

### 3.3. МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ПОЛЬЩІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ \*

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується переважанням сфери послуг у структурі національного виробництва більшості країн світу. Серед галузей третинної сфери ключову роль у багатьох країнах відіграє міжнародний туризм.

Саме міжнародний туризм є однією з провідних галузей світової економіки, що розвивається найбільш динамічно. За даними, Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), постійне зростання туристичної індустрії буде незворотнім і у XXI ст. До 2020 року кількість міжнародних туристичних відвідувань складе 1,6 млрд. одиниць на рік<sup>1</sup>. Однак, порівняно з періодом кінця ХХ століття у прийдешньому столітті очікуються значні зміни структури світового ринку туристичних послуг.

Міжнародний туризм – це неоднозначне поняття. До прикладу, С. П. Кузик дає наступне трактування даного поняття: «міжнародний туризм – це цілеспрямована діяльність, пов'язана з наданням послуг іноземним туристам на території держави, яка їх приймає (в'їзний туризм) і громадянам країни постійного проживання, котрі мандрують за її межами (виїзний туризм)»<sup>2</sup>.

Мальська М. П. визначає міжнародний туризм як подорож особи за межі постійного місця проживання, що включає перетин кордону та здійснюється на термін від однієї доби до року з пізнавальною, відпочинковою, оздоровчою чи іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування»<sup>3</sup>.

На думку Дубенюк Я. А. під міжнародним туризмом розуміють специфічну форму міжнародних економічних відносин, що виникають між країнами, які виробляють, просують і споживають туристичні продукти, супутні товари та послуги<sup>4</sup>.

Постійно зростає вплив глобалізаційних процесів на розвиток і функціонування міжнародного туризму, що пов'язано з розширенням частки міжнародного туризму в платіжний баланс країни, забезпеченням зайнятості населення, сприянням диверсифікації економіки, а також з раціональним використанням туристично-рекреаційних ресурсів.

Міжнародний ринок туристичних послуг – це система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотне перетворення грошових

---

\* Автори Чир Н.В., Єрко І.В., Мельник А.В.

<sup>1</sup> Всесвітня туристична організація Об'єднаних Націй (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.world-tourism.org>.

<sup>2</sup> Кузик С.П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід : [Монографія] / С.П. Кузик. – Львів : Навчальна книга. – 2010. – 254 с..

<sup>3</sup> Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич ; М-во освіти і науки та ін. – К. : Знання, 2008. – 664 с.

<sup>4</sup> Дубенюк Я. А. Розвиток світового ринку туристичних послуг : автореф. дис...к. е. наук : 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини. – Донецьк, 2008. – 22 с.

коштів на туристично-екскурсійні послуги<sup>5</sup>. Його можна розглядати як відкриту систему, що багатьма каналами (виробничо-технологічних, ресурсних, кадрових, інформаційних, фінансових тощо) пов'язана з ринками вищих рангів (ринок послуг та світовий ринок) та з господарським комплексом певної території, як з соціально-економічною системою вищого порядку, складовою якого є.

Усі чинники, що впливають на розвиток ринку міжнародних туристичних послуг, умовно поділяють на дві основні групи:

- чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (мотиваційні, економічні, політичні, географічні, соціальні, екологічні);

- чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (науково-технічний потенціал).

Міжнародний туристичний ринок, пропонуючи уніфіковані системи відпочинку й обслуговування, використовує регіональні природні відмінності та національну та культурну самобутність етнічних груп і місцевих громад, що в багатьох випадках стає головним мотивом подорожі.

Для сучасного міжнародного туристичного ринку характерна значна територіальна нерівномірність. Вона відбиває різні соціально-економічні рівні країн світу: на економічно розвинені країни припадає 57% туристичних прибутків, на країни, що розвиваються, – 30%, на країни з перехідною економікою – 13%<sup>6</sup>.

Оцінюючи конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку, необхідно врахувати і дослідити наступні критерії:

- ресурсний потенціал країни;
- тенденції, що є актуальними в бізнес-середовищі та розвиток туристичної інфраструктури;
- стан політико-правової бази регулювання сфери міжнародного туризму в країні.

Розвиток міжнародного туризму в постсоціалістичних країнах Європи відбувається значно повільніше у порівнянні із Західною Європою. Проте, дана сфера у Польщі являється досить перспективною, підтвердженням чого виступає значний інтерес іноземних туристів, а також стабільно зростаючий рівень туристичних прибуттів впродовж 1990-2018 рр. Тому вивчення питань, пов'язаних з оцінкою туристичного потенціалу в країнах з перехідною економікою, до яких належить і Польща з метою його реалізації та ефективного використання та управління, набуває особливої актуальності.

Здобуття незалежності та суспільно-політична перебудова в Польщі позначились зміною її ролі на ринку міжнародного туризму. Перш за все, розширилась участь країни на даному ринку. З країни-реципієнта з дозованим

---

<sup>5</sup> Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любіцева. – К. : «Альтерпрес», 2005. – 436 с

<sup>6</sup> Чернецька С. А. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму / С. А. Чернецька // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – №232. – С. 85-88.

обсягом обслуговування вона перетворилась на країну-генератора туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму.

Польща на сьогоднішній день являється досить цікавим туристичним напрямком серед країн Європи. Вміле використання природних та культурно-історичних туристичних ресурсів у поєднанні з раціональним управлінням туристичною сферою в країні вивело туризм на чільне місце в економіці країни. Крім того, досвід Польщі в деяких інституційних та законодавчих аспектах в галузі туризму можна використати і в Україні.

Питання дослідження туристично-рекреаційного потенціалу Польщі знаходимо у контексті рекреаційної характеристики Європейського рекреаційного регіону в працях таких науковців, як О. О. Бейдик, Н. В. Фоменко, С. П. Кузик, М. П. Мальська, О. П. Масляк.

Дослідженням проблем туристичної діяльності в Польщі, її впливу на розвиток регіонів, зокрема прикордонних, займалися ряд вчених, серед яких: М. Багров, І. Бережна, П. Гудзь, М. Долішній, В. Євдокименко, А. Єфремов, Н. Коніщева, В. Кравців, Л. Мазуркевич, В. Мамутов, А. Новаковська, А. Панасюк, В. Руденко, Д. Стеченко, І. Твердохлебов, О. Шаблій та ін.

Наукових праць щодо особливостей розвитку туристичної сфери Польщі та її місця на міжнародному ринку туристичних послуг сьогодні вкрай нежостатньо.

Республіка Польща (Річ Посполита Польська) – держава у Центральній Європі, унітарна парламентська республіка, що має в своєму складі 16 воєводств, 308 повітів і 2489 гмін, включаючи 65 міст, що мають статус міських повітів<sup>7</sup>. Новий адміністративний розподіл введений 1 січня 1999 р. Столицею Польщі є місто Варшава.

Польща – індустріально-аграрна держава. Основу економіки Польщі складає промисловість. Однак, сфера послуг сьогодні займає близько 60% у загальній структурі господарства. Однією з ключових складових третинного сектору являється туристична індустрія.

За останні роки відмічаємо досить швидкі темпи розвитку туристичної індустрії Республіки Польщі. Вона стала вагомим складовим третинного сектору економіки. Про це свідчить частка туризму у ВВП країни. Сьогодні – це тільки 6%, але потенціал цієї галузі значно більший. За державними витратами на розвиток туризму Польща займає 29 позицію у світі<sup>8</sup>. Варто відмітити, що цей показник має позитивну динаміку (табл. 1 та рис.1).

Як видно з рисунку 1 за останні десять років влада Польщі усвідомлює пріоритетність розвитку туристичного сектору економіки, відтак витрати на розвиток туризму зросли більше, як у два рази.

Значення туризму в господарстві країни відбиває показник зайнятості населення у цьому сегменті невиробничої сфери. Станом на 2018 рік

---

<sup>7</sup> Вишнеvsька О.О. Туристичне країнознавство / О.О. Вишнеvsька [та ін.]. – Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2011. – 594 с.

<sup>8</sup> Статистичний щорічник UNWTO Highlights (2006-2018) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourlib.net/wto.htm>.

безпосередньо у туристичному секторі країни зайнято близько 2% трудових ресурсів (332 тис. ос.), що на 0,2% менше від показника 2007 року<sup>9</sup>.

Таблиця 1 – Державні витрати на розвиток туризму<sup>9</sup>

Рік	Державні витрати на туризм, млрд. злотих	Зміна показника, %
2006	0,7	-
2007	0,7	2,64%
2008	0,8	3,13%
2009	0,9	3,61%
2010	0,9	3,63%
2011	1,0	3,76%
2012	1,0	3,93%
2013	1,0	5,05%
2014	1,1	5,05%
2015	1,1	7,60%
2016	1,2	7,91%
2017	1,2	7,94%

Якщо брати до уваги ті галузі господарства, які тим чи іншим чином залучені до обслуговування туристично-рекреаційного господарства, то число зайнятих зростає до 738,2 тис. ос. або ж 4,5% від загальної кількості працюючих поляків. Динаміка даного показника є теж негативною на протипагу 5,4% у 2007 році.

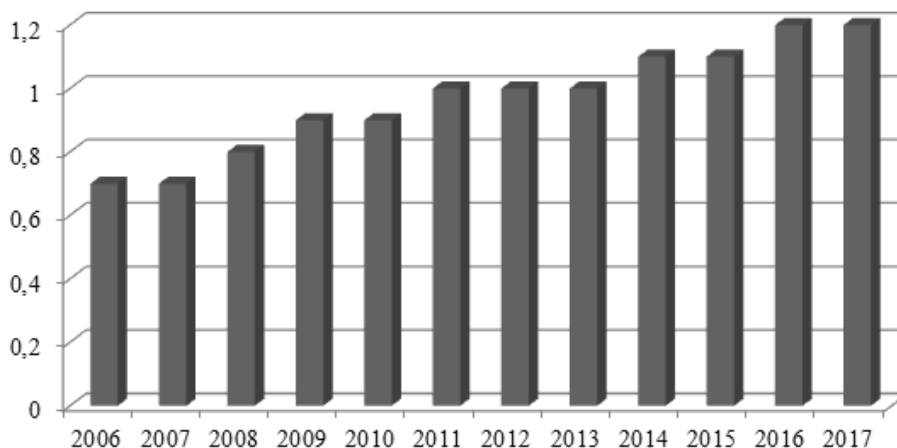


Рис. 1. Динаміка державних витрат на розвиток туризму в Польщі, млрд. злотих

Зародження туристичного бізнесу в Польщі припадає на середину 80-х років минулого століття. Адже саме тоді поляки почали засновувати перші приватні туристичні бюро. Їхніми власниками, в основному, були колишні працівники державної структури на кшталт «Інтуристу», котрі володіли мовами та мали вже певні контакти за кордоном. Вони допомагали польським туристам знайти місця проживання та харчування в країнах Європи, іноді вирішували й візові питання.

Пізніше організатори туристичних поїздок стали надавати і транспортні послуги для доставки своїх клієнтів до місця відпочинку. Однак більшість цих транспортних засобів не відповідала суворим європейським технічним

<sup>9</sup> Мировой атлас данных: Польша [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/Польша>.

вимогам. Тому новий етап у розвитку туризму в Польщі розпочався завдяки залученню лізингових фірм, що масово надавали комфортабельні засоби пересування та забезпечували логістику туристів. Згодом у цей бізнес були залучені й страхові компанії, котрі гарантували повернення коштів у разі зриву відпочинку чи покриття лікування за кордоном.

Справжній «туристичний бум» розпочався в країні після 1990 року, коли між Польщею та більшістю європейських країн відмінили візовий режим. Основним сегментом туристів у той період були польські аристократи, що проживали за межами країни, які приїздили сюди побачити відібрані у них народною владою замки та палаци; євреї, щоб на території концтаборів Освенцім чи Майданек помолитися за душі знищених тут фашистами одновірців; німці – провідати свої колишні малі батьківщини в Східній Пруссії та Сілезії, а також бізнесмени у пошуках нових ринків збуту та нових можливостей для інвестування.

Саме німці на початку 90-х рр.-2000-х рр. становили найчисельнішу групу закордонних туристів, котрі відвідували країну – приблизно 40% усіх іноземних гостей. На другому місці після них східні сусіди поляків – українці, білоруси, росіяни. Втім, після запровадження візового режиму кількість туристичних прибуттів згаданих представників зменшилася в середньому на 10-15%. Максимальна ж кількість іноземців (понад 19 млн. осіб) відвідала Польщу в 1997 році. Відтоді цей показник поступово зменшується. Фахівці вважають: саме на згаданий рік припав пік зацікавлення Польщею як країною, котра успішно проходить економічну та суспільну трансформацію й позиціонується як майбутній «господарський тигр» Центральної Європи.

У 1997 р. за допомогою експертів ЄС розпочато перший етап реалізації Програми розвитку національного турпродукту в 5 напрямках: бізнес-туризм, міський культурний туризм, сільський туризм, спеціалізований туризм, прикордонно-транзитний туризм. У цей самий період розпочато реформу системи управління туристичною індустрією. У вересні 1997 р. сейм ухвалив закон «Про туристичні послуги», що повністю відповідає нормам європейського права. У 1999 р. було створено Польську туристичну організацію, основними завданнями якої є створення позитивного іміджу польського туристичного продукту в державі і за її межами, розвиток інформаційної мережі та участь у розробці програм розвитку туристичної індустрії та модернізації її інфраструктури. Визначальним імпульсом для подальшого розвитку Польщі та її туристичної галузі став вступ країни до ЄС.

Поступові зміни на краще в економічній ситуації та певні зрушення на шляху поліпшення матеріального становища населення створили об'єктивні передумови розвитку позитивного для туристичної діяльності ринкового середовища. Високі результати дала й державна туристична політика, перш за все через впровадження системи ліцензування, що посилило контроль за якістю туристичного обслуговування.

Укріплення правової бази туризму, визначена пріоритетність розвитку внутрішнього і стимулювання в'їзного туризму, певні зрушення на шляху розбудови матеріально-технічної бази та інфраструктури призвели до того, що

за даними ЮНВТО, з 1997 р. Польща утримувала 5-7 місце серед найбільш відвідуваних країн Європи. За даними Польської агенції розвитку туризму, участь країни у в'їзному туризмі Європи складає близько 5%, а у валютних доходах від туризму – близько 4%<sup>10</sup>.

До 2009 року польський туристичний бізнес переживав не найкращі часи. Кількість іноземних туристів зменшувалася. Внаслідок світової економічної кризи число туристів, які прибули до туристичної дестинації знизилась у 2008 році на рекордних 13,5% до 12 млн. 9600 тис. осіб (табл. 2).

Пік приросту туристичної відвідуваності закономірно припадає на 2012 рік – рік проведення Євро-2012<sup>11</sup>. Саме тоді Польщу відвідало 14 млн. 840 тис. осіб, що на 11,16% більше, ніж попереднього року. Починаючи з 2012 р. кількість туристичних прибуттів у країну хоча й не стрімко, але постійно зростає (рис. 2).

Таблиця 2 – Динаміка кількості туристичних прибуттів до Республіки Польща<sup>9</sup>

Рік	Кількість туристичних прибуттів	Зміни по відношенню до попереднього року, %
2007	14 975 000	-4,44%
2008	12 960 000	-13,46%
2009	11 890 000	-8,26%
2010	12 470 000	4,88%
2011	13 350 000	7,06%
2012	14 840 000	11,16%
2013	15 800 000	6,47%
2014	16 000 000	1,27%
2015	16 728 000	4,55%
2016	17 471 000	4,44%

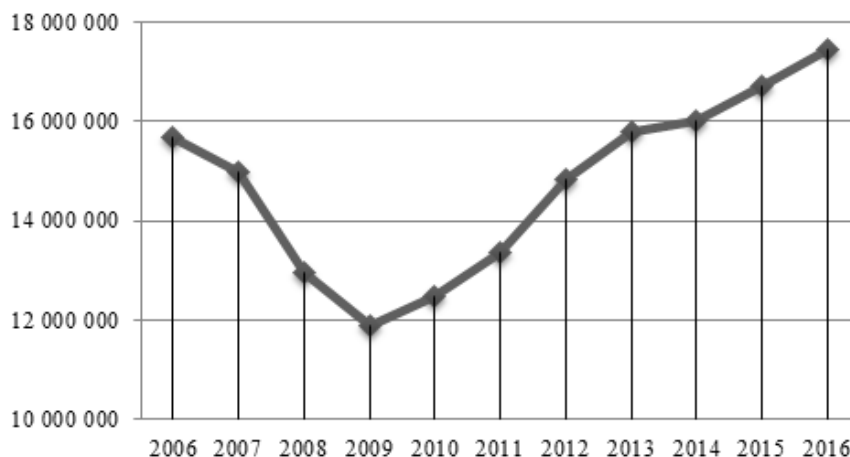


Рис. 2. Динаміка кількості туристичних прибуттів до Республіки Польща

Станом на 2018 рік Польща у топ-20 найбільш відвідуваних країн світу (табл. 3).

<sup>10</sup> Польський портал [Електронний ресурс] : [Географія міжнародного туризму]. – Режим доступу: [ww.onet.pl](http://ww.onet.pl).

<sup>11</sup> Зіновчук Т. С. Вплив екологічних факторів на туризм Польщі /Т. С. Зіновчук // Екологічний вісник. – 2014. – №7. – С. 2-5.

Збільшення кількості туристичних прибуттів, а відтак і прибутків від міжнародного туризму на сучасному етапі, ми пов'язуємо із диверсифікацією туристичного продукту. Сьогодні Польща може запропонувати закордонним гостям широкий спектр туристичних атракцій – гірськолижні курорти в Бещадах, відпочинок на узбережжі Балтійського моря, культурно-пізнавальні тури замками або ж історичними центрами країни<sup>8</sup>. І все це – значно дешевше, аніж в інших країнах-членах ЄС.

З одного боку зростає зацікавленість до Польщі серед іноземців, про що свідчать стабільні темпи зростання в'їзного туристичного потоку, з іншого, впорядкування внутрішнього ринку туристичних послуг вплинуло на зростання обсягів внутрішнього туризму і відповідне зменшення потоків виїзного туризму.

Таблиця 3 – Топ-20 найбільш відвідуваних країн світу (станом на 2018 рік)<sup>8</sup>

Туристична дестинація	Місце серед країн світу	Кількість туристичних прибуттів, млн. ос.
Франція	1	82,6
США	2	75,61
Іспанія	3	73,3
Китай	4	59,3
Італія	5	52,4
Велика Британія	6	35,8
Німеччина	7	35,6
Мексика	8	35,1
Таїланд	9	32,5
Туреччина	10	30,3
...	...	...
Саудівська Аравія	18	18,1
Польща	19	17,5
Південна Корея	20	17,2

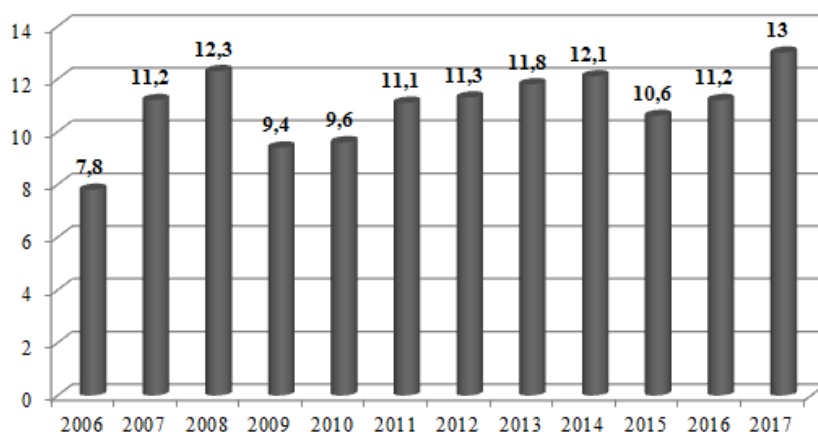


Рис.3. Туристичні прибутки від міжнародного туризму, млрд. дол. США

Тобто, тенденція перевищення виїзного потоку над в'їзним у структурі міжнародного туризму, яка була домінуючою протягом майже всього періоду становлення, поступово замінюється на зворотну, що може свідчити про стабілізацію національного ринку туристичних послуг Польщі.

У Польщі інтенсивно розвивається внутрішній туризм. «Добре, бо польське» – це рекламне гасло щодо багатьох польських харчових продуктів можна сміливо використати й для популяризації туризму серед самих поляків, що, втім, уже успішно впроваджується. Лише впродовж 2006 року туристами в своїй країні стали 9 млн. 800 тис. польських громадян. У 2012 році їхня кількість зросла до 17,7 млн. осіб, а у 2017 році – до 25,2 млн. осіб.

Фахівці це пояснюють кількома факторами. По-перше, дешевше – багато хто просто не може дозволити собі виїзди на відпочинок за кордон. По-друге, зручніше – за соціологічними даними, лише 8% поляків володіють іноземними мовами. По-третє, до поляків повертається мода на сімейний відпочинок, а це переважно відпочинок вітчизняний.

Крім того, суб'єкти туристичної діяльності Польщі пропонують «туристичні атракції», які практично не цікавлять іноземців. Приміром, водні маршрути, якими в юності спускався на каяках Кароль Войтила (Папа Римський Іоан Павло II), паломництво по знакових місцях для польської літератури, історії, мистецтва тощо.

Міністерство спорту та туризму Польщі всіляко сприяє активізації внутрішнього туризму. Одним із прикладів такої діяльності – реалізація впродовж останніх чотирьох років проекту «Польща: побач більше – вихідні за півціни», який лише за 2017 рік охопив 100 тис. внутрішніх споживачів, збільшивши кількість внутрішніх туристів та посиливши вплив туристичної індустрії на динаміку економічного розвитку країни. Ще одне завдання такого роду проектів – продовження туристичного сезону та промоція туризму на вихідні серед поляків у низький сезон.

У період соціалістичного минулого лише незначна частина поляків могла подорожувати за кордон. Що стосується літнього відпочинку, то маршрути вели переважно до болгарського чи кримського Причорномор'я. Тому після 1989 р. польські туристи здебільшого віддають перевагу мандрам у протилежному напрямку. Частота виїздів поляків за кордон з туристичною метою залежить від їхніх фінансових можливостей, тобто розвивається синусоїдно. Перший пік туристичних вибуттів за даними Інституту туризму Польщі припав на 2006 р. – 1 млн. 700 тис. поляків. Сьогодні за обсягами виїзного туризму Польща займає 26 місце у світі (станом на 2018 рік)<sup>12</sup>. Загалом динаміка виїзного туризму представлена у табл. 4.

Туристичні витрати виїзного туризму представлені в таблиці 5.

Структура в'їзного та виїзного туризму Польщі є порівняно однорідною. Основними партнерами країни на ринку міжнародного туризму залишаються країни-сусіди. Завдяки залученню в європейську інтеграцію, у поляків основним напрямом виїзного туризму стала Європа. Польські туристи найчастіше відвідують Німеччину, трохи менше – Хорватію, Чехію, Грецію, Словаччину та Італію<sup>13</sup> (рис. 4).

<sup>12</sup> Всесвітня туристична організація Об'єднаних Націй (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.world-tourism.org>

<sup>13</sup> Країнознавство : підруч. / В.П. Крижанівський [та ін.]. – [2-ге вид., переробл. і доповн.]. – К. : Знання, 2012. – 439 с.



Таблиця 4 – Виїзний туризм Республіки Польща<sup>9</sup>

Рік	Кількість туристичних вибуттів, тис. ос.	Зміни по відношенню до попереднього року, %
2007	34 641	-
2008	37 396	7,95%
2009	40 661	8,73%
2010	42 643	4,87%
2011	32 970	-22,68%
2012	35 660	8,16%
2013	36 970	3,67%
2014	38 990	5,46%
2015	42 530	9,08%
2016	25 100	-40,98%
2017	33 400	33,07%

Таблиця 5 – Туристичні витрати виїзного туризму Польщі<sup>9</sup>

Рік	Туристичні витрати, млн. дол. США	Зміни по відношенню до попереднього року, %
200	7 223	30,21%
200	7 751	7,31%
200	9 904	27,78%
201	7 374	-25,55%
201	8 570	16,22%
201	8 461	-1,27%
201	8 758	3,51%
201	8 821	0,72%
201	8 868	0,53%
201	7 939	-10,48%
201	7 985	0,58%

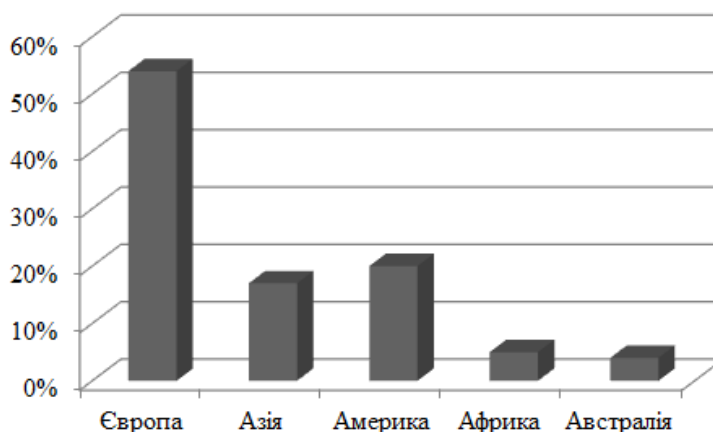


Рис. 4. Структура виїзного туризму Польщі

Більшість туристів до Польщі приїждить з Німеччини – 36% (рис. 5). Позитивний баланс туристичного потоку Польща має і з Україною (потік виїзного туризму з України перевищує потік виїзного до України у 6,7 рази)<sup>8</sup>.

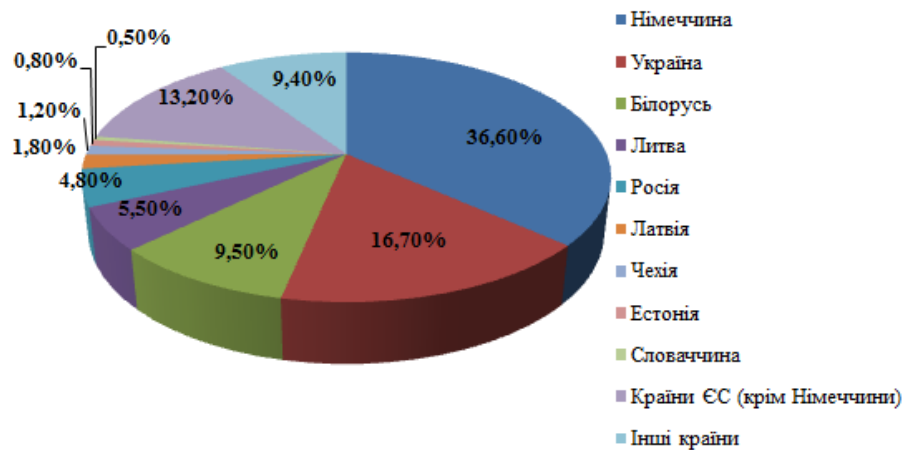


Рис. 5. Географія в'їзного туристичного потоку Польщі (створено на основі<sup>9</sup>)

За даними Інституту туризму Польщі середні витрати туриста у Польщі станом на 2018 рік становлять від 405 дол. США до 80 дол. США за одну поїздку. Середні витрати туристів на одну особу в Польщі у розрізі країн представлено на рис. 6. Збільшення в середньому витрати на душу населення значно відрізняється від минулого року і зростання склало близько 20%. Найбільший приріст витрат спостерігається в таких країнах, як Нідерланди, Австрія, Україна, Словаччина та Угорщина.

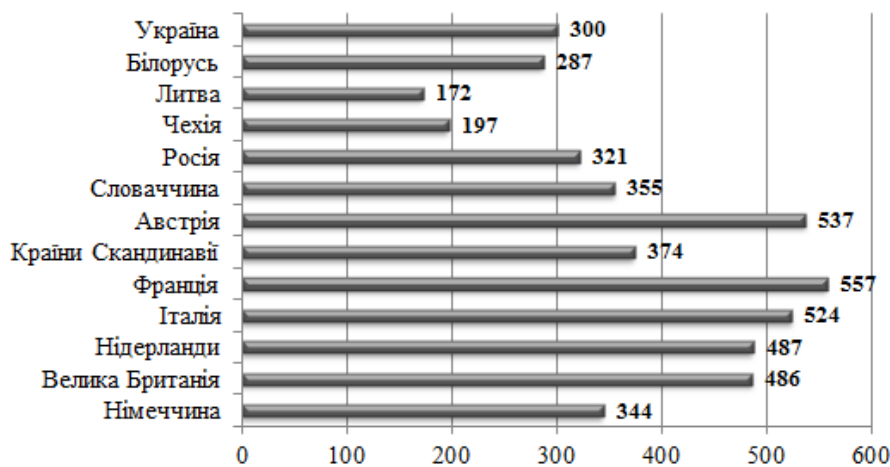


Рис. 6. Середні витрати туристів на одну особу в Польщі, станом на 2018 рік, дол. США

Що стосується середньодобових витратах туристів, аналіз даних показує, що вони варіюються приблизно від 52 дол. США (Чехія) до 168 дол. США (України) (рис. 7).

Сучасні тенденції туристичного ринку Польщі характеризуються новими векторами розвитку. Зокрема, зростає попит на індивідуальні поїздки, помітною рисою яких є прагнення до активного відпочинку й одержання нових вражень. Крім того, зростають вимоги до культурного рівня проведення вільного часу. Перевага віддається знайомству з культурою і фольклором дестинації, участі в культурних заходах тощо. Останнім часом зростає інтерес до поїздок історичними місцями країни. У структурі міжнародних подорожей

переважають приватні поїздки, а частка організованого туризму та службових поїздки постійно зменшується (рис. 8). В ритміці виїзних потоків можна прослідкувати наявність двох «гарячих» сезонів – яскраво вираженого літнього та менш вираженого зимового.

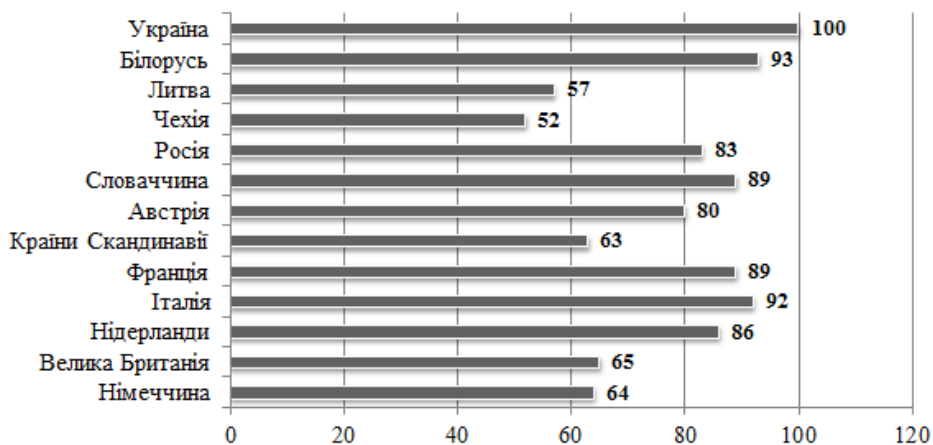


Рис. 7. Середні витрати туриста на 1 день перебування в країні, дол. США (створено на основі <sup>8</sup>)

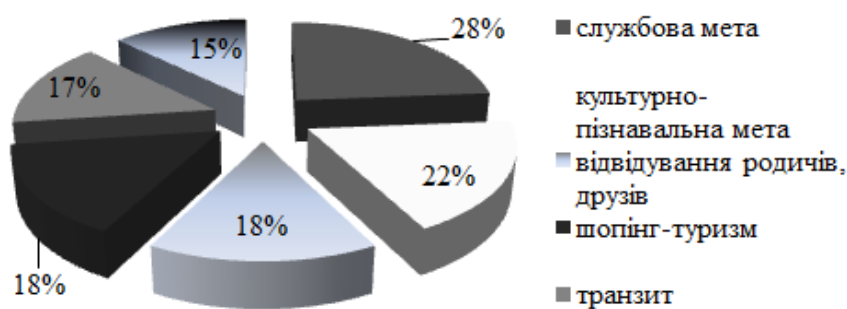


Рис.8. Структура перебування іноземців в Польщі в залежності від мети візиту<sup>10</sup>

Серед чинників, які служать імпульсом для розвитку міжнародного туризму в країні, є наявний туристично-рекреаційний потенціал. Природно-рекреаційну складову туризму складають кліматичні ресурси, ресурси рельєфу, водні рекреаційні ресурси, ресурси ПЗФ.

Архітектура Польщі представлена практично усіма стилями: від романської доби до модерну. З 14 об'єктів, занесених до Світової спадщини ЮНЕСКО в країні, 13 – це об'єкти історико-культурної спадщини.

Прикладом архітектури романської доби є план середньовічного Кракова із замком Вавель на горі, нерегулярною забудовою уздовж основних шляхів під горою та містом, розпланованим у другій чверті XIII ст., з квадратною ринковою площею, на якій містилися ратуша, торговельний двір Сукеніце та головний у місті Маріяцький костел. Схожі магдебурзькі розпланування постали у другій половині XIII ст. у Варшаві, Гданську, Торуні та інших містах.

Готика у Польщі поширювалась у XIV ст. Найяскравішим прикладом є будинок Ягеллонського університету в Кракові 1400 р. Найпоширенішими

тогочасними громадськими будівлями були будинки купецьких гільдій і ратуші. Характерними прикладами є ратуші в Гданську 1372-1502 рр. з вежею 1561 р., у Вроцлаві 1300-1506 р. До унікального розпланувально-просторового типу належить ранньоготичний двоніфний зальний костел у Вислиці, збудований королем Казимиром Великим. Костел Діви Марії в Гданську – один із найбільших у Європі (розміри в плані 105 x 66 м)<sup>14</sup>.

Ренесанс у Польщі – це стиль цивільної архітектури. Класичним зразком того періоду є будинок князів Острозьких (будинок родини Орсетті) у Ярославі початку XVII ст. Знаковою акцією ренесансної доби стала перебудова королівського замку Вавель у Кракові в 1507-1536 рр. Італійці Ф. Флорентіні, Б. Береччі та поляк Бенедикт Сандомежанин зруйнували частину готичних укріплень і звели чотирикутний велетенський палац з внутрішнім двором, оточеним багатопверховими аркадами і колонними галереями. Це була найперша ренесансна будівля такого значного масштабу за межами Італії. У культовій архітектурі знаковою пам'яткою італійського ренесансу в Польщі є капела короля Сігізмунда I при кафедральному костелі на Вавелі в Кракові, збудована в 1519-1533 рр. італійцем Б. Береччі.

Класичним зразком костелу барокового стилю є Петропавлівський костел у Кракові, збудований у 1605-1609 рр. італійцем Дж. Тревано. Двовежевий костел Св. Хреста у Варшаві є зразком бароко кінця XVII ст. Його фасади вирішені з двоєними і строєними пілястрами римо-доричного (в першому ярусі) та коринфського (в другому ярусі) ордерів. Феноменом доби стала реконструкція давніших оборонних замків і перебудова їх на резиденції палацового характеру, здебільшого в стилістиці бароко. У цьому процесі важливу роль відіграв ренесансний тип «палац у замку», класичними взірцями якого були замки у Кшиштопорі (1631-1644 рр.), Жешуві, Ланьцуті. Зразками розвиненого польського бароко є палаци в Кельцях, Крушині, Варшаві.

У XVIII ст. архітектурна пластика стає пишнішою, з елементами рококо, що демонструють фасади костелу Візиток у Варшаві 1728-1734 рр. архітекторів К. Баніта, Д. Фонтана, а також краківські костели першої третини XVIII ст. архітектора К. Бажанки – костели Норбертанок, Місіонерів та Кармеліток<sup>15</sup>.

Класицизм домінував у польській архітектурі впродовж другої половини XVIII-першої третини XIX ст. як вияв раціоналізму доби Просвітництва. Нова стилістика приходила з Франції, Італії, частково – з Німеччини як віддзеркалення загального захоплення щойно заново відкритою греко-римською античністю. У царині сакральної архітектури класицизм проявився перебудовою старих костелів (фасади кармелітського костелу в Варшаві 1777-1789 рр., архітектор Е. Шрьогер) та спорудженням невеликих католицьких і лютеранських церков нових типів, здебільшого це ротонди з портиками на головних композиційних осях (лютеранська церква у Варшаві 1777-1779 рр., архітектор Б. Цуг; ротондальний костел у Пулавах 1803 р., архітектор П. Айгнер; костел Св. Олександра у Варшаві 1818-1823 рр., архітектор

---

<sup>14</sup> Смаль І. В. Туристичні ресурси світу: навч. посіб. / І. В. Смаль. – Ніжин : Ніжин. держ. ун-т ім. М. Гоголя, 2010. – 336 с

П. Айгнер). Провідним архітектором пізнього класицизму в Польщі є італієць Антоніо Корацці, котрий розпочав свою діяльність тут з 1818 р. Його основні будівлі у Варшаві: палац Сташиця 1818-1823 рр., Скарбниця 1824 р. і Польський банк 1825 р., Великий театр 1825-1833 рр. – один із найбільших у Європі. Усі вони вирішені у великому архітектурному масштабі, з застосуванням довгих метричних шеревів аркад і колонад, які дозволили сформувати значні містобудівні ансамблі<sup>10</sup>.

У неоготичній стилістиці за проектами знаменитого німецького архітектора Карла Фрідріха Шинкеля збудовано палаци: у Корніку біля Познані (1845-1860 рр.) та в Кам'янці-Жабковському (1838-1863 рр.), а архітектор І. Штомпф у 1823-1826 рр. перебудував замок у Любліні. В цій же стилістиці в другій половині ХІХ-на початку ХХ ст. виконано фасади багатьох прибуткових будинків у Варшаві. У неоренесансній стилістиці витримані головний корпус варшавської Політехніки (1889-1901 рр., архітектор С. Шіллер), готель «Брістоль» у Варшаві (1900 р., архітектор В. Марконі), а також більшість будівель представницького класу – банки, готелі тощо.

Ключову роль серед історико-культурних туристичних ресурсів країни відіграють фортифікаційні споруди та замкові комплекси. Станом на 2018 рік їх в державі налічується 178, а також 163 руїн замків.

Знаковим об'єктом для всієї польської архітектури є палац короля Яна ІІІ Собеського у Вілянуві під Варшавою, збудований у 1680-1694 рр. за французькими взірцями архітектором Лоччі. Король був прихильником французької культури, тому, орієнтуючись на Версаль, створив палацово-парковий ансамбль на основі строгої осової симетрії, з курдонером, оточеним флігелями, зеленим партером і великим парком.

Серед палацових та замкових комплексів варто відмітити: замок Браніцьких у Білостоку, палац Замоїських у Козлувці, замок Потоцьких у Ланьцуті, замок Красіцьких у Красічині, замок Любомирських у Сандомирському Баранові, замок Любомирських та літній палац у Жешові, палац Чарториських у Сеняві, маєток Огінських у Заліссі, замок Сапегів у Гольшанах, замок у Ліді, замок у Новогрудку, музей-садиба Міцкевича у Заоссю, замок Мір (внесений до Списоку світової спадщини ЮНЕСКО), палац у Несвежі, Біла Вежа у Кам'янці, яка дала назву заповідникові.

Досить швидкими темпами розбудовується в країні туристична інфраструктура. Основними закладами розміщення туристів у Польщі залишаються готелі<sup>5</sup>. На сучасному етапі розвитку Польща є досить забезпеченою засобами для розміщення туристів у порівнянні з минулими роками. В даному аспекті позитивну роль відіграло Євро-2012.

Польські готелі за якістю і за цінами відповідають європейському рівню, тому розміщення в країні не можна назвати дешевим. В країні представлені готельні мережі: Accor, Best Western, Campanile, Gromada, Hilton, Holiday Inn, HP Park, Ibis, Marriott, Mercure Novotel, Orbis, Prestige Hotels, Qubus Hotel, Radisson SAS, Sheraton, Sofitel, Westin<sup>10</sup>.

Послуги готелів в основних туристичних центрах Польщі доповнюють місцеві пансіонати та сімейні готелі, кількість яких постійно збільшується. Крім

того, частина історико-архітектурної спадщини країни (замки, палацові комплекси і дворянські садиби) обладнана під готелі. Мотелі та гостьові будинки розташовані вздовж головних автомагістралей. Вони часто мають місцевий стиль і колорит. У гірських місцевостях для туристів створено мережу гірських притулків.

Починаючи із 90-х років минулого століття, у Польщі спостерігаються швидкі темпи зростання кількості ресторанних закладів. Зокрема, якщо у 1990 р. в країні функціонувало 32,2 тис. закладів ресторанного господарства, то у 2000 р. їх кількість вже зросла у 2,6 рази і становила 84,3 тис. одиниць. У 2017 році на її території функціонувало 68342 заклади ресторанного господарства. Із загальної кількості закладів ресторанного господарства 98,3% приватної власності та 1,7% – державної власності<sup>10</sup>. Структура закладів ресторанного господарства проілюстрована на рисунку 9.

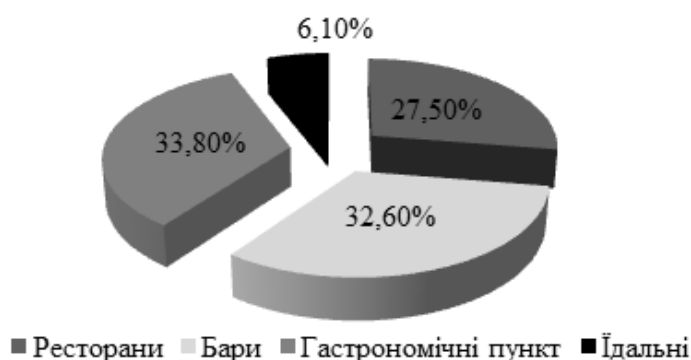


Рис.9. Структура закладів ресторанного господарства Польщі (створено на основі<sup>4</sup>)

Найбільш забезпеченими підприємствами ресторанного господарства є Мазовецьке та Сілезьке воєводства у межах яких величина цього показника становить 14,6 од./100 км<sup>2</sup> та 14,3 од./100 км<sup>2</sup>. Високим показником забезпеченості ресторанными закладами характеризується Малопольське воєводство – 12,7 од./100 км<sup>2</sup>. Найменша забезпеченість спостерігається у межах Підляського воєводства – 1,7 од./ 100 км<sup>2</sup>.

У сучасних умовах у ресторанному господарстві Польщі спостерігаються дві основні тенденції: сповільнення темпів розвитку галузі, що відображається у зниженні більшості показників діяльності ресторанних закладів та активне впровадження на ринок ресторанних послуг нових форм організації ресторанного бізнесу, метою яких є, окрім одержання прибутків, більш повне задоволення потреб споживачів у організації послуг харчування.

До туристичної інфраструктури по праву відносять мережу туристично-інформаційних центрів (ТІЦ). Польські ТІЦ більш розвинені, ніж, до прикладу, українські та функціонують у формі підрозділів органів влади або на базі музеїв чи туристичних баз. Для українсько-польського транскордонного регіону туристично-інформаційні центри (ТІЦ) є важливим елементом інфраструктури, оскільки значна частка туристів є неорганізованими і потребують інформації. Проте, у прикордонних регіонах України, які межують з Польщею ТІЦ функціонують лише у кількох містах (у Закарпатській області – у м. Берегове,

Рахів, Ужгород, Мукачеве, Міжгір'я, Косів; у Волинській – у м. Луцьк; у Львівській – у м. Жовква, Львів), а у польському прикордонні мережа ТЩ розвинена нерівномірно (у Любельському воєводстві ТЩ функціонують у мм. Бяла Подляска, Хелм, Люблін, Замость, а у Підкарпатському воєводстві функціонують 36 ТЩ у м. Бірч, Цісна, Дукла, Динув, Горинець Здруй, Іваніч Здруй, Ярослав, Ясло, Команьча, Кросно, Леско, Лежайськ, Лютовіска, Ланьцут, Полянчик, Перемишль, Риманув Здруй, Жешув, Санок, Свільча, Устшики Дольні, Пшеворськ, Стальова Воля)<sup>10</sup>.

На основі аналізу та оцінки складових туристично-рекреаційного потенціалу Польщі, ми виділили найбільш перспективні види туризму в межах країни.

*Культурно-пізнавальний туризм* як головний стратегічний напрямок туристичної індустрії Польщі ґрунтується на неабиякій зацікавленості до історико-культурному потенціалу, що охоплює численні пам'ятки архітектури, історії, літератури, археології, участь у святах, фестивалях, обрядах тощо.

Найчастіше екскурсійні програми охоплюють Варшаву, Краків, Гданськ, Ченстохова, соляні копальні Велички. Варто зазначити, що Польща часто є транзитною країною для автобусних турів до Західної Європи. У цьому випадку крім Варшави і Кракова туристи відвідують Познань, Вроцлав, Люблін, Колобжег, Торунь.

Польща є одним із напрямів *релігійного туризму* в Центральній-Східній Європі. Ченстохова, так звана релігійна столиця Польщі приваблює як католиків, так і православних туристів з різних країн світу, які бажають побувати в монастирі ордена паулінів. У храмі монастиря зберігається чудотворна ікона Богоматері з немовлям, до якої щорічно прибувають мільйони прочан<sup>13</sup>.

Тисячі православних відправляються щорічно в піше паломництво з міста Білостока в головну православну святиню Польщі – Марфо-Маріїнський монастир на Святій горі Грабарка. Ця гора – найвідоміше місце православного паломництва в Польщі. Грабарку ще називають «Горою хрестів». Уже кілька років у церкві на Грабарці знаходиться копія чудотворної ікони Божої Матері, подарована грецькими ченцями.

*Фестивальний туризм*. Щорічні вуличні ярмарки також збирають велику кількість туристів. Вони проходять у Познані (червень, липень) і в Гданську (червень, серпень). Серед фестивалів міжнародного значення, що проходять у Варшаві слід відмітити: джаз-фестиваль «Злата Тарка» (червень), Фестиваль Моцарта (середина червня – середина липня), Фестиваль сучасної музики «Варшавська осінь» (вересень), «Jazz Jamboree» (кінець жовтня). У Кракові проходять: Дні органної музики і Фестиваль студентських пісень (квітень), Польський фестиваль короткометражних фільмів (травень).

*Лікувально-оздоровчий та медичний туризм*. 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, Аугустув-Здруй, Буско-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, Bryza Resort SPA в Юраті, Hotel Lubicz Wellness & SPA в Устці, Hotel SPA Faltom в Гдині, Hotel Azzun Orient SPA & Wellness в Комарово біля Ольштина, Primavera Conferense & SPA в Ястшембю-Гура, SPA Bagiński & Chabinka в Мендзіздрах, а також Hotel Ossa Congress & SPA в Осці неподалік від Рави Мазовецької. Приватними центрами класу «люкс», безсумнівно, 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<sup>10</sup>.

Широкою популярністю серед західноєвропейських туристів користується медичний туризм. Причиною цього є порівняна дешевизна медичних послуг у Польщі. Серед медичних курортів країни слід відмітити: курорт Івонич в місті Івонич-Здрой, санаторій «Влукняж» в Буско-Здруй та Наленчув у Налечові.

*Діловий туризм.* Поїздки представників ділових кіл територією Польщі останнім часом стали носити масовий характер. Ряд туристичних фірм Польщі спеціалізується саме на організації групових поїздок бізнесменів з метою вивчення нових ринків та реалізації торгівельних угод.

Ділові подорожі є дуже вигідними в економічному плані для Польщі, адже вони не залежать від сезонних факторів. Важливо і те, що поїздки бізнесменів не вимагають додаткових витрат на рекламу.

Сьогодні проводиться багато міжнародних виставок в сучасних виставкових центрах найбільших міст країни: Варшаві, Кракові, Гданську, Познані, Лодзі, Вроцлаві, Катовіце. Польський ринок MICE має багаторічний досвід організації ділових заходів, відповідною інфраструктурою сучасних комфортабельних готелів, конференц-центрів, добре організованою логістикою.

Основними замовниками сфери ділового гостинності в Польщі є фармацевтичні, медичні та косметологічні компанії. Але завдяки вдалому розташуванню країни в центрі Європи, транзитному положенні, транспортній доступності, а також широкому вибору інфраструктури ділового туризму, Польща вийшла на іноземні ринки і з кожним роком залучає все більше компаній з Німеччини, Нідерландів, ряду інших європейських держав, зацікавлених в недорогому, але якісному MICE-продукті світового рівня.

З 2010 по 2015 рік відбувся серйозний стрибок у розвитку польського ринку MICE. Кількість ділових заходів, конференцій та виставок, що проводилися на території Польщі, збільшилася майже в два рази.

За підтримки державного фінансування і Польської асоціації конференцій та конгресів (SKKP) у 2017 році був запущений проект «Meet in



Poland», завдяки якому в п'яти найбільших польських містах приступили до створення бізнес-туристичної мережі, що об'єднала найбільші MICE-компанії Польщі. Цей проект допомагає створенню стійкого іміджу країни як бізнес-майданчика, де можна проводити міжнародні конференції та конгреси найвищого рівня.

Розвиваючий ринок MICE в Польщі супроводжується відкриттям нових сучасних виставкових майданчиків. Так, у Кракові з'явилися виставкові центри EXPO Kraków і ICE Kraków Congress Centre. У Катовіце пройшло кардинальне оновлення центральної частини міста, відкриті Сілезький музей і Міжнародний конгрес-центр. Успіх цих міст надихає на розвиток і регіональні центри. У Любліні почав роботу Люблінський конференц-центр, а в Глівіце – зал для глядачів, розрахований на 14 тис. чоловік. Відкриті об'єктів такого рівня залучає інвестиції в готельний і ресторанний бізнес, що незмінно веде за собою збільшення кількості заходів, організованих в Польщі<sup>9</sup>.

У 2016 р. Інститут Статистики Туризму Польщі опублікував дані про туристів, які приїжджають до Польщі з діловими цілями<sup>10</sup>:

- 100 тис. туристів приїжджають до Польщі щорічно з метою відвідування торгових ярмарків і виставок;
- середня тривалість їх перебування – 4,3 ночей (у той час як середня тривалість перебування туриста з іншими цілями в середньому близько 2,9 ночей);
- 17,5% туристів звертаються в агентства для організації ділових турів;
- 95% відвідують великі міста такі, як Варшава, Познань, Краків та Лодзь;
- 13,4% туристів, що приїжджають з діловими цілями, незадоволені санітарними умовами в наданих засобах розміщення, 6,3% – рівнем сервісу, 11% – вартістю засобів розміщення;
- 95,4% туристів прибуває на автотранспорті;
- 87,2% туристів має вищу освіту.

Наведені дані свідчать про пріоритетність ділового туризму і значні його перспективи у туристичній індустрії Польщі.

*Гірськолижний туризм.* Топ-10 гірськолижних курортів Польщі очолює «зимова столиця» – Закопане, розташована у підніжжі Польських Татрів. Тут створено більше 60 км гірськолижних трас різної складності, мережу підйомників, атракціонів, музеїв і Національний парк Татрів площею 211,6 км<sup>2</sup>. Для альпінізму і трекінгу прокладені траси до вершин Каспрів Верх, Малолачняк, Чемняк тощо. На території курорту розташовано 6 основних зон катання в діапазоні висот 860-2000 м, яким присвоєно різні рівні складності. Це відкриває практично необмежені можливості для лижного та санного спорту. Лижний сезон починається тут на початку грудня і триває майже до половини квітня.

Серед професійних лижників найбільш популярним є курорт **Каспрів Верх** на однойменній горі (1987 м) у Татранському Національному парку, який

розташований майже на польсько-словацькому кордоні. Інколи її ще називають «священною горою польського лижного спорту». Щороку популярність гірськолижного курорту **Бялка Татшанська** у Малопольському воєводстві зростає неймовірними темпами. Упродовж декількох останніх років тут збудували сім нових витягів, а довжина маршрутів збільшилася до 15 км, що робить місцевість одним з найбільших гірськолижних курортів Польщі. Серед менших за масштабами, але не менш популярних серед поляків гірськолижних курортів – Карпач, Вісла, Щирк.

Основою розвитку *екологічного туризму* є 23 національні парки загальною площею 314,5 тис. км<sup>2</sup>. Раніше вони підпорядковувались Управлінню національних парків Польщі (Krajowy Zarząd Parków Narodowych), але у 2004 році були передані Міністерству охорони навколишнього середовища<sup>4</sup>. Більшість національних парків розділені на території суворої заборони та природоохоронні зонами з нижчим статусом, де власне і можуть провадитись різні форми екологічного туризму.

Особливою цінністю володіють території, розташовані в північно-східній частині країни («Зелені легені Польщі»), а також території Підкарпаття. Один з найбільш відвідуваних НПП Польщі – Вігерський національний парк. У його межах розміщуються 42 природні водойми. Найбільше з них – озеро Вігри (2187 га)<sup>7</sup>.

Найменший, але не менш цікавим для розвитку пізнавального та спелеологічного туризму є Ойцовський національний парк, що знаходиться на території Краківсько-Ченстоховської височини і охоплює долину Прондник і Сонсповську долину. Він відомий передусім завдяки своїм скелям незвичайної форми, які виникли в результаті ерозії. Вапнякові та кам'яні скелі отримали поетичні назви: «Голка Діютіми, «Палиця Геракла». Вважається, що на території парку 700 печер, але на цей момент вивчено менше 500. Найбільші серед них: печера Локетка, Темна, Сонсповська, Біла і Краківська печери.

Незважаючи на те, що в сфері туристичних послуг Польщі відмічено позитивні зрушення, розвиток туризму в країні відбувається дещо повільніше порівняно з цим процесом у світових туристичних регіонах. Це пояснюється дією різних, часто суперечливих факторів.

До чинників, котрі гальмують сталий розвиток туризму в регіонах Польщі, можна віднести: недостатній рівень використання наявних ресурсів; низький рівень розвитку інфраструктури; недостатню залізничну мережу регіонів. Крім того, ряд авторів відзначає, що матеріально-технічна база розвитку туризму в регіонах використовується неефективно через наступні причини:

- асортимент туристичних послуг і рівень сервісу значно відстають від зарубіжних стандартів;

- ціни на готельні послуги мають постійну тенденцію до зростання, хоча це не завжди пов'язано з покращенням комфортності та рівня обслуговування;

- структура номерного фонду не відповідає потребам клієнтів (у готелях регіонів недостатньо одномісних номерів).

Слабкою ланкою туристичного бізнесу Польщі є маркетингова діяльність. Відсутність достатньої кількості інформації та реклами найбільш привабливих і мало відомих туристичних атракцій значно послаблюють туристичний потік у країну.

Однією з головних проблем туристичного сектору Польщі є незрозуміла й нестабільна ситуація навколо системи оподаткування. Через значну залежність від іноземних інвестицій держава іноді прибігає до короткострокових мір для збільшення надходжень від міжнародного туризму, таким, наприклад, як обкладання податками і заборона товарів і послуг, імпортованих спеціально для туристичного сектора; застосування спеціальних податків для міжнародних туристів (наприклад, податків у аеропортах, податків, зв'язаних із тривалістю перебування в країні). Ці міри можуть збільшити резерви іноземної валюти на короткий проміжок часу, але для тривалого періоду вони неефективні, тому що впливають на конкурентоспроможність країни та її туристичний імідж за кордоном.

Слід відмітити, що в Польщі застосовується типова європейська модель управління туризмом. Стосовно законодавства та стратегічних документів у галузі туризму зазначимо, що основним законом, який регулює туристичну діяльність в Польщі є Закон «Про туристичні послуги» від 29 серпня 1997 р.

Туристична політика Польщі ґрунтується на «Стратегії розвитку туризму на 2014-2020 рр.», яка спрямована на удосконалення системи міжнародного туризму шляхом створення туристично привабливого іміджу країни в світі, активної участі у європейських виставкових заходах, розвитку сучасної туристичної інфраструктури, але за умови збереження культурної спадщини країни та розвитку регіонів.