. Наприклад, використання діалектики як теорії пізнання. Загальнонаукові методи – це засоби та прийоми або їх сукупність, котрі з певними модифікаціями застосовуються в усіх або майже у всіх науках. Вони використовуються з урахуванням особливостей конкретних об'єктів дослідження. Конкретнонаукові методи застосовуються в окремих науках або в генетично пов'язаних чи об'єднаних схожістю об'єктів дослідження.

У процесі дослідження воєнного туризму можна використовувати наступні методи: описовий метод, історичний метод, картографічний метод, метод ідеалізації, спостереження з елементом описовості, статистичний метод, метод польових досліджень, соціологічні методи, метод експедиційних досліджень, SWOT-аналіз тощо.

Описовий метод є систематизованою характеристикою певної території та теоретичним узагальненням отриманої інформації, тобто це систематизація, пояснення і побудова теорії [12, с. 315].

Метод ідеалізації передбачає проектування ідеальних моделей та порівняння поточної ситуації, з ідеальним варіантом. Це досить складний метод, оскільки під час його застосування часто використовують інші методи

і моделювання, абстрагування, аналогії тощо. Ідеальні моделі у географії – це ідеальний ландшафт Б. Родомана, ідеальне місто Н. Блажко або ідеальний енергопромисловий цикл.

Статистичні методи дослідження використовуються під час вивчення багатьох явищ та сфер, у тому числі й туризму. Статистичні методи досліджень – це сукупність прийомів та засобів, які використовуються для збирання, обробки й аналізу інформації. Предметом дослідження статистичного методу в туризмі є кількісна оцінка явищ та процесів у галузі в нерозривному зв'язку із якісною стороною, закономірностей їхнього функціонування та розвитку. Основною метою статистичних методів дослідження воєнного туризму є інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень у галузі.

Для вирішення поставлених завдань у цьомудослідженні використовувалися такі методи досліджень:

—аналіз спеціальної науково-методичної літератури та інформація мережі Інтернет;

—аналіз науково-методичної літератури вітчизняних та закордонних авторів проводився з метою вивчення особливостей та світового досвіду воєнного туризму. Виходячи з літературних даних, була обґрунтована тема роботи, сформовані основні положення, що вимагають узагальнення та аналізу.

При розробці теми роботи було вивчено та проаналізовано близько 50 літературних джерел. Джерельну базу проведеного дослідження умовно можна поділити на наступні групи: законодавчі акти органів державної влади; міжнародні документи: офіційні документи органів державної влади інших країн, міжнародних організацій; публіцистика та офіційні інтерв'ю, промови, аналітика державних діячів, політиків, громадських діячів; матеріали вітчизняної і зарубіжної періодичної преси; статистичні джерела; інтернет-ресурси.

У ході дослідження були опрацьовані офіційні публікації матеріалів органів державної влади; документи міжнародних організацій; опубліковані праці вітчизняних та зарубіжних науковців; Інтернет-сайти, аналітичні доповіді різних державних та недержавних організацій, статті періодичного друку, маркетингові дослідження туристичного ринку тощо.

Використаний та упорядкований джерельний масив даних з врахуванням його нерівнозначності за походженням і ступенем достовірності дає можливість досягти поставленої мети та виконати завдання, розкрити об'єкт та предмет наукового пізнання.

У своїй книзі «Військовий туризм», опублікованій у 2018 році, американський історик Бертрам М. Гордон зосереджується на туризмі у Франції під час та після Другої світової війни. Автор обговорює туризм у Франції та Парижі в довоєнний період, зокрема німецькі уявлення про країну та представляє ідеалізоване, але застаріле бачення Франції, яке може пояснити форми нацистського туризму в країні. Туризм, по суті, був способом позначення політичного панування [28].

«Туризм і велика війна» – це колективна праця за редакцією істориків І. М. Еванно та Й. Вінсента. Різні розділи книги аналізують особливості воєнного туризму з 1914 по 2019 роки. Книга поділена на три частини. У першій частині розглядається туризм під час Першої світової війни. Друга частина книги аналізує дії, вжиті зацікавленими сторонами туризму (готелями, професійними спілками, видавництвами тощо) або державними органами як для підтримки туристичної діяльності під час війни, так і для підготовки до післявоєнного періоду. Третя частина книги присвячена розвитку повоєнного туризму. Деякі з розділів цієї праці розповідають про створення місць пам'яті крізь призму конкретних місць, чутливість відвідувачів, або політики розвитку воєнного туризму. Інші розділи розглядають конкретні групи відвідувачів і проблеми пам'яті, що виникають у них [39].

Використана джерельна база дає можливість виконати поставлені науково-дослідницькі завдання. Вона дозволяє розглянути особливості розвитку воєнного туризму у світі та Україні. Джерела дають можливість дослідити сучасний стан розвитку воєнного туризму в Україні та визначити перспективи його розвитку.

Репрезентований джерельний комплекс роботи є цілком достатнім для осмислення стану наукових досліджень особливостей розвитку воєнного туризму в Україні та світі, ступені об'єктивності й аналітичної критичності опублікованих робіт. Проведений джерелознавчий огляд узагальнює наукові здобутки науковців та дає можливості для подальшого дослідження особливостей розвитку воєнного туризму в українських реаліях.

Статистичні методи дослідження використовуються під час вивчення багатьох явищ та сфер, у тому числі й туризму. Статистичні методи досліджень – це сукупність прийомів та засобів, які використовуються для збирання, обробки й аналізу інформації. Предметом дослідження статистичного методу в туризмі є кількісна оцінка явищ та процесів у галузі в нерозривному зв'язку із якісною стороною, закономірностей їхнього функціонування та розвитку. Основною метою статистичних методів дослідження воєнного туризму є інформаційно-аналітичне забезпечення прийняття управлінських рішень у галузі.

Необхідно відмітити, що досить часто статистичні дані, що характеризують розвиток туризму на міжнародній арені та в кожній країні оприлюднюють частково. Для отримання недостатньої інформації науковці використовують метод соціологічних опитувань (анкетування та інтерв'ювання). Основною метою таких досліджень є визначення атрактивності туристичних об'єктів, а також запитів туристів, їх поведінки тощо. Проте негативною стороною анкетування є те, що досить часто туристи неохоче відповідають на запитання інтерв'юера, що певною мірою викривляє отриману інформацію.

Картографічний метод – це систематизація та узагальнення результатів досліджень у географії, що оформляються у вигляді картографічних моделей, картосхем, карт. Це метод наукового дослідження, у якому карта виступає як модель досліджуваного об'єкта та проміжна ланка між об'єктом й дослідником. Карти відіграють ключову роль у дослідженні просторових закономірностей різних явищ. Карта призначається для наукового і практичного відображення явищ та об’єктів, для ілюстрації, а також навчальних цілей [12, с. 315].

Туристичні карти призначені для потреб туристів та туристично-екскурсійної справи. Туристичні карти характеризуються яскравим оформленням, вони супроводжуються детальними показниками та різними довідковими відомостями. Туристичні карти можуть охоплювати як великі райони, цікаві з точки зору туризму та рекреації (наприклад, курортне узбережжя Франції), так і міста (їх окремі райони), національні парки, окремі лижні, пішохідні чи автомобільні маршрути.

На туристичних картах, як правило, присутні наступні елементи:

– загально-географічні об’єкти – координатна сітка, рельєф, населені пункти, ріки, транспорті шляхи, адміністративні границі;

– туристичні об’єкти – історичні та архітектурні пам’ятники, музеї, заповідники, парки, спортивні споруди;

– інфраструктурні об’єкти – туристичні центри, готелі, заклади харчування, туристичні маршрути та стежки, гірськолижні траси, кемпінги, тощо.

Завданням картографування у туризмі є:

– пояснення закономірностей та форм територіального поширення, рекреаційних, історико-культурних, природних ресурсів;

– висвітлення характеру туристичного розвитку території і його матеріально-технічної бази;

– оцінювання стану використання рекреаційно-туристичних ресурсів, туристського освоєння і рекреаційного навантаження на територію;

– розробка перспективних варіантів розвитку та покращення територіальної організації туризму на основі комплексного аналізу природних, економічних та соціальних чинників.

Картографічний метод використовується для розробки організаційних інструментів державної регулятивної політики розвитку туризму, а також для виявлення існуючих проблем, наприклад, територіальної рекреаційної нерівності. Застосування цього методу дає змогу виявити нові деталі окреслених проблем за рахунок аналізу інформаційної бази, її конкретизації та просторової прив'язки.

Економічний метод дослідження воєнного туризму використовує показники, які відображають рівень безробіття, інфляції, прибутки і ціни на туристичні товари та послуги, обсяг інвестицій в галузь, відображає вклад воєнного туризму у національну економіку.

До економічних методів дослідження відносяться: методи абсолютних і порівняльних переваг, альтернативний аналіз, аналіз еластичності, граничний аналіз, табличні і графічні методи, методи аналітичного моделювання, оптимізація та визначення рівноваги [23, с. 152].

При економічному аналізі воєнного туризму використовуються наступні показники: показники економічної ефективності воєнного туризму, показники ефективності туристичної діяльності на рівні туристичних підприємств, показники розвитку туристичної сфери на національному рівні.

Досить часто у дослідженнях туризму використовується метод SWOT-аналізу.

Метою SWOT-аналізу є виділення ключових елементів матриці SWOT, а саме сильних і слабких сторін галузі, а також можливостей та загроз зі сторони довкілля. Традиційне представлення цих елементів має вигляд матриці (рис. 1.6).

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. 2.	1. 2.

3.	3.
Можливості (О) 1. 2. 3.	Загрози (Т) 1. 2. 3.

Рис. 1.6. Матриця SWOT-аналізу [27, с. 111]

Сильні сторони – внутрішні характеристики галузі, які відрізняють її від інших та дозволяють їй успішно реалізовувати свою діяльність. Іншими словами, сильні сторони – це джерело конкурентної переваги. Слабкі сторони – це внутрішні характеристики галузі, за якими вона відстає від інших та які негативно позначаються на результатах її діяльність. Можливості – зовнішні фактори, які створюють сприятливі умови для розвитку галузі, відкривають нові перспективи та напрямки діяльності, сприяють реалізації її стратегії та досягненню високих результатів [27, с. 112]. Загрози – зовнішні чинники, які можуть чинити відчутний негативний вплив на діяльність галузі.

Важливим джерелом показників про розвиток туризму на світовому рівні є дані міжнародних організацій. Наприклад, доволі відомим є банк даних Всесвітньої організації туризму (World Tourism Organization), на сайті якої публікується інформація про розвиток туристичної галузі як і у всьому світі, так і по регіонах і окремих країнах. Також на сайті можна знайти інформацію про проблеми розвитку туризму. ЮНЕСКО також видає щорічники, де можна знайти статистичні дані про розвиток туризму.

Висновки до 1 розділу

Воєнний туризм можна визначити, як туризм на місці тяжких боїв та історичних битв для всіх бажаючих, для родичів загиблих тут воїнів, ветеранів; відвідання історичних та функціонуючих військових об’єктів та полігонів, катання на військовій техніці, відвідання підводних човнів та бойових морських кораблів, стрільба із бойової зброї на полігонах та тирах,

участь у військових маневрах та навчаннях; тури на відвідання колишніх в'язниць та воєнних концтаборів.

Основним продуктом воєнного туризму є тури – спеціально розроблені програми поїздок на певні заходи чи історичні та військові об'єкти в комплексі з системою заходів для їхньої реалізації, спрямовані на задоволення цілей подорожі. Розробкою цих турів, їх реалізацією та організацією споживання займаються туроператори й туристичні агентства, які спеціалізуються на воєнному туризмі.

Під час дослідження конкретного об'єкта найчастіше використовують не один метод, а сукупність методів та прийомів, що дозволяє найповніше і з оптимальними зусиллями досягнути поставленої цілі. У процесі дослідження воєнного туризму можна використовувати наступні методи: описовий метод, історичний метод, картографічний метод, метод ідеалізації, спостереження з елементом описовості, статистичний метод, метод польових досліджень, соціологічні методи, метод експедиційних досліджень, SWOT-аналіз тощо.

РОЗДІЛ 2.
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ

Особливості розвитку воєнного туризму в США

Незважаючи на те, що більше ста років на території США воєнні дії не велися, проте воєнний туризм тут досить популярний туристичний напрям. Це пов’язано з тим, що США у новітній історії брали активну участь у різних війнах та конфліктах на світовій арені, та значним розвитком військово-промислового комплексу. Це викликає велику зацікавленість як у самих американців, які досить уважно відносяться до усіх важливих подій у історії своєї країни, так і в закордонних туристів. Особливе місце у списку важливих воєннно-історичних подій займають Війна за незалежність (1775-1783 рр.), Громадянська війна США (1861-1865 рр.), Перша та Друга світові війни, війни в Кореї та В’єтнамі [42].

Війна за незалежність ознаменувала початок виникнення США, як незалежної держави, тому військово-історичні об’єкти, пов’язані з цим періодом, і сьогодні викликають цікавість не лише у американців, але й у закордонних туристів. Серед туристичних об’єктів, присвячених цьому періоду, найбільшою популярністю у туристів користуються: Монумент Вашингтона, Музей битви «Йорктаун», маєток «Маунт-Вернон», Національні військово-історичні парки «Гілфорд Кортхаус» та «Саратога».

Результатом Громадянської війни в США було скасування рабства. Серед туристичних об’єктів, присвячених цьому періоду, найбільшою популярність у туристів користуються: Меморіал Лінкольна, Національний монумент «Форт Самтер», Національний музей Громадянської війни США, Національні військово-історичні «Шайло», «Геттісберг», «Віксберг», музей битви під Антієтамом, музей битви під Пітерсбергом.

Бойові дії Першої та Другої світових війн на території США практично не проводилися, проте країна брала активну участь у них і в пам'ять про це

сьогодні створено туристичні пам'ятки про ці події. Серед туристичних об'єктів, присвячених цьому періоду, найбільшою популярністю у туристів користуються: Національний музей Першої світової війни, Національний музей Другої світової війни, Меморіал Другої світової війни, багато авіаційних музеїв, в яких представлені літаки цих періодів.

В другій половині XX ст. США брали участь у війнах в Кореї та В'єтнамі. Серед туристичних об'єктів, присвячених цим війнам, найбільшою популярністю у туристів користуються: Меморіал ветеранів Корейської війни, Меморіал ветеранів В'єтнамської війни.

Тобто, бачимо, що США має досить потужну ресурсну базу для розвитку військового туризму, незважаючи на досить коротку історію незалежності цієї країни, порівняно з іншими (налічує трохи більше 200 років).

У таблиці 2.1. наведено основні туристичні об'єкти воєнного туризму в США, присвячені певному періоду.

Таблиця 2.1.

Найбільш визначні об'єкти воєнного туризму США [42]

№	Назва	Штат (місто)
1	Національний музей Першої світової війни, Меморіал Першої світової війни	Міссурі (Канзас)
2	Музей Першої дивізії	Іллінойс (Вітон)
3	Меморіал Другої світової війни	Федеральний округ Колумбія (Вашингтон)
4	Національний музей Другої світової війни	Луїзіана (Новий Орлеан)
5	Музей морської авіації «Вайлдвуд»	Нью-Джерсі (Кейп-Мей)
6	Національний музей авіації і космонавтики	Вашингтон (Сіетл)
7	Військово-історичний парк «Манзанар»	Каліфорнія (Індепенденс)
8	Музей «Бухта броненосців»	Массачусетс (Фоллз Рівер)
9	Військово-морська база підводних човнів «Нью-Лондон»	Коннектикут (Гротон)
10	Меморіал ветеранів Корейської війни	Федеральний округ Колумбія (Вашингтон)
11	Меморіал ветеранів В'єтнамської війни	Федеральний округ Колумбія (Вашингтон)

Розглянемо їх більш детально.

Національний музей та меморіал Першої світової війни є основним туристичним об'єктом в США, присвячений пам'яті, інтерпретації та розумінню Першої світової війни та її тривалого впливу на світову спільноту (рис. 2.1.). Музей зберігає найповнішу колекцію у світі предметів і документів Першої світової війни та є другим за віком державним музеєм, присвяченим збереженню предметів, історії та досвіду війни.

Рис. 2.1. Національний музей та меморіал Першої світової війни [44]

Меморіал було споруджено на кошти, зібрані населенням у 1919 р. Національний музей було відкрито значно пізніше, аж у 2006 р. Музей працює як некомерційна організація, присвячена вшануванню пам'яті учасників Першої світової війни. Цей об'єкт воєнного туризму приваблює різноманітну туристичну аудиторію цікавими історичними артефактами, своїми освітніми програмами і виставками, реконструкціями подій Першої світової війні [44]. Головна галерея музею пропонує туристам експозицію «Світова війна 1914-1918 рр.», що діє на постійні основі. Перед входом до Головної галереї музею побудовано скляний міст, під яким простягається макове поле, де висаджено 9 тисяч маків, кожна квітка якого символізує тисячу загиблих, а загалом – 9 млн. жертв цієї війни. Також в музеї періодично проходять різноманітні «онлайн-виставки», після закінчення яких з ними можна ознайомитися на сайті музею.

Музей Першої дивізії присвячений першому регулярному армійському формуванню США (з часів Громадянської війни та до Першої світової війні

армія США існували на тимчасових та добровільних засадах). Перша стрілецька дивізія в армії США була створена спеціально для ведення бойових дій на території Європи, у 1917 р., тому вона пишеться з великої літери. Сьогодні Перша дивізія є найстарішим підрозділом армії США, який продовжує своє існування та має власний музей. Головний зал Музею Першої дивізії знайомить своїх відвідувачів з її історією, починаючи з моменту створення до участі в бойових діях Другої світової війни [43, с. 199].

Меморіал Другої світової війни відкритий у 2004 р. та присвячений вшануванню мільйонів американських військових, які брали участь у цій війні і більш, ніж 400 тисяч загиблих, а також усіх цивільних постраждалих від війни. Створення меморіалу здійснювалося переважно за рахунок приватних пожертвувань [45]. П’ятдесят шість гранітних колон цього меморіалу символізують безпрецедентну єдність американської нації під час Другої Світової війни. Ці колони уособлюють штати та території США тогочасного періоду (з Федеральним округом Колумбія) та розташовані в порядку вступу штату до складу США. Кожну колону прикрашає напис із назвою штату чи території, а також двома бронзовими вінками з гілок дуба і колосків пшениці. Колони поєднують бронзові мотузки, як символ об’єднання нації. Основними архітектурними об’єктами Меморіалу є Меморіальна площа і Райдужний басейн (рис. 2.2.).

Рис. 2.2. Меморіал Другої світової війни [45]

Національний музей Другої світової війни є найпопулярнішим туристичним напрямком у США, присвячений вшануванню внеску Америки

в Другу світову війну – від промислових зусиль на внутрішньому фронті до бойових операцій американських військовослужбовців за кордоном (рис. 2.3.).

Рис. 2.3. Національний музей Другої світової війни [46]

Музей пропонує відвідувачам захоплюючі виставки, мультимедійні технології та велику колекцію артефактів й усних історій від першої особи, щоб перенести відвідувачів в історію війни: чому вона велася, як вона була виграна, і що це означає сьогодні. Окрім галерей, музей пропонує унікальний доступ до воєнної історії, включаючи можливість екскурсії та поїздок на автентично відреставрованому човні морського десанту, екскурсії за лаштунки музею для роботи з артефактами разом із експертами музею.

Експонати Національного музею другої Світової війни висвітлюють глобальний масштаб війни. Показано роль не тільки світових лідерів, але й звичайні будні американців, які переживали період цієї війни. У сховищах музею зберігаються близько 100 тис. експонатів: транспортні засоби, військова форма, зброя, медалі, щоденники солдат, їх листи, твори мистецтва, світлини і пам’ятні подарунки ветеранів війни музею [46].

Авіаносець-музей «Лексінгтон» – це музей на борту списаного у 1991 р. авіаносця «Лексінгтон», який відкрився в 1992 році (рис. 2.4.). Відвідувачі цього музею мають унікальну можливість оглянути авіаносець класу «Ессекс», який найдовше служив у флоті з часів Другої світової війни. На 16-палубному авіаносці розміщено різні військові експонати, наприклад, понад

20 літаків. По території авіаносця розроблено п’ять екскурсійних маршрутів, є тривимірний мегатеатр, їдальня і симулятор польоту на літаку.

Рис. 2.4. Авіаносець-музей «Лексінгтон» [47]

Музей авіації «Вайлдвуд» пропонує своїм відвідувачам оглянути різні літаки та гвинтокрили, які використовувалися під час Другої світової війни, війни в Кореї та В’єтнамі. Зокрема, в музеї представлено літак-торпедоносець «Avenger» та 26 літаків, до кабін яких усі бажаючі відвідувачі музею можуть залізти і відчути себе справжніми льотчиками тих часів. Також в музеї є симулятор повітряних польотів, на якому туристи можуть спробувати свої сили у якості пілота літака.

Національний музей авіації і космонавтики – найбільший авіаційно-космічний музей у світі, й при цьому вхід у нього безкоштовний (рис. 2.5.). Цей музей був створений ще за часів Другої світової війни. У його колекції знаходиться близько 180 літаків та космічних апаратів, тисячі різних артефактів і рідкісних світлин, сотні експонатів і велика бібліотека [48]. Національний музей авіації і космонавтики пропонує туристам різноманітні екскурсії, ракетні тренувальні курси, 3D кінотеатр, симулятор польотів, театр історії (про видатних американських пілотів періоду Другої світової війни), аудіо і звичайні екскурсії.

Рис. 2.5. Національний музей авіації і космонавтики [48]

Історичний парк «Манзанар» (Manzanar Historic Site), м. Індепенденс (штат Каліфорнія). Це один із «таборів для інтернованих» – американців японської національності у США під час Другої світової війни, коли десятки тисяч американців японського походження, у т.ч. дорослі та діти, були розміщені у подібних таборах на заході країни. У США називали це «добровільним переселенням». Довгий час воно вважалося «маленьким брудним секретом» США, аж до тих пір, коли президент Р. Рейган підписав законопроект «Про реституцію» у 1988 р., назвавши цей захід «великою помилкою». Нині на місці колишнього табору створено історичний парк «Манзанар», де туристам пропонуються екскурсії, що знайомлять з умовами життя інтернованих американців японської національності і загалом з цією подією американської військової історії.

Музей «Бухта броненосців» володіє найбільшою у світі колекцією морських суден часів Другої світової війни. Найціннішим його експонатом є лінкор «Масачусетс», крім того тут є велика колекція десантних човнів, є підводний човен, есмінець, і навіть колишній східнонімецький корвет.

Ще одним об’єктом воєнного туризму морського спрямування є військово-морська база підводних човнів «Нью-Лондон». База є діючою, розміщена на площі понад 680 акрів, має 11 причалів для дизельних підводних човнів і 15 причалів для атомних підводних човнів. Зважаючи, що

це діючий військовий об’єкт, доступ туристів на базу обмежений, проте дозволено підніматися на борт підводного човна-музею. При цьому вхід до музею і паркувальне місце безкоштовні. Серед співробітників музею є колишні моряки-підводники, які можуть поділитися з туристами цікавими історіями зі свого досвіду та відповісти на питання туристів стосовно життя на підводному човні.

Національний музей Тихоокеанської війни – цей комплекс є єдиним музеєм у континентальній частині Сполучених Штатів Америки, присвяченим Тихоокеанській кампанії Другої світової війни (рис. 2.6.). З 1968 року музей розширився, займаючи кампус площею шість акрів і отримав репутацію одного з провідних військових музеїв у країні [49]. З роками музей модернізували та розширювали, а кампус виріс, додавши Меморіальний дворик, Площу Президентів та Японський сад миру. У 2009 році було відкрито розширену галерею Джорджа Буша-старшого. Сучасна виставка галереї займає площу 33 000 квадратних фута, включає 40 медіа-інсталяцій, приблизно 900 артефактів, 15 крупних експонатів і сотні світлин.

Рис. 2.6. Національний музей Тихоокеанської війни [49]

У США існує унікальне місце, де зібрані поховання військових і їхніх родин усіх військових періодів історії країни, а також людей, що мали важливе значення в історії США, – це Арлінгтонський національний цвинтар. Виник він під час Громадянської війни, коли розвиток бойової техніки спричинив небачену для того часу кількість жертв – більше 600 тисяч. Раніше, за часів Війни за незалежність загиблих солдат ховали разом з цивільними на сільських цвинтарях, проте для масових втрат воїнів у

Громадянську війну такий спосіб поховання вже не підходив. Тому конгресом у 1862 р. було прийнято закон, який дозволяв державі купувати землі під поховання солдатів. У 1864 р. тут були поховані перші солдати. Цей день і вважається датою заснування Арлінгтонського національного цвинтаря. Наразі на його території з почестями поховано більше 400 тисяч осіб [50]. Право на поховання тут мають американці, які нагороджені медалями, військові у відставці, учасники бойових дій та члени їх родин, президенти, голови Верховного суду. Більшість могил – це однакові маленькі надгробні плити, проте розташовані так, щоб з будь-якої точки огляду утворювали ідеально правильні прямі лінії (рис. 2.7.).

Рис. 2.7. Арлінгтонський національний цвинтар [50]

Крім того, на території Арлінгтонського цвинтаря знаходиться музей – Арлінгтон-Хауз, та Меморіальний амфітеатр, побудований з білого мармуру. Біля Меморіального амфітеатру розташована могила невідомого солдата загиблого в Першій світовій війні, перед якою знаходяться ще три плити – могили невідомих бійців часів Другої світової, Корейської та В`єтнамської воєн.

Необхідно відмітити, що на всіх військових меморіалах в США можна спостерігати з якою пошаною відносяться американці до військових ветеранів. Америка пам’ятає своїх загиблих солдат і опікується їхніми близькими, наприклад, сім’ї загиблих військових у конфліктах повністю

забезпечуються державою (діти вчаться безкоштовно, нараховується пенсія, надаються різні соціальні пільги).

Важливим військово-історичним об'єктом в США є будівля Міністерства оборони – Пентагон (в перекладі з грецької – «п'ятикутник»), оскільки будівля Пентагону являє собою рівнобічний п'ятикутник (рис. 2.8.).

Рис. 2.8. Пентагон [51]

Величезна будівля розрахована на 30 000 працівників. Тут більше 28 кілометрів коридорів, і вона і сьогодні залишається найбільшою офісною будівлею у світі. Будівля має п'ять надземних поверхів площею 604 тисяч кв. м. та два підземних.

Європейський досвід розвитку воєнного туризму

В Європі, територія якої лише у XX ст. два рази ставала епіцентром світових війн, є багато військово-історичних об'єктів, що робить воєнний туризм тут досить популярним. Відомий в європейських країнах інтернет-ресурс European Tourist Guide, де описуються різноманітні туристичні атракції в європейських країнах, класифікував і представив у доступ багато музеїв та визначних пам'яток, які стосуються європейської військової історії. Це музеї військової техніки, в яких можна побачити танки, броньовані машини, гармати, іншу зброю, музеї-бункери, фортеці, лінії оборони (доти, дзоти), концентраційні табори та ін. Такий сервіс зручний, тому що на кожен об'єкт, представлений на ньому, відразу є гіперпосилання на інтернет-

сторінку, яка зображає музей чи пам'ятку на картографічному супутниковому зображенні у реальному часі, надається уся інформація про них, вказано контакти.

Розглянемо на прикладі деяких європейських країн, як у них розвивається воєнний туризм. Португалія має дуже багату військову історію, що позитивно впливає на воєнний туризм в цій країні. Він у Португалії має сприятливі умови для стимулювання та реалізації відкриття національних військових частин, музеїв та колекцій [52]. Збройні сили Португалії сприйнятливі до взаємодії через дидактичні та педагогічні канали з цивільним суспільством. Португалія володіє багатьма військовими об'єктами, які демонструють значний потенціал для розвитку воєнного туризму, пропонуючи диференційований досвід і сильний історико-культурний фон. На рис. 2.9. показана карта розміщення об'єктів воєнного туризму в Португалії.

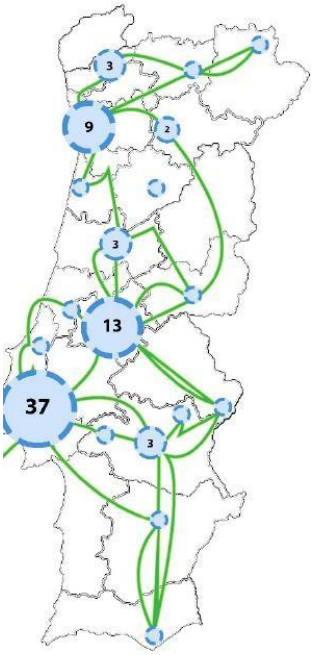


Рис. 2.9. Карта розміщення об'єктів воєнного туризму в Португалії [52, с. 65]

Як видно з карти, в Португалії існує велика кількість військових частин і музеїв, які можуть брати участь урозвитку воєнного туризму. Карта

визначає три основні полюси ресурсів військового туризму, це агломерації Порту та Лісабона і територію, що оточує багатокутник Танкос у регіоні Середній Тахо. Лише в регіоні Середній Тахо нараховується 25 діючих військових підрозділів, і 62 об’єкти історичної військової спадщини з потенціалом для воєнного туризму. Ці військові підрозділи здебільшого розташовані в Центральній Португалії та Лісабоні.

З країн Прибалтики дуже хороший потенціал з розвитку воєнного туризму мають Латвія і Естонія. В цих країнах існує досить багата військова спадщина, адже обидві вони були втягнуті в однакові геополітичні процеси, які можна поділити на чотири періоди [18, с.30]:

– створення своєї державності під час Першої світової війни,

– зміна окупаційної влади під час Другої світової війни,

– розвиток національного партизанського руху для опору радянській окупації після Другої світової війни,

– відновлення незалежності після розпаду Радянського Союзу.

Спільно у Латвії і Естонії потенційних об’єктів воєнного туризму налічується приблизно 150-170 (музеї, експозиції, колекції, історичні будівлі), присвячені одному з чотирьох періодів їх історії.

В Латвії, на півночі регіону Курземе, воєнні туристи можуть ознайомитися з секретною базою, яка залишилася від Радянського Союзу. Під час холодної війни сюди потрапити без спеціального дозволу було неможливо. Площа бази складає майже 90 квадратних кілометри, туристів сюди возять на радянському військовому вантажному автомобілі ГАЗ 66. Вони мають можливість відвідати різні надсекретні військові об’єкти, включаючи і найбільш секретний – радіотелескоп Старлет, який використовувався для перехоплення радіосигналів й телефонних розмов країн-членів НАТО та був восьмим у світі за величиною.

В Естонії також збереглися багато військових пам'яток. Хоча визначних пам'яток часів Першої світової війни збереглося не так багато, місцеві гіди з радістю покажуть туристам руїни фортець Петра Великого в

Палдіскі та Найсаарі. Також можна прогулятися Ор'якуським портом, побудованим в 1912 році, який можна вважати найменшим виставковим залом Естонії [53].

Про Війну за незалежність естонцямнагадують безліч пам'яток, які були зруйновані за часів радянської влади, та відновлені з отриманням незалежності. Окремі з них збереглися у первозданному вигляді – наприклад, пам'ятний хрест на цвинтарі Піліствере, встановлений у 1932 році, та інші важливі пам'ятки часів Першої Республіки.

Печорський північний табір, табір Збройних сил Естонської республіки, був заснований у Вярскі в 1926 р. на березі озера Урсава. У цьому літньому навчальному центрі тренувалися кавалеристи та артилеристи з усієї Естонії. Тут були казарми для солдатів, стайні, офіцерські будинки, їдальня та навіть казино. Більшість будівель зруйновано, але бараки та деякі житлові споруди збереглися і сьогодні.

Серце Північного табору – Дім Реека, що відкрився для відвідувачів 2020 року. Літня резиденція генерала Миколи Реека знаходиться на березі озера Ірсав та є архітектурною перлиною табору. Будівлю відновлено максимально близько до оригіналу. З червня 2020 року в цьому будинку працює Вярський відвідувацький центр, де можна відвідати виставку про Печорський північний табір, події Визвольної війни, а також про використання лікувального бруду та мінеральної води на місцевому курорті. У центрі також є кафе та туристичний центр, а також пропонують напрокат велосипеди, катамарани, човни та ковзани [53].

У музеях Естонії зберігається безліч матеріалів, присвячених Другій світовій війні. Про те, як війна проходила на території Естонії, можна дізнатися в Музеї Синімаєських висот у Вайварі. Також по всій Естонії розташовані історичні пам'ятки, що нагадують про цей сумний час. Одне з таких місць – лінія Ялака за 4 км від Тарту, неподалік села Ряні. Цю протитанкову траншею викопали для захисту від німецької армії влітку 1941 року на Ризькому шосе. На будівництво укріплень відправили всіх

мешканців Тарту віком від 16 до 55 років, включаючи і чоловіків, і жінок. Німецька окупаційна влада використовувала лінію Ялака в 1941-1942 роках як місце розстрілу для тих, кого засудили до страти в Тартуському концтаборі.

У Вірумаа збереглися бункери лісових братів, і пам'ятники, створені для їхнього вшанування: наприклад, меморіал скульптора Мати Карміна на цвинтарі Вастселійна. Бункер лісових братів також експонується у Музеї Вірумаа [53].

Під час перебування Естонії під радянською владою, зважаючи на її прикордонний статус, вона стала місцем для розміщення багатьох військових містечок, військових баз і прикордонних пунктів. На сьогодні деякі з них вже стали туристичними об'єктами. Так, на північному узбережжі Естонії особливий інтерес представляє База підводних човнів у порту Хара. Тут за допомогою підводних технічних споруд здійснювалося розмагнічування, завдяки якому корпуси суден, у тому числі підводних човнів, нерозпізнавалися для магнітних мін. Тут можна прогулятися причалом і оглянути руїни будівель, а також при бажанні замовити екскурсію з гідом.

В лісах біля Ляені-Вірумаа захована ракетна база Кадила/Роху. Тут можна побачити десятки метрів аркових будівель та розвинену мережу доріг,по яких рухались ракетовози. Сьогодні потрапити туди можна пішохідною стежкою [53].

Серед прихильників воєнного туризму в Європі значною популярністю користуються створені переважно в XIX–XX ст. лінії оборони, Наприклад, у Франції успішно використовується в якості об’єкта воєнного туризму оборонна Лінія Мажино. Це система французьких укріплень на кордоні з Німеччиною, яка названа на честь військового міністра генерала Андре Мажино та будувалася в 30-х роках XX ст. та удосконалювалася перед самим початком Другої світової війни. Загальна довжина Лінія Мажино становила біля 400 км. До її складу входили 70 бункерів, 39 дотів, 500 казематів, 500

артилерійських та піхотних блоків, а також безліч бліндажів і пунктів спостереження.

У Німеччині аналогом Лінії Мажино є Лінія Зігфрида – лінія захисних споруд (18 тис. бункерів, тунелів, протитанкових споруд, танкових пасток, дзотів), яка простягалася на 630 км. Лінія Зігфрида простягається з Клеве аж до Нідерландів, проходячи по усьому західному кордону старої Німецької Імперії до кордону зі Швейцарією. Її будували приблизно у той же період, що і Лінію Мажино.

Ще одним популярним об'єктом воєнного туризму в Німеччині є Лінія Густава – головна оборонна лінія у системі німецьких фортифікаційних споруд в роки Другої світової війни, яка відома під назвою Зимова лінія в Центральній Італії. Основою Лінії Густава була система фортифікаційних споруд, побудована навколо стародавнього монастиря Монте-Кассіно, який знаходиться біля італійського міста Кассіно [53].

У Фінляндії відомою серед туристів є Лінія Маннергейма – смуга фортифікаційних укріплень, що була побудована у 20-30 роки XX століття на Карельському перешийку для відбиття нападу Радянського Союзу.

У Польщі туристам теж можуть запропонувати військові тури. Наприклад, у Польщі реставруються колишні радянські доти та використовуються як туристичні об'єкти, а фортецю Осовець щорічно відвідують близько 50 тис. туристів.Також цікавими для воєнного туризму є історичні реконструкції, зокрема у Польщі щорічно реконструюють «Битву під Грюнвальдом», яку відвідують більше 100 тис. туристів

Популярності серед воєнних туристів набули так звані мілітарі-готелі. Наприклад, в горах Швейцарії ще з часів Другої світової війни залишилося близько 13 тис. укріплень. Сьогодні у багатьох бункерах відкрито мілітарі-готелі: від дорогих, як наприклад, «Клаустра» у гірському масиві Санкт-Готтара, що знаходиться на висоті 2 500 м. над рівнем моря, до більш дешевих, як готель «Нуль зірок» в кантоні Санкт-Галлен.

У 2000-х роках зріс попит на воєнний туризм у балканських країнах, особливо в країнах колишньої Югославії, які постраждали від громадянської війни 1992-1995 рр. Особливого поширення воєнний туризм набув у Боснії і Герцеговині. Тут він представлений переважно двома основними видами – екскурсійними поїздками і меморіально-музейними експозиціями .

Об'єктами воєнного туризму у Боснії і Герцеговині є концентраційні табори в населених пунктах Омарска, Трнопольє, Кератерм, місця скоєння масових воєнних злочинів, бойових дій, військовікладовища. Туристи можуть у місцевих туристичних агенціях замовити тематичні тури, які включають відвідування меморіальних комплексів, масових поховань, концтаборів, колишніх військових об'єктів. Часто такі екскурсії проводять люди, які самі пережили етнічні чистки, були бранцями цих концтаборів, в'язниць, воювали [55].

Найбільш популярними серед прихильників воєнного туризму є міста Сараєво та Мостар, а також меморіальний комплекс «Сребреница-Поточари». Сараєво є найбільшою туристичною атракцією воєнного туризму у Боснії і Герцеговині. Протягом 1992-1995 рр., коли столиця Боснії та Герцеговини перебувала у сербській облозі, фотографії міста та його мешканців постійно публікували провідні світові медіа. Після закінчення війни до Сараєво почали приїздити туристи зі всього світу, які хотіли на власні очі побачити місяця найбільш інтенсивних бойових дій.

Єдиним зв'язком окупованої столиці Боснії із зовнішнім світом у цей період був Сараєвський воєнний тунель або тунель спасіння та надії. Його у 1993 р. побудували бійці Армії Республіки Боснії і Герцеговини під аеропортом Бутмір, для того щоб з'єднати Сараєво із зоною, підконтрольною миротворцями ООН.

Тематичні екскурсійні тури по Сараєво включають обов'язкове відвідування місць масової загибелі мешканців столиці. Ці місця знаходяться у центрі міста, біля міського ринку, церков, на вулицях у різних районах. Усі вони позначені червоною фарбою, які отримали назву «Сараєвські троянди»,

що стали своєрідним символом міста і нагадуванням про загибель цивільних осіб під час обстрілів. Зараз аналогічна ситуація спостерігається у різних містах України [57].

Об'єктами притяжіння для воєнних туристів є і вогневі позиції боснійських сербів, які облаштовані в оточуючих місто горах. Найбільш відомими є Бєлашніца, Яхоріна, Ігман, Требевич. Сюди були стягнуті артустановки, з яких місто щоденно обстрілювалося. Проте піші індивідуальні прогулянки є небезпечними і сьогодні через загрозу підірватися на мінах, які досі ще не всі вилучені.

У Мостарі туристи відвідують зруйнований у 1993 р. Хорватським віче оборони Старий міст, якийвідновили у 2004 р. Вулички з обох берегів річки Неретви, через яку перекинуто Старий міст, самі вже давно перетворилися на окремі туристичні локації та є своєрідними матеріальними пам'ятками воєнного туризму.Меморіальний комплекс «Сребреница-Поточари» присвячений вшануванню пам'яті жертв геноциду. Екскурсія до Поточар передбачає відвідування постійно діючої експозиції, яка розміщена у приміщенні колишньої фабрики, що виробляла акумулятори, тут розміщувався голландський миротворчий батальйон ООН [56].

Практично у кожному місті Боснії і Герцеговини є музеї і меморіали, присвячені подіям громадянської війни 1992-1995 рр. У Сараєво і Мостарі створено Музей злочинів проти людства та геноциду, Музей воєнного дитинства, Галерея 11/07/95, експозиції яких розповідають про сербські концентраційні табори для босняків і хорватів, етнічні чистки, геноцид у Сребрениці, обстріли цивільних об'єктів. До спеціально створених місць воєнного туризму відносяться меморіали загиблим солдатам боснійської армії, медикам, цивільним особам, дітям, журналістам, які загинули під час цієї війни [57].

Таким чином, воєнний туризм розвивається майже в усіх країнах Європи. Особливо актуальним він є для балканських країн, економіки яких були ще зовсім недавно зруйновані в наслідок громадянської війни, сьогодні

на їх території знаходиться багато об’єктів, які використовуються для розвитку воєнного туризму. За допомогою цього туризму населення цих країн розповідає своєму молодому поколінню та іноземним туристам про війну, військові злочини, тяжке становище людей у концтаборах та в окупованих містах.

Воєнний туризм як напрямок пропаганди в Росії

З початком XXI ст. у Росії переосмислюється відношення до пропаганди, маніпулювання свідомістю, інтерес до яких дещо згас після розпаду СРСР у 90-х роках минулого століття. Нині Росія активно веде інформаційні війни не лише з Україною, але й із Заходом, це стало частиною російської державної інформаційної політики, створено спеціальні державні органи та установи, які під виглядом «суспільного інформування» займаються психологічною обробкою населення РФ, а також населення інших країн (країн пострадянського російськомовного простору, ЄС, США, арабських країн тощо).

Одним із інструментів такої пропаганди всередині Росії є воєнний туризм, який на фоні возвеличення результатів Другої світової війни та місця в нійРосії, використовуються для патріотичного розвитку в першу чергу молоді.

Військово-історичний туризм сьогодні є важливим напрямком розвитку російського молодіжного туризму, який є цікавим за рахунок можливості задоволення потреб молоді в експериментальних пригодницьких поїздках та різноманітному пошуку нових динамічних подій, оскільки ресурсна база військово-історичного туризму безпосередньо дозволяє молодим людям інтерактивно взаємодіяти із військовою спадщиною та сприймати подорожі не як тимчасову зміну умов локації.

ВРосії воєнний туризм виник відносно недавно, але має досить великий потенціал у розвитку, зважаючи на його місце в російській державній

інформаційній політиці. Розвивався воєнний туризм як легально (через туристичні агентства) так і напівлегально (через командирів окремих військових частин). Проте, вже у Федеральній цільовій програмі «Розвиток внутрішнього та в'їзного туризму вРосійській Федерації (2011-2018)» було зафіксовано той факт, що «…найважливішою конкурентною перевагою туристичної галузі Російської Федерації є її історико-культурна спадщина. На поїздки з культурно-пізнавальними цілями припадає близько 20% внутрішнього туристичного потоку..» [58]. При цьому значний потенціал запуску ділової активності у цьому контексті демонструє досвід формування Куликівського кластера, що передбачає створення нових музеїв, у тому числі просто неба, будівництво міжрегіонального центру фондосховища, молодіжного та архівного центру, будівництво та реконструкція доріг, очищення річок, реконструкцію інженерних мереж, благоустрій територій.

Сьогодні багато туристичних фірм організовують військові тури до Москви, Санкт-Петербурга, Криму, Волгограда, Уралу та деяких інших регіонів. Досить активно розвивається військово – історичний туризм в Московській, Калузькій, Тульській, Волгоградській областях, де є численні історичні та культурні об'єкти, такі як Куликове поле, Бородіно, Зайцева гора.

Відповідно і зростає кількість туристичних компаній, які пропонують мілітарі-тури. Вони пропонують туристам великий вибір туристичних програм – це катання на танках та іншій бронетехніці, знайомство з ретробронетехнікою, польоти на літаках та гелікоптерах, відвідування колишніх секретних військових частин та об’єктів, відвідування тирів з бойовою зброєю. Крім того, увагу туристів привертають численні меморіали, пам'ятники та військові поховання.

Також, щорічно в Росії проводиться біля 20 крупних реконструкцій військово-історичних битв: штурм Кенігсберга, реконструкції битви на Бородінському полі, реконструкція Курської битви

Щодо географічного розподілу прокладених військово-історичних маршрутів, то спостерігається значна нерівномірність їх розподілу (рис. 2. 10).

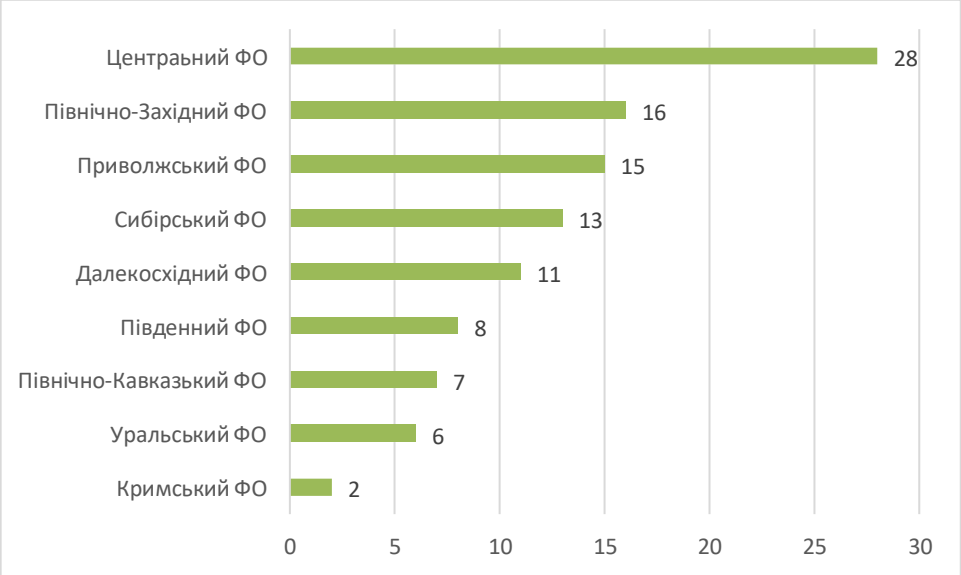


Рис. 2.10. Розподіл військово-історичних маршрутів за округами [59]

Така кон'юнктура сформувалася на ринку реалізованих військово-історичних турів. Так, у західних регіонах Російської Федерації представлені військово-історичні тури (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Військово-історичні тури в РФ [60]

Назва	Місто	Об’єкти показу
Згадуючи подвиги Великої війни	Білгород, Прохорівка	Музей-меморіал «На честь героїв Курської битви», Прохорівське поле, музей бронетанкової техніки, музей «Битва за Велику Перемогу», храм в ім'я святих Петра та Павла, діорама «Вогняна дуга»
День Військово-Морського Флоту	Санкт-Петербург	Петропавлівська фортеця, Петропавлівський собор, в'язниця Трубецького бастіону, Кронштадт, форт «Імператор Олександр I»
День Перемоги	Волгоград, Самара	Пам'ятник – ансамбль на Мамаєвому Кургані, історико-меморіальний комплекс «Героям Сталінградської битви», Алея героїв, площа Загиблих Борців, будинок Павлова, млин Грудиніна, експозиція «Пам'ять Сталінграда», музей-панорама «Сталінградська битва»

Шлях військової слави	Бородіно, Дороніно, Смоленськ, Талашкіно, Вязьма	Бородінський музей-заповідник, Спасо-Бородінський монастир, військово-історичне поселення «Дороніне», Талашкіно, Смоленська фортечна стіна, Соборний пагорб, Головний храм Збройних Сил рф
Обереги землі російської	Сєбіно, Куліково поле,	Музей Куликівської битви, історико-етнографічний музей Єпіфань, експозиція «Сказання про Мамаєве побоїще», музейно-меморіальний комплекс «Монастирщина»
Ржевський рубіж	Тверь, Ржев	Казанський жіночий монастир, Стариця, меморіал-монумент Радянському солдату
Дороги слави	Санкт-Петербург	Царське село, Ермітаж, Пискарівський меморіальний цвинтар, експозиція в особняку Рум'янцева, Кронштадт, Кронштадтський морський музей
Ладога Фест	Стара Ладога	Кріпосний комплекс, музей Воротна вежа, археологічна експозиція, відвідування Микільського монастиря, історична реконструкція у Старій Ладозі

Об'єкти туристичного показу включають культурно-історичні ресурси, за якими закріплена певна глава військової історії. До вищезазначених ресурсів можна віднести такі об'єкти, як пам'ятники, музеї військової історії, місця битв, а також оборонні комплекси, які найчастіше представлені фортецями. У контексті ціннісно-орієнтаційної складової середовища можна відзначити, що військово-історичний туризм реалізує в російському суспільстві певні встановлені ролі, які можуть бути докладно конкретизовані характерними функціями:

– патріотичне виховання громадян;

– збереження історичної правди, пам'яті та цінностей суспільства;

– формування цілісного уявлення про військовий потенціал держави;

– здійснення передачі та обміну знаннями, досвідом минулих епох для їх збереження та трансляції в майбутньому.

У цьому контексті в Концепції федеральної цільової програми «Розвиток внутрішнього та в'їзного туризму в Російській Федерації (2019-2025)» зазначається, що «...заходи програми сприятимуть реалізації завдань концепції довгострокового соціально-економічного розвитку Російської Федерації в частині молодіжної політики, у тому числі створять умови для стимулювання інтересу молоді до історичної та культурної спадщини Росії,

захисту навколишнього середовища, для міжрегіонального молодіжного обміну шляхом розвитку системи внутрішнього туризму як засобу громадянської освіти та патріотичного виховання молоді...» [61].

Активно розвивається воєнний туризм в Нижньому Тагілі, де щороку відбуваються міжнародні виставки озброєнь. Це пов’язано із розміщенням тут оборонного гіганта «Уральський вагонний завод», який є провідним виробником важкого озброєння та військових частин. У власності заводу є важливий об’єкт, який є центром туристичного притяжіння в регіоні – готова траса для екстремального танкового пробігу, яка включає підводну ділянку, добре обладнаний стрілецький тир, де можна стріляти хоч із гранатомета. У програмі туру розроблено різні варіанти сервісного обслуговування туристів, наприклад, програма може вийти за межі перебування на військовому полігоні – туристів при бажані можуть на військовому гелікоптері доставити у Верхотур'я, де розташований унікальний храмовий комплекс, чи ознайомитись із красою уральських гір з висоти пташиного польоту.

Про те, що воєнний туризм є інструментом пропаганди свідчить той факт, як активно Росія почала його пропагувати після отримання контролю над східними областями України (так званіЛНР та ДНР). З кожним роком кількість туристів, зацікавлених у воєнному туризмі у цих квазіутвореннях, зростає, причому це як внутрішні туристи, так і іноземні. Іноземні туристи відвідують Донбас для того, щоб на власні очі побачити наслідки збройного конфлікту. Відвідування зон конфлікту та можливість побачити побиті прямими влученнями та осколками багатоповерхові будинки впливають на мандрівників більше, ніж витоптані іншими туристами стежки.

Так, туристам пропонуються тур зруйнованим Донбасом, в якому надається можливість побачити зруйновані будинки, відвідати бомбосховища та поспілкуватися з місцевими жителями, які стали свідками бойових дій. Звичайно все це подається «під соусом» що все це зробили українці.

Слід зазначити, що в регіоні розвивають військово-історичний туризм, пов'язаний із відвідуванням історичних місць, музеїв та пам'ятників. На

території ДНР знаходиться 464 пам'ятки, присвячених Другій світовій війні (вРосії – Велика вітчизняна війна), та 17 музеїв, 10 з яких також пов'язані з Другою світовою війною та історією окремих міст. До найпопулярніших пам'ятників відносять:

– меморіал «Твоїм визволителям, Донбас» («Визволителям Донбасу») – монумент у Донецьку, присвячений пам'яті всіх частин та з'єднань, що звільняли Донбас під час Другої світової війни. Даний пам'ятник є традиційним місцем проведення парадів та мітингів окупаційної влади, присвячених Дню Перемоги та Дню звільнення Донецька;

– пам'ятник «Жертвам фашизму» біля ДК «Металургів». Місце для будівництва пам'ятника обрано не випадково, оскільки під час Другої світової війні тут знаходився концтабір для радянських військовополонених. Біля цього пам'ятника також проходять різні паради та мітинги;

– меморіал «Живі – Безсмертним», створений з ініціативи донецьких металургів у 1970 році, на честь працівників Донецького металургійного заводу, що загинули у Другій світовій війні.

У Донецьку також уже встановили кілька пам'ятників, присвячених загиблим жителям та дітям під час збройного конфлікту вже у сучасному Донбасі.

Висновки до 2 розділу

Було встановлено, що в США воєнний туризм є досить популярним туристичним напрямом, незважаючи на те, що більше ста років воєнні дії на їх території не велися. Це пов’язано з тим, що США у новітній історії брали активну участь у різних війнах та конфліктах на світовій арені та в розвитку військово-промислового комплексу, що викликає велику зацікавленість як у самих американців, так і в закордонних туристів. Особливе місце у списку важливих воєннно-історичних туристичних атракцій займають

об’єкти,пов’язані із Війною за незалежність, Громадянською війною, Першою та Другою світовими війнами, війнами в Кореї та В’єтнамі.

Воєнний туризм в Європі також популярний, оскільки територія Європи у ХХ ст. два рази ставала епіцентром світових війн, тут є багато військово-історичних об’єктів. Це музеї військової техніки, в яких можна побачити танки, броньовані машини, гармати, іншу зброю, музеї-бункери, фортеці, лінії оборони (доти, дзоти), концентраційні табори та ін.

ВРосії воєнний туризм виник відносно недавно, але має досить великий потенціал у розвитку зважаючи на його місце в російській державній інформаційній політиці. Про те, що воєнний туризм є інструментом пропаганди свідчить той факт, як активно Росія почала його пропагувати після отримання контролю над східними областями України (ЛНР та ДНР). З кожним роком кількість туристів, зацікавлених у воєнному туризмі в цих квазіутвореннях зростає, причому це як внутрішні туристи, так і іноземні.

РОЗДІЛ 3.
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Сучасні тенденції розвитку воєнного туризму в Україні

Для розвитку економіки будь-якої країни в сучасних умовах глобалізації великого значення набуває туризм. Тому формування туристичних потоків і забезпечення їхнього якісного обслуговування вимагає посиленої уваги як теоретиків та практиків туристичної сфери, так і державних органів.

В Україні сьогодні практично відсутні системні дослідження особливостей формування та розвитку воєнного туризму в країні, тому що це відносно молодий напрямок туризму. Проте воєнний туризмвже має досить багато шанувальниківв Україні. Основними тенденціями розвитку воєнного туризмув Україні, які мають вплив на формування пропозиції,є наступні (рис. 3.1.)

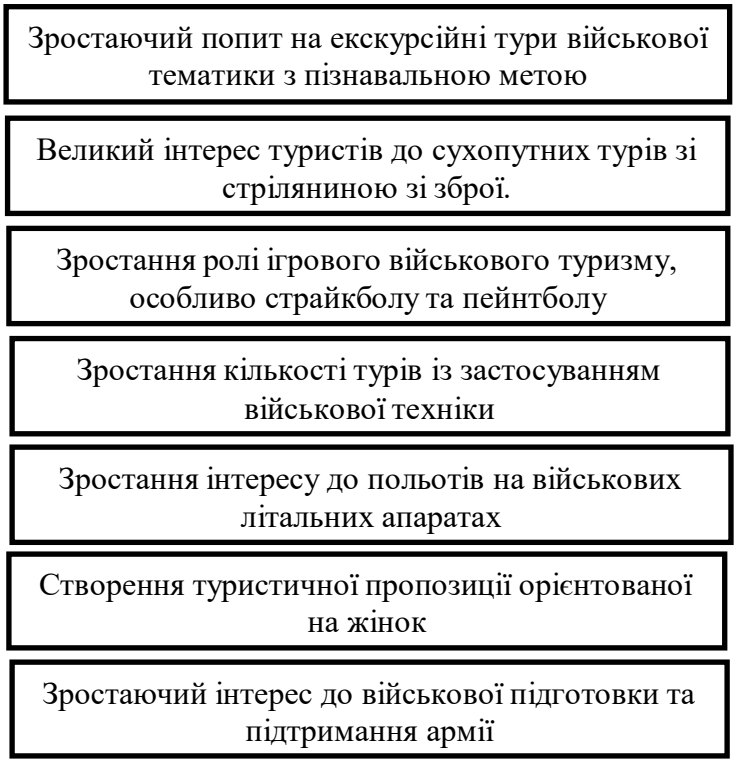


Рис. 3.1. Тенденції розвитку воєнного туризмув Україні [3, с. 57]

Розвиток воєнного туризму пов'язаний з певними економічними та історичними умовами розвитку країни і ступенем зрілості самої туристичної індустрії. В Україні формування і розвиток воєнного туризму визначені наступними цілями (рис. 3.2.).

Рис. 3.2. Цілі розвитку воєнного туризму в Україні [2, с.208]

Розвиток воєнного туризму вимагаєвеликих зусиль, фінансових ресурсів тапідтримки з боку державних органів влади. В Українімало туристичних компаній пропонують програми, орієнтовані на воєнний туризм, що обумовлено невеликим попитом і великими витратами на створення і просування такого туристичного продукту.

Україна має чималу кількість пам'яток воєнної історії, більшість з яких з тих чи інших причин недоступні. Згідно з Глобальним індексом мілітаризації, Україна у 2022 році серед країн із найбільшими воєнізованими економіками піднялася з 23 позиції на 15.Суттєвим недоліком у роботі туристичних компаній є відсутність статистичної інформації щодо надання «пакету туристичних послуг» з воєнного туризму.

Воєнний туризм в Україні почав активно розвиватися, починаючи з початку 2000 років. Починалося все з військово-спортивних ігор, туристичних поїздок місцями бойової слави, екскурсіями у військові музеї.Наприклад, Харківським військовим заводом було складено програми використання танкової техніки для туристичних цілей. Воєнним туризмом зацікавилися іноземні туристи. Туристівкатали на танку, причому не лишепо суші, але й під водою, а також давали можливість постріляти зі штатної зброї.

Одним із центрів воєнного туризму є Київ, який традиційно вважається музеєм історичної слави української зброї. Туристів приваблюють тут відвідування місць боїв у роки Другої світової війни. Комітетом з культури і туризму була розроблена програма з участі у бойових навчаннях відомої Житомирської 95 окремої десантно-штурмової бригади. На Кіровоградщині знаходиться відомий військово-історичний музей Ракетних військ Стратегічного призначення, що існує на базі колишнього 309 ракетного полку (46 Ракетна дивізія).

Важливим джерелом розвитку воєнного туризму в Україні є тема Другої світової війни. Ця героїчна сторінка в історії України знайшла своє відображення в багатьохрізноманітних пам’яткахй монументальних спорудах. Значним центром воєнного туризму є Київта Київська область. В м. Києві розміщено Національний військово-історичний музей України на вул. Грушевського 30/1, який єдиний в Україні охоплює історію створення та розвитку військової справи на території України від бронзової доби до сьогодення.

Сьогоднірозроблені програми, присвячені військовим аеродромам та полігонам, стрибкам з парашутом, польотам на літальних апаратах, бойовим стрільбам і поїздкам на бронетехніці, що користується попитом в іноземних туристів. Таким чином, в Україні є пропозиція воєнного туризму, проте переважно це однотипні пропозиції відвідати стрільбище або військовий музей. Пропозиція військових турівіснує навіть не у всіх регіонах України.

Зважаючи на те, що в Україні практично відсутня статистика щодо воєнного туризму, тому проаналізуємо як загалом розвивалася туристична галузь України на момент вторгнення на її територію російських військ.

Україна має доволі значний туристичний потенціал. Про те, що він розкритий не повністю,свідчить наступні дані (рис. 3.3.).

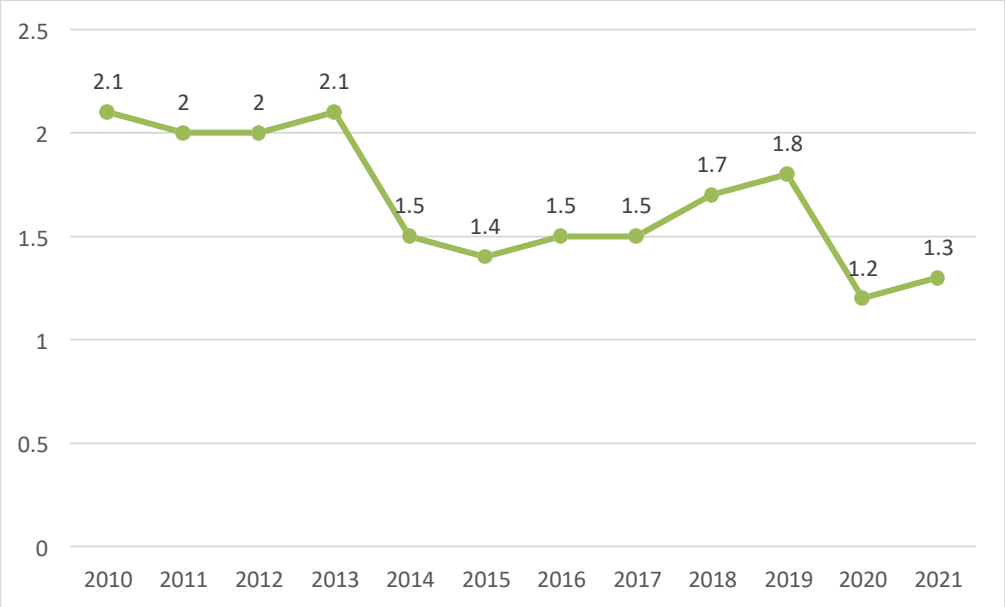


Рис. 3.3. Частка прямих надходжень від туристичної сфери до ВВП України у 2010-2020 рр.,% [64]

Як бачимо, протягом 2010-2020 рр. частка доходів підприємств туристичної галузі в структурі ВВП країни коливалася в межах 1,0- 2,5%.

Далі проаналізуємо динаміку туристичних потоків в'їзного туризму в Україні за 2008-2021 рр. (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1.

Динаміка туристичних потоків в'їзного туризму в Україні за 2008-2021 рр. [64]

Роки	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну, тис.осіб	Темп росту, %
2008	25449,1	-
2009	20798,3	81,7
2010	21203,3	101,9
2011	21415,3	101,0
2012	23012,8	107,5
2013	24671,2	107,2
2014	12711,5	51,5
2015	12428,3	97,8
2016	13333,1	107,3
2017	14229,6	106,7
2018	14207,0	99,8
2019	13709,6	96,5
2020	3382,1	24,7
2021	4271,9	126,3

Аналіз туристичного в'їзного потоку у 2015-2021 роках показав тенденцію до зростання протягом 2010-2017 років, з перервою у 2014-2015 рр.,що пов'язано із початком війни на сході України.

У 2018-2019 рр. відбулося незначне скорочення показників в'їзного туризму. Кардинальний злам відбувся у 2020 році – в'їзний туризм скоротився на 75%, через пандемію. У 2020 р. світова економічна система зазнала безпрецедентних змін внаслідок пандемії COVID-19. Закриття кордонів між державами, штучне обмеження фізичного пересування споживачів туристичних товарів і послуг навіть у межах однієї країни чинили вкрай негативний вплив на галузь гостинності.

Рекреаційні регіони та підприємства, що спеціалізувалися на традиційних видах туризму, взагалі не отримували прибутку й існували завдяки дотаціям державного та місцевих бюджетів або різноманітним соціальним програмам підтримки підприємництва. Втім, такі виплати охоплювали далеко не всі види діяльності, а фінансову допомогу отримували

в основному малі та мікропідприємства, інші ж утримувалися від банкрутства виключно за рахунок власних резервів.

Значною проблемою української туристичної сфери є недостатнє просування туристичних продуктів на світовому ринку і відповідно інформації. Про цей факт свідчить структура в'їзних туристичних потоків в Україну. У 2021 р. 56% іноземних туристів прибули з сусідніх країн(табл. 3.2.).

Таблиця 3.2.

ТОП-10 країн, громадяни яких найчастіше відвідують Україну [65]

№	Країна	2017	2018	2019	2020	2021	Відхилення 2021/2020, %
1	Молдова	4 548,2	4 436,7	4278,3	933,2	1054,1	113,0
2	Росія	1 521,0	1 539,2	1432,7	390,3	518,9	132,9
3	Польща	1144,4	1 097,1	1115,8	272,1	310,7	114,2
4	Білорусь	2 733,0	2 666,7	2339,5	463,5	272,9	58,9
5	Румунія	792,9	740,5	751,9	229,4	264,2	115,2
6	Туреччина	275,5	279,2	306,4	149,2	246,7	165,3
7	Угорщина	1059,8	915,8	828,2	217,6	227,4	104,5
8	Німеччина	210,1	237,9	270,6	74,1	154,1	208,0
9	Ізраїль	261,1	317,8	295,7	57,7	133,1	230,7
10	США	181,2	184,5	188,2	42,8	103,2	241,1

З огляду на те, що прикордонні країни традиційно є лідерами за відвідуванням України, коливання показників туристичних потоків в основному залежить саме від цих країн. У 2021 р. до топ-10 країн за кількістю іноземців, що в'їхали до України, потрапили Молдова, Росія, Польща, Білорусь, Румунія, Туреччина, Угорщина, Німеччина, Ізраїль, США (рис. 2.2.).

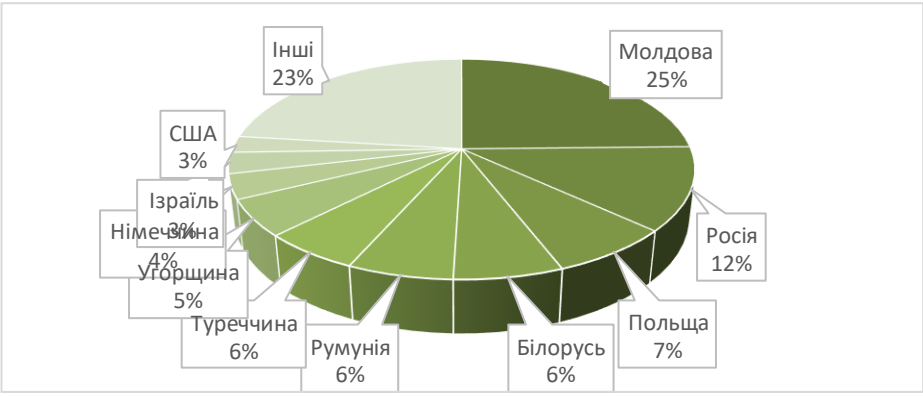


Рис. 3.4.. Структура в'їзного туризму у 2021 році, % [65]

Якщо розглядати попит, тобто запити туристів, які відвідали Україну, то більшість туристів (72%) відвідали Україну з метою організації дозвілля, відпочинку (рис. 3.5.). Проте спостерігається зростання ділового та освітнього туризму, медичного туризму.

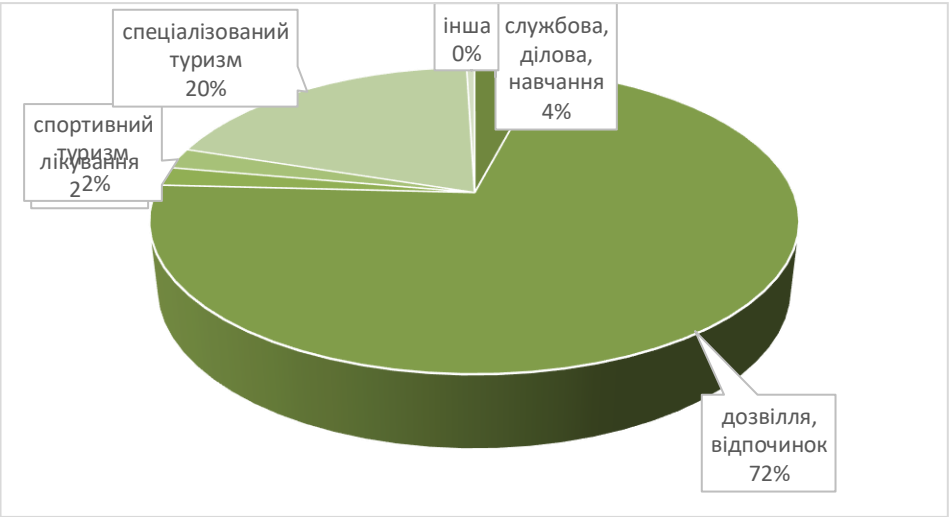


Рис. 3.5. В'їзд іноземних громадян в Україні за програмними цілями поїздки в 2021 р. %. [65]

Кожен з регіонів України відвідує різна кількість в'їзних туристів. Все залежить від кількості наявних туристичних об'єктів, цілі приїзду туристів, географічних особливостей регіону, тощо. Іноземні туристи переважно подорожують та відпочивають в західних та південних регіонах України. Визначальним фактором при цьому є особливість культурного надбання, ландшафту, клімату, наявність місцевостей з природно-лікувальними властивостями в цих регіонах.

Сьогодні саме ці території забезпечують найбільшу частку капіталу, що формується на ринку туристичних послуг України.

Таким чином, можна виявити закономірність розвитку ринку туристичних послуг в Україні, що зумовлена дією економічних законів, зокрема, дією закону нагромадження капіталу, що проявляється у формі концентрації та централізації капіталів на вітчизняному ринку туристичних послуг. Переважне зосередження підприємств-надавачів послуг у галузі

туризму в екологічно привабливих південних та західних регіонах України, де відсутні великі промислові підприємства, зумовлене закономірністю раціонального розміщення продуктивних сил, що випливає з закону економії праці й проявляється в нерівномірному розміщенні промислового капіталу в регіонах України.

Кількість українців, які перетнули кордон України у 2021 р. у порівняння з 2020 р., зросла на 30,7% і склала 14,7 млн. осіб. Основні країни, до яких виїжджали громадяни України в 2021 р. наведено в рис. 3.6.

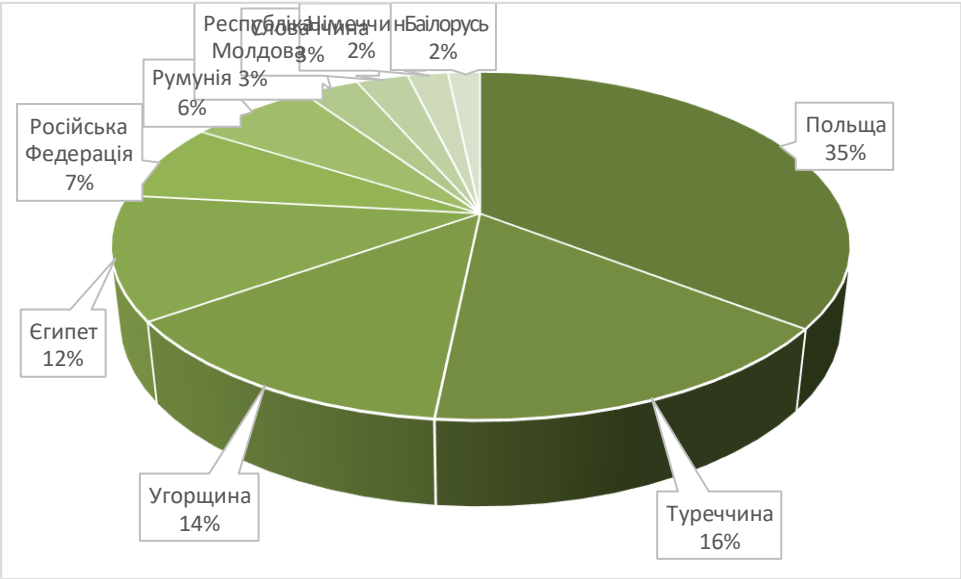


Рис. 3.6. Топ-10 країн, до яких виїжджали громадяни України в 2021 р. [65]

Необхідно зазначити, що до війни сектор виїзного туризму був вдвічі більший, ніж в'їзний туризм. Сьогодні в Україну прибувають тільки журналісти, члени міжнародних гуманітарних організацій й іноземні солдати, які воюють настороні України.

Більшість туристичних і готельнихпідприємств спрямували свої активи на гуманітарну діяльність в трьох основних напрямах:

– допомога в прийомі, розміщенні і харчуванні біженців з територій, де ведутьсябойові дії, допомога в їхньому переселенні в більш спокійні регіони України чи за кордон;

– доставка гуманітарних вантажів (одяг, ліки, продукти харчування, засоби гігієни);

– інформування партнерів про реальний стан справ в Україні.

Є надія, що після завершення війни багато туристів будуть зацікавлені у відвідинах України для того, щоб на власні очі побачити, що сталося. Міжнародний досвід свідчить про існування подібних «воєнних сценаріїв», за якими сфера туризму не лише «виживала», але й накопичувала досвід розвитку в умовах війни і повоєнного періоду.

Напочатку повномасштабного вторгнення туристичнийсектор зупинився повністю. Ситуація була нестабільною, багато людей, щоб врятуватись, виїжджали за кордон. Проте, поступово ставало зрозуміло, що війна буде тривати довго, томунеобхідно адаптуватись до нових реалій. Тому ближче до літа, яке є традиційно піковим сезоном для туризму, попит потроху почав відновлюватись. Однак, якщо порівнювати бронювання у 2022 році з 2020 роком, який також був складним через карантинні заходи, то падіння все рівно колосальне.

Враховуючи заборону на виїзд за кордон для більшості українських чоловіків, то основна аудиторія закордонних турів – це жінки й діти, а якщо ж у когось є можливість поїхати у відпустку усією сім'єю, то вони обирають відпочинок в Україні. Але відпустка всередині країни сьогодні має свої недоліки, основним з яких є безпека. Адже, сьогодні, на жаль, в жодній точці України не можна почувати себе у повній безпеці через постійні загрози ракетних ударів і повітряних тривог [65].

Критичним фактором для туристичної галузі стала зупинка авіаперевезень. Туроператори намагаються компенсувати закрите небо поїздками на автобусах із західних регіонів, які знаходяться далеко від бойових дій та близько до кордонів з ЄС. Найчастіше вони пропонують два варіанти організації туристичної поїздки: автобусні тури з українських місті авіатури з найближчих аеропортів сусідніх країн, наприклад, з Кишинева виконуються рейси до Туреччини, Єгипту, Чорногорії,Греції (острів Крит).

При цьому туроператори організовують трансфери до Кишинева з Києва, Вінниці, Житомира, Одеси, Умані, Одеси, Ізмаїла, Львова, Кропивницького, Дніпра.Крім того, автобусні туридоступні до Туреччини, Болгарії, Чорногорії.

Ознайомившись з особливостями розвитку воєнного туризму в Україні, слід зауважити, що сьогодні існує досить потужна база для розвитку воєнного туризму у контексті загальної туристичної індустрії, що є важливим фактором забезпечення сталого розвитку галузі. Доцільно систематизувати проаналізовану інформацію, задля виявлення подальших шляхів розвитку воєнного туризму. З цією метою проведемо SWOT-аналіз, який передбачає виділення сильних сторін, слабких сторін, можливостей та загроз.

Результати SWOT-аналізупредставлені у таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

SWOT-аналіз воєнного туризму в Україні [складено автором]

Сильні сторони	Слабкі сторони
Різноманітність культурно-історичних об'єктів, що дає можливість формувати і розвивати різні туристичні продукти з урахуванням місцевого колориту і автентики Визначні особи в історії України Наявність військових об'єктів, які мають інтерес для туристів Достатня кількість воєнних музеїв і меморіальних комплексів Наявність військової техніки і обладнання Наявність туристичної пропозиції Посилена увага з боку світової спільноти до військових подій в Україні Зручне географічне розташування України	Знищення інфраструктури російськими військами Відсутність законодавства у сфері воєнного туризму Висока вартість турів. Відсутність реклами у сфері воєнного туризму Вузький асортимент послуг Недостатній рівень державного фінансування збереження і відновлення визначних пам'яток історії Недостатня кількістьзакладів харчування та закладів розміщення, які пристосовані для обслуговування туристичних груп Мала активність закладів воєнного туризмурізного рівня у просуванні Низький рівень співпраці із туроператорами і корпоративними замовниками

Можливості	Загрози
Зростання попиту на туристичні послуги України після закінчення війни Розширення туристичної пропозиції Використання зарубіжного досвіду в організації воєнного туризму Зростання зацікавленості у розвитку воєнного туризму Створення клубів з надання послуг з воєнного туризму	Політична і економічна нестабільність в країні Зміни смаків споживачів Пасивність державної політики і законодавчого регулювання розвитку воєнного туризму Зростання конкуренції з боку інших країн Несприятлива податкова політика Несприятливі демографічні зміни

Таким чином, розвиток воєнного туризму в Україні має досить багато сильних сторін, основними з яких є наявність ресурсів, які можна використовувати у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту. Можливості для розвитку воєнного туризму в Україні полягають у зростаючому інтересі до цього виду туризму. До слабких сторін воєнного туризму слід віднести відсутність фінансування, недоступність об'єктів, висока вартість турів. Основними загрозами для розвитку воєнного туризму в Україні є відсутність законодавчої політики у цій сфері, нечесні методи ведення бізнесу, несприятливі норми податкової політики.

Перспективи розвитку воєнного туризму в Україні

Історія України є багатою на військові події. Численні об'єкти історико-культурної спадщини на території України розповідають про часи козацької доби, Північну війну, Першу світову війну, Громадянську війну, Другу світову війнуу формі оборонних валів, фортець, могил, різноманітних пам'ятників та пам'ятних знаків воїнам, меморіальних комплексів, місць розстрілів або боїв. Усі ці перелічені ресурси можуть стати перспективною базою для розвитку воєнного туризму в країні.

Пам'ятки козацької доби. Розглянемо найбільш перспективні для розвитку воєнного туризму в Україні.

Острів Хортиця (Запоріжжя) – це колиска українського козацтва. Прийнято вважати, що саме тут остаточно сформувалася Запорізька Січ.

Донашого часу тут із козацьких пам’яток збереглися лише залишки земляних укріплень. Проте в Музеї історії запорозького козацтва зібрано декілька тисяч археологічних знахідок та інших артефактів, а в Музеї судноплавства «Чайка» відвідувачі можуть побачити відоме 18-метрове козацьке бойове судно«Чайка», на якому козаки ходили в Чорне оре, підняте з дна Дніпра.

В 2000-х роках наХортиці було створено історико-культурний комплекс «Запорозька Січ», в якому відбудували споруди тих часів (дерев’яні укріплення, козацьку дерев’яну церкву, хати) (рис. 3.6). Також на острові діє кінний театр «Запорозькі козаки», наоснові якого проводять численні фольклорні вистави, демонструючи вправність у верховій їзді і боях на шаблях.

Рис. 3.6. Острів Хортиця [62]

Заповідник«Гетьманська столиця» (Батурин, Чернігівська область) – резиденція трьох гетьманів України з 1669 до 1708 року (Дем’ян Ігнатович (Многогрішний), Іван Самойлович, Іван Мазепа). Доля Батурина була трагічною, його було вщент зруйновано 2 листопада 1708 року російським військом Олександра Меншикова. Усі захисники міста загинули, вирізали все населення міста, навіть жінок та дітей. В 2000-х роках цій трагічній події встановили пам’ятний хрест, а пізніше було відтворено цитадель Батуринської фортеці (оборонна стіна з вежами, гетьманська кам’яниця, скарбниця, дерев’яна козацька церква) (рис. 3.7).

Рис. 3.7. Батурин, заповідник «Гетьманська столиця» [62]

«Козацькі могили» (Рівненська область) – пам’ятка козацької доби, розташована біля с. Пляшева, на місці відомої битви під Берестечком – наймасштабніша битвачасів Б. Хмельницького з польською армією Яна II Казимира. Битва, яка тривала з 18 по 30 червня 1651 року, завершилася підписанням перемир’я, яке було невигідним для України.Проте воно протрималося менше після боїв під Батогом, війська Речі Посполитої були знищені.

Доскладу Національного історико-меморіального заповіднику «Поле Берестецької битви» входить музей, козацьке кладовище та два дерев’яні храми.

Чигирин (Черкаська область) – резиденціяБогдана Хмельницькогота столиця Українив період визвольної війни 1648–1654 рр. Тут розмістився гетьманський уряд, скарбниця, канцелярія, монетний двір. Місто було одним з найбільших в Україні на той час – у ньому мешкало 50 тисяч міщан і козаків. Чигиринська фортеця була зруйнована турками в 1678 р., жодна її будівля не збереглася. Сьогодні на Замковій горі відтворено бастіон Дорошенка, поставлено монумент Богдану Хмельницькому та кам’яний хрест на честь козаків, які брали участь убитвах із польськими і турецькими загарбниками (рис. 3.8.).Біля підніжжя гори побудували каплицю Святої

Покрови, в якій перепоховали останки 263 козаків і міщан зізнайденого археологами кладовища, відбудували повітову управу кінця XVIII ст. розмістивши в ній Музей Богдана Хмельницького.

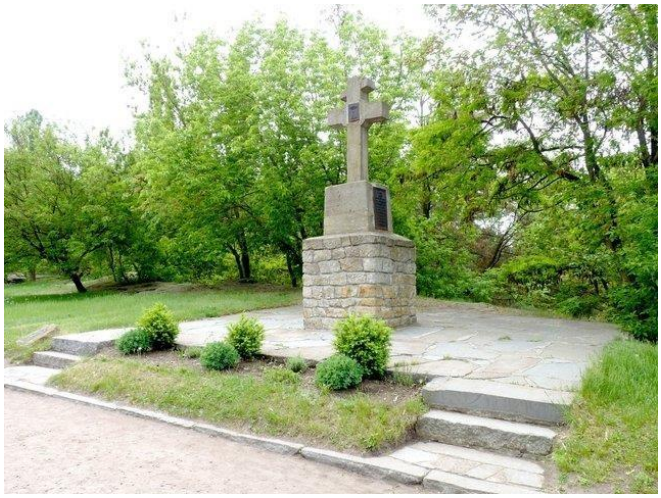


Рис. 3.8. Пам’ятний хрест в м. Чигирин [62]

Суботів (Черкаська область) – заміська резиденція Б. Хмельницького. Тут він побудував невелику фортецю, де мешкала його родина, челядь та козацька старшина. ПоручБ. Хмельницький збудував Іллінську церкву, вякій заповів поховати себе.

Рис. 3.9. Іллінська церква [62]

Сьогодні ця пам’ятка українського козацтва зображена на п’ятигривневій купюрі. В Іллінській церкві можна побачити надгробок Б.

Хмельницького, проте справжнє місце його поховання невідоме. Біля церкви збереглися козацькі кам’яні хрести (рис. 3.9.).

Дуб Залізняка (Черкаська область)– у Холодному Яру біля хутора Буда росте велетенський тисячолітній дуб, що називається дубом Максима Залізняка. За переказами, саме під кроною цього дуба на нараду збиралися повстанці під проводом С. Наливайка, влаштовувались на перепочинок М. Залізняк, Павлюк, Б. Хмельницький, давали присягу гайдамаки.

Рис. 3.10. Дуб Залізняка [62]

Могила Івана Сірка (Дніпропетровська область) – надмогильний курган кошового отамана Івана Сірка, розміщений на березі Дніпра поблизу села Капулівка. Сіркоє однією з найбільш таємничихперсон середвсіх козацьких ватажків. Його, який вийшов переможцем з 65 битв, вважали могутнім характерником. ПомерСірко старим, своєю смертю та був похований біля Чортомлицької Січі. В 1960-х роках його могилу перенесли через затопленням Каховського водосховища.

Буша і Гайдамацький яр (Вінницька область) – місце боїв козацтва з поляками. В 1654 році після взяття поляками Могильова, частина козаків відійшла в Бушу та укріпилася в замку. Півроку вони оборонялися тут, аж поки на допомогу полякам не прийшло 60-тисячне військо С. Чарнецького. Після того, як полякам вдалося перекопати греблю та осушити рови зводою, вони видерлися на вали та підпалили замок. Всі оборонці замку загинули, а печеру, вякій ховалися жінки та діти, поляки затопили.

В наш час від замку залишилась одна вежа із підземеллями. На пагорбі розміщене кладовище з десятками кам’яних козацьких хрестів (рис. 3.11). Ці пам’ятки входять до складу Державного історико-культурного заповідника «Буша».

Рис. 3.11. Кам’яні козацькі хрести в Буші [62]

П’ятницький цвинтар (Кременець, Тернопільська область). Перші поховання з’явилися тут ще у XVI ст.В 1648 році козацький загін Максима Кривоноса шість місяців тримав в облозі Кременецький замок на горі Бона, та взяв його штурмом, перетворивши на руїни. Загалом тут було знайдено поховання більше 500 козаків.

Козацький хутір Галушківка (село Гречане, Дніпропетровська область) – відновлений козацький хутір,де спорудили автентичне козацьке укріплення, селянські садиби, відкрито музей із колекцією козацької зброї (рис. 3.12.).

Рис. 3.12. Козацький хутір Галушківка [62]

На хуторі проводяться кінні вистави,майстер-класи з народних ремесел, святкування народних свят. Гостей частують традиційними козацькими стравами –варениками, кулешем, узваром.

Для України величезною трагедією XX ст. стали події Другої світової війни. Напевне, немає жодної іншоївоєнно-історичної події, яка б залишила таку глибоку рану у народної пам'яті та людських душах, як ця війна планетарного масштабу, яка розколола не лише світ, але й цілі епохи. Ставши суворим випробуванням для українського народу, вона показала яскраві приклади мужності,гідності, героїзму,відваги, стійкості українців.

На території України відбулося найбільше збройних конфліктів й інших подій, пов'язаних із окупацією,оборонними боями, партизанською боротьбою і визвольними боями впродовж 1941-1945 рр. Україна була окупована німецькими військами майже з початку війни. Окупувавши її територію, фашисти відразу розпочали заходи з винищення потенціалу для можливого спротиву українцівсвоїй владі. У містах і селах відкривалися тимчасові в'язниці, де утримувалися комуністи,активісти, військовополонені, партизани, звичайні жителі.

Сьогодні практично кожне місто має на своїй території пам'ятний знак, яким позначено місце розстрілу тюремних в'язнів. Відомим на весь світ місцем розстрілу єврейського населення став Бабин Яр в Києві (рис. 3.13.),

але це не єдине таке місце. Так, на Полтавщині, у м. Гадячі, вурочищі Гончарний Яр, нацистами було знищено усіх представників єврейської громади міста.

Рис. 3.12. Бабин Яр [62]

Звичайно за часів Радянського Союзу було скопійовано багато пам’яток, які до реальних подій мали небагато відношення, а відігравали лише ідеологічну функцію. Проте незважаючи на це, в Україні дійсно існує багато місць, присвячених тій війні, які необхідно відвідати, щоб зрозуміти її масштаби та горе, яке вона принесла українському народу.

Сьогодні на території України продовжують створюватись ресурси, які в майбутньому стануть основою для розвитку воєнного туризму. Ще у 2014 році початок російсько-української війни (анексія АР Криму, окупація Донецької і Луганської областей і ведення там активних бойових дій) і повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року Росії на територію України стали причиною масштабних руйнувань місті сіл, створення фортифікаційних та оборонних споруд, формування певних ландшафтних утворень в процесі активних бойових дій (випалювання, вибухи,затоплення), залишків підбитої техніки та пошкодженої зброї, масштабні поховання постраждалого цивільного населення та військослужбовців, що викликає цікавість і бажання вшанувати пам'ять всіх постраждалих від війни у значної кількості людей[2, с. 210].

В зонах, де ведуться активні бойові дії на території України, створюється значна кількість оборонних споруд, яким відводиться важливе місце у збереженні життя військових і в ході боїв. Кожна така оборонна споруда вже супроводжуєтьсявласними історіями ведення бойових дій і збереженням життя цивільного населення та військових, а в майбутньому їхбуде ще більше. Ці оборонні об'єкти в історію ввійшли як фортеці,а в післявоєнний період вони мають стати історичними пам'ятками, які крізь час передаватимуть наступним поколінням пам'ять про мужність і силу українських захисників, які незламно стояли на захисті всієї України.

До таких оборонних споруд можна віднести бетонні бункери, блокпости, бліндажі, траншеї, яким відводилась важлива роль вобороні населених пунктів або інших стратегічних об'єктів і вони займали не останнє місце в історії бойових дій. Наприклад, повне право відноситись до оборонних об'єктів має Маріупольський металургійний комбінат «Азовсталь», на території якогопротягом декількох місяців переховувалась і проживала значна кількість цивільного населення міста, а бійці полку «Азов» разом з іншими військовослужбовцямипротягом 82 днів тримали оборону, даючи цим шансіншим частинам української армії перегрупуватися, підготувати особовий склад і отримати озброєння від країн-партнерів.

Ще одним важливим оборонним об'єктом, про який слід пам'ятати, є Донецький аеропорт, оборона якого тривала 242 дні починаючи з 26 травня 2014 року, після захоплення бойовиками його інфраструктури та спецоперації ЗСУ із зачистки території. Оборона Донецького аеропорту тривала лише на тиждень менше, ніж оборона Севастополя під час Другої світової війни та набагато довше, ніж оборона Брестської фортеці. На початку січня 2015 року від ворожих обстрілів впала вежа аеропорту, на якій майорів український прапор, після чого захищати аеропорт стало неможливо.

Оборонною спорудою із тисячолітньою історією, яка також відіграла важливу роль в ході російсько-української війни, є Змієві вали під Білогородкою (Бучанський район, Київська область), які уже в 2022 р.

російська армія не змогла форсувати. Після цього Змієві вали почали називати давньоруською оборонною системою з гарантією 2000 років.

Важливе місце в організації воєнного туризму займають місця битв, особливо, місця найбільших кривавих боїв, на яких відбулися переломні моменти в ході війни.Досі,зважаючи на розвиток воєнного туризму в Україні, таким місцям особливого значенняна надавалося, і максимум, що там можна було побачити – це захований десь у кущах невеликий пам'ятний знак[2, с. 211]. Однак сьогодні, на хвилі зростання патріотизму, туристичні подорожі такими місцями набувають особливе значення у відтворенні мужності захисників України, тому в таких місцях необхідно встановлювати меморіали, будувати музеї, в яких буде збережено і відтворено деталізовані історичні події і бої, які відбувалися у цій місцевості.

В ході сучасної російсько-української війни до таких місць, де проходили найбільш кровопролитні бої, починаючи з 2014 року,слід віднести вже згадуваний Донецький аеропорт, Дебальцеве, Іловайськ (Іловайський котел), Маріуполь, Слов'янськ, Краматорськ. В 2022 році під час повномасштабного вторгнення російських військ на територію України географія цих боїв значно розширилась, і сьогодніці бої крім Донецької та Луганської областей відбувалися в Київській, Харківській, Чернігівській, Запорізькій, Миколаївській, Херсонській, областях. З цього переліку можна виділити бої за Маріуполь, під Сєвєродонецьком,під Бахмутом та багато інших.

Так, цікаве місце займає Чорнобаївка, яка і раніше, ще до сучасної російсько-української війни, була сповнена різними історіями та переказами про перемоги українського козацького війська, а в 2022 р. стала об'єктом перемог, де українські війська раз за разомгромили російські війська ісклади боєприпасів.

Війна супроводжується значними жертвами серед цивільного населення, а тому і на територіях, що знаходились під окупацією, і в місцях,де проводились найзапекліші бої,гинули мирні люди. Для вшанування

їх пам’яті необхідно створювати пам’ятники, братські могили, поховання, меморіали. Ці об’єкти мають надзвичайно важливе значення, оскільки в собі несуть історичне значення в збереженні і вшануванні пам’яті як жертв війни, так і загалом тих подій, які тут відбувались[2, с. 211].

Меморіальні комплекси є важливими об’єктами вшанування пам’яті постраждалого мирногонаселення, їх роль – показати жахливі наслідки війни ігеноцид, розв’язаний проти українського народу російськими окупантами. Створення таких меморіальних комплексів можливе в Бучі, Бородянці, Ірпені, Гостомелі, Ізюмі, Охтирці,Маріуполі й інших місцях, де росіяни масово винищували українців. Вони повинні показати всьому світові жахи війни, незважаючи на прогресивний розвиток людської цивілізації і застерегти від розвитку авторитарних режимівв країнах світу.

Сьогодні ще досить значна частина України знаходиться під окупацією, тому немає повного розуміння ситуаціївідносно постраждалого населення, тому можна очікувати, що, на жаль, таких населених пунктів і кількості постраждалих буде набагато більше. Музеї пам’яті російсько-української війни можуть створюватись й існувати не лише в місцях, де відбувались активні бойові дії, але й по всій території України, оскільки до перемоги докладають сил більшість українців, а серед постраждалих та загиблих є військові та цивільні абсолютно всіх областей України.

Наразі потрібно вже зараз створювати такі туристичні програми, щоб українці мали розуміння того, що сталося, якої ціною нам далася перемога та розповідали про це своїм дітям й онукам. Необхідно розробити проект маршрутів пам’яті: частину зруйнованих об’єктів російськими окупантами потрібно зберегти для історії, щоб показати всьому світу, які злочини вчинилаРосія в Україні.

Наприклад, український проект 360war.in.uaстворив колекцію з панорамних фото із звільнених міст Київської області – Ірпеня, Бучі, Бородянки, Гостомеля, Макарова, Горенки. Ціміста з перших днів вторгнення опинилися під окупацією російськими військами, зазнали масованих

авіаударів, масових розстрілів мирного населення. Кадри зі страченими жителями Бучі, розстріляними жінками та дітьми в евакуаційних машинах з Ірпеня, найбільш зруйнованим містом Київської області Бородянкою облетіли весь світ. Такі проект дозволяютьусім охочим побачити, як виглядають деокуповані міста[63].

Україна є однією з небагатьох європейських країн, яка не була членом Європейської туристичної комісії. Сьогодні ж Європейська туристична комісія офіційно запросила Державне агентство з розвитку туризму приєднатись до організації.Рішення про компліментарне членство України в ЄТК надасть змогу нашій країні користуватися всіма ресурсами цієї організації та залучати необхідні інвестиціїта фонди у побудову нових туристичних локацій. Європейська Туристична Комісія має намір створити Фонд допомоги, кошти з якого будуть направлені на відновлення туристичної інфраструктури України.

Сьогодні складно прогнозувати перебіг військових дій на фронті та реакцію на них російського командування, тому доцільно скористатися міжнародним досвідом розвитку туризму в умовах подібних чи наближених до українських.

В першу чергу, це досвід Ізраїлю, який з моменту свого створення існує в умовах постійного загострення збройних конфліктів. Водночас, державним органам влади Ізраїлю вдалося створити не лише ефективну державну політику, але й адаптувати різні суспільні сфери, зокрема, й туристичну, до таких обставин.

Ізраїлю вдалося зберігатисвій туристичний статус, не дивлячись постійну війну з Палестиною, яка періодично переходить в «гарячу» фазу. Здається, туристичний бізнес Ізраїлю повністю адаптувався до постійного збройного конфлікту. Так, на туризм приходиться 5% всього експорту і 6% зайнятості. Звичайно, кожна швидкоплинна війна, наприклад, як в травні 2021 року в Газі, позбавляє туристичну галузь Ізраїлючастини гостей, а значить і прибутків.

Так, протягом 50-денної війни в Газі, що була найбільш тривалішою з 2009 року, ізраїльська туристична галузь недорахувалася кожного четвертого туриста та понад півмільярда доларів виручки. Однак, економіка країни цього особливо не відчула, тому що структура формування ВВП Ізраїлю побудована таким чином, що прибуток від однієї галузі економіки компенсує втрати від іншої[25, с. 220].

Іншим прикладом є туризм у Хорватії, який під час війни в 1990-х роках практично припинився. Після закінчення воєнних дій у країні розпочалась масована рекламна кампанія,яка показувала принади раніше невідомих широкому загалу туристичних «родзинок» країни. У Хорватії – понад тисяча островів, з яких лише 66 населені. За рахунок таких географічних особливостей в країнупочали приїжджати туристи, які раніше знали лише про грецькі острови. Хорватські пляжі славилисясвоєю екологічністю та чистотою. Після війни у Хорватії залишилось багато артефактів, які зацікавили прихильників воєнного туризму. Про локації Хорватії почали писати в іноземних виданнях, пізніше підключилися відомі тревел-блогери і соціальні медіа. Країною зацікавилися міжнародні туроператори, круїзні компанії, мережеві готелі. Зростання доходів від туризму позитивно вплинуло на хорватську економіку.

Шлях відновлення туристичної галузі після збройних конфліктів пройшли й інші країни. Наприклад, Кіпр, який став однією з найпопулярніших локацій для туристів після міжетнічного конфлікту, який тут відбувся між греками та турками. Шлях промоції туризму на Кіпрі був схожим на хорватський: спочатку визначення головних туристичних переваг острову, далі масована реклама в інших країнах.

Цікавим є досвід Боснії та Герцеговини. Тут особливий інтерес з точки зору воєнного туризму привертають міста Сараєво і Мостар, що зазнали руйнувань під час військових дій[57].

Прикладом антикризової стратегії відновлення туристичної галузі після збройного конфлікту є Грузія. Російсько-грузинська війна в 2008 року мала

негативний вплив на усі галузі економіки Грузії, особливо на туристичну галузь. У2008 році загальний показник в'їзного туризму до Грузії збільшився на 23% і становив 1,3 млн міжнародних відвідувачів, але це відбулося тільки через значне збільшення іноземних туристів перед початком війни (завдяки введенню стратегічного планування у туристичній сфері). До конфлікту про Грузію чуланезначна частина населення світу. Після завершення війни в Грузії відчули шалений сплеск туризму і впізнаваності у світі. Те ж саме можна сказати й про Україну, якою до війни мало хто цікавився у світі. Проте у 2022 р. про Україну говорять напевне в усіх куточках планети. Це можна перетворити у туристичну перевагу після закінчення війни.

Цікавими є і певні історичні ретроспективи. Наприклад, відновлення туризму в післявоєнній Німеччині. З поступовим зростанням добробуту населення післявоєнної Німеччини у 1960-х і включенням до так званого «середнього класу» за рівнем доходів робітників високої і середньої кваліфікації, масовий туризм почав менше орієнтуватися на цю соціальну групу. Оскількивони могли собі дозволити дорожчі, індивідуальні тури.

Завданням для туристичного бізнесу стала організація якісних поїздок як закордон,так і всередині країни, за прийнятними цінами для населення з низькими доходами. Сформувався так званий соціальний туризм, цільовою групою якого стали молодь,пенсіонери, учні тощо. Прийнятний рівень цін на подорожі підтримувався за рахунок дотацій з різних бюджетів, за рахунок пакетних пропозицій групових турів і різноманітних індивідуальних та групових знижок[10, с. 314].

Робітники отримали можливість користуватися туристичними послугами на тих самих умовах, що й інші категорії туристів. Це все позитивно вплинуло на ринок внутрішнього туризму. У післявоєнний період в Німеччині найбільшого успіху досягали ті туристичні компанії, які орієнтувалися на масовий сегмент ринку і на пакетні пропозиції.

Слід відмітити, що до закінчення воєнних дій в Україні, на перешкоді воєнного туризму, та й туризму взагалі, стоять безпекові поняття. Навіть там,

де воєнні дії не ведуться, вводяться певні обмеження. За безпеку в кожній області відповідає місцева влада, ДСНС, поліція, військові.

Сьогодні по всій Україні заборонені сплави, походи, прогулянки і екскурсії по маршрутах біля військових і стратегічних об'єктів, об'єктів критичної інфраструктури.

В умовах воєнного стану на території України заборонено проводитибудь-які масові заходи (концерти, фестивалі). Заборонені туристичні подорожі на територіях, наближених до кордонів з Білоруссю. Урізних областях також діють обмеження відносно відвідування деяких гірських маршрутів, лісів, водойм. Наприклад, у Києві і Київській області заборонено відвідувати ліси й зелені зони поза межами житлових масивів. На півдні України, зокрема в Миколаєві та Одесі, суворо заборонено купатись у Чорному морі, оскільки вонозаміноване. Туризм на сході Україниє небезпечнимчерез активні бойові дії[65].

Таким чином,незважаючи на те, що сфера туризму в Україні дуже сильно постраждала від наслідків, спричиненихповномасштабним вторгненням Росії на територію України, водночас, такий стан справ, створює передумови та можливості для розвитку туризму,який здатен актуалізуватися в нових реаліях, в тому числі за рахунок розвитку воєнного туризму.

Особливості розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни

Для успішного розвитку воєнного туризму після закінчення російсько-української війни потрібно враховувати зарубіжний досвід, який ми проаналізували у попередніх розділах. Можна запропонувати наступні шляхи удосконалення продукту воєнного туризму в Україні на основі аналізу досвіду інших країн:

1. Розробка державних програм розвитку воєнного туризму із залученням Міністерства оборони країни, тому що багато ресурсів, які можна використовувати для розвитку даного виду туризму,знаходяться у його відомстві.

2. Розвиток і збереження об'єктів інтересу для воєнного туризму. В Україні сьогоднізнаходиться багато військової техніки і зброї, як радянських часів, так і західної, які привертають увагу туристів із багатьох країн.

3. Налагодження взаємодії між усіма учасниками, що беруть участь у формуванні продукту воєнного туризму, усунення бюрократичних перепон.

4. Патріотичне виховання молоді за допомогою воєнного туризму, удосконалення фізичної і військової підготовки.

5. Розширення існуючої пропозиції та удосконалення реклами воєнних турів різних напрямків.

6. Створення асоціації воєнного туризму для координації і сприяння розвитку цього напряму в Україніна основієвропейського досвіду. Лише в Європі існує 14 такихасоціацій, в Парижі знаходиться штаб-квартира Всесвітньої асоціації воєнного туризму.

7. Відкриття в Україні цікавих військових музеїв, наприклад на списаній військовій техніці.Так, Китай сьогодні купує списані іноземні військові кораблі і влаштовує на їх основі музеї.

8. Скористатися досвідом Ізраїлю, який отримує прибутки від воєнного туризму, що передбачає навчання мистецтву рукопашного бою, проводити тренінги в умовах міста з використанням військового обладнання, надавати можливість туристам відчути себе військовим з проживанням у відповідних умовах, організація стрибків з парашутів.

9. В Україні наразі більше 20% територіїзнаходиться під тимчасовою окупацією, або є постраждалоювідбойових дії. Після закінчення війни, для любителів екстриму і бажаючих відчути атмосферу війни, можлива пропозиція нових туристичних маршрутів цим територіями. А деякі

туристичні компанії навіть надають путівки у місця реальних збройних конфліктів.

10. Активне використання багаточисленних фортифікаційних та оборонних споруд для створення продукту воєнного туризму і формування попиту.

Досвід іноземних країн свідчить, що воєнний туризм може бути суттєвим джерелом прибутків. При чому повертаються не лише витрачені кошти, але й приходить усвідомлення історичної цінності і безцінної спадщини, яка має сильний виховний характер. Серйозною проблемою України є відсутність централізованої організації, яка б здійснювала контроль за якістю послуг і безпекою увоєнномутуризмі.

Для цього потрібно розробити і запроваджувати галузеві стандарти надання послуг у воєнному туризмі. Запровадження таких стандартів сприятиме більш інтенсивному розвитку туристичної галузі в цілому та її складової – воєнного туризму. Відносно розвитку воєнного туризмуце особливо важливо, оскільки вже сьогодні потрібно виробити принципи безпеки і якості послуг.

Метою воєнного туризму в Україні в післявоєнний період повинно бути вшанування пам’яті усіх постраждалих і демонстрація українцям та всьому світу жахливих наслідків війни, що триває ще з 2014 року, і жорстокості російських військ. Окрім того, саме через історичну пам’ять про воєнні події повинне відбуватись патріотичне виховання як молоді, так і дорослого покоління з метою формування особистості, наділеної національною самосвідомістю, громадянською відповідальністю, високими духовними цінностями, родинними й патріотичними почуттями.

Виховний процес повинен відбуватись шляхом відвідування пам’ятних місць, музеїв, зустрічі з учасниками бойових дій[2, с. 215]. Оскількиформування пам’яті про воєнні події та виховання соціально відповідального й патріотично спрямованого майбутнього покоління – є основним завдання українського народу.

З метою сприяння розвитку воєнного туризму в післявоєнний період слід виділити основні напрями діяльності, які будуть сприятливими для цього процесу:

- державна підтримка розвитку воєнного туризму;
- залучення іноземних інвестицій;
- впровадження цифрових технологій з метою поширення інформації про нові об'єкти воєнного туризму, що сприятиме більшій обізнаності про них;
- створення на ринку туристичних послуг максимального балансу «ціна-якість», що відіграватиме важливу роль у розвитку воєнного туризму;
- створення нових маршрутів пам'яті, які будуть включати низку об'єктів воєнного туризму;
-проведення на базі об'єктів воєнного туризму масових заходів пам'яті про воєнні події,направлені на патріотичне виховання населення;
- створення організації, яка б відповідала за розвиток воєнного туризму в Україні.

Враховуючи розвиток воєнного туризмув Україні, ресурсною базою для якого були попередні воєнні дії на її території, і виникнення та створення нових об'єктів після російсько-української війни, яка триває з 2014 року, воєнний туризм повинен активно розвиватись. А зростання зацікавленості до воєнних подій, які відбуваються сьогодні в Україні, серед населення інших країн, свідчить про тенденцію до збільшення туристів на території України після закінчення війни та створення безпечних умов для перебування іноземних туристів на території країни. Розвиток воєнного туризму повинен ще більше привернути увагу світової спільноти до подій і їх масштабів, що відбуваються в Україні.

Висновки до 3 розділу

В Україні сьогодні практично відсутні системні дослідження особливостей формування та розвитку воєнного туризму в країні, тому що це відносно молодий напрямок туризму. Проте воєнний туризмвже має досить багато шанувальниківв Україні. Воєнний туризм в Україні почав активно розвиватися, починаючи з початку 2000 років. Починалося все з військово-спортивних ігор, туристичних поїздок місцями бойової слави, екскурсіями у військові музеї.

Зважаючи на те, що в Україні практично відсутня статистика щодо воєнного туризму, тому було проаналізовано показники галузі в цілому. Проведений аналіз туристичних в'їзних потоків у 2015-2021 роках показав тенденцію до зростання протягом 2010-2017 років, з переривом у 2014-2015 рр. Що пов'язано із початком війни на сході України. У 2018-2019 рр. відбулося незначне скорочення показників в'їзного туризму. Кардинальний злам відбувся у 2020 році – в'їзний туризм скоротився на 75%, через пандемію. У 2020 р. світова економічна система зазнала безпрецедентних змін внаслідок пандемії COVID-19. Закриття кордонів між державами, штучне обмеження фізичного пересування споживачів туристичних товарів і послуг навіть у межах однієї країни чинили вкрай негативний вплив на галузь гостинності.

Напочатку повномасштабного вторгнення туристичнийсектор зупинився повністю. Ситуація була нестабільною, багато людей щоб врятуватись, виїжджали за кордон. Проте поступово ставало зрозуміло, що війна буде тривати довго, томунеобхідно адаптуватись до нових реалій. Тому ближче до літа, яке є традиційно піковим сезоном для туризму, попит потроху почав відновлюватись. Однак, якщо порівнювати бронювання у 2022 році з 2020 роком, який також був складним через карантинні заходи, то падіння все рівно колосальне.

В України є непогані перспективи розвитку воєнного туризму, численні об'єкти історико-культурної спадщини, щостосуютьсячасів козацької доби,

Північної війни, Першоїсвітової війни, Громадянськоївійни, Другоїсвітової війна, а тепер і російсько-української війни.

Проаналізований зарубіжний дослід розвитку воєнного туризму у різних країнах, дозволив сформувати основні напрями для розвитку сучасного воєнного туризму в Україні.

ВИСНОВКИ

На основі проведеного в магістерській роботідослідження світового досвіду розвитку воєнного туризму та можливостей його запозичення для України, можна зробити наступні висновки.

Воєнний туризм можна визначити, як туризм на місці тяжких боїв та історичних битв для всіх бажаючих, для родичів загиблих тут воїнів, ветеранів; відвідання історичних та функціонуючих військових об'єктів та полігонів, катання на військовій техніці, відвідання підводних човнів та бойових морських кораблів, стрільба із бойової зброї на полігонах та тирах, участь у військових маневрах та навчаннях; тури на відвідання колишніх в'язниць та воєнних концтаборів.

Основним продуктом воєнного туризму є тури – спеціально розроблені програми поїздок на певні заходи чи історичні та військові об'єкти в комплексі з системою заходів для їхньої реалізації, спрямовані на задоволення цілей подорожі. Розробкою цих турів, їх реалізацією та організацією споживання займаються туроператори й туристичні агентства, які спеціалізуються на воєнному туризмі.

Під час дослідження конкретного об'єкта найчастіше використовують не один метод, а сукупність методів та прийомів, що дозволяє найповніше і з оптимальними зусиллями досягнути поставленої цілі. У процесі дослідження воєнного туризму можна використовувати наступні методи: описовий метод, історичний метод, картографічний метод, метод ідеалізації, спостереження з елементом описовості, статистичний метод, метод польових досліджень, соціологічні методи, метод експедиційних досліджень, SWOT-аналіз тощо.

Було встановлено, що в США воєнний туризм є досить популярним туристичним напрямом, незважаючи на те, що більше ста років воєнні дії на їх території не велися. Це пов'язано з тим, що США у новітній історії брали активну участь у різних війнах та конфліктах на світовій арені та в розвитку військово-промислового комплексу, що викликає велику зацікавленість як у

самих американців, так і в закордонних туристів. Особливе місце у списку важливих воєннно-історичних туристичних атракцій займають об’єкти, пов’язані із Війною за незалежність, Громадянською війною, Першою та Другою світовими війнами, війнами в Кореї та В’єтнамі.

Воєнний туризм в Європі також популярний, оскільки територія Європи у ХХ ст. два рази ставала епіцентром світових війн, тут є багато військово-історичних об’єктів. Це музеї військової техніки, в яких можна побачити танки, броньовані машини, гармати, іншу зброю, музеї-бункери, фортеці, лінії оборони (доти, дзоти), концентраційні табори та ін.

ВРосії воєнний туризм виник відносно недавно, але має досить великий потенціал у розвитку зважаючи на його місце в російській державній інформаційній політиці. Про те, що воєнний туризм є інструментом пропаганди свідчить той факт, як активно Росія почала його пропагувати після отримання контролю над східними областями України (ЛНР та ДНР). З кожним роком кількість туристів, зацікавлених у воєнному туризмі в цих квазіутвореннях зростає, причому це як внутрішні туристи, так і є іноземні.

В Україні сьогодні практично відсутні системні дослідження особливостей формування та розвитку воєнного туризму в країні, тому що це відносно молодий напрямок туризму. Проте воєнний туризмвже має досить багато шанувальниківв Україні. Воєнний туризм в Україні почав активно розвиватися, починаючи з початку 2000 років. Починалося все з військово-спортивних ігор, туристичних поїздок місцями бойової слави, екскурсіями у військові музеї.

Зважаючи на те, що в Україні практично відсутня статистика щодо воєнного туризму, тому було проаналізовано показники галузі в цілому. Проведений аналіз туристичних в’їзних потоків у 2015-2021 роках показав тенденцію до зростання протягом 2010-2017 років, з переривом у 2014-2015 рр. Що пов’язано із початком війни на сході України. У 2018-2019 рр. відбулося незначне скорочення показників в’їзного туризму. Кардинальний злам відбувся у 2020 році – в’їзний туризм скоротився на 75%, через

пандемію. У 2020 р. світова економічна система зазнала безпрецедентних змін внаслідок пандемії COVID-19. Закриття кордонів між державами, штучне обмеження фізичного пересування споживачів туристичних товарів і послуг навіть у межах однієї країни чинили вкрай негативний вплив на галузь гостинності.

Було проведено SWOT-аналіз розвитку воєнного туризму в Україні, який показав, щоосновними його сильними сторонами є наявність ресурсів, які можна використовувати у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту. Можливості для розвитку воєнного туризму в Україні полягають у зростаючому інтересі до цього виду туризму. До слабких сторін воєнного туризму слід віднести відсутність фінансування, недоступність об'єктів, висока вартість турів. Основними загрозами для розвитку воєнного туризму в Україні є відсутність законодавчої політики у цій сфері, нечесні методи ведення бізнесу, несприятливі норми податкової політики

Напочатку повномасштабного вторгнення туристичнийсектор зупинився повністю. Ситуація була нестабільною, багато людей, щоб врятуватись, виїжджали за кордон. Проте поступово ставало зрозуміло, що війна буде тривати довго, томунеобхідно адаптуватись до нових реалій. Тому ближче до літа, яке є традиційно піковим сезоном для туризму, попит потроху почав відновлюватись. Однак, якщо порівнювати бронювання у 2022 році з 2020 роком, який також був складним через карантинні заходи, то падіння все рівно колосальне.

В України є непогані перспективи розвитку воєнного туризму, численні об'єкти історико-культурної спадщини стосуютьсячасів козацької доби, Північної війни, Першоїсвітової війни, Громадянськоївійни, Другоїсвітової війна, а тепер і російсько-української війни.

Сьогодні на території України продовжують створюватись ресурси, які в майбутньому стануть основою для розвитку воєнного туризму. Ще у 2014 році початок російсько-української війни (анексія АР Криму, окупація

Донецької і Луганської областей і ведення там активних бойових дій) і повномасштабне вторгнення 24 лютого 2022 року Росії на територію України стали причиною масштабних руйнувань місті сіл, створення фортифікаційних та оборонних споруд, формування певних ландшафтних утворень в процесі активних бойових дій (випалювання, вибухи,затоплення), залишків підбитої техніки та пошкодженої зброї, масштабні поховання постраждалого цивільного населення та військослужбовців, що викликає цікавість і бажання вшанувати пам'ять всіх постраждалих від війни у значної кількості людей.

Проаналізований зарубіжний досвід розвитку воєнного туризму у різних країнахдозволив сформувати основні напрями для поліпшення стану сучасного воєнного туризму в Україні. Основними з яких є:державна підтримка розвитку воєнного туризму; залучення іноземних інвестицій; впровадження цифрових технологій з метою поширення інформації про нові об’єкти воєнного туризму, що сприятиме більшій обізнаності про них туристів; створення на ринку туристичних послуг максимального балансу «ціна-якість», що відіграватиме важливу роль у розвитку воєнного туризму; створення нових маршрутів пам’яті, які будуть включати низку об’єктів воєнного туризму; проведення на базі об’єктів воєнного туризму масових заходів пам’яті про воєнні події,направлені на патріотичне виховання населення; створення організації, яка б відповідала за розвиток воєнного туризму в Україні.

Також на перспективи розвитку воєнного туризму в Україні може мати позитивний вплив зростання зацікавленості до воєнних подій, які відбуваються сьогодні в Україні, серед населення інших країн. Цесвідчить про тенденцію до збільшення туристів на території України після закінчення війни та створення безпечних умов для перебування іноземних туристів на території країни. Розвиток воєнного туризму повинен ще більше привернути увагу світової спільноти до подій і їх масштабів, що відбуваються в Україні. Зокрема так відбулося в Грузії після грузино-російської війни в 2008 році.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова С. А. Наукові дослідження в туристській індустрії: конспект лекцій (для студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» усіх форм навчання спеціальностей – Готельно-ресторанна справа і 242 – Туризм). С. А. Александрова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. 53 с.

2. Барвінок Н. В. Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. 2022. Вип. 18(2). С. 206-217.

3. Борисова О. В. Перспективи розвитку військового туризму. регіональний аспект. Економіка та держава. 2016. № 1. С. 56–59.

4. Голиборода І. Перспективи розвитку військово-історичного туризму на Львівщині. І. Голиборода. Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини. 2012.- Вип. 29(2). С. 45-50.

5. Дутчак, С.В., & Дутчак, М.В. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області. В Туристсько-краєзнавчі дослідження (Вип. 2, с. 123-136). Київ: Кармаліта. 1999. 253 с.

6. Зейд А. Кассуха Постконфліктні туристичні ландшафти: між спадщиною конфлікту та гібридизацією туристичної діяльності. Open edition journals. 2019. URL: https://doi.org/10.4000/viatourism.3984.

7. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. Е. Н. Ильина. М.: Финансы и статистика, 2007. 256 с.

8. Каднічанський Д. Історична спадщина УПА і туризм. Географія і туризм: європейський досвід. Львів, 2009. С. 63-66.

9. Каднічанський Д., Каднічанська Н. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: матеріали XIV Міжнародної наукової конференції.(Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів, 2020. С. 132-138.

10. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму. Київ: Знання. 2010. 502 с.

11. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. К.: Знання, 2011. 334.с.

12. Коцан Н. Методологічні основи дослідження туризму в регіоні. Коцан Н., Коцан Р., Сахнюк А., Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії № 1 (9),2021 с. 311-324

13. Кушнарьов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстримального та пізнавально-розважального туризму. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. 2018. №1. С. 107–118.

14. Левин В.И. Военно-исторический туризм как один из способов патриотического воспитания. Наука и культура России. 2017. С. 364, 365.

15. Любіцева О.О., Бабарицька В.К.. Туризмознавство: вступ до фаху. Київ: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет. 2008. 335 с

16. Мельник А. Нестандартні види туризму. Особливості функціонування військового туризму. Краєзнавство, географія, туризм. 2012. № 16. С. 3–5.

17. Мельник А. Нестандартні види туризму: особливості функціонування військового туризму. Київський збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2011. № 33. С. 350–353.

18. Сардак С. Є., Таран С. В. Потенціал «темного» туризму в країнах Європи. Економіка і суспільство. 2018. № 18. С. 27-34

19. Сисоєва С.О., Кристопчук Т.Є. Методологія науково-педагогічних досліджень: Підручник. С.О.Сисоєва, Т.Є.Кристопчук. Рівне: Волинські обереги, 2013. 360 с.

20. Смирнов І. Г. Регіональний аналіз ресурсної бази для розвитку військового туризму у США. Сучасний стан та перспективи розвитку економіки, обліку, фінансів та управління в Україні та світі: збірник тез

доповідей Міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 14 листопада 2017 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2017. С. 135-138

21. Сучасні різновиди туризму: навч. посіб. М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. К. : Знання, 2011. 334 с.

22. Титова Е.А. Військовий туризм як новий напрям на туристському ринку. Туризм і культурну спадщину. Міжвузівський збірник наукових праць. К., 2013. с. 94-101.

23. Шаблій, О. І. Суспільна географія. Книга третя. Проблеми теоретичних досліджень, геогуманістики, географічної освіти: [вибр. праці]. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка. 2017. 562 с.

24. Шаваринский Б. М., Зотов И. В. Роль и место патриотического воспитания как важнейшего направления патриотического воспитания молодёжи в современных условиях. Воспитание в современной образовательной среде. – 2015. – С. 83–92

25. Шамара І. М., Савченко М. Г. Вплив політичної нестабільності на розвиток туризму в країнах Близького Сходу. Вісник ХНТ імені В. Н. Каразіна. Харків. 2019. Вип. 10. С. 219-226.

26. Шандор Ф. Ф., Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму: підручник. Київ: Знання, 2013. 334 с.

27. Шелеметьєва Т. В. SWOT-аналіз як дієвий інструмент процесу управління розвитком туризму в Україні. Т. В. Шелеметьєва. Інтелект XXI. 2018. № 6. С. 110-113.

28. Bertram Gordon, War Tourism, Second World War France From Defeat and Occupation to the Creation of Heritage, Cornell University Press, Ithaca and London, 2018

29. Coelho, J. Turismo Militar como segmento do Turismo Cultural: Memória, Acervos, Expografias e Fruição Turística – Instituto Politécnico de Tomar. 2011. URL:http://webmanager.ipt.pt/mgallery/default.asp?obj=4048

30. Jedrysiak T., A. M. Military cultural tourism/ Militarna turystyka kulturowa (in Polish). Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2011

31. Hrusovsky M., Noeres K. Military tourism. The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism. 2011. P. 87–94.

32. Kowalczyk A. Turystyka historyczno-militarna. Wspolczesne formy turystyki kulturowej. 2009. №1. S.286-312.

33. Logan, W., Reeves, K. Places of pain and shame. Dealing with difficult heritage. Oxon: Routledge, 2009

34. Magee, R. & Gilmore, A. Heritage Site Management: From Dark Tourism to Transformative Service Experience? The Service Industries Journal, 35(15-16). 2015 p. 898-917.

35. Metreveli M., Timothy D.J. Effects of the August 2008 War in Georgia on Tourism and its Resource. Tourism, progress and peace. 2010. P. 134-148.

36. Venter D. Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, Volume. 2017. № 6 (1)

37. Webster, C., Ivanov, S. Tourism as a force for political stability. International Handbook on Tourism and Peace, Drava Verlag, Klagenfurt, Austria, 2014. P. 167-180.

38. Wiesbaden: Gabler. Kowalczyk, A. (2000). Geografia turyzmu. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

39. Yves-Marie Évanno, Johan Vincent, Tourisme et Grande Guerre. Voyage(s) sur un front historique méconnu (1914-2019), Éditions Codex, 2019

40. Zavarika G. M. Military tourism as a peculiarity of tourism development in a post-conflict territory. Journal of geology geography and geoecology. 2022. 31 (1). pp.186-193.

41. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації ООН URL: http://www.unto.org.

42. Смирнов І. Г., Хільчевська І. Г. Географія ресурсів для розвитку військового туризму Сполучених Штатів Америки. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. 2018.

URL:http://maptimes.inf.ua/CH_19/Ch19_Article7_Geography-of-military-tourism-in-USA.html

43. Смирнов І.Г., Бурніс В. Ресурсна база військового туризму у США. Туристичний бізнес: Світові тенденції та національні пріоритети. Матеріали VIII міжн.наук.-практ.конф. Х. : ХНУ імені В.Н.Каразіна, 2017. С.198-200.

44. Офіційний сайт Національного музею та меморіалу Першої світової війни. URL:https://www.theworldwar.org/

45. Офіційний сайт Меморіалу Другої світової війни. URL:https://www.nps.gov/wwii/index.htm

46. Офіційний сайт Національного музею Другої світової війни. URL:https://www.nationalww2museum.org/

47. Офіційний сайт USS Lexington Museum. URL:https://usslexington.com/

48. Офіційний сайт Національного музею авіації і космонавтики. URL:https://airandspace.si.edu/

49. Офіційний сайт Національного музею Тихоокеанської війни. URL:https://www.pacificwarmuseum.org/

50. Офіційний сайт Арлінгтонського національного цвинтаря. URL:https://www.arlingtoncemetery.mil

51. Офіційний сайт U.S. DepartmentofDefense. URL: https://www.defense.gov/

52. Pratt R. T. ROUTEING IN MILITARY TOURISM: GAMIFICATION AS AN IMPLEMENTATION PROPOSAL. Christine Copeland, Robert Thomas Pratt. Dissertação de Mestrado. 2015. 168 p.

53. There are lots of signs of military history in Estonia. URL:https://www.visitestonia.com/en/why-estonia/there-are-lots-of-signs-of-military-history-in-estonia

54. Foley, M., Lennon, J. Dark Tourism. The Attraction of Death and Disaster, London : Cengage Learning EMEA, 2000. 256 p.

55. Nilsic, S. Sarajevo Experiencing a Tourism Boom. Balkan Insight. 2010. URL:https://balkaninsight.com/2010/04/06/sarajevo-experiencing-a-tourism-boom/

56. Panic, K. Flourishing War Tourism in Bosnia. Fair Planet. 2019. URL: https://www.fairplanet.org/story/flourishing-war-tourism-in-bosnia/

57. Rose, E. War Tourism Flourishes in Bosnian Capital. Balkan Insight. 2016. URL:https://balkaninsight.com/2016/11/29/war-tourism-flourishes-in-bosnian-capital-11-28-2016/

58. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018)». Федеральное агентство по туризму URL: https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/gosudarstvennye-programmy-realizovannye-rosturizmom-do-2020-goda/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody

59. Атлас «Военно- исторические маршруты России». Федеральное агентство по туризму: URL: https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/gosudarstvennye-pro grammy-realizovannye-rosturizmom-do-2020-goda/federalnaya-tselevaya-prog ramma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018- gody

60. Туры военной тематики по России. Наша Россия: URL: http://russianasha.ru/tury-voennaya-tematika

61. Об утверждении Концепции федеральной целевой программы «Развитие внутренне-го и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025)». Электронный фонд правовых и нормативно- технических документов: URL: https://docs.cntd.ru/document/557414759

62. Пам’ятки козацької слави: 10 місць, де варто побувати URL:https://eventukraine.com/travel/pam-yatki-kozackoi-slavi-10-misc-de-varto-pobuvati/

63. Офіційний сайтпроекту 360war.in.ua.URL: https:// 360war.in.ua /uk

64. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/

65. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму. URL: https://www.tourism.gov.ua/