

Список використаних джерел:

1. Кругляк М. Е. Туризм у постюгославських державах. Хорватія: приклад для України. Історичні науки URL: file:///C:/Users/Admin/Downloads/gileya_2017_120_29.pdf
2. Туризм в Хорватии URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%B2_%D0%A5%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B8
3. Хорватія URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%80%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%96%D1%8F>

Ю. Ю. Михайлик, Л. М. Максименко

Сумський державний педагогічний університет імені А. С. Макаренка

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ПОЛЬЩІ

Стаття висвітлює деякі аспекти особливостей розвитку туризму в Польщі. Зроблений акцент на функціонуванні Польської туристичної організації та її вплив на розвиток туризму у державі.

The article highlights some aspects of the peculiarities of tourism development in Poland. Emphasis is placed on the functioning of the Polish Tourist Organization and its impact on the development of tourism in the country.

Останнім часом туризм у Польщі розвивається досить швидкими темпами. Ця галузь стала важливою складовою польської економіки. Взагалі, сучасна Польща займає сьоме місце у світі за кількістю іноземних туристів, які приїжджають у країну. Туристична Польща не має якогось одного визначеного бренду, її сила – у розмаїтті [6].

У 1989 р. розпочався сучасний етап розвитку туристичної індустрії в Польщі. Після руйнування старої системи пришвидшилися темпи її розвитку. У 1990 р. засновано Польську туристичну палату (Polska Izba Turystyczna – PIT), що представляє інтереси своїх членів, які працюють у галузі туризму. Великий вплив на процес розвитку туристичної індустрії в Польщі мало скасування віз до багатьох європейських держав для громадян Польщі. 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 туристської індустрії та модернізації її інфраструктури.

Визначальною подією для подальшого розвитку Польщі та її туристичної галузі став її вступ до Європейського Союзу (ЄС). Він зробив Польщу доступнішою для іноземних туристів, усунувши митні та прикордонні бар'єри. Окрім того, поживавив співпрацю між відповідними

структурами ЄС та Республіки Польща, що безперечно сприяло пришвидшенню процесів розвитку туристичної інфраструктури та індустрії загалом.

Так, згідно з інформацією Польської агенції розвитку туризму (ПАРТ) у період із 2006 р. по 2013 р. ЄС виділило 30 млн євро на розвиток туризму в Польщі, а також 165 млн. євро інвестицій в туристичну галузь. Голова ПАРТ зазначила, що кошти ці основним чином будуть спрямовані на реалізацію екологічних програм, розбудову курортних закладів, готельних ланцюгів, модернізацію туристичних шляхів, гірськолижних витягів тощо. Польські туристичні організації та компанії користуються підтримкою ЄС в рамках програми «Інноваційна економіка», серед частин якої є «Інвестиції у туристичні продукти регіонального значення» та «Просування польських туристичних цінностей». З 1997 р. туризм належить до сфери відповідальності міністерства спорту і туризму Польщі, до складу якого входить департамент туризму, який займається питаннями розвитку та регулювання туристичної індустрії [1].

Згідно із Законом «Про діяльність урядової адміністрації», основними завданнями Міністерства у сфері туризму є:

- розвиток туристської інфраструктури держави;
- створення і забезпечення ефективності механізмів регулювання туристичного ринку.

Польща відома як центр міжнародного туризму. Історично пов'язана із західноєвропейською культурою, Польща – це країна своєрідна і екзотична. У 1997 р. за допомогою експертів ЄС розпочато перший етап реалізації Програми розвитку національного туристського продукту 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 [5].

Туризм у Польщі сприяє загальній економіці країни. Найпопулярнішими містами є Краків, Варшава, Вроцлав, Гданськ, Познань, Щецин, Люблін, Торунь, Закопане, Соляна шахта в Величці та історична пам'ятка Аушвіц – Німецький нацистський концтабір в Освенцимі. Кращі місця відпочинку включають Мазурське поозер'я, узбережжя Балтійського моря, Татри (найвищий гірський масив Карпат), Судети і Біловезька пуща. Основні туристичні пропозиції Польщі складаються з огляду визначних пам'яток у межах міста та позаміських історичних пам'яток, ділових поїздок, кваліфікованого туризму, агротуризму, гірського пішохідного туризму та альпінізму.

Польща, особливо після приєднання до Європейського Союзу в 2004 році, стала місцем, яке часто відвідують туристи. Більшість туристичних

визначних пам'яток Польщі пов'язані з природним середовищем, історичними пам'ятками та культурними подіями. Вони приваблюють мільйони туристів щороку з усього світу.

Польща має різноманітне природне середовище, яке відносно не впливає на людський розвиток. Туристів приваблюють гори, морські узбережжя, ліси та озера. Серед найбільш популярних напрямків: Татри, в якому знаходиться найвища гора Польщі – Риси, і знамениті Орля Перць; Карконоші, Столова гора, Біловезька пуща, Нижня Сілезія, Бещади, Ущелина річки Дунаєць в П'єнінах, Мазурське поозер'я, Кампіносський національний парк та багато інших.

Туризм у Польщі є самодостатньою галуззю економіки, яка має свій вимір у конкретних цифрах, що не завжди й не суто залежить від іноземних гостей. Наприклад, частка туризму становить 6% ВВП Польщі (у 2015-му – 5,6%, а в 2014-му – 5,1%), а це більше за показник сільського господарства. За 2016 рік йдеться про суму близько 120 млрд. злотих (\$32 млрд.) [3].

Важливу роль у розвитку туристичної індустрії Польщі відіграє Польська туристична організація. Вона також бере активну участь у національних та міжнародних туристичних виставках, часто виділяє кошти на підтримку фінансування таких виставок, тому участь у них, зазвичай, є пільговою для польських фахівців з туризму [2].

Іншим напрямом діяльності Польської туристичної організації є організація пізнавальних подорожей для польських та іноземних журналістів та інфотурів для туроператорів. Метою таких подорожей є презентація об'єктів, що мають туристичний потенціал. У результаті польський туристичний продукт популяризується в пресі, а також збільшується спектр пропозицій щодо відпочинку в Польщі. Вважаємо, що такий напрям діяльності на сучасному етапі може стати дуже корисним для реклами та презентації українських туристичних можливостей, не завжди може задовольнити туристів рівень медицини, особливо в тому випадку, якщо вона надається за страховкою, особливо, недорогий, з огляду на зростання кількості біженців в країні з 2016 р., істотно піднявся рівень злочинності в деяких провінціях, зробивши їх не найкращим місцем для туризму [4].

Багаторічна присутність на ринку, знання реалій, культури і традицій конкретної країни дає можливість працівникам закордонних представництв Польської туристичної організації точно прогнозувати, вчасно виявляти тенденції та потреби відповідного ринку і адекватно реагувати на них. Це сприяє підвищенню ефективності просування польського туристичного продукту в Європі та світі. Співпраця на різних рівнях дозволяє гармонізувати і узгоджувати інвестиції та зусилля на

місцевому рівні з планами розвитку і фондами Польської організації. На додачу вона займається інтернет-системою туристичної інформації. У майбутньому ця система має стати базою даних всіх підприємств польської туристичної індустрії: закладів розміщення, харчування, розважальних закладів, туристичних фірм, екскурсійних бюро, конференц-холів тощо. Для України цей досвід корисний в контексті того, що іноземні туристи не знайомі з нашими туристичними можливостями. Як Польща так і Україна для Європи є відносно новими просторами для туристичних подорожей громадян Європи та світу.

Нерідко Польська туристична організація бере участь у фінансуванні видань регіональних туристичних організацій. Ця організація успішно реалізує власні цілі за кордоном через функціонування 14 іноземних представництв (у тому числі в Києві), які називаються Польськими осередками інформації туристичної. Вони залучені до організації різних заходів у сфері туризму, здійснюють моніторинг ринків певних країн відповідно до власного розташування, проведення рекламних кампаній та заохочення потенційних партнерів до співпраці. Польська туристична організація підтримує тісні контакти з 20 іншими національними туристичними організаціями; активно співпрацює з органами самоврядування, науковими та навчальними закладами, представниками туристичної індустрії, а також регіональними та локальними туристичними організаціями [1].

Підсумовуючи вище сказане, хотілося б відзначити, що Польща проводить ефективну політику у сфері туризму, має дієві механізми її реалізації, в основі яких лежить належне нормативно-правове та інституційне забезпечення. Така активна політика Польщі є цілком виправданою і згідно з даними Всесвітньої туристичної організації сприяє позитивній динаміці туристичних прибуттів і надходжень.

Список використаних джерел:

1. Боднар А., Болдок С. *Польща. Країна і люди.* URL: www.bibliofond.ru/view.aspx?id=891280
2. Ковальчук Т. В. *Регіональний туризм у Польській республіці в міжвоєнний період: Волинське воєводство* URL: tourlib.net/aref_tourism/kovalchuk.pdf.
3. Литвин Н. *Розвиток масового туризму у Польщі напр. XIX – поч. XX ст.* URL: tourlib.net/statti_ukr/lytvyn.htm.
4. Луцишин П., Клімонт Д., Федонюк С. *Географія продуктивних сил Польщі.* Луцьк: Вежа. URL: www.bibliofond.ru/view.aspx?id=891280.
5. Максаковский В. П. *Польша: страноведческие очерки.* М.: Просвещение. URL: www.bibliofond.ru/view.aspx?id=891280.
6. *Dzialalnosc POT.* URL: www.pot.gov.pl.