

**Міністерство освіти і науки України  
Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича**

**Географічний факультет  
Кафедра географії та менеджменту туризму**

**РОЗВИТОК ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ В ПОЛЬЩІ ТА ПОЗИТИВНИЙ  
ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ**

**Випускна кваліфікаційна робота  
Рівень вищої освіти – другий (магістерський)**

**Виконав:**  
студент II курсу, 620 групи  
Лахманюк Володимир  
**Керівник:**  
к.геогр.н., доц. Аніпко Н.П.

**До захисту допущено:**

на засіданні кафедри  
протокол № \_\_\_\_\_ від “ \_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023 р.  
Зав. кафедрою \_\_\_\_\_ доц. Король О.Д.

Чернівці – 2023

**ЗМІСТ:**

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ В ПОЛЬЩІ.....	6
1.1. Історичні.....	6
1.2. Природно-географічні.....	9
1.3. Соціально-економічні .....	12
Висновки до першого розділу .....	18
РОЗДІЛ 2. РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ ПОЛЬЩІ..	20
2.1. Природно-рекреаційні ресурси .....	20
2.2. Історико-культурні ресурси .....	30
2.3. Етнографічні та релігійні ресурси .....	42
Висновки до другого розділу .....	47
РОЗДІЛ 3. ТУРИЗМ ТА РЕКРЕАЦІЯ ПОЛЬЩІ .....	49
3.1. Туристсько-географічне положення країни.....	49
3.2. Місце країни на світовому/макрорегіональному туристичному ринку	56
3.3. Розвиток індустрії туризму .....	65
3.4. Опорний туристичний каркас країни .....	72
3.5 Пропозиції туроператорів на українському туристичному ринку по Польщі .....	76
Висновки до третього розділу.....	80
РОЗДІЛ 4. ПОЗИТИВНИЙ ДОСВІД УКРАЇНИ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В ПОЛЬЩІ.....	82
Висновки до четвертого розділу .....	89
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....	94

## ВСТУП

У сучасному світі, розвиток туризму стає ключовою складовою економічного прогресу країн, оскільки він має прямий вплив на численні сектори, такі як транспорт, будівництво, торгівля та зв'язок. Створення ефективної туристичної інфраструктури та сприяння розвитку туризму стають надзвичайно важливим завданням для урядів країн та суспільства в цілому. Однією з країн, яка успішно реалізовує ці завдання, є Польща.

Ця розвинена країна Європи славиться своїм природним середовищем та розвинутою інфраструктурою туризму, яка приваблює значну кількість туристів щороку. Вивчення досвіду Польщі надасть можливість зрозуміти сучасні тенденції та ефективні підходи до розвитку туризму та адаптації їхніх передових методик з урахуванням унікальних особливостей історії, соціально-економічного стану, фізико-географічних та культурних умов України. Такий підхід до дослідження є актуальним та перспективним з точки зору як теоретичного, так і практичного внеску у розвиток туристичної галузі.

Обрана дипломна тема має надзвичайну актуальність в сучасних умовах, враховуючи стрімке зростання ролі туризму в економічному, соціокультурному та екологічному вимірах. Дослідження цієї теми стає невід'ємною частиною стратегічного планування розвитку України та може внести вагомий внесок у вдосконалення національної туристичної галузі. Розвиток туризму в Україні може бути покращений через вивчення позитивного досвіду Польщі. Встановлення ефективних механізмів співпраці та обміну досвідом між країнами сприятиме уникненню помилок та раціональному використанню ресурсів.

Метою даної дипломної роботи є вивчення та аналіз розвитку туризму та рекреації в Польщі з метою визначення позитивного досвіду,

який може бути використаний для подальшого вдосконалення та розвитку туристичної галузі в Україні.

Об'єкт дослідження: розвиток туризму та рекреації в Польщі.

Предмет дослідження: механізми розвитку туризму, історія формування та використання туристичних ресурсів, туристична політика держави, культурно-історична спадщина та перспективи взаємодії між Польщею та Україною у галузі туризму.

Завданнями виступають:

- аналіз історії та етапів розвитку туризму в Польщі;
- вивчення ресурсів розвитку туризму та рекреації Польщі;
- з'ясувати сучасний стан туризму Польщі;
- здійснити аналіз туристичної інфраструктури;
- зіставлення туристичного потенціалу Польщі для розвитку України.

При написанні магістерської роботи були використані наступні методи: аналізу, синтезу, порівняльно-географічний, узагальнення, статистичний, картографічний. Історичний аналіз (для вивчення етапів розвитку туризму в Польщі та визначення ключових віх та тенденцій), аналітичний метод: для оцінки туристичної інфраструктури, маркетингових стратегій та просування, документальний аналіз (для оцінки державного регулювання туризму та вивчення існуючих стратегій), порівняльний аналіз (для зіставлення туристичного потенціалу Польщі та України).

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали роботи можуть бути використані в освітньому процесі під час проведення лекцій та семінарських і практичних занять.

Структура магістерської роботи. Магістерська робота складається із вступу, чотирьох розділів, висновків та списку використаних джерел.



## РОЗДІЛ 1. ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ Й РЕКРЕАЦІЇ В ПОЛЬЩІ

### 1.1. Історичні

У X столітті польська держава займала територію 250 тис. км<sup>2</sup>, а його населення становило 1125 тис. осіб. Тут переважало сімейне сільське господарство. В умовах панівного на той час натурального господарства формувалися зародки міст. Вони були результатом процесу відокремлення промислових і торговельних робіт від сільськогосподарських. Центри виробництва та обмін продуктами стали ремісничими поселеннями – «шопінг під замками». Першими містами були Гданськ, Волін, Щецин, Колобжег, Вроцлав, Ополе, Гнезно, Познань, Крушвіца або Краків. Найдавніша згадка про Польщу стосується автора Ібрагіма ібн Якуба: «Це найбільша з них (слов'янських) країн. (...) Вони примикають до Меско на сході – русь, на півночі – брус (пруси). Штаб-квартира Брус (знаходиться) на березі океану (Балтійського моря)» [1].

У Польщі, як і в інших країнах Європи, початок туризму пов'язаний з паломництвом (наприклад, візит німецького імператора Оттона III в 11 столітті). Фундаментальний вплив на розвиток середньовічного паломницького туризму будували релігійні місця [2].

Торгівля відігравала важливу роль у розвитку суспільно-економічного життя феодальної Польщі не лише на внутрішньому, а й на міжнародному рівнях, сприяючи взаємодії з іншими народами. Особливо поширені для візитів були такі міста, як Краків, Гданськ, Щецин або Колобжег. Міжнародна торгівля Польщі була зосереджена переважно на східному, західному та північному шляхах. Це було сприятливо не тільки як обмін товарами, а й обмін думками та досвідом повсякденного життя інших етносів. Так само поляки мандрували Європою з різними цілями.

Молодь у 14-16 столітті вступила до університетів, зазвичай в Італії. Поляки подорожували далекими краями, і під час подорожі записували свої враження та спостереження для тих, кому бракує коштів, можливостей чи сміливості. Для полегшення подорожей використовували спеціальні посібники. Серед них *Institutio Peregrinationum*, тобто путівник для подорожей, написаний на початку XVII століття Пьотром Мешковським і виданий у Кракові в 1614 році [1].

Перші дороги з твердим покриттям були побудовані в Королівстві Польському лише в 1819 році. Тому умови для подорожей у Польщі XVI століття були дуже важкими. Шляхами, зазвичай, подорожували купці, дипломати, лицарі, потім шляхта, магнати і підмайстри. Це були переважно цілеспрямовані поїздки для пізнання та задоволення. Проте особливої уваги заслуговують міжнародні контакти за цілями пізнавально-наук. Завдяки численним контактам із наукою та закордонними університетами до Польщі проникають ідеї Відродження. Вони відіграють важливу роль у міжособистісних контактах у Польщі XVI ст., а тому пошта Королівства Польського, починає перевозити посилки громадян. Це сталося у 1558 р., коли було започатковано поштове сполучення між Краковом і Венецією через Відень і Грац з власними поштовими станціями за межами Польщі, вона була заснована на принципі естафети, з'єднуючи тодішню Річ Посполита з Австрією та Італією [3].

Однак у XVII столітті відкрите ставлення польської шляхти до громад інших країн змінилося, манія величі поляків призвела до життя в сільській місцевості, а не подорожам. Література цього періоду містить приклади ігнорування сусідніх народів, що свідчить про ксенофобські настрої, також щодо іноземців, які приїжджають до Польщі [2].

З приходом Просвітництва у 18 столітті стали популярними подорожі з пізнавальною метою, поширені на рубежі. У 19 столітті Станіслав Сташич, Юліан Урсин Немцевіч і Вінцентій Пол стали пропагандистами

туризму в Польщі. Оpubліковані в 1805 р. праці С. Сташица «На землі гір колишньої Сарматії» та «Щоденник подорожі», а також видання Я. У. Немцевича «Спогади моїх часів» та «Історичні подорожі», містять багато наукового змісту, а також туристичні описи. Вінсенті Пол продовжив дослідження, розпочате С. Сташицем, займаючись, видаючи праці про погляд на північні схили Карпат і Північні Карпати східної Європи з точки зору природи. Важливе дослідження, яке сприяло зростанню інтересу до пізнавального туризму, стало видання 15 томів Географічного словника Королівства Польського. Також варто згадати про виданий у 1827 р. у Варшаві «Журнал земних подорожей» та журнал Columbus, виданий у 1829 році. Провідники туризму Станіслав Сташиц та Юліан Урсин Немцевич внесли пізнавальні та патріотичні елементи в польський туризм, який культивується досі [1].

Раптове зростання інтересу до туризму з'явилося також у Польщі як і в решті Європи, лише в другій половині 19 ст. Першими проявами підвищеного інтересу до активного відпочинку та занять фізичною культурою було створення в Галичині гімнастичного товариства «Соколь», а також спортивних і туристичних організацій, до яких належали Варшавське товариство велосипедистів і Варшавське товариство веслування. Перші міста з туристичними (курортними) функціями з'явилися в Польщі в 13-14 ст. До них належали Чепліце, Шльонське та Льондек-Здруй. Подальший розвиток курортів відбувся в 19 столітті. Особливо добре розвинулися Криниця, Колобжег, Сопот і Свіноуйсьце. Перші відомості про наявність лікувального джерела в сучасній Криниці походять з 1721 року. Лише наприкінці XVIII століття в результаті хімічних аналізів провів Б. Хаке зі Львова виявилось, що місцеві води мають лікувальний характер. Значно розвинути санаторій у Криниці. На межі 18-19 століть він почав набувати популярності в Карпатах гірський туризм. У 1815-1830 роках серед заможного дворянства та середнього класу стало



модним досліджувати країну. Зафіксовано поїздки до Кракова та Закопаного. З'являються перші путівники, будуються постійні двори і навіть готелі та пансіонати. У 1860 році він опублікував «Путівник для подорожей на Бабину Гору, Татри і П'єніни» [1].

Наступний розвиток туризму пов'язують з рухом соціально-економічних факторів на польських землях. Назагал, польський туризм має глибоке національне коріння.

Таким чином, у XV столітті Польща вже мала розвинену географічну структуру, яка визначала її туристичний потенціал. Розмір території та чисельність населення свідчили про значні ресурси для розвитку різноманітних форм туризму. Сімейне сільське господарство переважало, але зароджувалися міста як центри виробництва і обміну. Це створювало передумови для розвитку міського та культурного туризму. Релігійні місця, торгівля та обмін з іншими країнами відігравали роль у формуванні туристичного обличчя Польщі.

## **1.2. Природно-географічні**

Польща є однією з найбільших країн Центральної Європи з площею 312 679 квадратних кілометрів. Це робить її 9-ю за величиною країною в Європі та 63-ю у світі. Країна межує з Німеччиною на заході, Чехією та Словаччиною на півдні, Україною та Білоруссю на сході та Литвою та російським анклавом Калінінград на північному сході. Її північний кордон – це Балтійське море [4].

До особливостей природного-географічного середовища часто відносять те, що Польща розташована на важливих природних рубежах. Що стосується відносного розташування, то характерною рисою є розташування Польщі в перехідній зоні між компактною та великою територією Східної Європа та сильно розчленованої Західна Європа. Це

також перехідне місце між Карпатсько-Судетською дугою та Балтійським морем, де переважають низовинні райони Середньоевропейської рівнини (92% площі Польщі лежить нижче ізогіпси 300 м над рівнем моря). Що стосується геологічної будови, то Польща розглядається як прикордонна зона між трьома основними європейськими структурними одиницями (провінціями): докембрійською Східноєвропейською платформою, палеозойськими платформами і орогенів Західної Європи, а також гороподібним поясом Альпійської системи. З гідрологічної точки розташування Польщі цілком однозначно приписується Балтії. Морський водозбір, який займає 99,7% площі країни. Характерним є і кліматичне розташування: в тепломум помірному поясі, в перехідній області між морським і континентальним кліматом. Що стосується біосфери, то тут спостерігається поширення багатьох видів рослин і тварин [5].



Рис. 1.2. Мапа географічної локації Польщі [5].

Тобто природно-географічними передумовами розвитку туризму у Польщі виступають:

- Географічне положення, оскільки Польща розташована в центрі Європи, між Західною та Східною Європою, що робить її стратегічно важливим пунктом для туристів. Центральне розташування сприяє легкому доступу для відвідувачів з різних країн, що робить Польщу популярним напрямком для трансконтинентального та міжнародного туризму.
- Різноманітність ландшафтів, тому що Польща може запропонувати різноманітні природні умови. Гірські масиви, такі як Карпати на південному заході та Судети на заході, привертають любителів гірськолижного відпочинку та екстремальних видів спорту. Рівнини, які простягаються від північного заходу до південного сходу, створюють ідеальні умови для велосипедних прогулянок та пішохідного виду туризму. Річки, такі як Вісла та Одра, надають можливості для водних розваг та круїзів. Узбережжя Балтійського моря, яке простягається на півночі, відкриває можливості для морського відпочинку та водних видів спорту.
- Біорізноманіття: Національні парки, такі як Бельські Татри та Байкальський ліс, зберігають унікальні екосистеми та надають можливості для екологічного туризму та спостереження за дикою природою.
- Водні ресурси: Балтійське море та річки, такі як Вісла, створюють чудові умови для різних видів відпочинку біля води. Прибережні міста, такі як Гданськ, пропонують красиві морські пейзажі.
- Лікувальні ресурси, мається на увазі термальні джерела, зокрема в Закопаному та інших курортах, що роблять Польщу популярною для рекреаційного туризму та відновлювального відпочинку.

Отже, Польща, з розташуванням у центрі Європи та багатоманітністю природних умов, має значний потенціал для розвитку туризму. Її стратегічне географічне положення робить її доступною для подорожей з різних країн, що сприяє розвитку трансконтинентального та міжнародного туризму. Різноманітність ландшафтів, біорізноманіття, водні ресурси та лікувальні ресурси створюють різнобарвні можливості для

різних видів туризму, від гірського та пляжного відпочинку до екологічного та рекреаційного туризму.

### 1.3. Соціально-економічні

У Польщі, як і в інших країнах, розвиток туризму розпочався в першій половині XIX ст. Процес соціально-економічних змін, що відбувався в усьому світі, а особливо в Європі, створив сприятливі умови для розвитку туризму в Польщі. Однак у Польщі цей процес відбувався дещо інакше, ніж в інших європейських країнах. В інших країнах з нормальним розвитком національного життя одним із найпотужніших факторів, що сприяли утворенню товариств, був матеріальний. У Польщі комерційна сторона питання була менш важливою [6].

У Західній Європі туризм організовували насамперед люди, які відчували потреби ринку та отримані від нього прибутки, тоді як у Польщі це були насамперед соціальні активісти, оживлені почуттям культурної та національної місії. Туризм був одним із елементів загальнонаціональної кампанії, тому її організаційно-тематичний розмах охоплював таке широке коло питань.

Етапи розвитку туризму в Польщі завершуються наступними періодами:

- перший період охоплює період до 1873 року;
- другий період з 1873 по 1918 рр. – це період формування ідейних та організаційних основ польського туризму та екскурсійної діяльності;
- третій період, з 1918 по 1939 роки, охоплює роки туристичної діяльності в міжвоєнній Польщі;
- четвертий період з 1945 по 1989 рік відноситься до появи і розвитку туризму в Польщі;
- п'ятий період з 1990р [6].

Окремі етапи розвитку туризму та екскурсійної справи мають свою історичну специфіку, створену на тлі сформованих політичних, культурних і соціально-економічних умов.

У 1873 році було засновано Товариство «Галицькі Татри». Його метою було геологічне дослідження польських гір та їх популяризація, а також охорона природи та підтримка високогірної промисловості. Товариство об'єднало багатьох видатних спеціалістів і вчених і вело багатогранну діяльність. У 1874 році на Морському Оці був побудований перший гірський притулок. У 1876 р. притулок в Розтоці, а в 1894 р. в Галі Гонсениковій. Завдяки діяльності Татранського товариства розвиток Татранського регіону збільшився. Татри стали головною територією польських земель, а Закопане – головним туристичним і курортним містом. Згодом акція охопила й інші регіони Карпат [6].

У 1906 році у Варшаві було створено Польське туристичне товариство РТК як друга екскурсійно-туристична організація. Діяльність цього товариства мала різний характер. Піонерську роль у популяризації туризму та насиченні його патріотичним змістом відіграло Польське туристичне товариство. Організація поставила собі за мету збір туристичної інформації, збір наукових колекцій, організацію подорожей по країні, організацію туристичних виставок. Він зосереджувався на низинних районах [6].

Діяльність обох організацій призвела до значного розвитку пізнавального туризму. Польське суспільство, пробуджене національною свідомістю, спричинило зростання інтересу до місць, пов'язаних з історією країни. Головним центром туристичного руху став Краків. Поряд з пізнавально-кваліфікованим туризмом продовжував розвиватися відпочинковий туризм.

Залізничний транспорт вплинув на розвиток міста. Міста, які отримали залізничне сполучення, а саме: Закопане у 1899 році, Криниця у

1911 році, Кудова у 1905 році зафіксували значне зростання туристичного руху [7].

Курорти Нижньої Сілезії мали високу відвідуваність туристів. Безпосередньо перед Першою світовою війною особливо велика кількість туристів була зафіксована в Шклярській Порембі та Карпачі. Значне зростання туристичного потоку спостерігалось також у санаторіях, розташованих у прибережній зоні. У той час Свіноуйсьце стало одним із наймодніших місць для купання на Балтійському морі [6].

У 1935 році з ініціативи Міністерства зв'язку була створена Ліга підтримки туризму як асоціація, метою якої була організація та розвиток масового туризму.

У 1937 році з ініціативи Спілки сільської молоді «Віці», Профспілки кооперативних робітників, сільськогосподарських кооперативів і сільськогосподарських організацій було створено Туристично-відпочинковий кооператив «Громада». Кооператив гуртував навколо себе кооперативних і прогресивних діячів. Діяльність «Громади» не знайшла ні підтримки, ні допомоги у тодішньої влади. У 1938 році Асоціацією освітніх і культурних організацій було створено Центральне бюро відпочинку (ЦБВ). Ця організація об'єднала прогресивну, демократичну та ліву польську інтелігенцію, і хоча він існував лише рік, скерував понад 30 000 людей на дешевий сільський відпочинок, переважно в Живецькому регіоні. Ця перша спроба організації соціального туризму залишила надовго відбиток і на популярному сьогодні терміні «канікули» [5].

У міжвоєнний період почали формуватися перші обриси туристичної економіки. Туристичні перевезення стали елементом економічного інтересу для власників готелів, ресторанів, транспортних засобів, а також міської влади, яка вбачала в ньому чинник економічної активізації своїх міст. Існувала також необхідність популяризації туристичних цінностей окремих міст. Тому створюються економіко-пропагандистські асоціації, що

поєднують інтереси приватних осіб і органів місцевого самоврядування, які називаються асоціаціями підтримки туризму. Спочатку туристичні асоціації були створені в Кракові, а потім у Варшаві та Плоцьку, метою та завданням яких було нагляд за діяльністю окремих членів щодо досягнення максимального прибутку від туристичних послуг.

Створено туристичні агентства. Перша побудована у Львові в 1923 році. Туристична агенція «Орбіс». Спочатку це була приватна компанія, яку поглинув банк. Поряд з «Орбісом», який виріс у велике підприємство з 91 вітчизняною та декількома зарубіжними філіями, були й менші офіси. Засобом популяризації туризму шляхом організації туристичних послуг стало створення у 1928р. Туристична агенція ПТК під назвою «Пол тур». Приватними компаніями були «Ікар» і «Франкополь» [6].

1945-1965 роки були періодом значного зростання туристичного розвитку, хоча все ще недостатнього для туристичного руху, що постійно динамічно розвивався. Завдяки державній допомозі багато об'єктів було відбудовано з руйнувань Другої світової війни. Татри були перебудовані, а в Бескидах побудовані притулки. «Орбіс» побудувало низку сучасних готелів у найбільш відвідуваних містах, наприклад, у Варшаві, Кракові, Познані, Гданську. Розроблено багато нових водних маршрутів на Мазурах. Робочі місця та профспілкові організації збудували сотні будинків відпочинку та центрів. Паралельно з туристичним розвитком, завдяки реконструкції, зокрема, цілих історичних комплексів та окремих пам'яток та будівництво сучасних міських комплексів, створені належні умови для розвитку туризму [6].

Серйозним джерелом фінансових ресурсів для розвитку туризму в країні став Центральний фонд туризму та рекреації, створений відповідно до закону парламенту, з коштів якого в 1961-1967 роках було побудовано понад 39 тис. місць проживання, модернізовано понад 26 тис. місць.

У 1970-х рр. зростання туристичної бази було значно меншим. Комерційний туризм почав відігравати все більшу роль у моделі польського туризму. У 1980-х роках фіксується поступове зменшення туристичної бази та спад туристичного потоку. Це було пов'язано з соціально-економічною кризою в Польщі.

На рубежі 1989-1990 рр. в туристичну економіку, як і в економіку в цілому, були впроваджені принципи вільної ринкової економіки. Криза 1980-х років і витрати на економічні реформи призвели до значного зниження рівня життя населення та падіння попиту на туристичні послуги, частина закладів розміщення опинилася перед банкрутством, частина об'єктів була продана або передана місцеві органи влади, і всі вони були змушені адаптуватися до принципів вільної ринкової економіки [5].

Надії на вихід із цієї складної ситуації багато в чому пов'язані з розвитком іноземного в'їзного туризму. Однак лише деякі відвідувачі залишаються в Польщі більше одного дня і можуть вважатися туристами згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації. Інститут туризму оцінює кількість іноземних туристів у Польщі в 1996 році приблизно в 19,4 млн. іноземних туристів.

Розподіл туристичних і відпочинкових об'єктів у Польщі дуже нерівномірний, більшість із них у прибережних та гірських районах, в озерних районах та у таких воєводствах: Варшавське, Лодзьке, Познаньське та Краківське. Ступінь розвитку окремих воєводств не завжди відповідає їх туристичній цінності, що особливо помітно у східній частині країни, наприклад, у слаборозвиненому Розточчі, Ленчинсько-Влодавській рівнині. З середини 1960-х років розвивається кваліфікований туризм, переважно пішохідний, лижний, велосипедний і водний (вітрильний і байдарковий). У 1993 році в Польщі їх було 31 тис. км гірських і низинних туристичних маршрутів, 650 км лижних трас. Основними туристичними регіонами Польщі є: узбережжя Балтійського моря (особливо Тримісто та



півострів Хель), Мазурське поозер'я, Татри, Бескиди, Карконоші, найбільш відвідувані міста – Варшава та Краків. До найбільших польських курортів належать: Криниця, Івоніч-Здруй, Кудова-Здруй в Судетах, Душники-Здруй, Поляниця-Здруй, Свєрадув-Здруй, Іновроцлав, Устка тощо [5].

Підсумовуючи даний підрозділ, розвиток туризму в Польщі пройшов крізь різні етапи, кожен з яких відзначався визначеними тенденціями та історичним контекстом. Від пізнього ХІХ століття до сучасності туризм у Польщі зазнав численних змін, які відобразилися в його організаційній структурі та акцентуванні певних аспектів, таких як патріотичність чи культурна спадщина. Різноманітність цих етапів і динаміка їх розвитку створили унікальну та багатогранну картину туристичної історії Польщі, що продовжує приваблювати подорожуючих з усього світу. Зростання туристичного потоку перед Першою світовою війною, ініціатива створення Ліги підтримки туризму та інші спроби організації соціального туризму, такі як Туристично-відпочинковий кооператив «Громада», свідчать про вагомий вплив соціальних та культурних організацій на розвиток туризму в регіоні.

## Висновки до першого розділу

З появою Просвітництва та в середньовіччі в Польщі відзначається підвищеним інтересом до туризму, зокрема пізнавального. Зростання важливості фізичної культури та подорожей стало етапом у становленні туристичної індустрії. Літературні роботи та дослідження, такі як Географічний словник Королівства Польського, стали культурним фундаментом для туризму в країні. Рух соціально-економічних факторів сприяв подальшому розвитку туризму, включаючи формування курортів та інфраструктури для подорожей. Польський туризм зберігав національну ідентичність, вивчаючи свою культуру та розкриваючи природні багатства.

Польща, з урахуванням свого природно-географічного положення та різноманітності ландшафтів, виявляє значний потенціал для розвитку туризму. Її центральне розташування в Європі робить країну стратегічно важливим вузловим пунктом для трансконтинентальних та міжнародних подорожей. Велика різноманітність природних умов, включаючи гірські масиви, рівнини, річки та морське узбережжя, створює можливості для різних видів туризму.

Біорізноманіття та збереження природних резерватів надають можливостей для екологічного туризму, а водні ресурси, такі як Балтійське море та річки, створюють фундамент для водних видів розваг та спорту. Зокрема, ландшафтні особливості, такі як гірські ланцюги Карпат та Судети, привертають любителів гірськолижного відпочинку, водного спорту та активного відпочинку. Культурний спадок, представлений історичними містами та архітектурними пам'ятками, надає можливостей для культурного туризму. Тобто природно-географічні передумови Польщі сприяють її позиціонуванню як привабливого туристичного напрямку з багатим різноманіттям вражень для подорожуючих.

З історичної перспективи можна визначити, що розвиток туризму в Польщі відзначається особливими особливостями порівняно з іншими європейськими країнами. У підході до формування та розвитку туристичних ініціатив велику роль відігравали соціальні активісти з вираженим почуттям культурної та національної місії, що відрізняло Польщу від інших країн, де комерційний аспект був більш визначальним. Це призвело до того, що туризм у Польщі став не тільки засобом економічного розвитку, але і інструментом підтримки культурної спадщини та національної ідентичності.

Розвиток туризму в Польщі в міжвоєнний період і після Другої світової війни показує суттєвий внесок державних та соціальних ініціатив у створення та розвиток туристичної інфраструктури. Зокрема, створення туристичних асоціацій, агентств та кооперативів показало важливість співпраці між державними і соціальними структурами для підтримки та розвитку туризму. Виникнення та діяльність підтримуючих організацій сприяло популяризації туризму та створенню сприятливих умов для подорожей у різні куточки Польщі, зокрема. З початком Другої світової війни та подальшим впровадженням вільної ринкової економіки, туризм пройшов через різні етапи розвитку, з відзначеними спробами державної підтримки та змінами в туристичній інфраструктурі.

## РОЗДІЛ 2. РЕСУРСИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ ПОЛЬЩІ

### 2.1. Природно-рекреаційні ресурси

Туризм є галуззю, що найшвидше розвивається у світі, і в багатьох країнах – це головний сектор економіки. Клімат становить важливу частину екологічного контексту, в якому відбувається туристсько-рекреаційний відпочинок, іншими словами, клімат є ресурсом, який використовується для туризму. Оскільки туризм є добровільною та дискреційною діяльністю, участь часто залежатиме від передбачуваних сприятливих кліматичних умов. Зміцнення здоров'я було сильним мотивом для подорожей, оскільки в XVII-XVIII ст. було поширено відвідувати мінеральні і гарячі джерел. У двадцятому столітті відпочинок на сонці все ще сприймається багатьма людьми як життєво важливий фактор для їх благополуччя, незважаючи на занепокоєння щодо зв'язку між раком шкіри (через ультрафіолетове випромінювання). Пошуки цілющого, сприятливого клімату колись були прерогативою багатих, проте тепер стали масовим явищем [7].

Польський клімат характеризується високим ступенем мінливості погоди та значними змінами протягом кожного сезону. Середньорічна температура повітря коливається від 5°C до близько 9°C. Найтеплішою є південно-західна частина Польщі, а найхолоднішою – північно-східна частина країни та гірські райони. Відмінною рисою кліматичних характеристик Польщі є кількість холодних днів (з максимальною температурою нижче 0°C), які країна відчуває переважно в січні. Польща розташована в помірній кліматичній зоні, де переважають чотири чітко виражені пори року: осінь з вересня по листопад; зима з грудня по лютий; весна з березня по травень; і літо з червня по серпень. У Польщі є

два додаткові періоди, які описуються як рання весна (przedwiosnie) і рання зима (przedzimie). Січень і лютий зазвичай найхолодніші місяці [8].

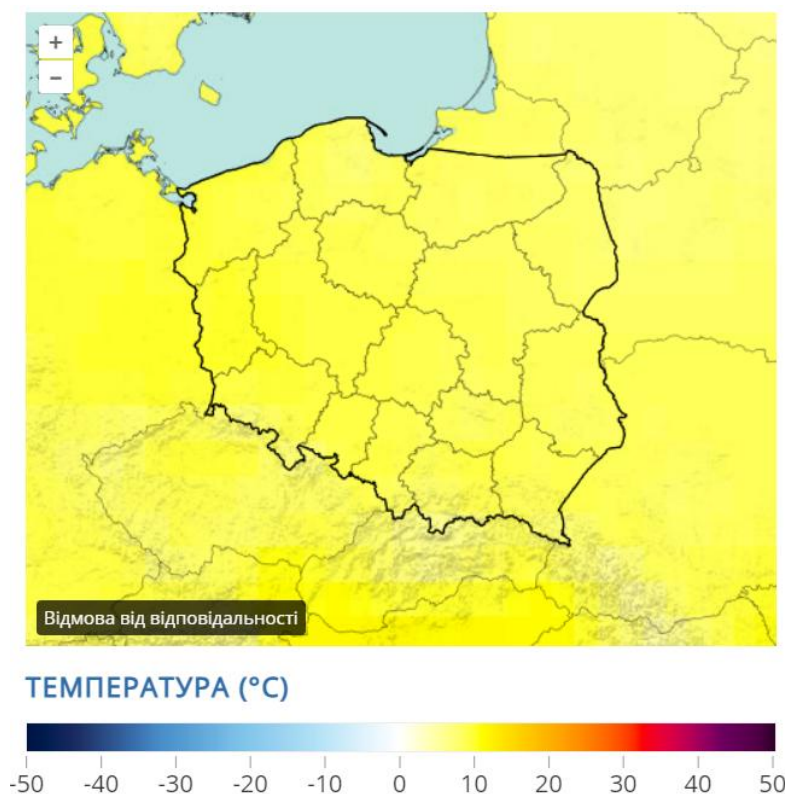


Рис. 2.1. Середня річна температура повітря у Польщі [8]

Над Польщею стикаються різні типи повітряних мас, що впливає на характер погоди та клімату. Основними залученими елементами є океанічні повітряні маси із заходу, холодне полярне повітря зі Скандинавії чи Росії та більш тепле субтропічне повітря з півдня. Ряд барометричних депресій рухається на схід уздовж полярної лінії цілий рік, відокремлюючи субтропічне повітря від холоднішого і приносячи до Польщі, як і до інших частин північної Європи, хмарні та вологі дні. Взимку полярно-континентальне повітря часто стає домінуючим, приносячи прохолодну, морозну погоду, а за нею йде холодніше арктичне повітря. Тепле, сухе, субтропічно-континентальне повітря часто приносить теплі дні наприкінці літа та осені [10].

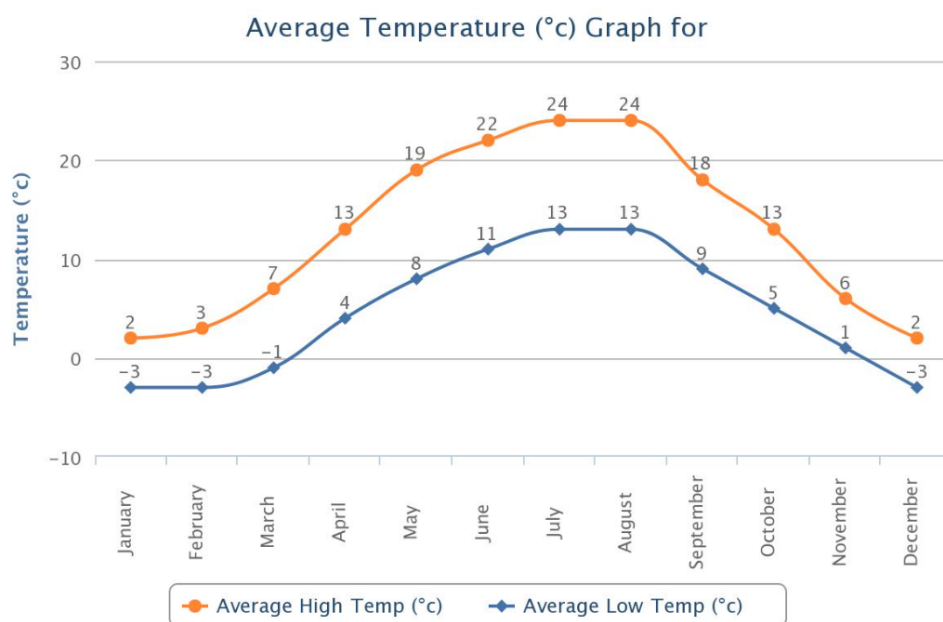


Рис. 2.3. Середня висока/низька температура повітря Польщі [9]

Середня річна кількість опадів становить близько 610 мм, але в горах ця цифра наближається до 787-1194 мм, знижуючись приблизно до 457 мм у центральній низовині. Взимку сніг становить близько половини загальної кількості опадів на рівнинах і майже повністю в горах [10].

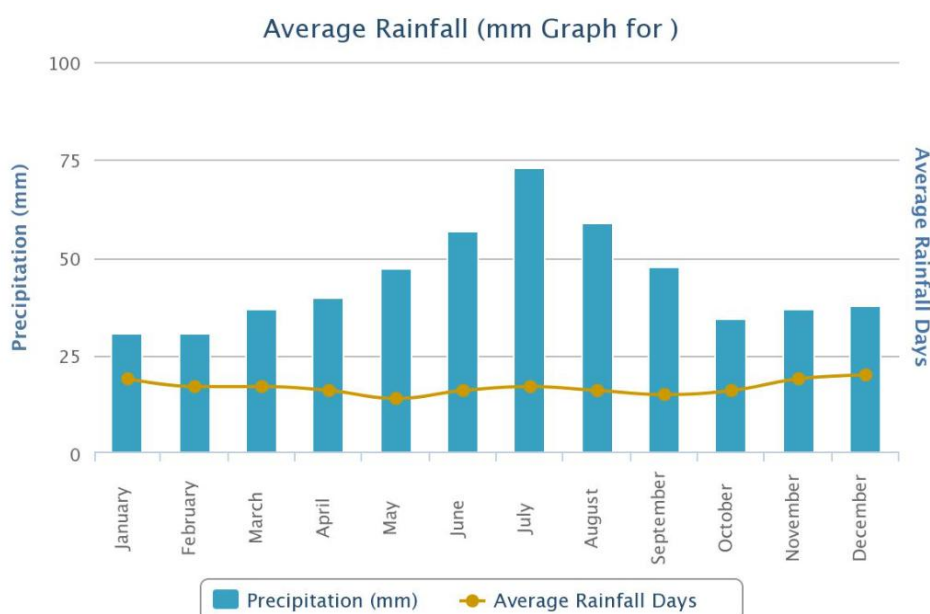


Рис. 2.3. Середня кількість опадів за кожен календарний місяць у Польщі [9]

Загальний клімат Польщі має перехідний і дуже мінливий характер між морським і континентальним типами. Тож, деякі науковці виділяють шість пір року: сніжна зима від одного до трьох місяців; рання весна на один або два місяці з чергуванням зимових і весняних факторів; переважно сонячна весна; тепле літо з великою кількістю дощів і сонця; сонячна, тепла осінь; і туманний, вологий період, що означає наближення зими [10].

Польща є однією з країн з дуже обмеженими водними ресурсами. Відновлювані ресурси прісної води на душу населення становлять  $1600 \text{ м}^3$  (середньорічні значення за багато років), тоді як уже рівень  $1700 \text{ м}^3$  на душу населення вважається критичним. Серед країн Європейського Союзу лише три країни мають нижчий рівень: Чеська Республіка ( $1500 \text{ м}^3$ ), Кіпр ( $400 \text{ м}^3$ ) і Мальта ( $200 \text{ м}^3$ ) [12].

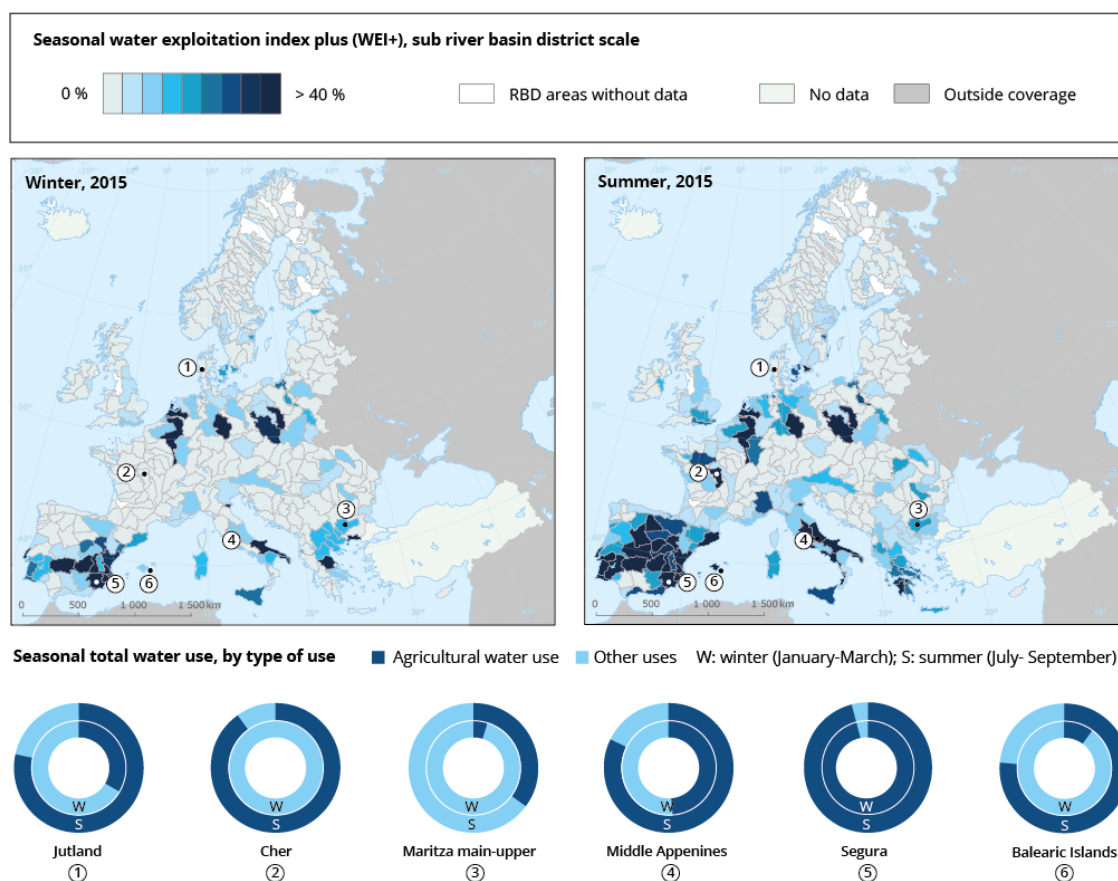


Рис. 2.4. Водні ресурси Європи

Найдовші річки: Вісла (пол. Wisła) – 1047 км та Одер (пол. Odra), який є частиною західного кордону Польщі, довжиною 854 км; її притока Варта довжиною 808 км; і Буг, притока Вісли, довжиною 772 км. Вісла й Одер впадають у Балтійське море, як і численні менші річки Померанії. Лина і Анграпа течуть через Преголю до Балтики, а Чорна Ганча впадає в Балтику через Німан. Тоді як переважна більшість річок Польщі впадає в Балтійське море, польські Бескиди є джерелом деяких верхніх приток Орави, яка тече через Ваг і Дунай до Чорного моря. Східні Бескиди також є джерелом деяких потоків, що стікають через Дністер до Чорного моря [13].

Річки Польщі з давніх часів використовувалися для судноплавства. Вікінги, наприклад, подорожували вгору по Віслі та Одери на своїх довгих кораблях. У середні віки та на початку Нового часу, коли Річ Посполита була житницею Європи, транспортування зерна та інших сільськогосподарських продуктів Віслою в напрямку Гданська і далі до Західної Європи набуло великого значення.

Маючи майже десять тисяч закритих водойм площею понад 10 000 м<sup>2</sup> кожна, Польща має одне з найбільших озер у світі. В Європі тільки Фінляндія має більшу щільність озер. Найбільшими озерами, площа яких перевищує 100 км<sup>2</sup>, є Снярдви та Мамри на Мазурах, а також Лебське та Дравське на Померанії. Крім озерних районів на півночі (на Мазурії, Помор'ї, Кашубії, Любущині та Великопольщі), є також велика кількість гірських озер у Татрах, з яких Морське Око є найбільшим за площею. Озеро з найбільшою глибиною – понад 100 м – це озеро Ганьча в озері Вігри, на схід від Мазурів у Підляському воєводстві. Серед перших озер, береги яких були заселені, – великопольські озера. Поселення на Біскупін, яке населяло понад тисячу жителів, було засноване ще до сьомого століття до нашої ери представниками лужицької культури [13].



Орографія країни сприяє розвитку транспорту і господарства, оскільки  $\frac{3}{4}$  її території характеризуються висотами менше 200 метрів над рівнем моря. Це особливо виразно виявляється в Польській низовині, де переважають льодовиково-акумулятивні форми рельєфу. Серед височин особливо слід відзначити Сілезьку. Гори, що займають лише 3% території, включають герцинсько-каледонські Судети та альпійські Карпати, де Високі Татри сягають до 2,5 км над рівнем моря [14].

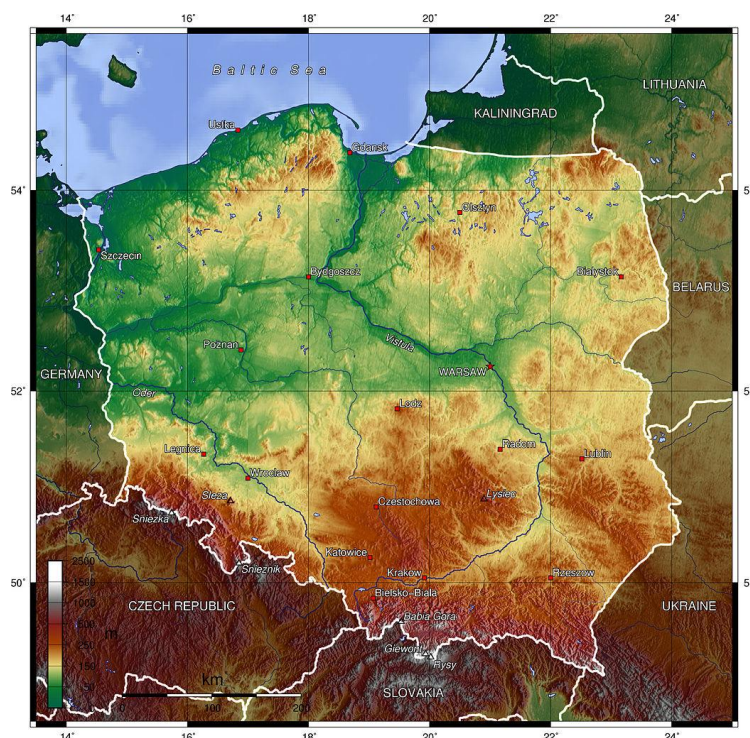


Рис. 2.5. Мапа рельєфу Польщі

Різноманітні та об'ємні корисні копалини становлять значний ресурс для Польщі, і найбільшим її багатством є вугілля. Сілезький кам'яновугільний басейн вважається одним із найбільших у світі, і його вугільні ресурси величезні. Крім Сілезького басейну, також видобувається кам'яне вугілля у Валбжихському та Люблінському басейнах. У другій половині ХХ століття Польща активно розробляла два буровугільних басейни – Конінсько-Турекський (розташований в центрі країни) і Богатинський (на кордоні з ФРН). Сілезька височина також має значні

запаси свинцево-цинкових руд, але родовища залізоруд на цьому регіоні вже вичерпані. Сандомирська котловина славиться як провідний регіон у світі з видобутку сірки, а також містить поклади кам'яної і калійної солей, але лише невеликі родовища нафти і газу. Польська низовина, хоча раніше вважалася бідною на корисні копалини, у 50-х роках ХХ століття розкрила свої багатства в родовищах мідної руди із супутнім сріблом. Через видобуток міді та срібла, Польща потрапила до світового топ-10 в цій галузі [14].



Рис. 2.5. Провінції мінеральних і термальних вод у Польщі [11]

В ґрунтовому покриві Польщі абсолютно переважають піщані та супіщані підзолисті ґрунти, які характеризуються невисокою природною родючістю. Однак ці ґрунти виявляються особливо придатними для вирощування картоплі, завдяки їхньому легкому механічному складу.

Невеликий обсяг чорноземів на лесовидних суглинках можна знайти лише на Південному Сході країни. Польща розташована в зоні широколистяних лісів, хоча природні ліси в практично незмінному вигляді практично не збереглися. Лісистість території становить близько 25%, але 70% лісовкритої площі припадає на сосну, яка переважає в штучно створених лісах. Однак ліси в Карпатах і Судетах мають велику промислову цінність, оскільки тут збереглися букові та ялинові деревостани [14].

У Польщі зустрічається різноманітний ландшафт, включаючи чудове морське узбережжя з дюнами, озера, сформовані льодовиками, старі ліси, рівнини, старовинні скелі та молоді Бескиди, а також єдиної в Європі Столові гори (пласкі, як столи), і навіть пустеля. На сході Польщі розташовані просторі рівнини з багатьма водними об'єктами. Річка Нарев, яка знаходиться поблизу Бялистока, є найбільш унікальною річкою в Європі, тоді як річка Бебжа, біля Гоньондза, перетворює околиці на обширні багатокілометрові болота. Північ Польщі вражає своєю піщаною територією, де пісок є дрібним, чистим і привабливим, навіть порівняно з Середземномор'ям. Береги Балтійського моря, обрамлені високими обривистими узбережжями, косами та півостровами, вражають своєю широкою пляжною лінією і прихованими в дюнах. Деякі дюни, зокрема в околицях Леби, мають рухливий характер і нагадують пустелю. Між Балтійським морем та рештою країни простягається озерний пояс, що є льодовиковою спадщиною, включаючи Дравське, Кашубське, Мазурське і Сувальське приозер'я. В Польщі більше 9 тис. озер, більшість з яких сформувалися в результаті діяльності льодовика. Найбільші озера, такі як Снярдви і Мамри, розташовані на Мазурах. Південну частину країни закриває гірський пояс - молоді Карпати, з найвищим пасмом, Татрами. Місто Закопане, розташоване біля підніжжя Татр, відоме своїм високогірним характером. Татри вражають западинами, печерами,

високогірними озерами і водоспадами, утвореними діяльністю льодовика [15].

Не так давно, всього 10-12 тисяч років тому, останнє заледеніння відступило, що призвело до чіткості рельєфу в місцевості. Одним з найкращих прикладів діяльності льодовика є територія Сувальського ландшафтного парку. Тут можна побачити підняття, що нагадують піраміди, тераси та «висячі» долини. Крім того, в Польщі є стародавні гори, існуючі понад 4,5 мільярда років з початку історії Землі. Це Судети, які неодноразово піддавалися ерозії, піднімалися знову і навіть були піддані вулканічній дії. Столові гори вважаються унікальними, оскільки їхня будова є не складчастою, а плитковою, з паралельним рівним заляганням шарів пісковиків [15].

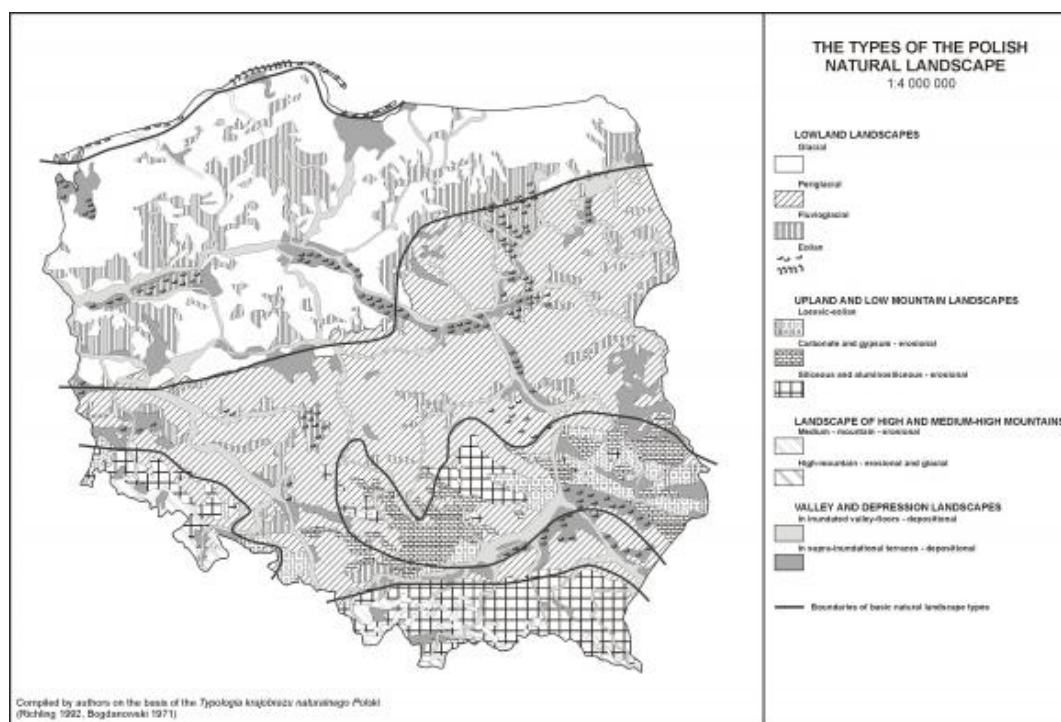


Рис. 2.6. Карта типів ландшафтів Польщі [16]

17 грудня 1919 року наукова спільнота виступила з пропозицією про створення Державної ради охорони природи в II Речі Посполитій. Спочатку колектив називався Тимчасова державна комісія з охорони природи, яка в

1925 році була перетворена в Державну раду з охорони природи. Правова охорона природи в Польщі здійснюється в основному на основі Закону про охорону природи від 16 квітня 2004 р. Відповідно до нього охорона природи полягає у збереженні, сталому використанні та відновленні ресурсів, творінь і компонентів природи. Чинний Закон про охорону природи виділяє такі форми охорони природи:

- національні парки;
- ландшафтні парки;
- природні заповідники;
- охоронювані ландшафтні території;
- пам'ятки природи;
- екологічні землі;
- природно-ландшафтні комплекси;
- охорона видів рослин, тварин і грибів [17]

Природний заповідник охороняє територію, яка виділяється з-поміж інших своїми природними, науковими, культурними чи ландшафтними цінностями. Роль заповідника полягає в охороні екологічно важливих екосистем, середовищ існування, рідкісних і зникаючих видів рослин, тварин, грибів, а також елементів неживої природи. Зараз у Польщі є 1501 заповідник загальною площею 169,6 тис. га, що становить лише 0,5% всієї території країни. Переважають лісові заповідники (746) загальною площею 68 тис. га (40% площі всіх заказників). У Поморському воєводстві 134 заповідники загальною площею 7,7 тис. кв. га [17]

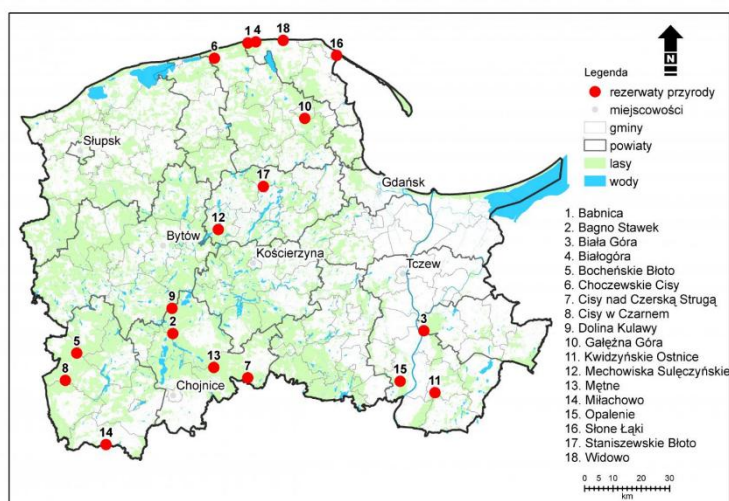


Рис. 2.7. Карта природних заповідників Польщі [17]

Таким чином, польський клімат відрізняється значною мінливістю погоди та суттєвими коливаннями протягом року. Він є перехідним між морським і континентальним типами, внаслідок взаємодії океанічних, полярних і субтропічних повітряних мас. Від Вісли та Одери, які зливаються в Балтійське море, до високогірних озер у Татрах, ці водні ресурси створюють різноманітні можливості. Використані віддавна для судноплавства та транспорту сільськогосподарської продукції, вони тепер представляють собою культурне, екологічне та економічне багатство країни з майже десятками тисячами озер та річок. Ландшафт Польщі представлений різноманітними природними формами, від морських узбереж і дюн до гірських регіонів і озер. Ця природна різноманітність, яка включає річки, гори, ліси і долини.

## 2.2. Історико-культурні ресурси

Історія Польщі налічує понад тисячу років, від середньовічних племен, християнізації та монархії; через Золотий вік Польщі, експансіонізм і становлення однієї з найбільших європейських держав; до її розпаду та розділів, двох світових війн, комунізму та відновлення



демократії. Польща з її глибоко вкоріненою історією пройшла чудовий шлях, сформований тріумфами, викликами та непохитним духом її народу. З самого початку Польща постала як земля, населена різними племенами, заклавши основу для багатой культурної спадщини. Процес християнізації приніс значні зміни, приєднавши Польщу до Західної Європи та встановивши її зв'язки з Католицькою Церквою.

У середні віки Польща процвітала за правління монархії, і Польська держава зростала як у розмірах, так і в впливі. Річ Посполита, утворена в 1569 році, стала однією з найбільш густонаселених країн Європи, що простяглася від Балтійського до Чорного морів. Цей період став золотим віком Польщі, який характеризується розквітом мистецтва, науки та торгівлі. У XVIII столітті відбулася серія розділів, які розділили та послабили країну, а частини її території були анексовані Росією, Пруссією та Австрією. Польща була стерта з карти більше століття, терплячи біль іноземної окупації та втрачаючи незалежність [18].

Польський народ ніколи не відмовлявся від своїх прагнень до свободи. Під час поділів і наступних періодів іноземного панування Польща бачила численні повстання та рухи опору як свідчення її незламності. Такі видатні постаті, як Тадеуш Костюшко та Юзеф Пілсудський, відіграли ключову роль у цій боротьбі за незалежність, розпалюючи вогонь національної ідентичності та надихаючи майбутні покоління [18].

20 століття принесло Польщі серйозні виклики та вирішальні моменти. Вона пережила спустошення двох світових воєн, оскільки на її території відбулися значні битви. Під час Другої світової війни Польща дуже постраждала від нацистської окупації, а її населення зазнало масових переслідувань і жахів Голокосту. Варшавське повстання 1944 року є символом польського опору та мужності перед обличчям переважаючих протистоянь. Післявоєнний період приніс нову еру викликів, коли Польща

підпала під комуністичне правління, ставши державою-сателітом Радянського Союзу [18].

Відновлення демократії в Польщі в 1989 році відкрило для країни нові горизонти. Здійснивши ринкові реформи та приєднавшись до Європейського Союзу в 2004 році, Польща пережила значне економічне зростання та модернізацію. Вона стала важливим гравцем на європейській арені, сприяючи регіональній стабільності та беручи активну участь у міжнародних справах. Сьогодні Польща стоїть як суверенна держава, яка пишається своєю культурною спадщиною та стійким духом. Її історія є свідченням стійкої сили та рішучості народу. Від середньовічних монархів до сучасної епохи демократії Польща залишила незгладимий слід в європейській історії та культурі [18].

З самого початку Польща була в центрі Європи – на перетині різних культур. Польща є конкурентоспроможною на європейському туристичному ринку у розрізі історично-культурного контексту, оскільки вона має багато цінних активів у вигляді місць і подій високої історичної цінності – свідчення польської та європейської історії, процвітаючої культури та мистецтва.

Історичний центр Кракова було внесене у 1978 році й було одним із перших об'єктів, вибраних до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Розташований у самому центрі міста, його чарівність старого світу приваблює туристів з усього світу. Район обертається навколо Rynek Główny, або Головної площі, яка є найбільшою середньовічною міською площею в Європі. Ринок завжди кипить життям, його кафе та кінні екіпажі завжди приваблюють екскурсантів. Красиві старі багатоквартирні будинки та низка історичних пам'яток розташовані на площі Старого міста, включаючи церкву Святого Войцеха, суконні ряди епохи Відродження Сукеннице (нагорі в яких розташована Національна галерея мистецтв), вежу Ратуші тощо. Краківська Droga Królewska, або Королівська дорога ,



пролягає прямо через Головну площу – вона починається від костелу Святого Флоріана, проходить повз Краківський Барбакан і закінчується біля вишуканого замку Вавель, де проживають польські королі та королеви [19].

Серед польських старих міст зі списку ЮНЕСКО також є ренесансний «Північну Падую», тобто Замостя. Один із дуже привабливих туристичних регіонів Польщі – Малопольське воєводство – багате на 5 об'єктів, занесених до списку ЮНЕСКО. Серед них, окрім уже згаданого Старого міста Кракова в межах старих стін, Вавельського пагорба та районів Казімеж і Страдом, регіон також може похвалитися всесвітньо відомими Королівськими соляними копальнями у Величці та Бохні або дерев'яними церквами Малопольщі. Не лише дерев'яні церкви входять до списку об'єктів ЮНЕСКО в Польщі, а й дерев'яні православні церкви в польських та українських Карпатах [20].



Рис. 2.8. Історичний центр Кракова

Замок Тевтонського ордену в Мальборку також входить до списку ЮНЕСКО в Польщі як унікальний архітектурний твір у світовому масштабі, чийі сміливі та новаторські технічні рішення пізніше були використані в інших фортецях.



Рис. 2.9. Зал Століття у Вроцлаві

До цієї знатної групи пам'яток країни потрапив і Зал Століття у Вроцлаві завдяки «революційному» використанню залізобетону як покриття з найбільшим у світі прольотом. Недалеко від Вроцлава можна відвідати надзвичайні Костели Миру в Яворі та Свідниці з вражаючими інтер'єрами, прикрашеними чудовою поліхромією. Якщо ви попрямуєте далі на захід до німецького кордону, ви опинитеся в парку Мускау, німецько-польському транскордонному об'єкті та найбільшому парку в англійському стилі в Польщі та Німеччині [20].



Рис. 2.10. Костел Миру в Яворі

Крім того, об'єкти культурної спадщини Польщі включають об'єкти, внесені до списку ЮНЕСКО за останні роки: рудник свинцевої, срібної та цинкової руди в Тарновських Гурах (у 2017 році) та регіон доісторичного смугастого видобутку кременю Кшемьонка (у 2019 році) [20].

До спадщини належать, давня, понад 500-річна Біловезька пуща як польсько-білоруська транскордонна територія та нещодавно внесені (у 2021 році) давні та споконвічні букові ліси Карпат [20].



### Рис. 2.11. Польський парк Мускау

Польське мистецтво різноманітне і багате. Історики розходяться в періодизації різних етапів, через які пройшла Польща. Слід підкреслити, що Польща пережила, як і інші європейські країни, різні епохи романського стилю, готики, ренесансу, бароко, рококо, імпресіонізму та сучасного мистецтва й архітектури. Ці періоди ніколи не мають гострих країв у жодній країні; вони тануть, розпливаються і переходять одна в одну.

Живопис дев'ятнадцятого століття, епоха репрезентативного митця, продовжує жити як свідчення життєздатності польської культури. Вона відображала всі грані польського життя. У той час як архітектура ранніх періодів перебувала під впливом західних концепцій, особливо в будівництві церков і палаців, живопис розвинувся з релігійного «розпису дощок» тринадцятого століття і еволюціонував на славу майстрів дев'ятнадцятого століття, які були дуже індивідуалістичними та світськими у своєму світогляді [21].

Ян Матейко (1838-1893) був найбільшим національним історичним художником Польщі. Обізнаний з історією та археологією, Матейко вирішив відобразити честь і славу минулого в таких масштабних полотнах, як «Грюнвальдська битва». Кожна деталь костюма та фону була старанно та правильно відтворена майстром та його учнями. Мистецтво Матейка мало не одну мету. Він хотів показати полякам їхню власну світлу історію в темні дні розколу [21].





Рис. 2.11. «Грюнвальдська битва» Я. Матейка

Видатним зразком пізньоготичного мистецтва Польщі є інтер'єр костелу Св. Марії в Кракові (розпочатий у 1477 р., завершений у 1785 р.). (Це фото взято з колекції малюнків під назвою Великі поляки Едварда Фрацького, Станіслава Бродзкі та Анджея Загорського [21].



Рис. 2.12. Інтер'єр костелу Св. Марії в Кракові

Протягом двадцятого століття в незалежній Польщі відбулася велика активність у сфері мистецтва, яка тривала аж до Другої світової війни. Приблизно в 1948 році під радянським впливом було введено стиль соціалістичного реалізму, особливо в сфері архітектури та скульптури

масивних пам'ятників. Прикладом цього є Палац культури у Варшаві, який величезний і схожий на коробку. Проте з 1955 року відбувся ренесанс мистецтва від музики до драматургії, і польський плакат був визнаний одним із найвидатніших у своєму роді у світі [21].



Рис. 2.13. Палац культури у Варшаві

Під час Голокосту Другої світової війни багато культурної спадщини було знищено, здебільшого – навмисно, коли, наприклад, нацистська армія систематично мінувала та руйнувала Старе місто у Варшаві. Після війни Старе місто було ретельно відтворено до майже ідеальної копії його колишньої будови. Палац Лазенків, будинок останнього короля, є перлиною класичного дизайну вісімнадцятого століття і також був реконструйований. Відвідувачі палацу можуть відвідати експозицію пошкоджень, завданих будівлі. Віланов, що знаходиться недалеко від Варшави, і будинок короля Яна Собеського також був ретельно відремонтований. Його парки та сади ретельно доглянуті [21].

Одним із відомих прикладів такої відданості є робота відомого вченого та історика мистецтва Кароля Естрайхера з Ягеллонського



університету. Йому та його колегам вдалося відстежити знаменитий вівтар Віта Ствоша, який нацистська армія сховала в Нюрнберзі. Він був знайдений і повернутий до Кракова, і є чудовим видовищем, відновленим на своєму початковому місці в костелі Святої Марії [21].



Рис. 2.14. Вівтар Віта Ствоша

Окреме місце займають музеї. Наприклад, Музей історії Польщі у Варшаві (МНР) представляє найважливіші течії в історії польської держави та нації з особливим наголосом на темах, що стосуються парламентської традиції, інституцій, громадських рухів та боротьби Польщі за свободу та незалежність. Музей активно сприяє міжнародному іміджу Польщі, представляючи польську історію та культуру іноземній аудиторії в цікавій та легкій для сприйняття формі. Таким чином, музей бере участь у міжнародному діалозі та орієнтується на найближчих сусідів Польщі. МХП організовує конкурс «Історична подія року» для відзначення організаторів, творців та ініціаторів найцікавіших історичних проєктів [22].

Замковий музей у Мальборку та підпорядковані йому замки Квідзин і Штума становлять найважливішу культурну спадщину. Заклад має двадцять три колекції в галузі мистецтва, ремесел, архітектури та

історії. Найцікавіші з них – колекції бурштинових виробів, предметів військового призначення, нумізматики, архітектурних деталей і скульптур. Замок Мальборк внесено до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Музей бере участь у програмах міжнародного співробітництва, таких як, наприклад, міждисциплінарна дослідницька програма «Екологія хрестових походів» [22].

Завдання музею та меморіалу Аушвіц-Біркенау – зібрати колекції рухомого майна, що залишилося після Освенцима, та документів, пов'язаних з табором, охороняти території колишнього Освенцима та поширювати історію Освенцима, особливо щодо майбутніх поколінь. Територія колишнього нацистського концентраційного табору смерті внесена до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У музеї знаходиться Міжнародний освітній центр про Аушвіц і Голокост, який співпрацює з багатьма установами по всьому світу. Музей організовує Міжнародну літню академію для педагогів і вчителів з усього світу [22].

Метою музею Варшавського гетто є відображення трагічних подій, що відбулися під час окупації Польщі Німеччиною під час Другої світової війни, а також вшанування пам'яті тих, хто жив і страждав у Варшавському гетто. У квітні 1941 року понад 400 000 людей були скупчені на площі близько 3 км<sup>2</sup>. Завдяки своєму розташуванню музей є візитною карткою довоєнної єврейської Варшави поруч із такими збереженими пам'ятками, як синагога Нозиків, Єврейський історичний інститут та єврейський цвинтар на вулиці Окоповій [22].

Музей Івана Павла II та Примаса Вишинського поширює знання про особисті історії Кароля Войтили та Стефана Вишинського. Це сховище розповідей цих надзвичайних людей про їхнє дитинство, родини, покликання та дорогу, яка привела їх до Церкви. Завдяки цитатам і фільмам вони постають не просто як лідери церкви, але як живі



вчителі. Їхнє ставлення до сімейних трагедій, поведінка під час складних історичних подій і реакція на своїх мучителів можуть надихати своєю універсальністю. Музей співпрацює з музеями та дослідницькими центрами Італії та є співорганізатором міжнародних навчальних візитів [22].

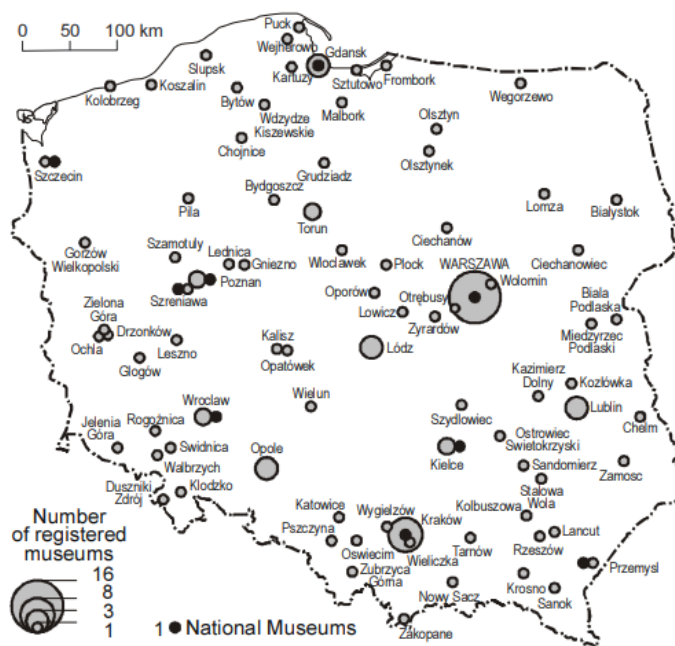


Рис. 2.15. Місцезнаходження музеїв на мапі Польщі

Національний морський музей у Гданську збирає, зберігає та оцифровує реліквії, пов'язані з судноплавством, суднобудуванням, суднобудуванням, морським живописом, рибальством, а також поширює знання про морську історію Польщі. Він бере участь у роботі Комітету спадщини Балтійського регіону та Інтегрованого управління морською культурною спадщиною регіону Балтійського моря [22].

Музей Сілезьких П'ястів у Бжегу займається історією Сілезьких П'ястів і п'ястовськими традиціями в історичному районі П'ястів, а також збирає артефакти, пов'язані з історією міста та Бжезького краю. Музей організовує виставки та проводить освітні програми та майстер-класи для дітей, молоді, студентів та людей похилого віку [22].

Таким чином, культурні ресурси Польщі відіграють ключову роль у розвитку туризму та залученні уваги світової громадськості. Багатий спадок історії, мистецтва та архітектури стає не лише джерелом національної гордості, але і привабливим фактором для туристів. Туристичні об'єкти сприяють економіці країни та сприяють обміну культурним досвідом між націями. Такий підхід до розвитку культурних ресурсів сприяє їх збереженню і стимулює розуміння та взаємодію між різними культурами.

### **2.3. Етнографічні та релігійні ресурси**

Населення Польщі складає 37,7 мільйонів (червень 2023), незважаючи на повернення емігрантів. Поляки, як правило, доброзичливі та активні люди, які люблять займатися позакласними заходами, подорожами та сімейними посиденьками. Польські сім'ї бувають різних форм і розмірів, деякі ведуть дуже спокійне життя, інші досить зайняті, або ж навпаки – надто галасливі. Хтось часто їздить у подорож або на природу, а хтось проводить більшу частину часу вдома. Сім'ї також походять з різних соціально-економічних верств населення. Сім'ї зазвичай збираються в неділю, щоб пообідати з найближчими та дальшими родичами, тому в польському населенні – неділя слугує як офіційний вихідний, що важливо знати для мандрівників. Польське суспільство є молодим і добре освіченим, з сильним почуттям ініціативи та творчості [24].

рік	Населення	Річна % зміна	Річна зміна	Мігранти (нетто)	Середній вік	Коефіцієнт народжуваності	Щільність (Р/км <sup>2</sup> )	Міська поп %	Міське населення	Частка країни у світовій поп- музиці	Населення світу
2023 рік	41 026 067	2,93 %	1 168 922	-910 475	40,0	1.47	134	55,2 %	22,658,118	0,51 %	8,045,311,447
2022 рік	39,857,145	4,04 %	1 549 419	3,366,387	40,3	1.46	130	56,9 %	22,695,137	0,50 %	7,975,105,156
2020 рік	38,428,366	-0,17 %	-65 235	-779	40,5	1.45	125	59,3 %	22,781,639	0,49 %	7,840,952,880
2015 рік	38,553,146	-0,02 %	-8 841	-25 426	38,7	1.32	126	59,8 %	23 065 377	0,52 %	7,426,597,537
2010 рік	38,597,353	0,01 %	4,288	-8 835	36,9	1.41	126	60,5 %	23,335,927	0,55 %	6,985,603,105
2005 рік	38 575 911	0,04 %	14 296	-21 324	35,6	1.24	126	61,1 %	23 574 790	0,59 %	6,558,176,119
2000 рік	38,504,431	0,05 %	20 491	315,602	34,3	1.37	126	61,8 %	23 791 900	0,63 %	6,148,898,975
1995 рік	38 401 978	0,18 %	67,545	-48 065	33,0	1.63	125	61,6 %	23,645,810	0,67 %	5,743,219,454
1990 рік	38 064 255	0,47 %	177 019	-41 244	31,5	2.05	124	61,1 %	23,254,781	0,72 %	5,316,175,862
1985 рік	37,179,160	0,92 %	331,546	-12 963	29,8	2.32	121	59,9 %	22,255,565	0,76 %	4,861,730,613
1980 рік	35,521,429	0,94 %	324,332	-12 083	28,5	2.25	116	58,1 %	20 640 994	0,80 %	4,444,007,706
1975 рік	33 899 770	0,86 %	283,365	-28 852	27,4	2.28	111	55,4 %	18 776 569	0,83 %	4,069,437,231
1970 рік	32,482,943	0,79 %	251,772	-71 601	27,3	2.26	106	52,4 %	17 011 282	0,88 %	3,695,390,336
1965 рік	31 224 081	1,14 %	342,836	-18 112	26,5	2.53	102	50,3 %	15,718,434	0,94 %	3,337,111,983
1960 рік	29 509 903	1,72 %	482,141	-20 564	25,6	3.03	96	48,1 %	14,181,448	0,98 %	3,019,233,434
1955 рік	27 099 199	1,80 %	462,593	-28 163	25,1	3.58	88	43,5 %	11 779 020	0,99 %	2,746,072,141

Рис. 2.16. Історичні дані про населення Польщі [25]

Польське розуміння мультикультуралізму значно відрізняється від європейських країн, оскільки він переважно базується на історичній пам'яті, посиляючись на «золотий період» політичного життя Речі Посполитої Польщі та Литви в XVI-XVII ст., в якому проживають релігійні, етнічні та мовні групи.

Перед Національним переписом населення експерти підраховали, що загальна кількість корінних етнічних меншин у Польщі становила від 2% до 4% від загальної кількості населення. Лише 471 500 (1,23%) респондентів зазначили іншу національність, кількість була такою: білоруси (48 тис.), чехи (386), литовці (5846), німців (152897), вірмен (1082), росіян (6103), словаків (2001), українців (30 957) і євреїв (1133). Польське законодавство також визнає чотири етнічні меншини, обгрунтовані історично: роми (12 855), татари (495), лемки (5 863) і караїми

(43). Особлива категорія визнається як одна така мовна меншина, тобто кашуби (5063), інші «неісторичні» меншини майже не згадуються як присутні і до них ставляться як до іммігрантів [26].

Сьогодні польське суспільство є досить однорідним, коли йдеться про релігію, і в 2018 році приблизно 95% були католиками. Польща продовжує залишатися однією з найбільш релігійних країн Європи. Згідно з дослідженням 2020 року, 91% поляків вважають себе віруючими. Частка людей, які регулярно відвідують меси, богослужіння та зустрічі, залишається досить високою. Згідно з дослідженням CBOS, до пандемії COVID-19 47% людей займалися регулярно (принаймні раз на місяць), 38% нерегулярно (принаймні кілька разів на рік), а 15% вважали, що не практикують. У 1997–2007 роках частка регулярно практикуючих людей досягала 58%. Проте поляки мають неоднозначні думки щодо релігії в публічному просторі. У той час як релігія в публічному просторі широко сприймається, і лише 11% респондентів виступають проти демонстрації хрестів у громадських місцях і 22% проти уроків релігії в школах, аж 62% респондентів вважають, що Церква не повинна коментувати важливі закони, а 81% стверджують, що священники не повинні вносити жодних пропозицій щодо того, як люди мають голосувати на виборах [27].

Кажуть, що паломництво є найдавнішим видом туризму, оскільки воно практикувалося ще в середні віки. Безумовно, це все ще одна з найважливіших галузей туризму, а місця паломництва є цікавими напрямками для відвідування з точки зору релігії, архітектури та сакрального мистецтва. Вони також часто є благодійними та освітніми центрами. У Польщі більшість релігійних місць пов'язані з Божою Матір'ю та її образами. У понад 400 містах, містечках і селах є образи Мадонни, що славляться грацією та чудесами. 180 з них увінчані апостольською капілею, що свідчить про посилення культу в даній місцевості, пов'язаного зі святими образами [28]:

- Кальварія Зебжидовська, заснована у 1602 році, є єдиною у світі Голгофою, яка внесена до списку ЮНЕСКО. Він складається з монастиря та ряду маньєристичних церков і каплиць, де зберігається Свята ікона Матері Божої Кальварійської. Місце, яку часто відвідує Папа Іван Павло II, приваблює мільйони туристів і паломників щороку;
- Найважливішим місцем паломництва в Польщі є монастир Ясна Гора в Ченстохові, куди люди приходять помолитися біля образу Чорної Мадонни, який був привезений до монастиря Паулінів у 1382 році і з тих пір є місцем паломництва;



Рис. 2.17. Монастир Ясна Гора

- Монастир Непокаланув (так називають Місто Пречистої Богородиці) знаходиться в 42 км на захід від Варшави. Монастир був заснований у 1927 році братом Максиміліаном Кольбе, який пізніше був канонізований як святий мученик Католицької Церкви;
- Ліхень-Старий, де знаходиться санктуарій Матері Божої Скорботної, Королеви Польщі, нині відомий чудотворним малюнком Діви Марії, що

датується часами Наполеона. Щороку його відвідують понад два мільйони паломників. Крім базиліки Ліхен, тут є історична церква Св. Дороті, де до 2006 року зберігалася чудотворна картина;

➤ Вадовіце, розташоване приблизно за 30 миль на південний захід від Кракова, є батьківщиною Івана Павла II. Щороку сотні тисяч паломників і туристів приїжджають до Вадовіце, щоб побачити скромний житловий будинок, де Іван Павло II жив у дитинстві, і спробувати знамениту «кремовку», улюблену випічку Папи Римського з кремовою начинкою.

У висновку, населення Польщі, складаючи 37,7 мільйонів, відзначається культурною різноманітністю та високим ступенем релігійності. Поляки ведуть активний спосіб життя, високо цінують родинні традиції та практикують паломництва до релігійних місць. Мультикультурний характер країни визначається історичною пам'яттю, а також прийняттям різних етнічних груп. Усе це впливає на культурний ландшафт, туризм та суспільні відносини, формуючи унікальну ідентичність і стабільність Польщі в європейському контексті.

## Висновки до другого розділу

Клімат Польщі, характеризується великою мінливістю погоди та значними змінами протягом року. Польський клімат є перехідним та мінливим між морським і континентальним типами, що визначається взаємодією океанічних, полярних і субтропічних повітряних мас.

Польща стикається з серйозним обмеженням водних ресурсів, оскільки рівень відновлюваних прісних вод на душу населення перебуває на критично низькому рівні, а саме 1600 м<sup>3</sup>. Ця ситуація робить її однією з країн з найменшим обсягом водних ресурсів в Європейському Союзі. Річки та озера Польщі відіграють важливу роль у її історії та розвитку. З Вісли та Одери, які впадають у Балтійське море, до гірських озер у Татрах, водні ресурси країни створюють унікальний ландшафт. Ці водойми використовувались від давніх часів для судноплавства та транспортування сільськогосподарських продуктів. З більш ніж десятьма тисячами озер, зокрема Снярдви, Мамри, Лебське та Дравське, Польща має значний потенціал для туризму та рекреації.

Ландшафт Польщі представлений різноманіттям природних форм, від морських узбережь і дюн до гірських регіонів і озер. Ця природна різноманітність, яка включає річки, гори, ліси і долини. Останнє заледеніння, яке відступило недавно, залишило чіткий рельєф місцевості, формуючи високогірні регіони, гірські озера і території з унікальними природними утвореннями. Польща має джерела річок, високогірні області, та навіть власну пустелю.

Історія Польщі, яка включає періоди перемог і трагедій, глибоко вплинула на її сучасний культурний обличчя та національну самосвідомість. За великої кількості історичних подій, у тому числі розділу та відновлення незалежності, польський народ зумів зберегти свою ідентичність і виражати її через мистецтво, літературу та традиції. Такий

контекст надає унікальну глибину інтерпретації та розуміння культурних ресурсів країни.

З історичною пам'яттю про «золотий період» політичного життя в XVI-XVII столітті, Польща відзначається своїм унікальним розумінням мультикультуралізму. За останні роки, країна стала домом для різних етнічних меншин, які зберігають свою ідентичність. Однак при цьому можна помітити важливий аспект – роль історичної пам'яті у формуванні взаєморозуміння та співжиття різних культурних груп.

Релігійна обліковість в Польщі має значний вплив на культурний та туристичний ландшафт. Поляки, зберігаючи високий рівень вірності, відзначаються активністю у паломництвах. Це створює унікальні туристичні маршрути та сприяє розвитку сакрального туризму в країні. Такий підхід до релігії впливає і на громадське сприйняття, зокрема щодо участі церкви в політиці та соціальних питаннях, що відображає різноманіття поглядів у польському суспільстві.



## РОЗДІЛ 3. ТУРИЗМ ТА РЕКРЕАЦІЯ ПОЛЬЩІ

### 3.1. Туристсько-географічне положення країни

Як відомо, Польща межує з Німеччиною на заході, Чехією на південному заході, Словаччиною на півдні, Україною на південному сході, Білоруссю на сході та Литвою, росією на північному сході. Країна також має спільні морські кордони з Данією та Швецією.



Рис. 3.1. Карта географічного розташування Польщі

Кілька авіакомпаній здійснюють рейси до Варшави та Кракова, двох найпопулярніших міст Польщі, але також зростає кількість рейсів до Гданська, Вроцлава та Познані з основних напрямків Західної Європи. Польща має залізничне сполучення з усіма сусідніми країнами. Кілька прямих поїздів щодня прибувають до Кракова та Варшави з Праги, Будапешта та Відня, а Познань, Вроцлав і Варшава мають регулярне сполучення з Німеччиною. Кілька польських автобусних компаній, у тому числі, надають послуги з усіх великих європейських столиць до Варшави,

Кракова, Гданська та інших польських міст. На південному кордоні щоденно ходять громадські автобуси до Закопане зі словацького курорту Попрад [29].

Згідно з Lonely Planet, Польща має чудову систему громадського транспорту:

➤ Подорожувати поїздом у Польщі може бути хорошим варіантом, однак польські поїзди не такі пунктуальні та комфортні, як німецькі чи японські. З кожним роком польська залізнична система вдосконалюється. Те, що було нормою 10 років тому (наприклад, 2 години очікування на потяг), сьогодні вже не є стандартом. Потяги в Польщі тепер досить пунктуальні та комфортні. Залізничні вокзали реконструюються, і сьогодні більшість із них сучасні та оснащені кондиціонерами. Вся країна має доступ до залізничної системи, однак є багато місць, куди просто не можна подорожувати потягом, наприклад, до маленького гірського містечка. Деякі залізничні квитки можна придбати онлайн, але не всі (особливо на міжнародні маршрути);

➤ У Польщі є два види автобусів: державні та приватні. Громадські автобуси повільніші та старіші. Приватні швидкісні, з кондиціонером і в більшості з них є Wi-Fi. Громадські автобуси називаються PKS. Що стосується приватних автобусів, то найпопулярнішими є: FlixBus (former Polski Bus), Neobus, Polbus, Voyager;

➤ У той час як трамваї та автобуси популярні у великих містах Польщі (Краків, Лодзь, Познань, Вроцлав, Гданськ тощо), метро поки що доступне лише у Варшаві. Що стосується квитків, то зазвичай їх можна придбати в квиткових автоматах. У іншому випадку – придбати квиток у кіоску;

➤ літаки все ще не є найпопулярнішим способом пересування Польщею. В основному через погане сполучення та високі ціни на квитки.

➤ Що стосується внутрішніх рейсів, якщо летіти з Варшави, то можна дістатися будь-куди. Однак, якщо розпочати свою подорож з іншого місця,

то можуть виникнути труднощі з пошуком потрібного маршруту. Щодо 2020 року два основних перевізника пропонують внутрішні рейси до Польщі: LOT (Польські авіалінії), Ryanair. Наприклад, можна полетіти з Кракова до Гданська (узбережжя Польщі) RyanAir всього за 10 доларів в один бік [30].

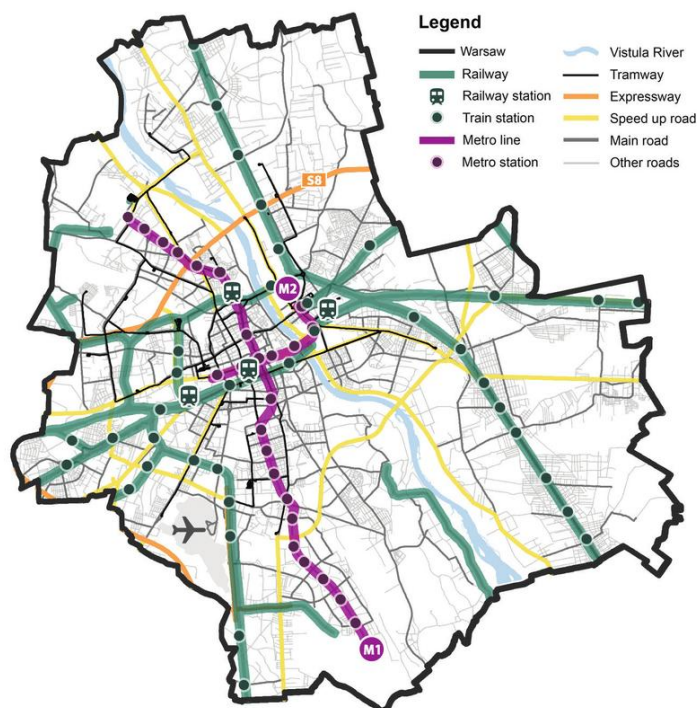


Рис. 3.3. Система громадського транспорту та мережа доріг у Варшаві [31]

Найближчі до кордону з Україною аеропорти знаходяться в польських містах Жешув і Люблін. Є регулярні рейси Wizz Air (Лондон, Рим, Бургас) і Ryanair (Дублін, Мілан, Лондон, Гданськ). У Кракові розташований один із найбільших польських аеропортів – Івана Павла II Краків-Баліце. Через цей аеропорт літають понад 20 авіакомпаній, у тому числі популярні лоукостери Wizz Air і Ryanair. Найбільшим аеропортом Польщі є аеропорт імені Шопена у Варшаві. Щодня звідти літає велика кількість літаків близько 40 найпопулярніших авіакомпаній [32].

Україна та Польща постійно розширюють залізничне сполучення. Наразі з Польщі в Україну можна дістатися такими маршрутами: Варшава-Київ, Хелм-Київ, Перемишль-Київ, Перемишль-Запоріжжя, Перемишль-Одеса, Хелм-Харків та Перемишль-Харків. Більшість міжнародних автобусних компаній пропонують прямі рейси з великих польських міст до України. Ціна квитка від 325 грн і може досягати 3500 грн. Багато іноземців вважають за краще подорожувати на власному автомобілі. На польсько-українському кордоні розташовані пункти пропуску: Ягодин – Дорогуськ, Устилу – Зосин, Краковіць – Корчова, Шегині – Медика, Рава-Руська – Гребенне, Смільниця – Кроценко, Грушів – Будомеж та Угринів – Долгобичів. Цьогоріч влітку пасажиропотік на кордонах України зріс майже в півтора рази. Водночас черги на пунктах пропуску зросли. Щоб уникнути тривалого очікування, потрібно віддати перевагу поїзді на початку тижня. З понеділка по середу пасажиропотік менший, відповідно немає великих черг. Починаючи з вечора четверга і до неділі кількість охочих перетнути кордон збільшується, що збільшує навантаження на пункти пропуску. Традиційно найбільш завантаженими є пункти пропуску Шегині – Медика, Рава-Руська – Гребенне та Краковець – Корчова. Щоб уникнути черг, можна побудувати маршрут подорожі з України до Польщі через менш популярні напрямки [32].

Логістичний сайт Rome2Rio може запропонувати декілька варіантів маршрутів, як дістатися до Польщі з будь-якої точки світу. Рис. 3.4. та 3.5. ілюструють маршрути Чернівці – Варшава.

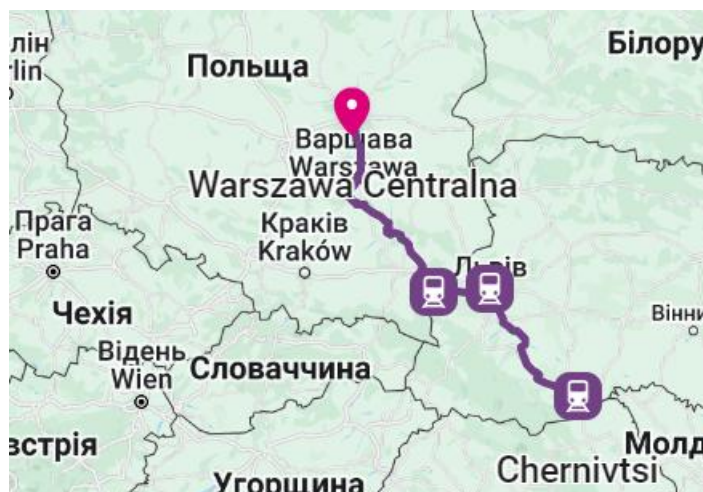


Рис. 3.4. 7 Маршрут Чернівці – Варшава за допомогою Rome2Rio

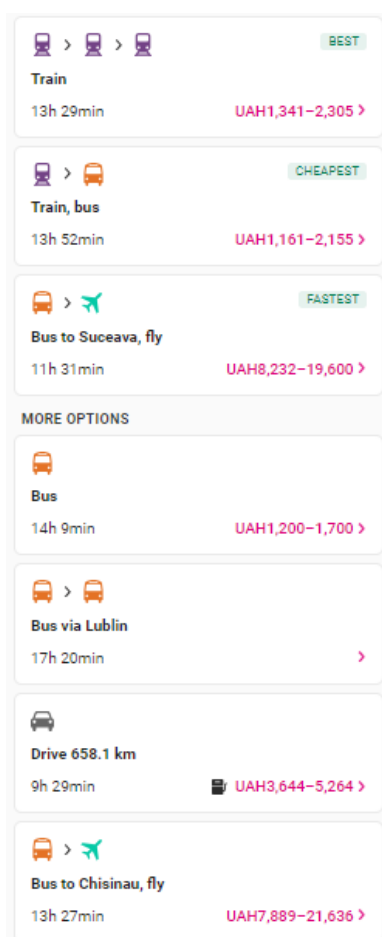


Рис. 3.5. 7 Побудовані маршрути Чернівці – Варшава за допомогою Rome2Rio

Особливості користування місцевим польським транспортом для туристів:

- Для користування міським транспортом пасажиром необхідно мати квиток або бланк проїзного квитка. Подорож без цих підтверджених квитків може призвести до штрафу;
- Квитки (однакові на трамвай, автобус і метро) можна придбати в кіосках «Руч» або в продуктових магазинах у всіх містах. Також їх можна купити у водія автобуса та трамвая;
- Ціни на квитки різняться в кожному місті, але в основному в одному ціновому діапазоні;
- У багатьох містах доступні квитки на різні періоди часу. Наприклад: одна година, 24 години, 3 дні, тиждень і місяць, також доступні інші спеціальні квитки;
- У багатьох містах туристи також можуть отримати спеціальні туристичні картки, які дають їм доступ до системи громадського транспорту в певному місті;
- Квиток потрібно купувати, якщо перевозите додатковий багаж, велосипед або якщо ви з собакою. Варто відзначити, що деякі квитки на час дозволяють перевозити додатковий багаж;
- Пасажири, які користуються трамваем, автобусом, метрополітенем, зобов'язані пред'явити свій дійсний квиток контролюючому міського громадського транспорту;
- У багатьох малих містах ситуація з громадським транспортом для людей з обмеженими можливостями, хоч і необхідна, все ще досить незадовільна. У великих містах старі автобуси замінюють на нові зі спеціальними пандусами для інвалідних візків і спеціальними місцями для сидіння для інвалідів. Нові трамваї також обладнані для полегшення доступу для людей з обмеженими можливостями. У Варшаві люди з обмеженими можливостями можуть подорожувати метро, спочатку спустившись на ліфтах на платформи, а потім у спеціальні місця в потягах для інвалідів;

- У деяких містах можна відвідати найцікавіші куточки на маленькому електромобілі Melex з кількома іншими пасажирами. Це дуже гарна ідея для тих, хто, можливо, втомився від прогулянок містом і для тих, хто не має багато вільного часу і хоче побачити більше. Багато з цих електрокарів мають «автоматичні гідів». Пасажири можуть зручно розташуватися з коментарем, спостерігаючи за містом, що проноситься. Можна вибрати різні мови. Це має великий успіх серед іноземних туристів;
- Любителі відпочинку після обіду в старих частинах польських міст повинні спробувати покататися в одному з традиційних екіпажів, запряжених одним або двома кіньми;
- У всіх містах Польщі є таксі. Ціни на таксі в цілому невисокі. Вищі тарифи у вихідні та нічні дні (22.00 – 06.00) та за містом. Тариф за перший кілометр коливається в районі 4-5 zł, а наступні кілометри дешевші (близько 2 zł). У великих містах таксі, які відправляються з центральних станцій, можуть бути дорожчими;
- Якщо їзда власним транспортом, то всі транспортні засоби повинні використовувати фари. Використання ременів безпеки є обов'язковим для пасажирів на передніх і задніх сидіннях. Обмеження швидкості: населений пункт – 50 км/год; за межами населеного пункту – 90 км/год; односмугова дорога – 100 км/год; двосмугова проїзна частина з не менше двох смуг у кожному напрямку – 100 км/год; автострада – 140 км/год.
- У Польщі є плата за проїзд на автомагістралях (A1, A2, A4 і A8). Ці збори збираються за двома системами: відкрита система: плата за проїзд стягується в пунктах оплати, розташованих на автомагістралях. Вартість проїзду залежить від типу транспортного засобу. Закрита система (система viaTOLL): плата за проїзд стягується в пунктах оплати, розташованих на під'їзних дорогах, на розв'язках і, крім того, на кінцевих ділянках автомагістралей. Плата залежить від типу транспортного засобу та пройденої відстані [33, 34].

Таким чином, Польща має добре розвинену систему громадського транспорту, включаючи залізницю, автобуси та літаки. За останні роки спостерігається покращення якості та доступності залізничної системи, з реконструкцією вокзалів та покращенням пунктів обслуговування. Хоча літаки залишаються менш популярними для внутрішніх пересувань через високі ціни та обмежені маршрути, автобуси та залізниця надають ефективні та комфортабельні альтернативи. Крім того, важливо відзначити стратегічне підхід до інтеграції транспортних мереж із сусідніми країнами, що сприяє зручним міжнародним зв'язкам та обміну. Такий підхід робить подорожі до та з Польщі зручними для туристів та мешканців, а також сприяє економічній та культурній взаємодії в регіоні.

### **3.2. Місце країни на світовому/макрорегіональному туристичному ринку**

Після досягнення рекордного рівня в 21,2 мільйона міжнародних туристичних прибуттів у 2019 році, Польща зафіксувала лише 8,4 мільйона прибуттів у 2020 році, що на 60,2% менше. Німеччина залишається країною, на яку припадає 40,7% в'їзного туризму до Польщі. Другим за величиною джерелом ринків була Україна (12,1%). У 2020 році надходження від міжнародного туризму скоротилися на 60,7% до 28,1 млрд злотих, що становить 2,1% загальних доходів від експорту. У 2021 році кількість міжнародних прибуттів зросла до 9,7 мільйона, але залишилася на 54% нижче рівня до пандемії. У Польщі зафіксовано швидке відновлення внутрішнього туризму: у 2021 році відвідало 46,3 мільйона внутрішніх туристів, що лише на 7,4% нижче рівня 2019 року. З початком війни в Україні Польща відчула спад бронювання по всій країні. Зараз зберігається невизначеність через численні кризи, темпи відновлення туризму в Польщі важко передбачити. Прогнозується, що в 2024 році



кількість міжнародних прибуттів наблизиться до рівня до пандемії, а в 2025 році може перевищити цей рівень [40].

У грудні 2022 року в Польщу зареєстрували 15 947 700 відвідувачів, порівняно з 9 722 100 осіб у попередньому році. Дані досягли історичного максимуму в 89 118 000 осіб у грудні 1999 року та рекордно низького рівня в 8 418 000 осіб у грудні 2020 року [38]. Прогнозується, що кількість міжнародних туристичних прибуттів до Польщі постійно зростатиме між 2024 і 2028 роками на 13,7 мільйона прибуттів (+27,43 відсотка). Згідно з цим прогнозом, у 2028 році прибуття зросте 63,64 мільйона прибуттів [39].

У 2022 році міжнародні туристи, які відвідали Польщу, витратили приблизно 26,4 млрд злотих. У 2020 році загальна вартість туристичної економіки в Польщі оцінювалася в 104,3 мільярда злотих, що на 26,4% менше, ніж у 2019 році. Це дорівнює приблизно 4,5% ВВП Польщі (з урахуванням прямих і непрямих відтоків). У 2020 році у сфері розміщення та харчування було зайнято 195 539 осіб, що на 6,1% менше, ніж у 2019 році.

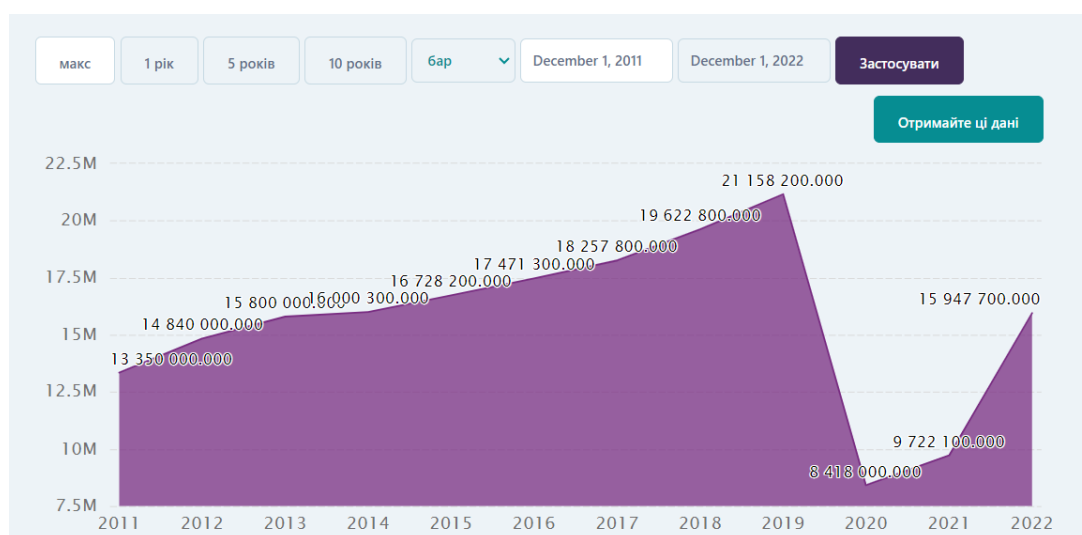


Рис. 3.6. Кількість міжнародних туристичних прибуттів до Польщі з 2011 по 2022 рік [38]

Кількість мешканців Польщі віком від 15 років, які брали участь у принаймні одній приватній туристичній поїздки у 2022 році з принаймні однією ночівлею, становила 19,1 млн осіб (на 12,5% більше, ніж у 2021 році), що становило 59,1% жителів Польщі цієї вікової групи. У 2022 році кількість туристичних поїздок домогосподарств становила 38,3 млн (на 15,2% більше, ніж у 2021 році), тобто брали участь одне домогосподарство в середньому за 3 поїздки. В середньому в одній поїздки брали участь 2 людини. Більшість поїздок (92,6%) – поїздки з приватною метою. Протягом року жителі Польщі здійснили загалом 74,4 мільйона туристичних поїздок (одна особа могла здійснити декілька поїздок) – на 18,9% більше, ніж у 2021 році. Однозначно переважали внутрішні поїздки – з них 61,2 млн, у тому числі 34,8 млн короткострокових (2-4 дні) і 26,4 млн поїздок тривалістю 5 днів або довше. Кількість закордонних поїздок, здійснених жителями Польщі, становила 13,2 мільйона, і це переважно поїздки тривалістю 5 днів і більше (10,8 млн.). У 2022 році у віковій групі від 15 років жителі Польщі здійснили 63,4 млн поїздок, на 19,5% більше ніж у 2021 році. Кількість внутрішніх поїздок склала 51,7 млн, а закордонних – 11,7 млн. Серед внутрішніх поїздок 58,0% становили короткострокові поїздки, а серед закордонних поїздок – 80,7% довгострокових поїздок. У 2022 році витрати на подорожі жителів Польщі віком від 15 років становили 86,6 млрд злотих (на 50,1% більше, ніж у 2021 році), з них 42,1 млрд злотих – на внутрішні поїздки з ночівлею (на 31,9% більше, ніж у 2021 році), а на закордонні поїздки з ночівлею – 33,6 млрд злотих (на 95,2% більше, ніж у 2021 році) та 10,9 млрд злотих на закордонні одноденні поїздки (на 27,0% більше, ніж у 2021 році). Середні витрати однієї особи за внутрішню поїздку тривалістю 2-4 дні склали 467 злотих, за поїздку тривалістю 5 днів або довше – 1293 злотих, а для іноземного – 2268 злотих і 3006 злотих відповідно. На одну закордонну поїздку в середньому одна особа витратила на проживання 494 злотих [35].

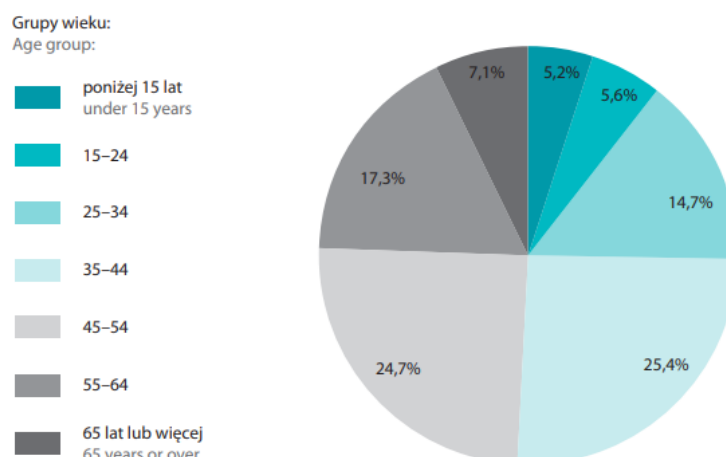


Рис. 3.7. Туристичні поїздки до Польщі за віковими групами у 2022 р. [35]

У 2022 році до Польщі прибуло 71,8 млн іноземців, у тому числі 15,9 млн туристів і 55,9 млн відвідувачів одноденно (на 40,7%, 64,0% та 35,3% більше, ніж у 2021 році відповідно). Більше половини іноземців були люди віком від 35 до 54 років (50,1%), причому велика група також від 55 до 64 років (17,3%) та люди віком 25–34 роки (14,7%). До Польщі приїхали переважно жителі сусідніх країн, на які у 2022 році припало 65,6% усіх туристів та 98,1% одноденних відвідувачів. Більшість відвідувачів нашої країни становили німці, які становили найбільшу групу відсоток як туристів, так і одноденних – 32,7% та 52,6% відповідно. Іноземці, які відвідали Польщу у 2022 році, понесені (перед поїздкою в свою країну та під час перебування у Польщі) витрати склали 44,8 млрд злотих і це на 56,6% більше, ніж у 2021 році, включно з туристами (26,4 млрд злотих (на 70,3% більше, ніж у 2021 році), а одноденних відвідувачів – 18,5 млрд злотих (на 40,4% більше) ніж у 2021 році). У 2022 році орієнтовна кількість перетинів сухопутного кордону Польщі з країнами ЄС – Німеччиною, Чехією, Словаччини та Литви – 209,0 млн осіб (на 28,2% більше, ніж у 2021 році). В бік кордону «на Польщу» перевищила 104,6 млн осіб (на 27,8% більше, ніж у 2021 році) та в напрямку «з Польщі» – 104,4 млн осіб (на 28,7% більше). Участь мешканців Польщі у прикордонному русі на

сухопутному кордоні Польщі з іншими державами Частка ЄС становила 43,5% «до» та «з» Польщі, а частка іноземців — 56,5% «до» та «з» Польщі. У 2022 році прикордонний рух в аеропортах становив 36,1 млн осіб (у бік та з Польщі). Кількість перетинів кордону на чол центрів польськими мешканцями становила 21,9 млн осіб (на 102,5% більше, ніж у 2021 р.), що на 60,7%. У 2022 році 14,2 млн іноземців також перетнули кордон в аеропортах (на 117,3% більше, ніж у 2021 році). Морський кордон (з Польщі та з Польщі) перетнули 1,8 млн осіб. Це було на 2,9% більше ніж у 2021 році. Перетини морського кордону громадянами Польщі становили 57,1% від загальної кількості [35].

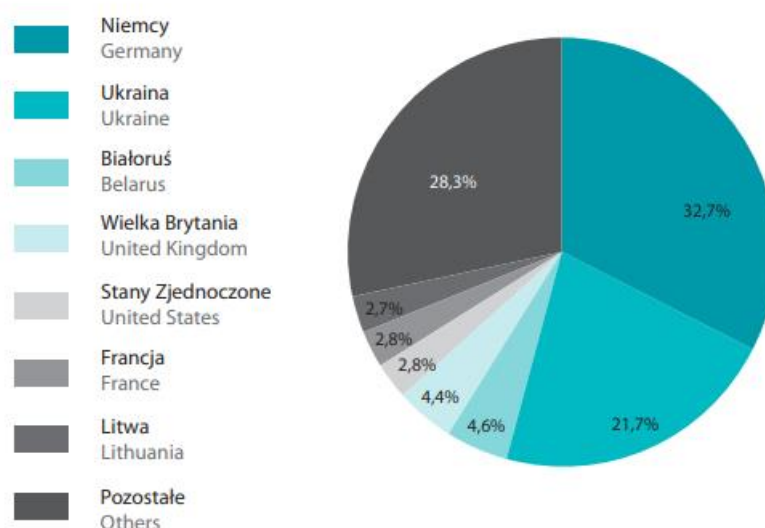


Рис. 3.8. Туристичні поїздки до Польщі за країнами у 2022 р. [35]

За даними Прикордонної служби, у 2022 році на пунктах пропуску, розташованих на кордоні з росією, Білорусією та Україною та в аеропортах (рейси за межі Шенгенської зони) та морських портах (круїзи за межами Шенгенської зони), відбулося 37,3 млн. перевірок осіб, які в'їжджали та виїжджали з Польщі, у тому числі 25,4 млн. іноземців. Найбільше реєстрацій (19,5 млн) було зафіксовано на митницях, що становило 52,2% від загальної кількості реєстрацій, а потім в аеропортах – 16,2 млн, що

становило 43,4% від загальної кількості реєстрацій. Найчисельніші з тих, які зафіксувала прикордонна служба, прибувши на кордон Шенгенської зони групу склали громадяни: України (9,6 млн., тобто 70,2% від усіх прибуттів іноземців, зростання на 123,3% порівняно з 2021 роком), Білорусь (1,4 млн, 10,5% від усіх прибуттів, зростання на 66,1% порівняно з 2021 роком), Велика Британія (0,7 млн, 4,8% від загальної кількості прибуттів, збільшення на 217,9% порівняно з до 2021 року) [35].

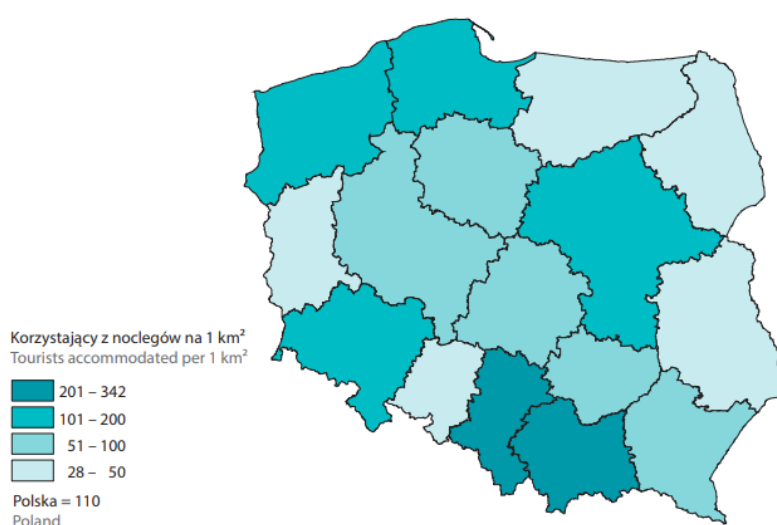


Рис. 3.9. Показник щільності туристичного руху у 2022 році [35]

Різниця між кількістю туристів в окремі місяці не є настільки великою: у серпні 2022 року країну відвідало в 4 рази більше гостей, ніж у грудні. У 2022 році на типові відпусткові місяці (липень-серпень) припадало 36,6%, порівняно велика їх кількість також припала на червень (9,2%), вересень і грудень (8,1% і 8,0% відповідно) [35].

Основною метою внутрішніх поїздок туристів (46,5% усіх внутрішніх поїздок) був відпочинок, рекреація та відпустка. У свою чергу серед короткострокових поїздок переважали поїздки до родичів чи друзів – 17,3 млн., що становило 57,7% короткострокових поїздок [35].

Основні пропозиції для туристів, тобто туристичні продукти, в Польщі включають в себе огляд визначних пам'яток у межах міст та за їх межами, екскурсії для ділових подорожей, кваліфікований туризм, агротуризм, гірський пішохідний туризм та альпінізм. Здійснюючи аналіз всіх аспектів туристично-рекреаційного потенціалу Польщі, який описаний у другому розділі, особливості туристичної пропозиції представлені в табл. 3.1.

Таблиця 3.1

## Туристичний продукт Польщі

Вид туризму	Туристичні пропозиції
Культурно-пізнавальний туризм	Основна стратегічна орієнтація туристичної галузі у Польщі базується на зацікавленості у історико-культурному потенціалі, який включає численні пам'ятки архітектури, історії, літератури, археології, а також участь у святкуваннях, фестивалях, обрядах та інших подіях. Екскурсійні програми найчастіше охоплюють такі міста, як Варшава, Краків, Гданськ, Ченстохова, а також соляні копальні у Величці. Важливо відзначити, що Польща часто виступає як транзитна країна для автобусних турів до Західної Європи. У таких випадках, окрім Варшави та Кракова, туристи також відвідують міста, такі як Познань, Вроцлав, Люблін, Колобжег, Торунь.
Релігійний туризм	Ченстохова, відома як релігійна столиця Польщі, приваблює туристів як католиків, так і православних з різних країн, які прагнуть відвідати монастир ордена паулінів. У храмі монастиря знаходиться чудотворна ікона Богоматері з немовлям, до якої щорічно з'їжджаються мільйони паломників. Тисячі православних річно вирушають у піші паломництва з міста Білосток до головної православної святині Польщі - Марфо-Маріїнського монастиря на Святій горі Грабарка. Ця гора вважається найвідомішим місцем православного паломництва в Польщі і іноді називається «Горою 48 хрестів». Протягом кількох років в церкві на Грабарці знаходиться копія чудотворної ікони Божої Матері, подарована грецькими монахами.
Фестивальний туризм	Щорічні вуличні ярмарки також привертають велику кількість туристів. Вони організовані у Познані (червень, липень) і Гданську (червень, серпень). Серед фестивалів міжнародного значення у Варшаві слід відзначити такі події: джаз-фестиваль «Злата Тарка» (червень), Фестиваль Моцарта (середина червня – середина липня), Фестиваль сучасної музики «Варшавська осінь» (вересень), «Jazz

	<p>Jamboree» (кінець жовтня). У Кракові проходять Дні органної музики і Фестиваль студентських пісень (квітень), Польський фестиваль короткометражних фільмів (травень).</p>
Лікувально-оздоровчий туризм	<p>Польща володіє значними бальнеологічними та кліматичними ресурсами для розвитку курортної справи. Сьогодні у Польщі налічується близько 40 курортів переважно змішаного типу. Серед кліматичних курортів найбільш відвідуваними є Свиноуйсьце, Колобжег, Устка, Камінь Поморський, Дарлово, Устка, Хель, Сопот. Найвідоміші бальнеологічні курорти: Кудова-Здруй, Душники-Здруй, Поляниця-Здруй, Криниця-Здруй. Багато польських курортів успішно розширили свої класичні пропозиції, додавши програми біологічного відновлення здоров'я, косметології та релаксу, в тому числі процедури СПА. Сьогодні в Польщі працюють понад 200 готельних СПА-об'єктів. Деякі з них постійно займають перші місця в рейтингах популярності в Європі. Серед них: Hotel Leda SPA і Hotel Aquarius SPA в Колобжегу, Malinowy Zdrój Hotel Medical SPA в Сольце-Здрою, Hotel SPA Faltom в Гдині, Hotel Azzun Orient SPA &amp; Wellness в Комарово біля Ольшину, а також Hotel Ossa Congress &amp; SPA в Оссі неподалік від Рави Мазовецької. Приватними центрами класу «люкс» є СПА-готелі «Доктор Ірена Еріс» (Hotel SPA Dr Irena Eris) на курортах в Криниці-Здруй і Взгужах Дилевські. Здавниці створені пані Іреною Еріс, власницею найбільшої косметичної польської фірми.</p>
Медичний туризм	<p>Медичний туризм в Польщі користується широкою популярністю серед західноєвропейських туристів, і це зумовлено порівняною доступністю та низькими витратами на медичні послуги у країні. Серед медичних курортів, які варто відзначити, є курорт Івонич у місті Івонич-Здрой, санаторій «Влукняж» у Буско-Здруй та Наленчув у Налечові.</p>
Діловий туризм	<p>У Польщі існує ряд туристичних фірм, які спеціалізуються на організації групових поїздок бізнесменів з метою вивчення нових ринків та реалізації торгівельних угод. Ділові подорожі є вигідним сегментом для економіки Польщі, оскільки вони не залежать від сезонних факторів, і вони не потребують додаткових витрат на рекламу. У країні регулярно проводяться міжнародні виставки в сучасних виставкових центрах у найбільших містах, таких як Варшава, Краків, Гданськ, Познань, Лодзь, Вроцлав, та Катовіце. Основні замовники у сфері ділового гостинності в Польщі – це фармацевтичні, медичні та косметологічні компанії. За підтримки державного фінансування та Польської асоціації конференцій та конгресів (SKKP) у 2018 році був запущений проект "Meet in Poland", який об'єднав найбільші MICE-компанії Польщі в бізнес-туристичну мережу. Цей проект сприяє створенню стійкого іміджу країни як бізнес-майданчика для проведення міжнародних конференцій та конгресів найвищого рівня. Розвиток ринку MICE в Польщі супроводжується відкриттям нових сучасних виставкових майданчиків. Наприклад, у Кракові з'явилися виставкові центри EXPO Kraków і ICE Kraków Congress Centre. Катовіце пройшли кардинальне оновлення центральної частини міста, з відкриттям Сілезького музею і Міжнародного конгрес-центру. У Любліні почав працювати Люблінський конференц-центр, а в Глівіце – зал для</p>

	<p>глядачів на 14 тисяч осіб. За даними Інституту Статистики Туризму Польщі у 2018 році, туристи, які прибули до Польщі з діловими цілями, складають більше 100 тисяч осіб щорічно, з середньою тривалістю перебування 4,3 ночі. При цьому 17,5% звертаються до агентств для організації ділових турів, і 95% відвідують великі міста, такі як Варшава, Познань, Краків та Лодзь.</p>
Гірськолижний туризм	<p>Топ-10 гірськолижних курортів Польщі лідирує «зимова столиця» – Закопане, яка розташована в півніжній Польщі. Тут розташовано понад 60 км гірськолижних трас різного рівня складності, мережу підйомників, атракціонів, музеїв і Національний парк Татрів площею 211,6 км<sup>2</sup>. Для альпінізму і трекінгу прокладено маршрути до вершин Каспрів Верх, Малолачняк, Чемняк і інші. На території курорту розташовано 6 основних зон катання в діапазоні висот 860-2000 м, яким присвоєно різні рівні складності, що відкриває практично необмежені можливості для лижного та санного спорту. Курорт Каспрів Верх на горі Каспрів Верх (1987 м) у Татранському Національному парку є особливо популярним серед професійних лижників, іноді його називають «священною горою польського лижного спорту». Щороку популярність гірськолижного курорту Бялка Татшанська в Малопольському воєводстві надзвичайно зростає. Серед менших за масштабами, але не менш популярних курортів серед поляків – Карпач, Вісла, Щирк.</p>
Екологічний туризм	<p>Розвиток екологічного туризму в Польщі спирається на існування 23 національних парків, які займають загальну площу 314,5 тис. км<sup>2</sup>. Особливу цінність представляють території, розташовані в північно-східній частині країни, відомі як "Зелені легені Польщі", а також території Підкарпаття. Один із найбільш відвідуваних національних парків у Польщі – Вігерський національний парк. На його території розташовані 42 природні водойми, найбільше з яких – озеро Вігри площею 2187 га.</p>
Спелеологічний туризм	<p>Ойцовський національний парк, розташований на Краківсько-Ченстоховській височині і охоплює долину Прондник і Сонсповську долину, представляє значний інтерес для розвитку спелеологічного туризму. Парк славиться своїми унікальними формами скель, сформованими внаслідок ерозії. Вапнякові та кам'яні утворення отримали поетичні назви, такі як «Голка Діотіми» і «Палиця Геракла». На території парку знаходиться багато печер, орієнтовно більше 700, хоча менше половини з них наразі детально вивчено. До найбільших і цікавих печер відносяться Локетка, Темна, Сонсповська, Біла і Краківська печери. Розвиток і дослідження цих унікальних підземних формацій створюють унікальні можливості для спелеологічного туризму в регіоні.</p>

Створено на основі джерел [41, 42].

Підсумовуючи даний підрозділ, успішне позиціонування ґрунтується на якісних маркетингових стратегіях, вивченні потреб та побажань цільової



аудиторії, а також підтримці та розвитку інфраструктури для туризму. У 2022 році туристична активність серед мешканців Польщі суттєво зросла, збільшившись на 15,2%. Кількість внутрішніх туристичних поїздок домогосподарств досягла 38,3 млн, а внутрішні поїздки тривалістю 5 днів і більше зросли на 36,4%. Загальна кількість туристичних подорожей склала 74,4 млн. У 2022 році Польща зазнала рекордного зростання туристичного потоку, приймаючи 71,8 млн іноземних відвідувачів, що є 40,7% більше порівняно з попереднім роком. Туристи з найближчих країн склали більшість, з німцями на чолі. Витрати іноземців в Польщі зросли на 56,6%, досягаючи 44,8 млрд злотих.

### **3.3. Розвиток індустрії туризму**

У першому півріччі 2023 року в закладах розміщення туристів зупинилися 16,4 млн осіб, на 11,7% більше, ніж за відповідний період минулого року. Найменше туристів зупинилося в закладів розміщення у січні – 2,2 млн. (на 27,7% більше, ніж у відповідний місяць 2022). Найбільше туристів зупинилося в закладах у червні – 3,6 млн і було на 3,1% більше порівняно з червнем минулого року. У першому півріччі 2023 року найбільше туристів зупинилося в готелях – 11,8 млн. серед інших типів закладів, 1,2 млн. туристів зупинилися на ночівлю в інших хостельних закладах, а 0,8 млн. – у базах відпочинку. Туристи також зупинялися у великій кількості в оздоровчих закладах (414,5 тис.), навчально-оздоровчих базах (390,0 тис.) та приватному розміщенні (373,4 тис.) [43].

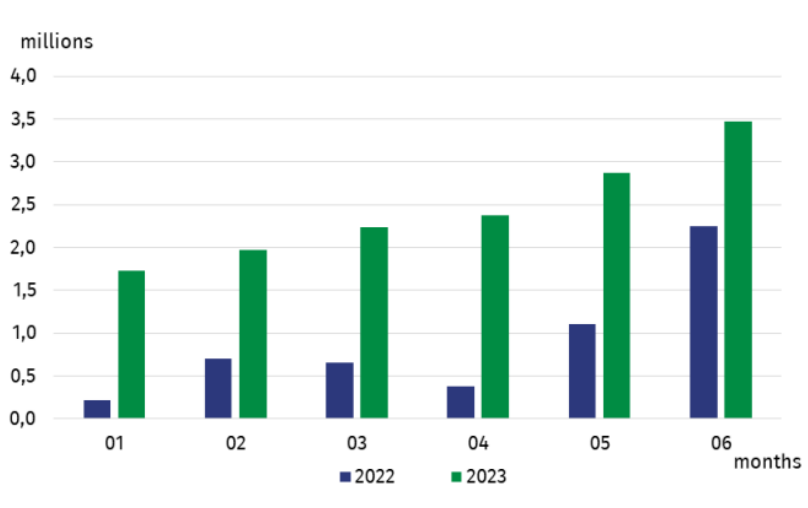


Рис. 3.10. Кількість туристичного розміщення у закладах [43]

Польський готельний ринок є відносно молодим ринком, який насправді бере початок у 1990-х роках, порівняно з британським чи американським ринками. Кожен регіон має свою специфіку попиту на готельні послуги для відпочинку та бізнесу. Багато міст розвиваються дуже швидко, будується нова інфраструктура. Серед найбільших міст Польщі Гданськ, Лодзь і Вроцлав мають найбільший потенціал для подальшого зростання [44].

Гданськ із його колишньою верф'ю, а також своїм прибережним розташуванням і відмінним транспортним сполученням є привабливим як для туристів, так і для ділових мандрівників цілий рік. Лодзь повільно перетворюється з гидкого та забутого каченяти на перлину, у потенційно найкращому місці для бізнесу в Польщі. Перебування на перетині деяких найважливіших транспортних шляхів, а також поблизу запланованого центрального польського аеропорту роблять територію хорошою для готельного бізнесу, особливо щодо конгресів, конференцій та різноманітних заходів. Незважаючи на велику кількість готелів, Вроцлав все ще має потенціал для подальшого зростання, що має принести прибуток тим, хто інвестує в заклади розміщення. Розвиток ділового ринку в місті, його близькість до зовнішніх ринків і привабливість регіону Нижня

Сілезія для туристів дозволять інвесторам і надалі отримувати хороші результати [44].

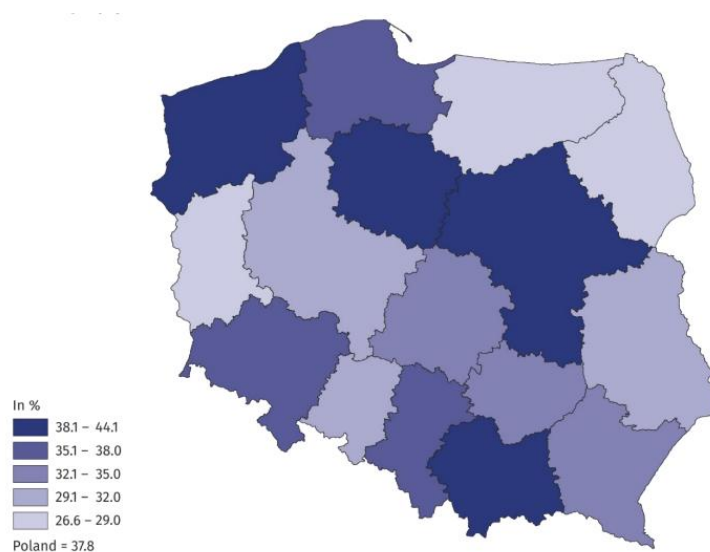


Рис. 3.11. Завантаженість ліжко-місць у закладах розміщення туристів у I півріччі 2023 року [43]

У 2021 році бази відпочинку розширили пропозицію високоякісних готельних закладів. Нещодавні відкриття, звичайно, є результатом інвестиційних процесів, започаткованих ще до ринкових потрясінь. Ресурси туристичного розміщення в країні зросли, зокрема, завдяки відкриттю готелю Radisson Resort у Колобжезі з 209 номерами та аквапарком, п'ятизіркового готелю Crystal Mountain у Віслі з майже 500 номерами та аквапарком, а також 124-зіркового готелю Crystal Mountain у Віслі. кімната Комплекс Tremonti Ski&Bike Resort в Карпачі [45].

В Польщі збереглося значне число природних об'єктів, ідеальних для різноманітних видів активного туризму. Розвиток цих можливостей підтримується сучасною інфраструктурою, яка активно реконструюється та будується. Кожного року в Польщі відкривається сотні кілометрів велосипедних маршрутів, оснащених усім необхідним для широкого використання велосипедного туризму. Таким чином, в усій країні тепер

доступні велосипедні маршрути різної довжини та складності, з можливістю скористатися різноманітними супутніми послугами (притулками для велотуристів, технічними станціями обслуговування, кафе, ресторанами, магазинами і т. д.). Це дає можливість туристам вільно подорожувати, відвідувати різні туристичні атракції і насолоджуватися активним відпочинком [41].

Другим видом активного туризму в Польщі є водний туризм. Це охоплює не лише яхтинг на озерах Мазурського регіону, але і різноманітні пригоди, такі як рафтинг на гірських та рівнинних річках, катання на байдарках, включаючи акваторію відомого Августівського каналу, який славиться своїми гідротехнічними спорудами, зокрема рейковим підйомником для малих суден. Також важливим напрямком водного туризму є подорожі польськими водними шляхами за допомогою хаусботів — спеціальних моторизованих домівок, керування якими не потребує ліцензій чи дозволів. Навчитися керувати хаусботом може кожен, для цього вистачає всього години. Ціни на оренду таких засобів доступні, що робить цей вид відпочинку доступним практично для кожної родини чи компанії, яка може винайняти хаус-бот на тиждень-другий і насолоджуватися романтичним відпочинком на воді [41].

Ресторанна галузь у Польщі розвивається, пропонуючи різноманітні страви польської кухні, а також міжнародні страви для задоволення різноманітних смаків туристів. Пропозиції туристам спробувати автентичні польські страви, такі як піроги, ковбаси, зупи та інші традиційні страви:

➤ Żurek: мабуть, найвідоміший польський суп, його основу готують із закваски, ферментованої суміші борошна, води та спецій. Зараз часто подають з ковбасою та яйцем (у багатьох туристичних ресторанах його навіть подають у цілій буханці хліба з їстівною «кришечкою»). Однак в оригінальному рецепті цей суп був бідним і мав мінімум добавок;

- **Маковієс:** цей знаменитий польський рулет з маком є одним із головних місцевих десертів поряд із шарлоткою (яблучним пирогом). Насіння маку дуже цінувалося в старопольській кухні, але коштувало досить дорого, тому його часто використовували лише для святкових випадків. Згодом рецепти з маком ставали дедалі рідшими, і зрештою в культурі залишився лише рулет з маком. Тим не менш, він залишається дуже популярним десертом;
- **Осуреєк:** польський копчений і дуже солоний овечий сир, захищений своїм географічним походженням, тобто його можна виготовляти лише в окремих регіонах Малопольщі та Сілезького воєводства. Його, зазвичай, продають на вуличних ринках і готують на грилі перед подачею [46].

Екскурсії по Польщі з місцевими гідами доступні в більшості популярних міст країни – ціни від 1,84 €. Англomовні гіди допоможуть отримати найкращі враження від подорожі Польщею. Понад 1439 атракціонів доступні для онлайн-бронювання. Польща зустрічає гостей мальовничими містами, історичними пам'ятками, домашньою кухнею та розвагами на природі. Екскурсія колишньою королівською столицею Краковом приведе до Музею архітектури під відкритим небом. Можна побачити ідеально збережену готику з ренесансом, бароко та сучасними гравюрами. «Польська Венеція», Вроцлав вразить вас чарівністю своїх мостів і островів. Колоритний Гданськ – колишній центр Тевтонського ордену запам'ятається своїми величними фортецями, а енергійна Варшава – Палацовою площею та Королівським замком. Для любителів минулого, гіди покажуть вражаючі музеї та меморіали, присвячені Другій світовій війні. Любителів екотуризму проведуть по добре промаркованих пішохідних маршрутах, які ведуть через густі ліси, вздовж широких річок і через гірські перевали. Більшість північного сходу країни вкрита озерами та водними шляхами, що ідеально підходить для веслування на байдарках і каное [47].

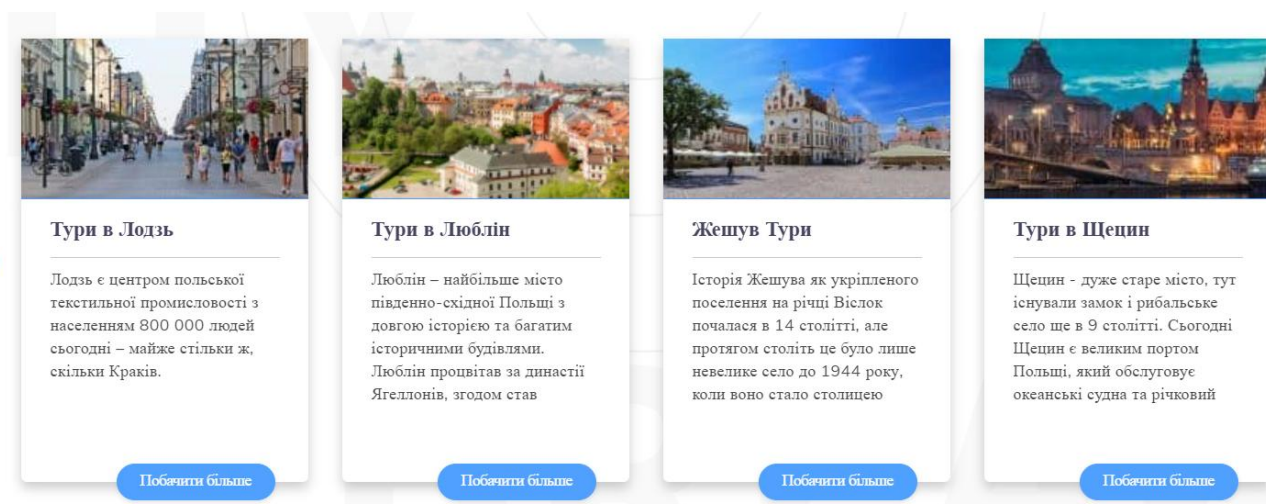


Рис. 3.12. Пропоновані тури містами Польщі польським туоператорами

Головною метою національної туристичної політики Польщі є посилення розвитку конкурентоспроможного та інноваційного туристичного сектору шляхом підтримки організацій та ініціатив у туристичному секторі, дотримуючись принципів сталого розвитку. Підхід зосереджений на конкурентоспроможному та інноваційному туризмі, сучасних системах менеджменту туризму та підготовці професій, пов'язаних із індустрією туризму [38].

У 2018 році Міністерство спорту і туризму ініціювало проект «Польські туристичні бренди». Основною метою є виявлення, створення та виведення на ринок провідних пропозицій від видатних польських туристичних брендів. Підхід спрямований на заохочення більш активного маркетингу та управління туристичними напрямками. Це також допомагає підвищити ефективність маркетингових повідомлень і підвищує популярність різноманітних регіональних туристичних напрямків. Кінцевою метою проекту є розвиток узгоджених туристичних регіонів і єдиних туристичних маршрутів з окремими сильними брендами, кожен з яких забезпечує конкретну маркетингову стратегію для туристичних операторів з будь-якої конкретної території [38].

Важливим проектом, ініційованим Міністерством спорту і туризму, є кампанія внутрішнього туризму «Poland See More». Ця кампанія, яку наразі проводить Польська туристична організація у співпраці з Міністерством, представляє загальнонаціональну пропозицію та заохочує мешканців відвідати визначні пам'ятки та туристичні послуги по всій країні, особливо в міжсезоння. У 2018 році майже 300 000 напрямків скористалися перевагами весняної та осінньої кампаній. Учасники можуть скористатися знижками щонайменше 50% від різноманітних пропозицій, зареєстрованих на веб-сайті кампанії, і це стимулювало поступове зростання внутрішнього туризму, що принесло велику користь туристичній галузі [38].

З листопада 2019 року туризм у компетенції міністра економічного розвитку. Міністерство відповідає за всі питання, пов'язані з туризмом, включаючи управління та регулювання туризму. На субнаціональному рівні першочергову роль у розвитку туризму відіграють регіональні органи влади, а також органи місцевого самоврядування на окружному та муніципальному рівнях. Регіональні туристичні організації (RTO) – це організації, в рамках яких здійснюється співпраця між місцевою владою (зокрема на рівні воєводства, тобто провінції) та індустрією туризму, зокрема у сфері споживчого маркетингу та просування географічної території, яку охоплює організація. Окрім просування, роль включає підтримку функціонування та розвитку систем туристичної інформації, ініціювання, оцінку та підтримку планів розвитку та модернізації туристичної інфраструктури, а також співпрацю з Польською туристичною організацією. На місцевому рівні існує близько 120 місцевих туристичних організацій. Завдання включають класифікацію місцевих готельних об'єктів, нагляд і реєстрацію компаній і підприємців, які працюють як турагенти або туроператори, а також реєстрацію інших спеціальних професій, таких як гірські гіді [38].

Таким чином, Національна туристична політика Польщі, орієнтована на розвиток конкурентоспроможного та інноваційного туристичного сектору, відзначається високим ступенем системності та підтримки. Зосередженість на принципах сталого розвитку вказує на бажання країни розвивати туризм, враховуючи його вплив на довкілля та соціальні аспекти. Ініціативи, такі як проект «Польські туристичні бренди», впроваджені для підвищення конкурентоспроможності національних туристичних брендів, свідчать про бажання активно маркетингового підходу та покращення управління туристичними напрямками.

### **3.4. Опорний туристичний каркас країни**

Термін «дестинація» є одним з основоположних понять сучасної теорії туризму. Європейська Комісія визначила дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями». Іншими словами, дестинація – це сукупність туристичних продуктів, сконцентрованих у часі на певній території; це товар, що має споживчу вартість [50].

Шістнадцять пунктів призначення в Польщі отримали бажану нагороду Google Maps Golden Pin. Нагороди вручаються тим локаціям, які, на думку користувачів Google Maps, оцінені як найкращі. Провідні дестинації (з розподілом за спеціалізацією) Польщі:

➤ Культурні Дестинації: Замок Мальборк (Мальборк), Набережна Хробри (Щецин), Станчикські віадуки (Станчики), Палац Браницьких (Білосток), Живий музей імбирного пряника (Торунь), Мендзижецький укріплений район, Палац і музей Замойських, Трояндовий пасаж (Лодзь).



- Природні Дестинації: Парк Цитадель (Познань), Сяноцький музей сільської архітектури (Сянок), Шахта Гвідо (Забже), Королівський парк Лазенки (Варшава).
- Релігійні Дестинації: Королівський замок Вавель (Краків).
- Аквапарки та Розваги: Африкаріум (Вроцлав) [51].



Рис. 3.13. Провідні дестинації Польщі

До найважливіших туристичних регіонів Польщі належать Карпати, Судети, Малопольська височина, Мазури та Примор'я.

Карпати – єдиний регіон у Польщі з високогірним ландшафтом. Найголовнішими визначними пам'ятками регіону є його природні цінності. Історичних будівель небагато. Принадою є дерев'яна народна архітектура та живий фольклор. В основному вони приваблюють людей, які займаються пішим туризмом, катанням на лижах і гірських велосипедах. Вони також мають багато рекреаційних цінностей (багато лісів, чисте повітря, озера). Люди приїжджають на улюблені курорти (наприклад, Рабка, Криниця). Туристичний розвиток окремих частин Карпат

різноманітний. Найкраще освоєними є: Сілезькі Бескиди, Татри та Підгаль [52].

Одним з найбільш розвинених туристичних регіонів є Судети. Має різноманітну геологічну будову і рельєф. Розвинена мережа доріг, заклади розміщення та харчування, мережа маркованих туристичних стежок. Тут також можна знайти багато медичних центрів (зокрема Кудова-Здруй, Душники-Здруй). Найбільш привабливими регіонами Судет є: Єленіогурська долина, долина Клодзко, Карконоше, Столові гори, гірський масив Снежнік [52].

Малопольська височина. Серед туристичних визначних пам'яток регіону – цікаві скульптури, національні парки (Ойцовський і Свентокшиський) і пам'ятки Кракова і Ченстохови. Туристичний рух стосується трьох регіонів: у Краківсько-Ченстоховській височині, де є цікаве карстове відслонення, у Свентокшиських горах, у Кракові та Величці [52].

Головні визначні пам'ятки Мазурів – це озера. Є також антропогенні пам'ятки (замки, музеї). Найменше скорочення туристичного потоку відбувається влітку. Основними туристичними регіонами є район Великих озер, територія навколо Августова, Елка та озера Вігри [52].

Померанія і Балтійське узбережжя. Для нього характерний різноманітний ландшафт, оскільки з одного боку розташовані великі пляжі Балтійського моря, а з іншого – відносно високі моренні пагорби. Переважають пляжі, озера, торфовища, ліси та ліси. Словінський національний парк і національний парк Тухольська пуща є домом для багатьох видів рослин і тварин. Особливої уваги заслуговують Хельська коса та мінливі дюни. З точки зору культурних цінностей, Кашубія з Кашубським етнографічним парком, Гданськ є особливо привабливими. Завдяки переважаючому мікроклімату тут багато оздоровчих курортів, зокрема в Колобжезі, Сопоті та Свіноуйсьце [53].

Любуська земля, охоплює Любуське воєводство. Його найбільшою туристичною визначною пам'яткою є Мендзижецький укріплений район, який є підземною системою укріплень, побудованих німцями в міжвоєнний період і під час Другої світової війни. Він складається з бункерів, з'єднаних тунелями, які разом утворюють лабіринт. Національний парк «Гирло Варти», численні озера та ліси становлять ландшафтну цінність. До архітектурних пам'яток належать, насамперед, Музей Любуського краю з експозицією вина, Військовий музей у Држонові, Етнографічний музей – музей під відкритим небом в Охлі, Музей Мартирології військовополонених союзників у Жагані тощо [53].

Невід'ємним елементом стратегії державного брендінгу Польщі є формування туристичної привабливості країни. Основну роль в просуванні туристичного бренду країни відіграє Польська туристична організація. Це професійна державна організація, відповідальна за просування за кордоном Польщі як туристичного напрямку. Основними завданнями організації є планування, розвиток, координація і реалізація таких видів діяльності, як іміджеві кампанії і реклама, підбір операторів і агентів, співпраця з місцевими туристичними організаціями, підтримка зв'язків із засобами масової інформації, участь в міжнародних і регіональних виставках та ярмарках по туризму, організація конференцій і семінарів. Польська туристична організація має свої представництва у 14 країнах світу, в тому числі в Україні. Туристичний імідж Польщі, як туристичної країни, формується як сума вражень, стереотипів і асоціацій, які виникають в свідомості подорожуючих. Ця країна привертає увагу своєю багатозоровою культурною спадщиною, розмаїттям природних окрас, інноваційним підходом до туризму та гостинністю місцевого населення.

Підсумовуючи даний підрозділ, описані туристичні регіони Польщі, такі як Карпати, Судети, Мазури та інші, демонструють різноманітність ландшафтів та культурних аспектів. Зосередження на природних красах,

історичних пам'яток та традиційній архітектурі сприяє привертанню уваги туристів. Стратегія розвитку туризму враховує інновації та акцентує увагу на формуванні позитивного туристичного іміджу Польщі як привабливої та гостинної країни для подорожей та відпочинку.

### **3.5 Пропозиції туроператорів на українському туристичному ринку по Польщі**

На українському туристичному ринку туроператори пропонують різноманітні тури в Польщу, враховуючи різні інтереси та потреби подорожуючих. Ось, наприклад, деякі типові пропозиції:

- Культурні тури: екскурсії до історичних міст, таких як Варшава, Краків, Гданськ, щоб дослідити архітектурні пам'ятки, музеї та історичні площі. Тематичні тури до культурних заходів, фестивалів та подій, які відбуваються в різних регіонах Польщі.
- Природні тури: екскурсії в природні резервати, національні парки та гірські регіони, наприклад, Татри чи Карпати; Активні тури, такі як велосипедні маршрути, пішохідні походи та каякінг на річках.
- Гастрономічні тури: дегустації польських страв та напоїв у традиційних ресторанах та кав'ярнях. Участь в гастрономічних фестивалях та майстер-класах з приготування польських страв.
- Релігійні тури: відвідання важливих релігійних об'єктів, наприклад, Вавельський собор (Кафедральний собор святих Станіслава і Вацлава) або інші священні місця. Паломництва до святинь та місць поклоніння.
- Шопінг-тури: поїздки до торгових центрів та аутлетів для шопінгу та покупок польських товарів і брендів.

Туроператор Adriatic Travel пропонує наступні тури:

- «Польськими містами – Краків, Вроцлав, Варшава + Енерджіландія, Африкаріум і аквапарк». В турі відвідується Краків та парк розваг

Енерджіландія, який займає площу близько 26 гектарів, де знаходиться 57 атракціонів. Вроцлав – одне з найкрасивіших міст Польщі. У вільний час буде можливість оглянути Зоопарк та океанаріум «Африкаріум», Зоологічний парк Вроцлава – найстаріший і найбільший за кількістю особин (понад 7 тис.) у країні. Далі чекає столиця Польщі – Варшава, Центр науки «Коперник», Королівський палац, Королівські Лазенки та «Польський Версаль».

➤ «Королівські вогні: Краків - Варшава». У Кракові прогулянки Старим містом з головною площею і залишками укріплень XV ст.. Похід у єврейський квартал, як кажуть краків'яни «На Казімеж». Прогулянка біля найвідоміших варшавських костьолів, біля пам'ятників з цікавою історією. Відвідування одного з найкрасивіших палацово-паркових ансамблів – Королівського Лазанку. «Зануримось в історію та легенди в Старому місті Варшави».

➤ «Вікенд в Кракові». Краків – місто повне легенд, неоціненних пам'яток архітектури та мистецтва, розваг, історична столиця Польщі, зачаровує з першого погляду. Можливість побувати в Вавельському замку, який являє собою цілий архітектурний ансамбль, відвідати підземний музей в Кракові, перенестись в епоху мезозою побувавши в Діноляндії. Візит в Закопане, одне з найбільш високогірних міст Польщі, побачити одні з найвідоміших соляних шахт в Європі, які можуть похвалитися віком в 700 років – соляні шахти Велічка.

➤ «Який чудовий Різдвяний Краків + парк Енерджіландія». Краків, Закопане, Велічка (Польща). Нагоду побачити єврейський квартал – Казімеж, відвідати лабіринти соляних шахт Велічки, спробувати справжнього польського пива. Також, буде нагода побачити одне з найбільш високогірних міст Польщі – Закопане, яке розташоване у вузькій впадині між Татрами і вузьким ланцюгом Губалувки [48].

Туроператор FLIXESS пропонує наступні маршрути Польщею:

➤ Шопінг тур в Перемишль. Biedronka – це найбільша та найпопулярніша мережа супермаркетів, яка працює на польському ринку. Спеціалізується на продажі продуктів харчування та товарів щоденного вжитку. LIDL – в Польщі є одними із найприбутковіших і найуспішніших. Купити тут можна товари європейських виробників, проте польські товари також доволі широко представлені. Вигідно придбати можна: одяг для сім'ї, посуд, кухонне приладдя, бакалію, м'ясні вироби, солодощі та інше. Kaufland – німецька якість товарів з різноманітним асортиментом від продтоварів місцевого виробництва до техніки світових брендів. Rossmann – одна з найпопулярніших у Польщі мереж, яка працює у форматі drogeria. В її магазинах великий вибір товарів для догляду за тілом, косметики, парфумів, побутової хімії, засобів гігієни, різноманітні аксесуари тощо. GALERIA SANOWA – торгово-розважальний центр у якому є декілька десятків магазинів відомих брендів CCC, Cropp, Town, Empik, Gatta, H&M, House, KFC, New Yorker, Reserved, Orange, Rossmann, Yes Sport, Martes Sport, а також великий продуктовий супермаркет Kaufland. PEPCO – модний та стильний одяг для дітей та для себе і своєї сім'ї, а також все, що потрібно для вашого дому. Castorama – це французька мережа магазинів яка є у трійці лідерів на ринку будматеріалів.

➤ Польський дует – Красічин та Перемишль. Перемишль – одне з найстаріших міст Галичини, столиця удільного руського князівства, до Другої світової війни було важливим центром українського культурного і церковного життя. У місті можна оглянути ренесансний замок Казимира (XI ст., 1340р.) із фундаментами церкви Івана Хрестителя (XIII ст.), симпатичні кам'яниці на пл. Ринок, готично-барокову Латинську катедру (1460р.), бароковий костел св. Марії Магдалини (1754р.), костел Св. Терези (1630р.), який у минулому був Собором св. Івана Хрестителя УГКЦ (т.з. «стара катедр»). Для українців важливими є відвідини колишнього костелу єзуїтів, а зараз

Катедрального собору Святого Івана Хрестителя УГКЦ (1626р.), Українського «Народного дому» (1904р.), барокову годинникову вежу, яка мала служити дзвіницею так і не збудованого катедрального храму УГКЦ, цікавою є також будівля греко-католицької Вищої духовної семінарії (1912р.), збудована за проектом Івана Левинського. Історію цього красивого міста над Сяном спільно творили польський та український народи і воно заслуговує, щоб його відвідували українці та захоплювалися ним. Красічин, неподалік від Перемишля серед чудового парку з екзотичними рослинами розташоване одне із найкрасивіших місць у Польщі – замок Красицьких (1580-1631рр.). По кутах ренесансно-барокової фортеці знаходяться чотири вишукані вежі: Божа, Папська, Королівська, Шляхецька, а замкові музи прикрашає чудовий декор у стилі сграффіто.

➤ Високі Татри. Високі Татри - величні скелясті гори на території Польщі та Словаччини. У походах по Високим Татрам з нашим клубом вас чекають запаморочливі пейзажі, дивовижні туристичні стежки, порослі хвойним стланником, сходження на грізні і неприступні вершини, прогулянки по прямовисних скелях з ланцюгами і високогір'я над вічнозеленими просторами лісів. Маршрут походу по Високим Татрах: Краків - Закопане - Гевонт - Копа Кондрака - Каспровий Верх - Свінніца - Кжізне - долина П'яти Ставів - Морське Око - Риси - Закопане – Краків [49].

Таким чином, з високим рівнем деталізації та врахуванням різних інтересів подорожуючих туроператори на українському туристичному ринку пропонують різноманітні тури в Польщу. Від культурних турів до екскурсій в історичні міста та гастрономічних подорожей до природних турів у гірські регіони – це вказує на широкий спектр можливостей для задоволення різних туристичних уподобань.

## Висновки до третього розділу

Польща має розвинену систему громадського транспорту, включаючи залізницю, автобуси та літаки. Потяги вдосконалюються, залізничні вокзали реконструюються, а автобуси пропонують як повільні, так і швидкісні варіанти. Також важливо відзначити доступність громадського транспорту великих міст, але відсутність метро в багатьох з них.

Польща активно підтримує залізничне сполучення з усіма сусідніми країнами та надає прямі поїзди з різних європейських столиць. Це свідчить про стратегічний підхід до інтеграції транспортних мереж на рівні регіону та континенту, що сприяє полегшенню міжнародних подорожей для мешканців та туристів.

У 2022 році в Польщі спостерігалось значне зростання туристичної активності серед мешканців країни. Кількість туристичних поїздок домогосподарств зросла на 15,2%, досягнувши 38,3 млн, що свідчить про високий рівень інтересу до внутрішніх туристичних напрямків. Важливим аспектом є також збільшення кількості внутрішніх поїздок тривалістю 5 днів і більше на 36,4%, підкреслюючи популярність довгострокових відпочинкових подорожей. Загальна кількість туристичних поїздок досягла 74,4 мільйона, збільшившись на 18,9% порівняно з попереднім роком.

Польща в 2022 році зазнала значного зростання туристичного потоку, приймаючи 71,8 млн іноземних відвідувачів, що є рекордним показником. Іноземці відвідували Польщу як туристи (15,9 млн) і як одноденні відвідувачі (55,9 млн). Зафіксовано 40,7% зростання кількості туристів і 35,3% зростання одноденних відвідувачів порівняно з попереднім роком. Найбільшу частку склали туристи з найближчих сусідніх країн, з німецькими громадянами на чолі. Велике зростання спостерігалось у витратах іноземців в Польщі, що становило 56,6% більше ніж у 2021 році, підкреслюючи значущий вклад туристів у економіку країни.



Розширення пропозиції готельних послуг у Польщі, яке відзначено в 2021 році, свідчить про стрімкий розвиток туристичної інфраструктури. Значна кількість природних об'єктів у Польщі та їх активне використання для розвитку різноманітних видів активного туризму (велосипедні маршрути, водні види спорту) вказують на те, що країна активно інвестує в розвиток туризму в природних локаціях. Ресторанна галузь в Польщі є важливим елементом туристичного досвіду, пропонуючи різноманітні страви як польської, так і міжнародної кухні.

Наголошена системність та підтримка характеризують національну туристичну політику Польщі, яка спрямована на розвиток конкурентоспроможного та інноваційного туристичного сектору. Акцент на принципах сталого розвитку свідчить про намір країни розвивати туризм, здійснюючи урахування його впливу на навколишнє середовище та соціальні аспекти. Реалізація ініціатив, таких як проект «Польські туристичні бренди», свідчить про прагнення використовувати активний маркетинговий підхід та оптимізувати управління напрямками туризму.

Туристичний імідж Польщі є результатом успішної стратегії просування та розвитку туристичної галузі. Зазначені провідні дестинації в Польщі свідчать про високу оцінку туристами культурних, природних, релігійних та розважальних об'єктів. Описано туристичні регіони Польщі, такі як Карпати, Судети, Мазури.

Аналіз пропозицій туроператорів, таких як «Adriatic Travel» і «FLIXESS» підтверджує глибокий підхід до розробки туристичних маршрутів. Вони включають в себе не лише основні туристичні пункти, але і унікальні елементи, такі як відвідування парків розваг, гастрономічні фестивалі, та інші цікаві події. Це свідчить про уваження до різноманітності інтересів та побажань туристів, спрямованість на надання повноцінного та насиченого туристичного досвіду.

## РОЗДІЛ 4. ПОЗИТИВНИЙ ДОСВІД УКРАЇНИ В РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ В ПОЛЬЩІ

Туризм є однією з ключових складових сучасних відносин між Україною та Польщею. Навіть при усіх політичних та економічних труднощах останніх років туризм виступає як область, що об'єднує обидві країни. Це не лише сприяє активізації двосторонніх зв'язків, але й позитивно впливає на гуманітарну міждержавну взаємодію. Туризм сприяє не лише встановленню контактів між країнами, але й сприяє покращенню міжособистих відносин, розвитку добросусідських стосунків та міжнародному примиренню[54].

Крім того, співпраця між Україною та Республікою Польща в галузі туризму визначається кількома ключовими аспектами. По-перше, це є важливим кроком на шляху до європейської інтеграції України. По-друге, це становить значущий канал для України у використанні та адаптації багатого досвіду Республіки Польща в цій галузі. По-третє, це є конкретним простором для реалізації євроінтеграційних процесів, які особливо відзначаються на регіональному, прикордонному рівнях. Необхідною умовою для ефективного розвитку міжнародного туризму є належне законодавче забезпечення цієї проблеми [54].

Протягом останніх двадцяти років туристичний ринок Польщі розвивався значно швидше, ніж український. Великий туристичний потенціал Польщі створив сприятливі умови для формування високорозвинутого та прибуткового курортно-рекреаційного господарства, особливо в регіонах з курортно-туристичною активністю. Цьому сприяли ряд чинників: реформування старої системи та створення Польської туристичної палати, яка представляє інтереси своїх членів у сфері туризму; скасування віз для громадян Польщі для в'їзду до багатьох країн Європи; впровадження Програми розвитку національного турпродукту з фокусом

на бізнес-туризм, міський культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм та прикордонно-транзитний туризм; позитивний імідж польського туристичного продукту в Україні та за її межами; розвиток інформаційної мережі та участь у програмах розвитку туристичної індустрії та модернізації інфраструктури; вступ до Євросоюзу, що полегшило в'їзд для туристів, усунувши митні та прикордонні обмеження; реалізація екологічних програм, розширення курортних закладів, готельних ланцюгів, модернізація туристичних маршрутів, гірськолижних витягів та інші заходи; співпраця з різними інституціями та організаціями; організація освітніх подорожей для польських та іноземних журналістів та інфотурів для туроператорів, спрямованих на презентацію об'єктів з високим туристичним потенціалом [55].

Унаслідок цього польський туристичний продукт отримує широку популярність в засобах масової інформації, а також розширюється асортимент пропозицій для відпочинку в Польщі. Промоція туризму в Польщі активно розвивається через підготовку, друк рекламно-інформаційних матеріалів, моніторинг ринків конкретних країн згідно з їх географічним положенням, проведення рекламних кампаній і заохочення потенційних партнерів до співпраці. Ці матеріали публікуються дванадцятьма мовами та забезпечують потенційних туристів необхідною інформацією. Завдяки характерному дизайну і змістовному наповненню ці друковані матеріали легко впізнаються та визнаються як одні з найкращих у світі [55].

Активна туристична політика Польщі, яка знаходить компетенції згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), виявляє позитивний вплив на туристичні прибутки та надходження. Ця політика може послужити зразком для українських органів і стати об'єктом наслідування. Для формулювання конкретних рекомендацій, які мали б прикладний характер, рекомендується провести додаткові дослідження у

цьому напрямі, розглянути кожен механізм реалізації туристичної політики окремо. Також слід організувати національні програми обміну досвідом для керівників галузі на державному рівні та використовувати польський досвід в цьому плані [55].

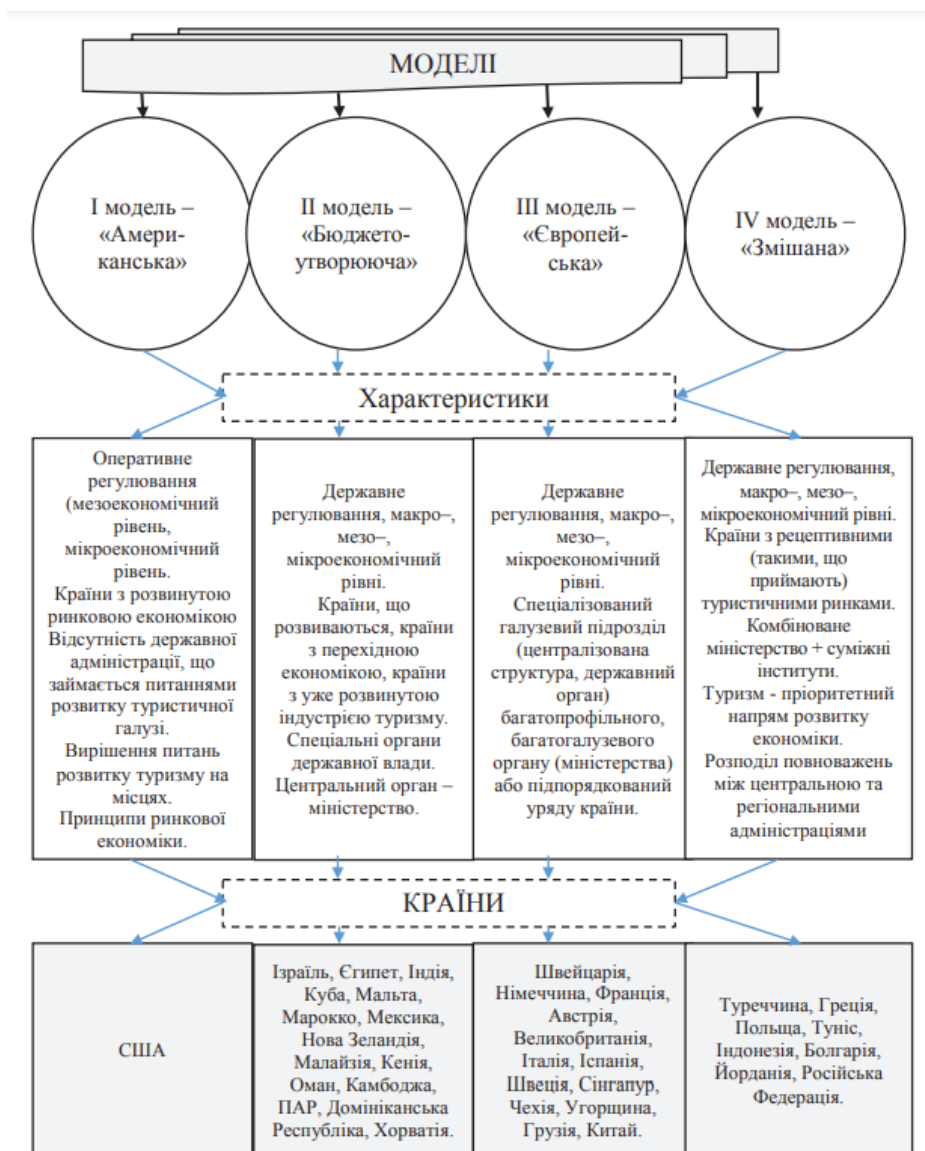


Рис. 4.1. Моделі розвитку туристичної галузі

Активна туристична політика Польщі, яка знаходить виправдання згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), виявляє позитивний вплив на туристичні прибутки та надходження. Ця політика може послужити зразком для українських органів і стати об'єктом

наслідування. Для формулювання конкретних рекомендацій, які мали б прикладний характер, рекомендується провести додаткові дослідження у цьому напрямі, розглянути кожен механізм реалізації туристичної політики окремо. Також слід організувати національні програми обміну досвідом для керівників галузі на державному рівні та використовувати польський досвід в цьому плані [55].

Проект «Туризм для всіх» в Польщі є цікавою ініціативою, яка реалізується через створення в Інтернеті бази даних про доступність туристичної інфраструктури для людей з особливими потребами. В туристичній сфері Польщі розуміють, що важливо забезпечити такі умови, які зроблять враження на туриста і змусять його повертатися. Багато польських туристичних компаній готові приймати туристів та пропонувати різноманітні тури, такі як гірськолижні курорти в Карпатах взимку, відпочинок на пляжах Балтики влітку, екскурсії до фортець і замків Польщі, старовинних міст і екологічний туризм. Важливо відзначити, що відпочинок в Польщі є значно більш доступним з фінансової точки зору, ніж в інших країнах Євросоюзу.

Польща успішно вирішила проблему диспропорційності розвитку в'їзного та виїзного туризму, а також підняла конкурентоспроможність свого туристичного продукту, створивши мережу регіональних відділень та представництв за кордоном у перспективних країнах. В Україні було б доцільно вивчити та впровадити польський досвід, розробивши власну «Стратегію просування національного туристичного продукту за кордоном». Ця стратегія повинна включати принципи створення та функціонування туристичних представництв за кордоном, враховуючи потенційні ринки та сприяючи розвитку в'їзного та виїзного туризму в балансі.

Туризм у Польщі виступає як засіб сприяння посиленню солідарності, розвитку людино-орієнтованої моделі суспільства та

консолідації суспільства. Для ефективного державного регулювання цієї галузі важливо мати наукове й методичне забезпечення. Створення стратегії розвитку туризму та створення умов для її успішної реалізації – завдання складне, і важливо використовувати досвід інших країн у цьому процесі. Наприклад, міста Польщі активно привертають увагу туристів не лише історичними пам'ятками, але й сучасною архітектурою та інтерактивними музеями.

Окрім цього, основними напрямками роботи державних органів Польщі є також: визначення та реалізація основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму; визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів, їх використання та охорони; спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм розвитку туризму; визначення основ безпеки туризму; нормативне регулювання відносин у галузі туризму (туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян); ліцензування в галузі туризму, стандартизація і сертифікація туристичних послуг, визначення кваліфікаційних вимог до посад фахівців туристичного супроводу, видачі дозволів на право здійснення туристичного супроводу; встановлення системи статистичного обліку і звітності в галузі туризму та курортно-рекреаційного комплексу; організація та здійснення державного контролю дотримання законодавства в галузі туризму; визначення пріоритетних напрямів та координація наукових досліджень, підготовка кадрів у галузі туризму; участь у розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму в країні [55].

Туристична сфера Польщі досягла значних успіхів завдяки створенню нового господарського механізму, який відрізняється від попереднього. Ефективне управління досягається через активну взаємодію економічного та інституційного механізмів, що може бути порівняно з підходами країн Євросоюзу. Успішність державного регулювання в

туристичній галузі визначається різноманітністю досліджень інструментів, механізмів та моделей управління туризмом на регіональному рівні.

За польським прикладом, органи державного управління в сфері туризму в Україні повинні активно розробляти та впроваджувати програми туристичного освоєння депресивних територій країни. Польща демонструє велику увагу до туристично-рекреаційного використання своїх територій і активно розвиває мережу бальнеологічних курортів. Державне управління цим процесом в Польщі входить до механізмів реалізації державної політики в туристичній галузі. Розвиток сфери туризму в Польщі відзначається позитивною динамікою змін у кількісних та якісних показниках, таких як збільшення туристичних потоків, зростання відрахувань у бюджети та підвищення рівня зайнятості в туристичній галузі. Україні можна взяти на увазі ці позитивні аспекти для подальшого розвитку туризму та активізації депресивних регіонів [55].

Крім того, пріоритети у розвитку туризму в Польщі включають: створення привабливих туристичних продуктів на різних рівнях – від місцевого до міжрегіонального; проектування та розробка туристичних продуктів будуть ґрунтуватися на систематичному аналізі інтересів туристів, їхніх цінностей, перспективних форм туризму та організації сервісного забезпечення; поліпшення освітніх програм для підготовки фахівців у сфері туризму; підтримка ініціатив щодо розвитку та популяризації екологічного туризму серед мешканців великих промислових агломерацій; розвиток гірського туризму; підтримка розвитку велотуризму; просування каное-сплавів та інші заходи [55].

Необхідність удосконалення механізмів державного управління туристичною галуззю стає актуальною, і міжнародний досвід підтверджує, що туризм – це велика та стратегічно важлива галузь для національної економіки. Вона не лише приваблює інвестиції, вносить валютні надходження в бюджет країни, але й відображає рівень культурного

розвитку країни. Польща, серед інших країн Європи, видається цікавим туристичним напрямком. Інтелігентне використання природних та історико-культурних туристичних ресурсів, поєднане з ефективним управлінням в цій галузі, вивело туризм в Польщі на передове місце в економіці країни. Здобутки Польщі в інституційних та законодавчих аспектах туризму можуть послужити прикладом для інших країн, зокрема для України [55].

Таким чином, туризм визначається як ключовий елемент сучасних українсько-польських міждержавних відносин, що має позитивний вплив на різноманітні аспекти взаємин між країнами. Співпраця між Україною та Республікою Польща у сфері туризму виступає як інструмент європейської інтеграції України, забезпечує обмін досвідом та використання польського досвіду в розвитку туристичної галузі. Крім того, ця співпраця є частиною ширших євроінтеграційних процесів, спрямованих на створення позитивного туристичного іміджу України, розвиток туристичної інфраструктури та залучення інвестицій. Важливим є також законодавче забезпечення цих ініціатив для забезпечення їх ефективності та сталості.



## **Висновки до четвертого розділу**

Співпраця між Україною та Республікою Польща у сфері туризму виступає як інструмент європейської інтеграції України, забезпечує обмін досвідом та використання польського досвіду в розвитку туристичної галузі. Крім того, ця співпраця є частиною ширших євроінтеграційних процесів, спрямованих на створення позитивного туристичного іміджу України, розвиток туристичної інфраструктури та залучення інвестицій. Важливим є також законодавче забезпечення цих ініціатив для забезпечення їх ефективності та сталості.

Досвід Польщі в управлінні туризмом вказує на необхідність активного залучення державних ресурсів, розроблення ефективних стратегій та співпраці між різними рівнями управління для забезпечення стабільного розвитку туризму. Україні важливо вивчати та адаптувати успішні аспекти польського підходу, зокрема щодо створення представництв за кордоном та підтримки ініціатив з розвитку різноманітних форм туризму для збільшення своєї конкурентоспроможності на світовому ринку.

## ВИСНОВКИ

У наш час туризм стає важливою складовою економічного прогресу, впливаючи на розвиток різних галузей, таких як транспорт, будівництво, торгівля та зв'язок. Розвиток ефективної туристичної інфраструктури визначається як важлива задача для урядів та суспільства загалом. Польща служить прикладом успішної реалізації цих завдань, відзначаючись розвиненим природним середовищем та інфраструктурою туризму, яка приваблює велику кількість туристів.

Польща, з урахуванням свого природно-географічного положення та різноманітності ландшафтів, демонструє великий потенціал для розвитку туризму. Центральне розташування країни в Європі робить її ключовим вузловим пунктом для трансконтинентальних та міжнародних подорожей.

З появою Просвітництва та в середньовіччі в Польщі виникає підвищений інтерес до туризму, зокрема пізнавального характеру. Зростання значення фізичної культури та подорожей визначено як етап у розвитку туристичної індустрії. Літературні твори та дослідження, такі як «Географічний словник Королівства Польського», стають культурним фундаментом для розвитку туризму в країні. Соціально-економічні чинники сприяли подальшому розширенню туризму, включаючи формування курортів та інфраструктури для подорожей. Польський туризм, вивчаючи свою культуру та розкриваючи природні багатства, відтримував національну ідентичність.

З історичної перспективи видно, що розвиток туризму в Польщі вирізняється особливими рисами, що відрізняють її від інших європейських країн. У формуванні та розвитку туристичних ініціатив велике значення мали соціальні активісти з вираженим почуттям культурної та національної місії, що відмежовувало Польщу від інших країн, де пріоритетним був комерційний аспект. Це призвело до того, що

туризм у Польщі виконує не лише економічну роль, але й стає інструментом для збереження культурної спадщини та національної ідентичності.

Розвиток туризму в Польщі в період між двома війнами і після Другої світової війни демонструє значущий внесок державних та соціальних ініціатив у створення та розвиток туристичної інфраструктури. Зокрема, створення туристичних асоціацій, агентств та кооперативів відображає важливість співпраці між державними та соціальними структурами для підтримки та розвитку туризму. Діяльність підтримуючих організацій сприяла популяризації туризму та створенню сприятливих умов для подорожей по різних частинах Польщі. Започаткування Другої світової війни та перехід до вільної ринкової економіки вплинули на різні етапи розвитку туризму, з відзначеними спробами державної підтримки та змінами в туристичній інфраструктурі.

Польща має клімат з великою мінливістю, переходячи від морського до континентального типу через вплив океанічних, полярних і субтропічних повітряних мас. Країна стикається з обмеженими водними ресурсами, зокрема, низьким рівнем відновлюваних прісних вод. Річки та озера грають ключову роль у її історії, а різноманітний ландшафт включає морські узбережжя, гірські регіони та навіть пустелю. Історія Польщі, переживши перемоги та трагедії, вплинула на культурний образ країни. Польський народ вдало зберіг свою ідентичність через мистецтво та традиції. Розуміння мультикультуралізму та роль історичної пам'яті взаємодіють у формуванні різноманітності культурних груп. Релігійна обліковість впливає на туризм та культурний ландшафт. Поляки, зберігаючи вірність, активно вирушають у паломництва, створюючи унікальні туристичні маршрути та сприяючи розвитку сакрального туризму.

Польща має розвинену систему громадського транспорту, включаючи залізницю, автобуси та літаки. Потяги вдосконалюються, залізничні вокзали реконструюються, а автобуси пропонують як повільні, так і швидкісні варіанти. Також важливо відзначити доступність громадського транспорту великих міст, але відсутність метро в багатьох з них. Польща активно підтримує залізничне сполучення з усіма сусідніми країнами та надає прямі поїзди з різних європейських столиць.

Туристична ситуація в Польщі відзначається великим впливом пандемії COVID-19 на міжнародний туризм. Після рекордного року 2019, коли кількість міжнародних туристів досягла 21,2 мільйона, країна зазнала різкого спаду у 2020 році до 8,4 мільйона прибуттів. Попри зростання до 9,7 мільйона у 2021 році, це залишалось на 54% нижче рівня до початку пандемії. Німеччина та Україна залишаються основними джерелами туристів для Польщі, проте на тлі геополітичних подій, таких як війна в Україні, спостерігається невизначеність та спад бронювань. Внутрішній туризм в Польщі відновився швидко, досягаючи 46,3 мільйона відвідувачів у 2021 році, що на 7,4% менше, ніж у 2019 році.

Розширення готельних послуг у Польщі у 2021 році свідчить про стрімкий розвиток туристичної інфраструктури в країні. Значна кількість природних об'єктів і їх активне використання для розвитку активного туризму свідчать про інвестиції в туризм в природних локаціях. Ресторанна галузь в Польщі стає важливим елементом туристичного досвіду, пропонуючи різноманітні страви автентичної та міжнародної кухні.

Національна туристична політика Польщі, характеризується системністю та підтримкою, спрямованою на розвиток конкурентоспроможного та інноваційного туристичного сектору. Акцент на сталому розвитку вказує на намір враховувати вплив туризму на навколишнє середовище та соціальні аспекти. Ініціативи, такі як проект

"Польські туристичні бренди", свідчать про бажання використовувати активний маркетинг і оптимізувати управління напрямками туризму.

Аналіз пропозицій українських туроператорів, таких як «Adriatic Travel» і «FLIXESS», підтверджує глибокий підхід до розробки туристичних маршрутів, включаючи унікальні елементи не лише природно-географічного та культурно-історичного спостереження, але й відвідування парків розваг та гастрономічні фестивалі.

Туризм визначається як ключовий елемент сучасних українсько-польських міждержавних відносин, і він впливає позитивно на різноманітні аспекти взаємин між країнами. Співпраця в сфері туризму виступає як інструмент європейської інтеграції України, сприяючи обміну досвідом та використанню польського досвіду в розвитку туристичної галузі. Ця співпраця також є складовою ширших євроінтеграційних процесів, спрямованих на створення позитивного туристичного іміджу України, розвиток туристичної інфраструктури та залучення інвестицій. Зокрема, польський досвід свідчить про важливість нових механізмів управління туристичною сферою та підкреслює необхідність активного залучення державних ресурсів та співпраці між різними рівнями управління для стабільного розвитку туризму. Для України важливо враховувати та адаптувати успішні аспекти польського підходу, спрямовані на підтримку та розвиток різноманітних форм туризму, з метою підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Jacek Kraś. Początki turystyki w Polsce. *Saeculum Christianum* : pismo historyczno-społeczne. 2008. 15/2. P. 165-179
2. Od regionu geograficznego do regionu turystycznego. URL: <https://phavi.umcs.pl/at/attachments/2019/0308/090813--geograficznego-do-regionu-turystycznego2016.pdf> (date of access: 01.11.2023).
3. Geography Of Poland. URL: <https://www.intopoland.com/poland-info/geography-of-poland.html> (дата звернення: 02.11.2023).
4. Geography Of Poland. URL: <https://www.intopoland.com/poland-info/geography-of-poland.html> (дата звернення: 02.11.2023).
5. Rozwój turystyki w Polsce. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/71969351.pdfpolsce/> (дата звернення: 02.11.2023).
6. Uwarunkowania i plany rozwoju turystyki. URL: <http://turystyka.amu.edu.pl/tomy/tir2.pdf> (дата звернення: 02.11.2023).
7. Tourism and Climate. URL: [https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/1-4020-3266-8\\_209](https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/1-4020-3266-8_209) (дата звернення: 03.11.2023).
8. World Bank Group. URL: <https://climateknowledgeportal.worldbank.org/country/poland/climate-data-historical> (дата звернення: 03.11.2023).
9. Climate of Poland. URL: <https://study.gov.pl/climate> (дата звернення: 03.11.2023).
10. Climate of Poland. URL: <https://www.britannica.com/place/Poland/Climate> (дата звернення: 03.11.2023).
11. Provinces of mineral and thermal waters in Poland. URL: [https://www.researchgate.net/figure/Provinces-of-mineral-and-thermal-waters-in-Poland-according-to-Paczynski-Pochniewski\\_fig1\\_264627118](https://www.researchgate.net/figure/Provinces-of-mineral-and-thermal-waters-in-Poland-according-to-Paczynski-Pochniewski_fig1_264627118) (дата звернення: 03.11.2023).

12. Poland's strategic pathways. URL: [https://water-drive.eu/wp-content/uploads/2022/05/PL\\_Pathways\\_final-2.pdf](https://water-drive.eu/wp-content/uploads/2022/05/PL_Pathways_final-2.pdf) (дата звернення: 03.11.2023).
13. Water resources of Poland. URL: <https://wateractionhub.org/geos/country/176/d/poland/> (дата звернення: 03.11.2023).
14. Природні умови та ресурси. URL: <http://www.novageografia.com/vogels-1058-1.html> (дата звернення: 04.11.2023).
15. Клімат, час, природа. URL: <https://www.polscha.travel/uk/pro-polshchu/pro-polshchu/geograf%D1%96ia> (дата звернення: 04.11.2023).
16. An outline of landscape science in Poland. URL: <https://journals.openedition.org/belgeo/13749?lang=en> (дата звернення: 04.11.2023).
17. Ochrona przyrody w rezerwatach. URL: <https://wfos.gdansk.pl/ochrona-przyrody-w-rezerwatach/> (дата звернення: 04.11.2023).
18. About Poland. URL: <https://ieuc.com.pl/poland/> (дата звернення: 04.11.2023).
19. Poland: cities worth discovering. URL: <https://www.poland.travel/en/visit-poland/heritage> (дата звернення: 04.11.2023).
20. Poland: cities worth discovering. URL: <https://www.poland.travel/en/visit-poland/heritage> (дата звернення: 04.11.2023).
21. Polish Cultural Development and Contributions. URL: <https://instytutpolski.pl/telaviv/en/history-heritage/> (дата звернення: 04.11.2023).
22. The Museum of Polish History in Warsaw (MHP). URL: <https://pressbooks.ulib.csuohio.edu/polish-americans-and-their-communities-of-cleveland/chapter/polish-cultural-development-and-contributions/> (дата звернення: 04.11.2023).

23. Places of Beauty, Places of Memory: Poland's UNESCO Heritage Sites. URL: <https://culture.pl/en/article/places-of-beauty-places-of-memory-polands-unesco-heritage-sites> (дата звернення: 04.11.2023).
24. Poland. Rich cultural heritage among cobblestone streets. URL: <https://www.afsusa.org/countries/poland/> (дата звернення: 04.11.2023).
25. Poland Population. URL: <https://www.worldometers.info/world-population/poland-population/> (дата звернення: 04.11.2023).
26. Tolerance of Cultural Diversity in Poland and Its Limitations. URL: [https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/24381/ACCEPT\\_WP5\\_2012\\_34\\_Country-synthesis-report\\_Poland.pdf](https://cadmus.eui.eu/bitstream/handle/1814/24381/ACCEPT_WP5_2012_34_Country-synthesis-report_Poland.pdf) (дата звернення: 04.11.2023).
27. Religious Grammar of the Welfare State in Poland. URL: <https://www.mdpi.com/2077-1444/14/1/81> (дата звернення: 04.11.2023).
28. Catholic pilgrimage sites in Poland. URL: <https://its-poland.com/travel-tips/catholic-pilgrimage-sites-in-poland> (дата звернення: 04.11.2023).
29. How to get to Poland. URL: <https://www.roughguides.com/poland/getting-there/> (дата звернення: 05.11.2023).
30. How To Travel Around Poland?. URL: <https://travelpolandtours.com/getting-around-poland> (дата звернення: 05.11.2023).
31. Public transportation system and road network in Warsaw. URL: [https://www.researchgate.net/figure/Public-transportation-system-and-road-network-in-Warsaw-Source-own-study-based-on-PZGiK\\_fig1\\_326740543](https://www.researchgate.net/figure/Public-transportation-system-and-road-network-in-Warsaw-Source-own-study-based-on-PZGiK_fig1_326740543) (дата звернення: 05.11.2023).
32. How To Travel Around Poland?. URL: <https://travelpolandtours.com/getting-around-poland> (дата звернення: 05.11.2023).
33. How to get to Ukraine from Poland without standing in lines: the nearest airports and the most convenient routes by train, bus, or car. URL: <https://visitukraine.today/blog/2227/how-to-get-to-ukraine-from-poland->



without-standing-in-lines-the-nearest-airports-and-the-most-convenient-routes-by-train-bus-or-car (дата звернення: 05.11.2023).

34. Public transport in the city. URL: <https://www.poland.travel/en/plan-your-trip/travel-information/getting-around-the-city/public-transport-in-the-city> (дата звернення: 05.11.2023).

35. Public transport in the city. URL: <https://www.poland.travel/en/plan-your-trip/travel-information/getting-around-the-city/public-transport-in-the-city> (дата звернення: 05.11.2023).

36. Rules & regulations. URL: <https://www.poland.travel/en/plan-your-trip/about-poland/rules-regulations> (дата звернення: 05.11.2023).

37. Tourism in 2022. URL: <https://stat.gov.pl/en/topics/culture-tourism-sport/tourism/tourism-in-2022,1,20.html> (дата звернення: 05.11.2023).

38. Number of international tourist arrivals in Poland from 2013 to 2028. URL: <https://www.statista.com/forecasts/1153360/international-tourist-arrivals-forecast-in-poland> (дата звернення: 06.11.2023).

39. Poland Visitor Arrivals. URL: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/poland/visitor-arrivals> (дата звернення: 06.11.2023).

40. Tourism in the economy and outlook for recovery. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/d863fb51en/index.html?itemId=/content/component/d863fb51-en> (дата звернення: 06.11.2023).

41. Ресурсний потенціал Польщі як чинник туристичної пропозиції. URL: [https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54469/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92\\_%D0%B7\\_2022\\_242\\_%D0%9A%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%85%20%D0%94.pdf](https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/54469/1/%D0%A4%D0%9C%D0%92_%D0%B7_2022_242_%D0%9A%D1%96%D0%BD%D0%B0%D1%85%20%D0%94.pdf) (дата звернення: 06.11.2023).

42. Польща. URL: <http://www.vintourplus.com/poland.html?info> (дата звернення: 06.11.2023).

43. Tourist accommodation establishments and its occupancy in the 1st half of 2023. URL: <http://www.vintourplus.com/poland.html?info> (дата звернення: 06.11.2023).

44. Polish hotels increase their accommodation base. URL: <https://www.property-forum.eu/news/polish-hotels-increase-their-accommodation-base/11072> (дата звернення: 06.11.2023).
45. Polish hotels increase their accommodation base. URL: <https://www.property-forum.eu/news/polish-hotels-increase-their-accommodation-base/11072> (дата звернення: 06.11.2023).
46. What is the future of the hotel market in Poland. URL: <https://eurobuildcee.com/en/comments/183-what-is-the-future-of-the-hotel-market-in-poland> (дата звернення: 06.11.2023).
47. Polish cuisine. URL: <https://www.falstaff.com/en/news/guide-to-polish-cuisine> (дата звернення: 06.11.2023).
48. Adriatic Travel. URL: <https://adriatic-travel.com.ua/country/pl> (дата звернення: 07.11.2023).
49. FLIXESS. URL: <https://flixess.com/> (дата звернення: 07.11.2023).
50. Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. URL: <http://semenova-partners.com/2020/02/04/pravove-viznachennya-turistichnoyi-destinatsiyi-z-urahuvannyam-mizhnarodnogo-zakonodavstva-ta-natsionalnogo-zakonodavstva-krayin-yes/> (дата звернення: 07.11.2023).
51. Poland's golden destinations. URL: <https://www.poland.travel/en/poland%E2%80%99s-golden-destinations> (дата звернення: 07.11.2023).
52. Regiony turystyczne Polski. URL: <https://opracowania.pl/opracowania/geografia/regiony-turystyczne-polski,oid,1769> (дата звернення: 07.11.2023).
53. Regiony turystyczne Polski. URL: [https://www.naukowiec.org/wiedza/geografia/regiony-turystyczne-polski\\_3236.html](https://www.naukowiec.org/wiedza/geografia/regiony-turystyczne-polski_3236.html) (дата звернення: 07.11.2023).
54. Стрільчук М. Вплив туризму на розвиток українсько-польського гуманітарного співробітництва. *Історія України*. 2015. Вип. 7. С. 99-104.

55. Зарубіжний досвід формування туристичного потенціалу.

URL: [http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4\\_2019/43.pdf](http://www.dy.nauka.com.ua/pdf/4_2019/43.pdf) (дата звернення:

11.11.2023).