

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет харчових технологій

Кафедра туризму

До захисту
Допускається
Завідувач кафедри

Олександр КОВАЛЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

за другим (магістерським) рівнем вищої освіти

**На тему: Розвиток туристичної інфраструктури в Польщі, як фактор
підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному туристичному
ринку**

Виконала:

(підпис)

Дрозденко А. В.

(прізвище, ініціали)

Група:

ТУР 2401-1м

(Науковий) керівник:

(підпис)

Онопрієнко В. П.

(прізвище, ініціали)

ЗАВДАННЯ
на дипломну роботу студентці
Дрозденко Анні Володимирівні

1. **Тема роботи:** «Розвиток туристичної інфраструктури в Польщі, як фактор підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку».
2. **Термін здачі студенткою закінченої роботи на кафедрі:** 05.12.2025 р.
3. **Вихідні дані до роботи:** за результатами проходження виробничої практики в котеджі «Luna», м. Сарбіново, та власних досліджень, маємо різноманітну інформацію, за допомогою якої можна сформувати та окреслити нові шляхи підвищення конкурентоспроможності Польщі серед інших європейських держав в майбутньому. В процесі написання кваліфікаційної (магістерської) роботи було використано різноманітні джерела інформації, зокрема наукову літературу, інтернет-ресурси, результати наукових досліджень, інформаційні та нормативні документи. Крім того, для збору необхідних даних було проведено інтерв'ю з місцевими експертами.
4. **Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі:** розглянути теоретичні основи формування конкурентоспроможності країн на міжнародному туристичному ринку; проаналізувати стан та особливості розвитку туристичної інфраструктури Польщі; Визначити та представити практичні напрями подальшого розвитку туристичної інфраструктури Республіки Польщі та її перспективи конкурентоздатності серед європейських країн.

Керівник дипломної роботи _____ професор Володимир ОНОПРІЄНКО

Завдання прийняла до виконання _____ студентка Анна ДРОЗДЕНКО

Дата отримання завдання «01» лютого 2025 р.

ПЛАН-ГРАФІК

№ п/п	Етапи написання кваліфікаційної роботи	Зміст роботи	Результат або заключний документ етапу (підпис керівника роботи)	Термін виконання (контроль)
1.	Підготовчий	1. Визначення теми роботи	Тема кваліфікаційної роботи	2-й семестр
		2. Затвердження теми	Заява на ім'я декана з зазначенням теми, з підписом завідувача випускної кафедри	
		3. Визначення плану роботи та погодження з науковим керівником	Завдання на кваліфікаційну роботу	
		4. Підбір та аналіз літературних джерел з теми дипломної роботи	Список літератури	2-й семестр
		2. Визначення з базою (регіоном) проведення досліджень	Господарство, наукова чи інша установа	
		3. Підбір методик для проведення досліджень	Методика проведення досліджень	
2.	Виробнича практика	1. Формування програми виробничої практики виходячи з теми кваліфікаційної роботи	Програма виробничої практики	2-й семестр
		2. Визначення базових територій (установ, господарств і т.і.) для проведення дослідження	Дослідження на базі визначених територій (об'єктів, установ, господарств)	2-й семестр
		3. Збір даних	Фактичний матеріал	3-й семестр
		4. Математична обробка результатів дослідження	Результат досліджень	
		5. Звіт з виробничої практики – як основа для написання практичної частини дипломної роботи	Звіт з виробничої практики	
3.	Написання кваліфікаційної роботи	1. Написання розділів 1-3 кваліфікаційної роботи	Тексти розділів	3-й семестр
		2. Представлення першого загального варіанту кваліфікаційної роботи	Чорновий варіант роботи	3-й семестр
		3. Перевірка першого варіанта роботи керівником	Зауваження керівника	
		4. Доопрацювання дипломної роботи з врахуванням зауважень керівника та підготовка кінцевого варіанту роботи	Чистовий варіант кваліфікаційної роботи	
		1. Обробка зауважень наукового керівника	Відгук наукового керівника	

4.	Підсумковий етап	2. Представлення роботи для перевірки на Академічну доброчесність	Протокол перевірки, Висновок експертної ради	За 30 днів до визначеної дати публічного захисту (наказ на допуск до захисту кваліфікаційних робіт)
		3. Рецензування роботи	Рецензія на кваліфікаційну роботу	
		4. Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	Допуск завідувача кафедри	
		5. Підготовка доповіді та презентації до кваліфікаційної роботи	Доповідь, презентація	
5.	Захист кваліфікаційної роботи	1. Захист кваліфікаційної роботи на засіданні ДЕК	Рішення Державної екзаменаційної комісії про захист	Дата публічного захисту

Студентка

_____ (підпис)

Анна ДРОЗДЕНКО

Керівник роботи

_____ (підпис)

Володимир ОНОПРІЄНКО

АНОТАЦІЯ

Дрозденко А. В. «Розвиток туристичної інфраструктури в Польщі, як фактор підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку», ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2025 р. Дана магістерська робота присвячена дослідженню розвитку туристичної інфраструктури в Республіці Польщі як важливого фактора підвищення її конкурентних переваг на міжнародному туристичному ринку. Проаналізовано теоретичні підходи до визначення конкурентоспроможності в туризмі та роль інфраструктури в її формуванні. На основі дослідження визначено основні напрямки подальшого розвитку туристичної інфраструктури та запропоновано стратегічні підходи до зміцнення позицій Польщі на світовому туристичному ринку. У сучасних умовах зростаючої глобальної конкуренції між країнами за туристичні потоки, роль якісно розвиненої інфраструктури суттєво зростає, оскільки вона безпосередньо впливає на привабливість туристичного продукту, рівень комфорту для відвідувачів та загальну ефективність функціонування туристичної галузі. В роботі висвітлено теоретичні основи конкурентоспроможності в туризмі, визначено її основні критерії та чинники впливу. Особлива увага приділяється ролі інфраструктурних елементів, таких як транспортна мережа, готельний фонд, інформаційні системи та об'єкти рекреаційного обслуговування, у формуванні конкурентних переваг держави. У даній кваліфікаційній роботі досліджено сучасний стан туристичної інфраструктури в Польщі, включаючи транспорт, готельне господарство, інформацію та послуги, а також проаналізовано вплив державної політики на розвиток галузі. Робота також містить аналітичні висновки та практичні рекомендації, які можуть бути використані в державному управлінні, туристичному бізнесі та інвестиційному плануванні.

Ключові слова: туризм, конкурентоспроможність, світові тенденції, Республіка Польща, туристична інфраструктура.

ABSTRACT

Drozdenco A. V. «Development of tourism infrastructure in Poland as a factor of increasing its competitiveness in the international tourism market», Educational and Professional Program «Tourism», specialty 242 «Tourism and recreation», Sumy National Agrarian University, Sumy, 2025. This paper examines the development of tourism infrastructure in the Republic of Poland as an important factor in enhancing its competitive advantages in the international tourism market. Theoretical approaches to defining competitiveness in tourism and the role of infrastructure in its formation are analyzed. Based on the study, the main directions for further development of the tourism infrastructure are identified, and strategic approaches to strengthening Poland's position in the global tourism market are proposed. In the current conditions of growing global competition between countries for tourist flows, the role of a well-developed infrastructure is increasing significantly, as it directly affects the attractiveness of the tourist product, the level of comfort for visitors and the overall efficiency of the tourism industry. The paper highlights the theoretical foundations of competitiveness in tourism, identifies its main criteria and factors of influence. Particular attention is given to the role of infrastructure elements, such as the transport network, guest accommodation, information systems and recreational facilities, in shaping the competitive advantages of the state. This qualification paper presents the current state of tourism infrastructure in Poland, including transport, hospitality, information and services, and analyses the impact of government policy on the development of the industry. The study also contains analytical conclusions and practical recommendations that can be used in public administration, tourism business and investment planning.

Keywords: tourism, competitiveness, global trends, the Republic of Poland, tourism infrastructure.

ЗМІСТ

ВСТУП	8
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇН НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ	12
1.1. Поняття та критерії конкурентоспроможності туристичної галузі	12
1.2. Аналіз факторів, що впливають на міжнародну конкурентну перевагу у сфері туризму	22
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПОЛЬЩІ	30
2.1. Аналіз сучасного стану туристичної галузі в межах країни дослідження	30
2.2. Державна політика та програми підтримки туристичного сектору	38
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩІ ТА ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ СЕРЕД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН	49
ВИСНОВКИ	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	60
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Розвиток туристичної інфраструктури є визначальним фактором привабливості та конкурентоспроможності країни на світовому туристичному ринку. В епоху швидкої еволюції очікувань мандрівників, підвищення мобільності та зростальної конкуренції між DESTИНАЦІЯМИ країни повинні інвестувати в сучасну, ефективну та стійку інфраструктуру, щоб залишатися конкурентоспроможними.

Польща, розташована в самому центрі Європи, володіє значними природними, культурними та історичними активами, які пропонують значний потенціал для розвитку туризму. Однак здатність повністю реалізувати цей потенціал значною мірою залежить від якості та доступності туристичної інфраструктури, включаючи транспортні мережі, заклади розміщення, послуги для відвідувачів та цифровий зв'язок.

Розвиток туристичної інфраструктури Польщі не лише покращує загальний досвід відвідувачів, але й підвищує привабливість країни для міжнародних туристів, стимулює національну економіку та створює можливості для працевлаштування. Крім того, покращення інфраструктури сприяє регіональному розвитку та допомагає більш рівномірно розподілити туристичні потоки по всій країні.

З огляду на світові тенденції, що наголошують на сталому туризмі, цифрових інноваціях та інтегрованому наданні послуг, аналіз того, як розвиток інфраструктури впливає на позицію Польщі на міжнародному туристичному ринку, є своєчасним і важливим. Це дослідження сприяє глибшому розумінню взаємозв'язку між інвестиціями в інфраструктуру та конкурентними перевагами, пропонуючи інформацію, корисну для політиків, інвесторів та зацікавлених сторін туристичної галузі.

Польща почала активно розвивати свою туристичну інфраструктуру на початку 2000-х років, особливо після вступу до Європейського Союзу у 2004 році. Членство в ЄС відкрило доступ до структурних фондів та фондів

згуртування, що значно прискорило інвестиції в транспорт, розміщення, реставрацію культурної спадщини та об'єкти екологічного туризму. Було розпочато такі великі проєкти, як модернізація аеропортів, розширення мережі автомобільних і залізничних доріг та відродження історичних міських центрів, що значно підвищило доступність і привабливість Польщі як туристичної дестинації.

Відтоді польський уряд у співпраці з регіональними органами влади та приватним сектором реалізував низку стратегій, спрямованих на диверсифікацію туристичних пропозицій та приведення інфраструктури у відповідність до світових стандартів. Постійна увага до сталого туризму, інтеграції розумних технологій та підвищення якості послуг відображає довгострокове бачення позиціонування Польщі як конкурентоспроможної та бажаної дестинації в міжнародному туристичному ландшафті. Тому дослідження взаємозв'язку між розвитком інфраструктури та конкурентоспроможністю в цьому контексті є не лише актуальним, але й необхідним для формування майбутнього стратегічного планування в туризмі.

Аналіз наукових літературних джерел й результатів досліджень показав, що дослідження проблеми конкурентоспроможності, а також оцінки її впливу на розвиток держав світу присвячені роботи таких вітчизняних та закордонних вчених, як: Л.І. Хефні [18], Б. Шарп [33], Т.В. Пімоненко, М.П. Рудь [7], Т. Мельник, Є. Завгородня [3], С.М. Науменко [4] та інших.

Ми можемо дійти висновку, що в зарубіжній та вітчизняній науковій літературі питання та проблематика конкурентоспроможності були розглянуті, проте низка аспектів, зокрема на рівні постановки цілей та формування загальних принципів, залишається недостатньо з'ясованою та потребує подальшого аналізу. Це й зумовило вибір теми нашого дослідження.

Метою написання даної роботи є розробка та огляд можливих напрямків розвитку туристичної інфраструктури Польщі як країни здатної до конкурентоспроможності та привабливої серед туристів.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначено такі основні

завдання:

1. Розглянути теоретичні основи формування конкурентоспроможності країн на міжнародному туристичному ринку;
2. Проаналізувати стан та особливості розвитку туристичної інфраструктури Польщі;
3. Визначити та представити практичні напрями подальшого розвитку туристичної інфраструктури Республіки Польщі та її перспективи конкурентоздатності серед європейських країн.

Об'єктом дослідження є туристична інфраструктура Республіки Польща.

Предмет дослідження – аналіз конкурентоспроможності та розвиток туристичної інфраструктури Польщі на міжнародному туристичному ринку.

Методи дослідження. У цьому дослідженні методологічна основа полягає у вивченні сильних та слабких сторін, можливостей і загроз, пов'язаних з туристичною інфраструктурою Польщі за допомогою таких методів дослідження як: системний аналіз, порівняння, соціологічне опитування, включаючи метод експертних оцінок статистичних даних для визначення оцінки туристичної інфраструктури Польщі порівняно з країнами-конкурентами. Разом ці методи дозволяють комплексно оцінити поточний стан, виклики та майбутні перспективи розвитку інфраструктури в туристичному секторі держави.

Теоретичне та практичне значення дослідження. Дане дослідження робить внесок в чинну базу знань з економіки туризму шляхом поглиблення розуміння взаємозв'язку між туристичною інфраструктурою та національною конкурентоспроможністю на міжнародному туристичному ринку. Це дослідження систематизує теоретичні підходи до концепції конкурентоспроможності в туризмі, визначає ключові інфраструктурні компоненти, що впливають на продуктивність дестинації. Крім того, дослідження збагачує академічний дискурс на прикладі Республіки Польщі - країни, яка зазнала швидкої інфраструктурної трансформації після вступу до ЄС, пропонуючи таким чином ідеї, що можуть бути застосовані до інших туристичних ринків з перехідною економікою та ринків, що розвиваються.

Висновки можуть бути використані для прийняття інвестиційних рішень, формування інфраструктурного планування та інформування національної та регіональної туристичної політики. Крім того, дослідження забезпечує основу для оцінки розвитку інфраструктури як інструменту для покращення якості послуг, підвищення рівня задоволеності туристів та стимулювання економічного розвитку через туризм.

Апробація результатів дослідження. Результати проведених досліджень було висвітлено в матеріалах: 1. II міжнародна науково-практична онлайн-конференція «Туризм. Географія. Екологія: інновації, освіта, бізнес», яка проходила 20-21 березня 2025 р. на базі Житомирського державного університету імені Івана Франка у м. Житомир (Додаток 1). 2. Науково-практична конференція викладачів, аспірантів та студентів Сумського НАУ, яка проходила 14-18 квітня 2025 р. на базі Сумського національного аграрного університету у м. Суми (Додаток 2).

Структура роботи наступна: вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел (47 найменувань), 10 додатків, 3 таблиці, 6 рисунків. Загальний обсяг дослідження становить 65 сторінок (без урахування додатків).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇН НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

1.1. Поняття та критерії конкурентоспроможності туристичної галузі

Обговорення конкурентоспроможності як економічної категорії почалося ще у другій половині ХХ століття, у зв'язку з розвитком світової торгівлі, глобалізації та економічної інтеграції. Поняття стало особливо актуальним після Другої світової війни, коли країни почали шукати шляхи підвищення ефективності своїх економік у порівнянні з іншими.

В результаті наукового обговорення цього питання, в якому брали участь такі вчені, як Л. І. Хефні, Б. Шарп, Т. В. Пімоненко, М. П. Рудь, Т. Мельник, Є. Завгородня, С. М. Науменко та інших, було досягнуто великих звершень, що, своєю чергою, стали поштовхом для розробки нових стратегій розвитку конкурентоспроможності країн світу.

Конкурентоспроможність туристичної галузі – це здатність дестинації приваблювати та задовольняти туристів, забезпечуючи при цьому сталий розвиток та економічне зростання. На неї впливає комплекс економічних, соціальних, культурних, екологічних та політичних чинників, які формують загальний туристичний досвід.

У дослідженні Л. І. Хефні зазначається, що конкурентоспроможність туристичних напрямків слід оцінювати не лише через призму економічних результатів чи кількості відвідувачів, а й з урахуванням довгострокової здатності дестинації підтримувати сталість, інноваційність, інфраструктурну якість і рівень безпеки. Авторка проводить теоретичний аналіз Індексу конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ), який використовується для міждержавних порівнянь. У роботі підкреслюється, що такий індекс охоплює чотири ключові групи показників:

- середовище політики;
- інфраструктура;

- природні та культурні ресурси;
- умови для ведення бізнесу в туристичній сфері, що дозволяє формувати цілісне уявлення про туристичну привабливість дестинації [18].

Всесвітній економічний форум визначає її як *«сукупність інститутів, політики та факторів, що визначають рівень продуктивності країни»*. Висока національна конкурентоспроможність свідчить про сприятливе середовище для процвітання бізнесу, що веде до економічного зростання та підвищення рівня життя.

Теоретичні дослідження конкурентної здатності розвивалися протягом десятиліть завдяки значному внеску різних науковців. Особливої уваги заслуговує робота М. Портера, який ввів поняття *"конкурентної переваги"*, підкресливши, що процвітання нації створюється, а не успадковується. Портер стверджував, що національна конкурентоспроможність залежить від здатності промисловості до інновацій та модернізації, підкреслюючи роль стратегії фірми, структури та суперництва, а також наявності допоміжних галузей [14].

Крім того, конкурентоспроможність часто аналізується на різних рівнях – на підприємстві, в галузі та на міжнародному рівні – кожен з яких вимагає окремих стратегій та політик для підвищення ефективності:

- на рівні компанії конкурентоспроможність може зосереджуватися на операційній ефективності та інноваціях;
- на рівні галузі – на розвитку кластерів і ланцюжків доданої вартості;
- на національному рівні – на макроекономічній стабільності та розвитку інфраструктури.

Модель Портера, відома як *«Діамант конкурентних переваг»*, широко використовується для аналізу конкурентоспроможності галузей, включаючи туристичну. Вона складається з чотирьох основних компонентів [14]:

- 1) Факторні умови: ресурси та інфраструктура, необхідні для функціонування галузі.
- 2) Умови попиту: характеристики та вимоги внутрішнього ринку.

3) Споріднені та підтримувальні галузі: наявність суміжних індустрій, що сприяють розвитку.

4) Стратегія, структура та суперництво фірм: способи організації компаній та рівень конкуренції між ними.

Його ідеї за своєю значущістю можна порівняти з *ньютонівськими законами*, що витримали випробування часом – кризами, війнами, епохами цифровізації [14].

У питаннях конкурентоспроможності *Філіп Котлер та Майкл Портер* мають чимало спільного: обидва науковці приділяють велику увагу *аналізу ринку, стратегіям позиціонування та цінності для споживачів*. Також вони поділяють думку, що маркетинг є важливим інструментом формування конкурентних переваг. Один із сучасних підходів до конкурентоспроможності, запропонований *Байроном Шарпом* та його колегами у межах теорії ринкових активів, суттєво відрізняється від моделі Котлера: замість акценту на сегментуванні, таргетуванні та диференціації (STP) основною вважається *широка доступність бренду*, його пізнаваність у свідомості споживачів і фізична досяжність – тобто головним стає не унікальний маркетинг, а *масове охоплення ринку* [33].

Портер також наголошує на важливості широкого охоплення, зокрема через концепцію *«best-cost strategy»*, що поєднує диференціацію з контролем витрат. Відтак основна відмінність підходів полягає в тому, що Філіп Котлер орієнтується на STP-модель, тоді як концепція *market-based assets* акцентує на видимості й доступності, що більше відповідає портеріанському розумінню диференціації, посиленому масштабом охоплення [33].

Факторні умови, один з ключових компонентів моделі Портера, стосуються забезпеченості країни робочою силою, землею, природними ресурсами, капіталом та інфраструктурою. Ці умови значною мірою сприяли економічному зростанню та конкурентній перевазі Польщі та інших європейських країн [28].

Конкурентну здатність підприємств та галузей можна оцінювати за допомогою аналізу ринкової частки, фінансових показників і зіставлення з іншими гравцями на ринку. Для глибшого розуміння ринкового середовища застосовують модель п'яти сил Портера, яка враховує такі чинники: загроза входу нових компаній, переговорна сила постачальників і споживачів, ризик появи товарів-замінників і рівень суперництва в межах галузі (рис. 1.1.).

Модель 5 сил Портера



Рис. 1.1. Фактори, що формують конкурентне середовище за Майклом Портером

Джерело: створено автором

Додатково варто звернути увагу на дослідження Т. Мельник та Є. Завгородньої, які аналізують конкурентоспроможність крізь призму цифровізації та глобальних технологічних змін. У своїй роботі авторки пропонують методику оцінювання міжнародної конкурентоспроможності ІТ-сектору, що враховує не лише економічні показники, а й рівень інноваційності, цифрової інтеграції та адаптації до ринку. Такий підхід дає змогу глибше оцінити

конкурентні позиції як окремих підприємств, так і цілих галузей у сучасному глобалізованому середовищі [3].

Польща в останні роки стала одним із найпривабливіших туристичних напрямків у Центрально-Східній Європі завдяки багатій культурній спадщині, природним ландшафтам, історичним пам'яткам, доступним цінам і дедалі розвиненій туристичній інфраструктурі. Основні туристичні міста – Варшава, Краків, Гданськ, Вроцлав, Закопане. Туризм робить значний внесок у ВВП Польщі та зайнятість населення [28].

Крім того, країна посідає провідні позиції майже за всіма компонентами інноваційного розвитку, що свідчить про ефективну стратегію формування інноваційного потенціалу країни. Успіх Польщі зумовлений комплексним підходом до [7]:

- розвитку людського капіталу;
- активною підтримкою науково-дослідної діяльності;
- вдалою інтеграцією європейських інноваційних програм.

Ці чинники забезпечують стабільне нарощування конкурентоспроможності економіки та сприяють її адаптації до глобальних економічних викликів.

З огляду на досягнення Польщі у сфері інновацій, важливим є вивчення та адаптація її досвіду для інших країн, зокрема України. Аналіз польської моделі свідчить, що значну роль відіграє не лише фінансування інноваційних процесів, а й створення сприятливого інституційного середовища, яке стимулює співпрацю між науковими установами, бізнесом і державою. Такий комплексний підхід підвищує потенціал інноваційного розвитку й може слугувати орієнтиром для формування ефективної інноваційної політики в Україні [7].

Розглянемо застосування моделі Портера до туристичного сектору Польщі та проаналізуємо чинники, що впливають на ринкову динаміку:

1. Загроза входу нових гравців:

- бар'єри для входу на туристичний ринок Польщі є відносно низькими. Нові туристичні агентства чи готельні сервіси можуть розпочати діяльність із мінімальними інвестиціями;

- цифрові платформи (такі як Booking.com, Airbnb) спрощують процес виходу на ринок малих гравців;

- дотримання нормативних вимог, стандартів та процедур ліцензування (особливо у сфері транспорту і готельного бізнесу) можуть створити фінансові та організаційні труднощі для нових учасників.

Стратегічні висновки: Наявним гравцям слід зосередитися на впровадженні інновацій та формуванні унікальної ринкової пропозиції.

2. Сила постачальників:

- постачальниками виступають готелі, транспортні компанії, гіді, заклади харчування, культурні об'єкти;

- у містах з високим туристичним потоком, як, наприклад, Краків, постачальники мають високу силу завдяки обмеженій кількості ресурсів;

- у сільських районах вплив постачальників слабший через вищу щільність пропозиції та обмежений попит.

Рекомендації: Туроператорам слід диверсифікувати постачальницьку базу, особливо в популярних регіонах.

3. Сила покупців (туристів):

- туристи мають широкий вибір пропозицій, легко можуть порівнювати ціни та відгуки завдяки онлайн-сервісам;

- висока цінова чутливість, особливо серед молоді та бюджетних туристів;

- онлайн-відгуки суттєво впливають на репутацію бізнесу.

Стратегічні висновки: Підприємствам слід фокусуватися на якості обслуговування, персоналізації пропозицій та створенні доданої вартості.

4. Загроза товарів-замінників:

- альтернативами польському туризму можуть бути подорожі до інших країн Центральної Європи (наприклад, Чехії, Угорщини, Словаччини), які пропонують схожі культурні чи природні переваги;

- розвиток віртуального та змішаного туризму є потенційним, хоча й менш прямим, заміником традиційних мандрівок;
- Польща конкурує з іншими напрямками всередині країни – між природним і міським туризмом.

Рекомендації: Щоб протистояти загрозі заміників, варто розвивати нішеві та спеціалізовані напрями – екотуризм, культурні маршрути, гастрономічні подорожі, які створюють унікальну ціннісну пропозицію.

5. Конкуренція серед активних гравців:

- галузь є фрагментованою, з великою кількістю агентств, готелів, сервісів;
- сезонність загострює конкуренцію в літній період та на свята;
- часто спостерігаються цінові війни, зокрема в середньому та бюджетному сегменті.

Стратегічні висновки: Для успіху необхідна чітка диференціація пропозиції, впровадження ефективних програм лояльності для утримання клієнтів та сильна присутність в онлайн-просторі для охоплення цільової аудиторії.

Отже, модель Портера насправді має як свої плюси, так і мінуси, але якщо зрозуміти як вона працює та використовувати її під чіткими правилами, то можна дійти до бажаних результатів. Ось деякі стратегічні рекомендації для підприємств у цій сфері:

- 1) диверсифікація пропозицій – розвиток агротуризму, зимового та міжсезонного туризму;
- 2) цифровізація, тобто впровадження онлайн-бронювання, персоналізованих додатків, віртуальних турів;
- 3) сталий розвиток – сертифікація екоготелів, зелений туризм.
- 4) партнерство – співпраця між муніципалітетами, бізнесом і громадськими організаціями.

Аналіз моделі Портера показує, що туристичний сектор Польщі є конкурентним та динамічним. Попри значний потенціал для зростання, бізнеси повинні адаптуватися до мінливого середовища, впроваджувати інновації та

зосереджуватись на потребах туристів. Успіх залежатиме від стратегічного планування, адаптації до цифрових змін та орієнтації на сталий розвиток [28].

У контексті зростальної ролі інноваційних моделей управління в умовах глобальної конкуренції особливої уваги набуває *кластерний підхід* як інструмент економічного зростання. Науменко мав на меті дослідити європейський досвід підвищення конкурентоспроможності підприємств через кластерний підхід. У своїй роботі він акцентує на тому, що ефективне функціонування кластерів сприяє посиленню взаємозв'язків між бізнесом, наукою та державою, що, своєю чергою, стимулює інновації та підвищує конкурентні переваги компаній.

Обґрунтування ефективності кластерного підходу для розвитку підприємств у сучасній економіці за Науменком базується на тому, що кластери сприяють концентрації ресурсів, знань і компетенцій у певній галузі чи регіоні, що *підвищує інноваційний потенціал і продуктивність компаній*. Така взаємодія між підприємствами, науковими установами та органами влади створює сприятливе середовище для розвитку нових технологій, оптимізації бізнес-процесів і підвищення конкурентоспроможності на національному і міжнародному рівнях. Науменко наголошує, що *кластерний підхід* дозволяє підприємствам швидше адаптуватися до змін ринку та глобальних викликів, особливо в умовах цифрової трансформації та посилення міжнародної конкуренції [4].

Конкурентоспроможна туристична галузь генерує економічні вигоди, створює робочі місця, посилює культурний обмін і забезпечує довгострокову стійкість.

Ключові елементи, що впливають на конкурентоспроможність туризму:

- Туристична частина – якість засобів розміщення, транспорту та атракцій.
- Екологічні та історичні ресурси – унікальні ландшафти, об'єкти спадщини та культурний досвід.
- Державна політика та регулювання – візова політика, оподаткування, безпека та інвестиційні стимули.

- Підприємницьке середовище – легкість ведення бізнесу, інвестиційні можливості та підприємства, пов'язані з туристичною діяльністю.
- Практики сталого розвитку – збереження довкілля, політика відповідального туризму та залучення місцевої громади.
- Фінансова конкурентоспроможність – доступність подорожей, проживання та послуг порівняно з іншими дестинаціями.
- Кадрові ресурси та рівень обслуговування – наявність кваліфікованої робочої сили та гостинність постачальників послуг.
- Технології та інновації – цифровий маркетинг, системи онлайн-бронювання та ініціативи розумного туризму.
- Доступність та сполучення – наявність міжнародного та внутрішнього транспорту.
- Конфіденційність та захист – політична стабільність, рівень злочинності, заходи з охорони здоров'я та безпеки [28].

Конкурентоспроможна туристична галузь сприяє економічному зростанню, створенню робочих місць, культурному обміну та сталому розвитку. Дестинації, які постійно підвищують свою конкурентоспроможність, можуть утримувати сильні глобальні позиції та приваблювати більше відвідувачів [14].

Оцінювання ефективності функціонування туристичної сфери здійснюють провідні міжнародні організації, зокрема Всесвітній економічний форум (ВЕФ), який розробив Індекс конкурентоспроможності подорожей і туризму (ТТСІ). Цей інструмент дає змогу порівнювати країни за комплексом ключових показників, що впливають на розвиток туризму.

Індекс ТТСІ охоплює понад 100 країн і класифікує їх за рівнем розвитку туристичної галузі, враховуючи економічні, інфраструктурні, екологічні, політичні та соціокультурні чинники [28]. Оцінювання здійснюється як на рівні окремих туристичних об'єктів, так й в межах відповідних рівнів управління (табл. 1.1.).

Таблиця 1.1.

Основні критерії конкурентоспроможності туризму

№ п/п	Критерій	Опис
1	Природні та культурні ресурси	Природні атракції: пляжі, гори, дика природа та біорізноманіття; культурна спадщина: історичні місця, музеї, фестивалі та традиції; події та розваги: спортивні події, концерти та виставки
2	Туристична інфраструктура	Якість та доступність житла: готелі, курорти, домашні садиби та альтернативні варіанти розміщення; транспортна інфраструктура: аеропорти, дороги, залізниці та громадський транспорт; туристичні послуги: туристичні оператори, інформаційні центри для відвідувачів та екскурсії
3	Бізнес-середовище та інвестиції	Легкість ведення бізнесу: нормативно-правове регулювання, легкість залучення інвестицій та політика, сприятлива для бізнесу; державно-приватне партнерство: співпраця між урядом та бізнесом; туристичний брендинг та маркетинг: стратегії просування дестинації
4	Безпека та захист	Рівень злочинності та насильства: безпека для туристів; політична стабільність: зростання туристичної привабливості країни завдяки гарантії безпеки та передбачуваності умов для подорожей; здоров'я та гігієна: доступ до охорони здоров'я, санітарії та екстрених служб
5	Сталість та екологічна політика	Ініціативи у сфері екотуризму: природоохоронні проекти, екологічні парки та відповідальний туризм; екологічне законодавство: управління відходами, контроль забруднення та зменшення вуглецевого сліду; залучення місцевих жителів: участь населення у туристичній діяльності з отриманням економічних та соціальних переваг
6	Людські ресурси та якість послуг	Підвищення кваліфікації робочої сили: навчальні програми для працівників сфери гостинності та туризму; стандарти обслуговування клієнтів: якість обслуговування в готелях, ресторанах та туристичних сервісах; освіта та навчання: університети та професійні програми, пов'язані з туризмом
7	Зв'язок та цифрова готовність	Транспортна доступність: кількість міжнародних та внутрішніх авіасполучень; цифрова присутність: системи онлайн-бронювання, маркетинг у соціальних мережах та віртуальний туризм; інтеграція технологій: розумний туризм, мобільні додатки та штучний інтелект у туристичних послугах
8	Цінова конкурентоспроможність	Доступність подорожей: ціни на авіаквитки, вартість проживання та харчування; обмінні курси та вартість життя: вплив на іноземних відвідувачів; податки та збори: аеропортові збори, вартість віз та сервісні збори

Джерело: складено автором

Дана таблиця підсумовує ключові елементи, які визначають здатність дестинації до конкурентної боротьби у світовій туристичній індустрії.

Конкурентоспроможність туризму насправді має велике значення. В першу чергу, це впливає на економічне зростання, адже даний сектор приваблює інвестиції та підвищує ВВП, а також забезпечує зайнятість у різних галузях. Конкурентоспроможність зміцнює міжнародні відносини та сприяє розвитку культурної спадщини, заохочує відповідальні туристичні практики, допомагає дестинаціям відновлюватися після криз, таких як пандемії, політична нестабільність або стихійні лиха [28].

1.2. Аналіз факторів, що впливають на міжнародну конкурентну перевагу у сфері туризму

У все більш глобалізованому світі туризм став потужним двигуном економічного розвитку, культурного обміну та міжнародного співробітництва. Країни та регіони прагнуть заявити про себе як про привабливі дестинації, щоб захопити більшу частку світового туристичного ринку. Це прагнення до туристичного успіху ґрунтується на концепції міжнародної конкурентної переваги – здатності дестинації приваблювати міжнародних туристів ефективніше, ніж її конкуренти. Створенню та утриманню цієї переваги сприяють численні взаємопов'язані фактори, починаючи від природних багатств і закінчуючи стратегічною політикою. У цьому контексті особливого значення набуває збереження культурної автентичності та ефективне управління ресурсами, оскільки саме поєднання глобальних тенденцій із локальними культурними особливостями формує стійку конкурентоспроможність дестинації та забезпечує її привабливість у довгостроковій перспективі [35].

Міжнародна конкурентна перевага в туризмі полягає в здатності країни або регіону залучати більше міжнародних відвідувачів, ніж її суперницькі партнери, завдяки унікальним перевагам або сприятливим умовам. На формування цієї переваги впливає низка ключових факторів:

1. Природні та культурні ресурси. Однією з найважливіших елементів

туристичної привабливості країни є її природні та культурні ресурси [31]. Туристів приваблюють дестинації, що пропонують унікальні та візуально привабливі ландшафти, такі як гори, пляжі, ліси та пустелі. Аналогічно, культурне багатство держави (історичні пам'ятки, музеї, місцеві традиції, мистецтво, музику, фестивалі та кухні) може бути головним диференціатором.

Такі дестинації, як Єгипет з його пірамідами, Індія з Тадж-Махалом або Франція з її винними регіонами та історичними містами, використовують свою спадщину для створення сильної туристичної ідентичності. У Південно-Східній Азії більшість туристичних напрямків демонструють значне зростання, особливо В'єтнам, де поєднують природні та культурні багатства. Виїзний туризм з Китаю та Індії сприяє популяризації численних маршрутів у цьому субрегіоні [44]. Крім того, об'єкти Світової спадщини ЮНЕСКО слугують глобальною підтримкою, яка підвищує впізнаваність країни та довіру до неї як до туристичної дестинації [42].

2. Інфраструктура та транспортна доступність. Щоб дестинація була конкурентоспроможною, вона повинна бути доступною і зручною для навігації. Розвинена транспортна інфраструктура - включно з міжнародними аеропортами, сучасними дорогами, ефективною системою громадського транспорту, а також морськими та залізничними вузлами - відіграє ключову роль у забезпеченні легкості переміщення туристів [17]. Недоступність або логістичні обмеження можуть суттєво знизити привабливість регіону, незалежно від його культурних чи природних ресурсів.

Крім фізичної мобільності, важливу роль відіграє інфраструктура гостинності: якісне розміщення, різноманітна гастрономічна пропозиція, розважальні центри, а також медичні послуги та безпека. Комфорт туриста на всіх етапах перебування безпосередньо впливає на його загальне враження та ймовірність повторного візиту [11].

В останні роки зростає значення *цифрової інфраструктури*, яка стала необхідною умовою для сучасного туризму. Високошвидкісний доступ до Інтернету, інтерактивні туристичні карти, онлайн-бронювання, цифрові

інформаційні центри та «розумні» туристичні додатки дозволяють відвідувачам ефективніше планувати подорожі та більш інтерактивно знайомитися з DESTИНАЦІЯМИ [43].

Стрімкий розвиток цифрових технологій в епоху штучного інтелекту (ШІ), включно з традиційним машинним і глибоким навчанням, набув широкого застосування по всій виробничо-збутовій мережі туристичної індустрії – від аеропортів, готелів та громадського харчування до транспортного сектору. Впровадження даних інструментів не лише сприяє модернізації ключової інфраструктури туристичних DESTИНАЦІЙ, але й значно підвищує ефективність управління туризмом. Наприклад, у сфері послуг, що надаються аеропортами самостійна реєстрація та здача багажу, використання сервісних роботів та інтелектуальний контроль безпеки створюють додаткові зручності для мандрівників. Аналогічно, готельний менеджмент впроваджує сервісних роботів для виконання рутинних завдань (надання інформації, прибирання, доставка їжі), замінюючи таким чином персонал і оптимізуючи операційну діяльність [47].

3. Державна політика та інституційна підтримка. Ефективне державне управління є важливим чинником підвищення конкурентоспроможності туристичної сфери. У контексті глобальної економічної нестабільності, політика DESTИНАЦІЇ повинна включати стратегію диверсифікації туристичного ринку, яка є важливим інструментом для стабілізації галузі та прискорення економічного зростання. Такий підхід підтримує загальний розвиток, мінімізуючи ризик надмірної залежності від одного ринку, що критично важливо для зменшення нестійкості туристичних надходжень, спричиненої соціополітичними та фінансовими коливаннями у країнах походження туристів [27].

Країни, що впроваджують *національні стратегії розвитку туризму*, здійснюють довгострокове планування, виділяють ресурси на інфраструктурні проекти та активно підтримують МСП у галузі гостинності, отримують вищі рейтинги у світових індексах конкурентоспроможності туризму.

Особливу роль відіграє *візова політика*. Спрощення візових процедур (електронні візи, безвізовий режим) може суттєво збільшити потік туристів,

особливо з країн з високим туристичним потенціалом [11]. Крім того, важливими є міжнародні угоди та членство в регіональних туристичних об'єднаннях, які спрощують пересування, стандартизують сервіси та покращують координацію в галузі [19].

Інституційна підтримка з боку уряду, муніципалітетів та туристичних офісів (навіть у форматі публічно-приватного партнерства) дозволяє швидше реагувати на зміни ринку, розробляти брендинг дестинації та впроваджувати цифрові та сталі інновації.

Водночас успішність такої управлінської діяльності безпосередньо залежить від розуміння внутрішніх процесів. Так, економічна цінність, що генерується туризмом, залежить від структури взаємодій між пропозицією та попитом. Дослідження доводять, що певний стиль управління як «мережевий оркестратор» може бути найбільш ефективним для кращого регулювання економічних наслідків туризму, оскільки він забезпечує необхідну координацію між усіма зацікавленими сторонами [9].

4. Цінова конкурентоспроможність. Вартість залишається вирішальним фактором у прийнятті туристичних рішень, особливо серед туристів з країн із середнім або низьким рівнем доходу [11]. Дестинації, які пропонують доступні подорожі, проживання та враження, як правило, приваблюють чутливих до ціни мандрівників, насамперед з ринків, що розвиваються. Цінова привабливість має супроводжуватися високою якістю обслуговування – туристи шукають співвідношення ціни та якості.

Таким чином, конкурентні тарифи мають відповідати рівню пропонованої цінності: забезпечення високої якості обслуговування та позитивного туристичного досвіду за помірну вартість розглядається як більш стійкий та ефективний підхід.

Країни Південно-Східної Азії, такі як Таїланд і В'єтнам, змогли ефективно поєднати одночасно доступну ціну та високу якість культурних вражень, залучаючи як бюджетних туристів, так і преміальний сегмент [45].

5. Людський потенціал та якість послуг. Професійність персоналу в

туристичному секторі значною мірою впливає на задоволеність відвідувачів. Підготовлені, обізнані та привітні працівники готелів, туристичних агентств і об'єктів інфраструктури здатні забезпечити позитивний досвід, що сприяє повторним поїздкам та рекомендаціям серед знайомих [34]. Недостатня кваліфікація працівників або мовні бар'єри можуть серйозно вплинути на імідж дестинації.

Ініціативи, спрямовані на розвиток туристичної освіти, мовної підготовки та стандартів гостинності, сприяють підвищенню якості послуг і водночас створюють нові можливості для місцевого населення у сфері працевлаштування та малого бізнесу.

Сучасні дестинації активно інвестують у розвиток туристичної освіти, організовуючи курси, онлайн-програми з іноземних мов та тренінги з міжкультурної взаємодії, тоді як місцева влада разом із неурядовими організаціями та громадськими групами забезпечує ефективне залучення мешканців і маргіналізованих верств населення до процесів розвитку сталого туризму [10].

6. Інновації та впровадження технологій. У цифрову епоху інновації стали ключовим фактором туристичної конкурентоспроможності [39]. Дестинації, які використовують технології для покращення досвіду відвідувачів, виділяються. Це включає використання систем онлайн-бронювання, мобільних додатків, доповненої реальності, віртуальних турів і безконтактних платежів.

Наприклад, такі міста, як Сінгапур, Барселона та Дубай, інвестували в те, щоб стати «розумними дестинаціями», використовуючи аналітику даних для розуміння поведінки туристів, управління натовпами та надання персоналізованих послуг [21]. Такі інновації підвищують ефективність, зручність і загальну привабливість дестинації.

7. Стандарти безпеки, захисту та охорони здоров'я. При виборі місця подорожі туристи надають перевагу особистій безпеці, політичній стабільності та охороні здоров'я. Країни з низьким рівнем злочинності, сильними правовими системами та надійними механізмами реагування на надзвичайні ситуації

викликають довіру у мандрівників. Отже, безпека мандрівників – один із пріоритетних факторів при виборі туристичної дестинації. Туристи схильні обирати країни з:

- низьким рівнем злочинності,
- політичною стабільністю,
- ефективними системами охорони здоров'я,
- доступною медичною допомогою,
- прозорими правилами щодо надзвичайних ситуацій.

Пандемія COVID-19 також підвищила важливість інфраструктури громадського здоров'я. Дестинації, які ефективно впоралися з пандемією, розробили протоколи охорони здоров'я та забезпечили прозору комунікацію, отримали конкурентну перевагу у відновленні подорожей після пандемії.

8. *Екологічна стійкість та свідомий туризм.* Сучасні мандрівники все більше переймаються екологічним та соціальним впливом туризму. Дестинації, які просувають практики сталого туризму, такі як збереження природних ресурсів, скорочення викидів вуглецю та залучення місцевих громад, стають все більш привабливими для екологічно свідомих туристів.

Зусилля, спрямовані на запобігання надмірному туризму, збереження культурної автентичності та забезпечення справедливих економічних вигод, а саме:

- зменшення негативного впливу масового туризму,
- збереження культурної автентичності,
- підтримки місцевих громад,

позитивно впливають на довіру туристів і довгострокову конкурентоспроможність. Екологічно свідомі ініціативи, такі як сприяння збереженню енергії та води, зменшення відходів та захист природних середовищ існування, можуть створити культуру екологічного піклування [11].

Прикладом є Коста-Рика – країна, яка завдяки екологічному законодавству та практикам сталого туризму, побудувала міжнародну репутацію безпечної та етичної дестинації [41].

9. *Брендинг та міжнародний імідж*. Імідж дестинації, сформований її маркетингом, висвітленням у світових ЗМІ та досвідом попередніх відвідувачів, має значний вплив на її конкурентоспроможність. Ефективний брендинг підкреслює унікальні переваги країни та створює емоційний зв'язок з потенційними відвідувачами.

Сприйняття туристичної дестинації часто визначається не об'єктивними характеристиками, а емоційним зв'язком, який формують маркетингові стратегії, ЗМІ та враження туристів (табл. 1.2.).

Таблиця 1.2

Основні чинники впливу на імідж туристичної дестинації

Чинник	Вплив на репутацію
Офіційний брендинг	Підкреслює унікальність дестинації, стимулює емоційний резонанс
Присутність у медіа	Формує глобальні уявлення, впливає на популярність.
Відгуки туристів онлайн	Визначають репутацію на платформах типу TripAdvisor, Google, Instagram тощо.
Робота з соціальними мережами	Створює «цифровий слід» дестинації, який швидко поширюється

Джерело: узагальнено автором за [8; 22]

Стійкий національний брендинг у XXI столітті вимагає переходу від управління зовнішнім іміджем до регулювання глобальними емоціями та діями, які створюють справжню цінність для людства. Стратегія національного розвитку має трансформуватися від пропаганди до практичного глобального внеску як єдиного надійного джерела конкурентної переваги [8].

Успішні дестинації інтегрують цифрову взаємодію, емоційний наратив та орієнтацію на туристів у свою маркетингову стратегію. Яскравий приклад – Ісландія з кампанією *Inspired by Iceland*, яка привернула увагу світової аудиторії через гумор, щирість і природну красу.

Компанії по всьому світу прагнуть прискорити свої інновації, щоб залишатися конкурентоспроможними на динамічних глобальних ринках. Аналітика, заснована на відгуках, є потужним інструментом для цифрового експериментування. Використання RORPs (Research-driven Online Review

Platforms) дозволяє DESTИНАЦІЯМ збирати та аналізувати дані для стратегічного та трансформаційного управління, завдяки чому нові послуги та ініціативи створюють справжню цінність для туриста [22].

Розвиток соціальних мереж значно посилив ефект впливу користувацьких відгуків, адже мандрівники діляться фотографіями, відео та відгуками, які впливають на сприйняття країни іншими людьми. Дестинації, які успішно керують своєю онлайн-репутацією та взаємодіють з цифровими платформами, мають більше шансів привернути до себе міжнародну увагу.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що міжнародна конкурентна перевага в туризмі визначається не єдиним фактором, а складною взаємодією природних, інфраструктурних, політичних, економічних і культурних елементів. Оскільки глобальний туризм стає все більш динамічним і конкурентним, дестинації повинні застосовувати цілісний підхід для підвищення своєї привабливості. Це передбачає не лише використання наявних сильних сторін, але й впровадження інновацій, забезпечення сталості та надання виняткових вражень для відвідувачів. Країни, які розуміють та інвестують у ці сфери, мають більше шансів процвітати на світовій туристичній арені та насолоджуватися довгостроковим успіхом.

РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПОЛЬЩІ

2.1. Аналіз сучасного стану туристичної галузі в межах країни дослідження

У сучасному глобальному туристичному ландшафті DESTINATIONI активно змагаються за те, щоб привабити міжнародних мандрівників. Створення сильної міжнародної конкурентної переваги в туризмі вимагає стратегічного поєднання природної привабливості, культурного багатства, інфраструктури, політичної підтримки та інновацій [32, с. 10-12]. Польща, розташована на перехресті Центральної та Східної Європи, у 2025 році перетворилася на привабливу туристичну DESTINATIONI, яка привертає все більше уваги з різних регіонів світу [25]. Завдяки поєднанню стратегічних інвестицій, сталих практик та збереження спадщини Польща демонструє, як країна може ефективно розвивати свою туристичну конкурентоспроможність [32, с. 15-17].

1. *Багаті природні та культурні ресурси.* Європейська країна може похвалитися різноманітним і привабливим ландшафтом – від узбережжя Балтійського моря на півночі до Татр на півдні. Її національні парки, такі як *Біловезька пуца* (один з останніх збережених в Європі пралісів), пропонують унікальні враження від мандрівок у дику природу [42]. У 2025 році Польща продовжує просувати свою природну спадщину, інвестуючи в екотуристичні маршрути та зони сталого туризму.

У культурному плані Польща пропонує глибоке історичне коріння завдяки своїм об'єктам Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, таким як [42, 5]:

- *Старе місто Кракова (1978).* Історичне серце міста, зі знаменитим *Вавельським замком, Маріацьким костелом, Ринковою площею.* Краків є першим польським об'єктом, внесеним до списку ЮНЕСКО (Додаток 3);

- *Соляна шахта «Велічка» (і «Бохня») (1978 / 2013).* Підземне місто з каплицями, скульптурами та озерами, вирізьбленими в солі. Унікальний підземний туристичний маршрут на глибині до 135 м, відвідується понад 1 млн

туристів щороку (Додаток 4);

- *Аушвіц-Біркенау (німецький нацистський концтабір) (1979)*. Меморіал жертв Голокосту, збережений як свідчення трагедії людства. Один із найважливіших місць пам'яті у світі; центр освітнього, темного та етичного туризму (Додаток 5);

- *Старе місто у Варшаві (1980)*. Відновлене після Другої світової війни, є показовим прикладом масштабної реставраційної діяльності. Головна історична зона столиці, з розвиненою готельною інфраструктурою, музеями, ресторанами (Додаток 6);

- *Старе місто в Замості (1992)*. Ренесансне «ідеальне місто» спроектоване за італійським зразком. Центр культурного туризму в Люблінському воєводстві; популярне серед туристів з України. Часто називають «перлиною Ренесансу» (Додаток 7);

- *Середньовічне місто Торунь (1997)*. Батьківщина Коперника; місто з добре збереженою готичною архітектурою. Приваблює туристів з усієї Європи завдяки астрономічній історії та пряникам (Додаток 8);

- *Замок Тевтонського ордену в Мальборку (1997)*. Найбільший цегляний замок у світі. Потужний культурний і фестивальний центр, особливо популярний серед історичних реконструкторів. Місце міжнародних рицарських турнірів (Додаток 9);

- *Церкви миру в Яворі та Свідниці (2001)*. Найбільші дерев'яні протестантські храми у світі, побудовані без жодного цвяха. Архітектурна рідкість, приваблює туристів, що цікавляться сакральною архітектурою (Додаток 10).

Яскраві народні традиції, класична музична спадщина (особливо твори Шопена) та релігійні пам'ятки, зокрема *монастир Ясна Гура*, продовжують приваблювати як любителів культурного, так і паломницького туризму.

Об'єкти ЮНЕСКО в Польщі формують важливий культурно-туристичний фундамент країни. Вони:

- стимулюють сталий туризм,

- привертають іноземних відвідувачів,
- підтримують регіональну економіку,
- підвищують міжнародний авторитет Польщі.

Більшість із них активно включені до туристичних маршрутів, мають розвинену інфраструктуру й підтримуються державою та місцевими громадами.

2. *Інфраструктура та доступність.* Польща досягла значних успіхів у вдосконаленні своєї транспортної інфраструктури. Станом на 2025 рік розширилися маршрути швидкісних поїздів, які з'єднують такі великі міста, як Варшава, Краків, Вроцлав і Гданськ. Транспортний вузол «Солідарність» (СРК), частково відкритий у 2023 році, який продовжує поетапне розширення, має стати одним з головних авіаційних воріт Європи, що зробить міжнародний доступ простішим та ефективнішим.

Міські центри тепер користуються перевагами інфраструктури «розумного міста», пропонуючи туристам кращий доступ до навігації в режимі реального часу, туристичних інформаційних додатків та багатомовних сервісів. Мережа велосипедних доріжок та екологічно чистого громадського транспорту, особливо в таких містах, як Гданськ і Познань, підтримує сталий розвиток туризму в Польщі [2, 30].

3. *Стратегічна державна політика та підтримка.* Польська туристична організація (ПТО) розпочала оновлені промоційні кампанії у 2024-2025 роках, зосереджуючись на Польщі як цілорічній дестинації. ПТО має філії в 14 країнах по всьому світу та планує рекламні проекти, які охоплюють потреби окремих ринків [2]. У країні туристичні організації та державні органи, що регулюють туристичну сферу, мають чітко розмежовані функції. Їхня діяльність є взаємопов'язаною та скоординованою. Фінансування цих установ здійснюється згідно з розробленими стратегіями. Крім того, польські туристичні організації функціонують не лише через головний офіс, а мають широку мережу представництв як у країні, так і за її межами [2].

Проект «Польща: Позачасова краса» використовує цифрові платформи для висвітлення сезонних пропозицій - від зимових видів спорту в Закопаному

до літнього відпочинку на березі озера в Мазурському озерному краї.

Безвізовий режим для громадян ЄС та спрощення візових процедур для інших мандрівників сприяли полегшенню в'їзду в країну. Плани відновлення після пандемій, підтримані фондами ЄС, включають гранти для сталого туристичного бізнесу та цифрові інновації в сільському туризмі. Вступ багатьох європейських країн до Європейського Союзу сприяло залученню іноземних інвестицій у сферу туризму [2].

4. Конкуреноспроможні ціни з високою цінністю. Польща залишається одним з найдоступніших напрямків в ЄС, пропонуючи відмінний баланс між якістю та вартістю. Порівняно із Західною Європою, ціни на проживання, харчування та транспорт значно нижчі, тоді як якість послуг постійно зростає [2].

У 2025 році Польща продовжить приваблювати молодих та обмежених у коштах мандрівників, особливо з Великої Британії, Німеччини, України та США, а також розвиватиме сегмент розкішних подорожей завдяки бутик-готелям та культурним заходам у Кракові та Варшаві.

5. Кваліфікований людський фактор та якість послуг. Відбулося помітне покращення навчальних програм у сфері гостинності та вивчення іноземних мов, особливо в містах з високим туристичним трафіком [2]. Багато поляків, особливо серед молодого покоління, володіють англійською мовою, а якість послуг покращилася завдяки освітнім програмам у сфері туризму, що підтримуються ЄС.

Крім того, дружня і гостинна культура Польщі часто згадується в туристичних оглядах, що сприяє формуванню позитивного іміджу країни. Туристи відзначають атмосферу безпеки, привітність місцевих мешканців та готовність допомогти, навіть у малих містах і селах. Ці особливості значною мірою впливають на емоційне сприйняття країни та повернення відвідувачів у майбутньому. До основних чинників формування позитивного туристичного образу Польщі належать:

1) Культурна привабливість: широкий спектр фестивалів, історичних пам'яток, музеїв і мистецьких подій, які охоплюють як традиційні, так і сучасні

прояви культури.

2) Якісна інфраструктура: сучасні транспортні вузли, розгалужена система залізниць, доступна готельна база та інвестиції у сталу туристичну інфраструктуру.

3) Гостинність і відкритість суспільства: привітне ставлення до іноземців, готовність до діалогу та популярність англійської мови у туристичних центрах.

4) Природна привабливість: наявність національних парків, озер, гір і Балтійського узбережжя, що приваблює як екотуристів, так і любителів активного відпочинку.

5) Активна міжнародна промоція: участь Польської Туристичної Організації в глобальних виставках, кампаніях і партнерствах, що формують сталий імідж Польщі як цікавої та безпечної дестинації.

6. *Інновації та технологічна інтеграція.* Туризм у Польщі у 2025 році виграє від цифрової трансформації. Більшість пам'яток тепер пропонують онлайн-продаж квитків, багатомовні AR-гіди та інтерактивні експонати. Такі музеї, як *Музей історії польських євреїв POLIN* та *Музей Варшавського повстання*, впровадили імерсивні технології для підвищення рівня залучення відвідувачів.

Такі міста, як Краків і Лодзь, тестують додатки для допомоги туристам на основі штучного інтелекту та персоналізовані маршрути. Безконтактні платежі, інтегровані квиткові системи та електронні проїзні вже стали звичним явищем у польських містах, що суттєво підвищує комфорт і доступність подорожей. До цифрових переваг туристичної інфраструктури Польщі можна віднести:

- *Мобільні застосунки з ШІ:* впровадження інтелектуальних туристичних додатків, які пропонують індивідуалізовані маршрути, рекомендації закладів, інформацію про події та навіть переклад у реальному часі;

- *Безконтактні платежі:* повсюдне використання карт, смартфонів і годинників для оплати в музеях, кафе, громадському транспорті й навіть у парках чи на фестивалях;

- *Смарт-квитки та інтегровані проїзні:* електронні квитки на транспорт,

що охоплюють декілька видів перевезень (автобус, трамвай, метро), зручні абонементи для туристів (наприклад, 72-годинні міські картки);

- *QR-коди на туристичних об'єктах*: інтерактивні таблички з доступом до мультимедійного контенту, історичних довідок або віртуальних турів;

- *Інтерактивні екрани та інформаційні панелі*: на вокзалах, у музеях та туристичних центрах – для швидкого доступу до розкладів, мап, подій і сервісів кількома мовами.

Подальший розвиток цифрових платформ, мобільних додатків, штучного інтелекту, великих даних, віртуальної та доповненої реальності як перспективних інноваційних інструментів, необхідних для зміцнення конкурентних позицій підприємств у сфері гостинності та туризму, буде реалізовано в форматі екосистеми, що сприятиме збільшенню обсягів внутрішнього та в'їзного туризму, а також більшому задоволенню потреб туристів і отриманню додаткової доданої вартості [39, с. 3].

7. Заходи безпеки, збереження та охорони здоров'я. Польща має репутацію безпечної та політично стабільної країни, що є важливим фактором для міжнародного туризму [2]. У постпандемічну епоху уряд запровадив сертифікацію «*Безпечна подорож Польщею*» для готелів, ресторанів та визначних пам'яток, які відповідають міжнародним стандартам охорони здоров'я та гігієни.

Крім того, послуги екстреної медичної допомоги є доступними та відносно недорогими для мандрівників, що сприяє підвищенню довіри туристів.

8. Сталий розвиток та екологічна відповідальність. Сталий розвиток став центральною темою у розвитку туризму в Польщі. У 2025 році Польща розширила свої програми екологічної сертифікації для готелів та туроператорів. Бещадські гори, Національний парк Кампінос та Мазурське озерне узбережжя просуваються як приклади відповідального туризму з низьким рівнем впливу на довкілля.

Польща вирізняється вигідним географічним розташуванням, багатством природних та історико-культурних ресурсів, стабільним зростанням рівня

добробуту населення, помірними цінами порівняно з розвиненими країнами [2]. У міських районах ініціативи зі зменшення вуглецевого сліду - такі як розширення зелених зон, покращення управління відходами та розвиток громадського транспорту – наближають Польщу до глобальних цілей сталого туризму. У сільській місцевості агротуризм, за відсутності належного регулювання, може стати джерелом екологічних і соціально-економічних проблем.

Хоча розвиток агротуризму є частиною концепції сталого розвитку сільських районів, слід зазначити, що його неконтрольований розвиток може спричинити багато потенційних екологічних та соціально-економічних загроз. Вони можуть виникнути внаслідок надмірної економічної активізації, пов'язаної з надто динамічним розвитком масового агротуризму, особливо того, що здійснюється на цінних природних територіях. Крім того, це може призвести до проблем, пов'язаних з [32]:

- надмірним розвитком інфраструктури;
- управлінням сміттям та відходами;
- руйнуванням історично та культурно цінних об'єктів;
- зниженням значення місцевих культурних цінностей;
- зростанням злочинності;
- ослабленням соціальної довіри серед місцевої громади тощо.

Крім того, слід також враховувати, що надмірний розвиток туризму в сільській місцевості може порушити місцеві соціальні системи, створюючи тиск, який загрожує природним механізмам, за допомогою яких ці системи були сформовані та регульовані.

В окремих випадках це також може призвести до зменшення обсягів сільськогосподарського виробництва на користь туристичної діяльності, що, своєю чергою, здатне спричинити проблеми, пов'язані із забезпеченням продовольчої безпеки. Саме тому особливого значення набуває комплексно розроблена *стратегія розвитку агротуризму*, заснована на принципах сталого розвитку [32].

9. *Міжнародний брендинг та репутація.* Протягом останніх років імідж Польщі у світі постійно покращувався. Міжнародні кампанії, партнерства з впливовими організаціями та культурна дипломатія підвищили присутність країни у світових туристичних медіа [2]. Українські Інститути Польщі, які працюють у понад 27 країнах світу, системно популяризують польську культуру, історію, мову та науку – створюючи позитивну та сучасну репутацію країни у світі.

Мистецтво та культура століттями зміцнювали польську національну ідентичність і допомагали полякам пережити найгірші моменти історії. Польські музиканти, творці та композитори продовжують надихати світ та зміцнювати міжнародний культурний авторитет країни завдяки участі в престижних фестивалях, колабораціям і визнаним творчим проєктам [23].

Позитивний образ Польщі зміцнюється завдяки активній присутності в глобальних туристичних медіа та участі в міжнародних виставках, зокрема через діяльність Польської Туристичної Організації [2]. Водночас Польща активно підтримує діловий туризм через Poland Convention Bureau, організацію конференцій і міжнародних зустрічей, що також зміцнює імідж країни як професійного та гостинного хабу.

Ключовим елементом популяризації є великі культурні та спортивні події, які регулярно привертають увагу світових медіа і туристів. Наприклад, Краківський кінофестиваль, один з найстаріших фестивалів у Європі, має міжнародну акредитацію і щороку демонструє творчість документалістів та аніматорів з усього світу. Це справжнє задоволення – зустріти найвидатніших сучасних композиторів й виконавців під час таких подій, як: Міжнародний фестиваль сучасної музики Warsaw Autumn; Wratlslavia Cantans; Chopin and His Europe; Actus Humanus; Sacrum Profanum тощо [23].

Open'er Festival в Гдині, який отримав відзнаку як «Найкращий великий фестиваль Європи» у 2024 році, приваблює міжнародну аудиторію популярної музики й інноваційного дизайну подій.

Ці заходи разом з іншими фестивалями – як-от Jazz Jamboree, Conrad

Festival, музичні ярмарки у Варшаві та Лодзі – забезпечують Польщі репутацію культурного центру Центральної Європи та впливають на її присутність у світових ЗМІ й туристичних гідах [23].

Використання платформ соціальних медіа, таких як Instagram, TikTok і YouTube, як відвідувачами, так і туристичною владою, допомогло підкреслити автентичність, гостинність і красу Польщі – особливо серед молодих мандрівників.

Отже, у 2025 році Польща є переконливим прикладом того, як країна може створити сильну міжнародну конкурентну перевагу в туризмі, поєднуючи стратегічне планування, культурну промоцію, сталий розвиток та технологічні інновації.

Від середньовічних міст до гірських стежок, від музеїв світового класу до відпочинкових комплексів на березі озера – Польща пропонує різноманітні та незабутні враження. Продовжуючи інвестувати у свою туристичну інфраструктуру, робочу силу та глобальний імідж, дана європейська країна готова стати не просто прихованою перлиною, а основною європейською дестинацією з довготривалою міжнародною привабливістю.

2.2. Державна політика та програми підтримки туристичного сектору

Станом на 2025 рік Польща впровадила кілька державних політик і програм, спрямованих на зміцнення свого туристичного сектору, зосереджуючись на сталому розвитку, вдосконаленні інфраструктури та міжнародній конкурентоспроможності.

1. Національна програма підтримки індустрії ділових зустрічей. Польський уряд відновив цю програму для залучення міжнародних конференцій та ділових заходів. Вона надає підтримку, в тому числі авіаквитки, представникам різних секторів для участі в організації нових міжнародних зустрічей і заходів у Польщі.

Програма підтримки індустрії ділових зустрічей діє на основі принципів польської програми «Посли конгресів», яка реалізується з 1998 року спільно РТО

PCB та неурядовою організацією «Польська асоціація конференцій та конгресів». Метою програми підтримки є забезпечення авіаквитками представників світу науки, культури, спорту, бізнесу та інших галузей (так званих Послів Конгресу), щоб вони могли брати активну участь у процесі залучення до Польщі нових міжнародних зустрічей та ділових заходів, тобто конференцій, конгресів та ярмарків [2].

2. *Ініціативи сталого туризму.* Польща робить акцент на розвитку сталого туризму. Такі проєкти, як «Співпраця – Інновації – Сталий туризм», спрямовані на підвищення обізнаності та компетентності в туристичній галузі та органах місцевого самоврядування щодо принципів сталого туризму. Ці ініціативи включають регіональні конференції та розробку практичних рекомендацій щодо відповідального туризму [30].

Польська туристична організація реалізує політику сталого розвитку в туризмі шляхом:

1) Освіта, семінари та інформація для громадськості та заохочення більш екологічного способу життя.

2) Сприяння підтримці технологічних інновацій, які позитивно впливають на довкілля.

3) Просування велосипедної та пішохідної інфраструктури.

4) Заохочення інформаційних та іміджевих кампаній для захисту біорізноманіття та управління природними ресурсами й джерелами енергії в країні.

5) Здійснення інформаційної діяльності з питань охорони природної та культурної спадщини під час зустрічей, конференцій, семінарів у країні та за кордоном [30].

На основі зібраних даних та досвіду, отриманого під час проєкту, було розроблено кілька рекомендацій для подальшого розвитку сталого туризму в Польщі. Найважливіші з них включають:

- Збільшення інвестицій в освіту та екологічну обізнаність серед туристів та професіоналів галузі.

- Просування інноваційних рішень у сфері транспорту з низьким рівнем викидів, циркулярної економіки та енергоефективності в секторі HoReCa.
- Посилення співпраці на регіональному та національному рівнях для узгодження туристичних стратегій з політикою у сфері клімату та розвитку.
- Сприяння доступу до фінансування для підприємців та туристичних організацій для підтримки реалізації екологічних ініціатив.

Проект «Співпраця – Інновації – Сталий туризм» став значним кроком на шляху до трансформації туристичного сектору Польщі. Розроблені регіональні звіти є важливими аналітичними та стратегічними інструментами, які дозволять продовжити розвиток сталого туризму на місцевому рівні [30].

3. Інвестиції в інфраструктуру. Значні інвестиції вкладаються в транспортну інфраструктуру, що опосередковано підтримує туризм шляхом покращення доступності [26]. Плани включають розвиток інтелектуальних транспортних систем та значне фінансування для покращення залізничної та дорожньої інфраструктури.

Основним джерелом фінансування інвестицій є Національний дорожній фонд, який фінансується, зокрема, шляхом залучення коштів ЄС. Фінансовий ліміт нової програми повинен дозволити завершити практично всю мережу автомагістралей та швидкісних доріг, визначену в постанові Ради міністрів про мережу автомагістралей та швидкісних доріг [26].

Метою проекту є створення цілісної мережі національних доріг, яка забезпечуватиме ефективне функціонування автомобільного пасажирського та вантажного транспорту. Поліпшення пропускної здатності основних транспортних артерій — один із ключових чинників, що може прискорити розвиток як окремих регіонів, так і країни в цілому.

Польща має велику мережу доріг, яка постійно зростає і налічує близько 2092 км автомагістралей та 6126 км швидкісних доріг (рис. 2.1.).

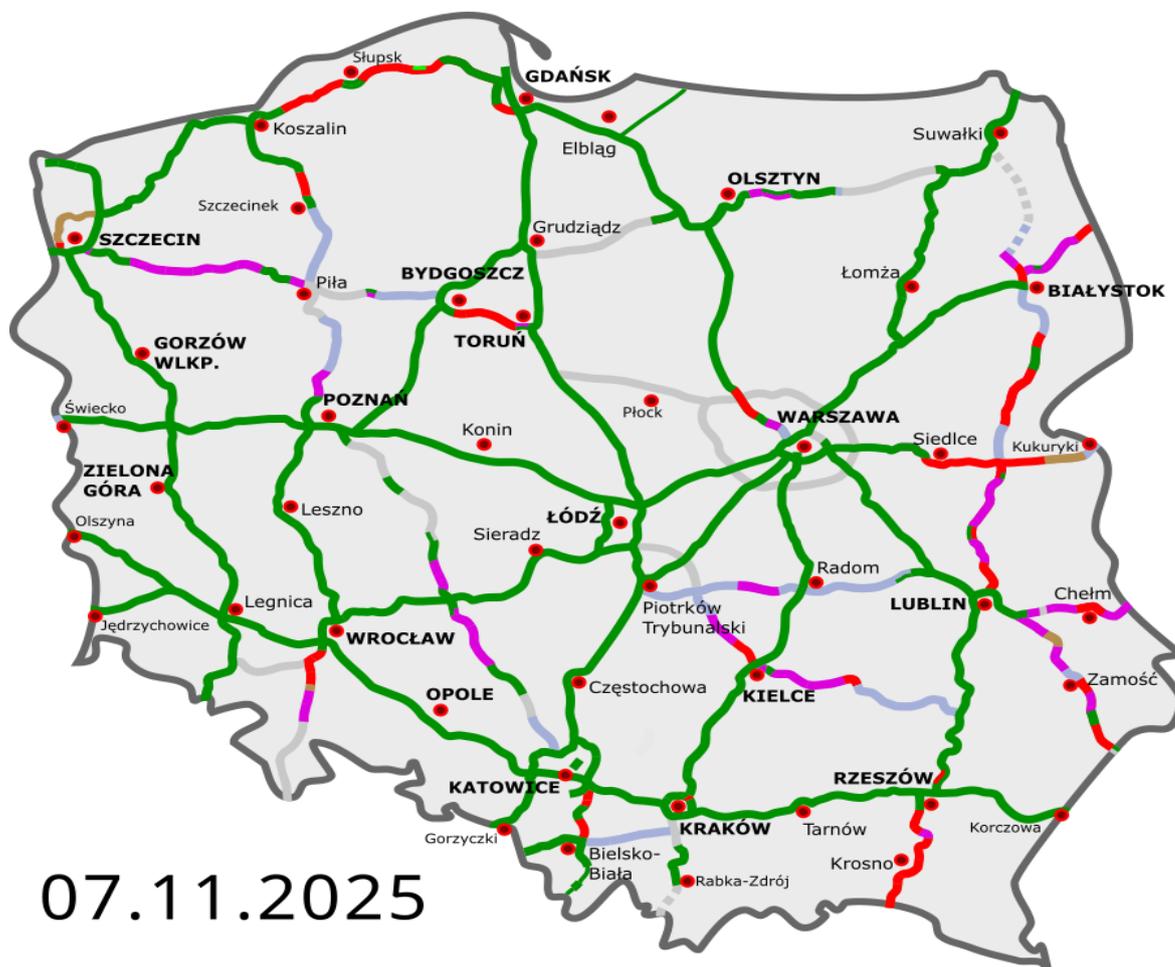


Рис. 2.1. Актуальний стан мережі автомагістралей і швидкісних доріг у Польщі

Джерело: інтернет-ресурс (<https://bitly.cx/MEUT>)

Міністерство інфраструктури розробило проєкт нової дорожньої програми, в якому представлено перелік інвестицій у національні дороги, запланованих урядом на третє десятиліття 21 століття. Новий план визначає цілі транспортної політики у сфері розбудови мережі доріг TEN-T та додаткових дорожніх сполучень [26].

TEN-T (Транс'європейські транспортні мережі) - це запланована мережа автомобільних доріг, залізниць, аеропортів та водної інфраструктури в Європейському Союзі (рис. 2.2.).



Рис. 2.2. Інформативна схема мережі TEN-T - транс'європейських транспортних мереж

Джерело: інтернет-ресурс (<https://bitly.cx/zhQzH>)

Положення щодо інфраструктури мережі TEN-T мають двояку мету. Вони гарантують, що користувачі транспортної інфраструктури можуть розраховувати на ефективну, надійну та високопродуктивну інфраструктуру, де б вони не знаходилися в межах ЄС [13]. Це важливо для економічного розвитку та конкурентоспроможності, а також для згуртованості ЄС.

Крім того, дані вимоги також забезпечують розвиток більш сталих видів транспорту. Вони гарантують, що інфраструктура TEN-T може допомогти зменшити викиди від транспорту та є стійкою до впливу зміни клімату. Завдяки цим положенням сталі види транспорту зможуть пропонувати конкурентоспроможні послуги. Вони також сприяють цифровізації та покращенню мультимодальності. Зокрема, вимоги стосуються [13]:

1) *Швидкість залізничного сполучення.* До 2040 року пасажирські залізничні лінії на основній та розширеній основній мережі мають забезпечувати рух поїздів зі швидкістю 160 км/год або швидше.

2) *Європейська система управління залізничним рухом (ERTMS)*. Єдина європейська система сигналізації буде розгорнута через всю мережу TEN-T, що підвищить безпеку та ефективність залізничного руху. Національні системи поступово виводитимуться з експлуатації.

3) *Зв'язок з аеропортами*. Великі аеропорти, які щорічно обслуговують понад 12 мільйонів пасажирів, мають бути з'єднані міжміським залізничним сполученням, що зробить залізницю конкурентоспроможною альтернативою внутрішнім рейсам.

4) *Вантажні термінали*. Кількість і пропускна здатність перевантажувальних терміналів будуть розширені для задоволення потреб транспорту. Це включає забезпечення розміщення поїздів довжиною 740 метрів, що сприятиме переходу на сталу мобільність та розвитку сектора комбінованих перевезень у Європі.

5) *Міська мобільність*. Усі великі міста вздовж мережі TEN-T розроблятимуть плани сталого розвитку міської мобільності для сприяння мобільності з нульовим та низьким рівнем викидів.

6) *Альтернативні види палива*. TEN-T є основою для розгортання пунктів заряджання та заправки альтернативними видами палива, зокрема воднем. Вона доповнює вимоги Регламенту про інфраструктуру альтернативних видів палива для міських вузлів та терміналів [13].

Інтермодальні перевезення – це майбутнє польських залізниць. Основними перешкодами для розвитку інтермодальних перевезень є низька швидкість вантажних поїздів, яка вдвічі нижча, ніж в середньому по ЄС, та недостатня кількість змішаних терміналів [40]. Втім, попри ці виклики, Польща активно працює над модернізацією логістичної інфраструктури, зокрема у межах проєктів Транс'європейської транспортної мережі (TEN-T). Уряд зосереджує зусилля на модернізації залізничної інфраструктури, зокрема:

- оновленні колій, що дозволяє підвищити швидкість і безпеку перевезень;
- електрифікації маршрутів, що сприяє екологічності та енергоефективності транспорту;

- збільшенні пропускної здатності ключових залізничних коридорів, аби забезпечити вищу інтенсивність перевезень і надійність логістичних ланцюгів.

Особливу увагу приділено покращенню з'єднання між великими логістичними центрами та морськими портами, такими як Гданськ, Гдиня та Щецин.

Одним з найбільших інвестиційних проєктів у Польщі є транспортний вузол «Солідарність» (STH), метою якого є розширення співпраці між аеропортами та залізницями, де вартість інвестицій буде навіть вищою, ніж вартість самого вузла.

Окрім будівництва самого аеропорту, STH передбачає будівництво 1 800 км нових залізничних ліній, які мають бути побудовані до кінця 2034 року [40]. Деякі маршрути будуть модернізовані та продовжені польською державною залізничною компанією PKP S.A., що домінує на залізничному ринку Польщі.

Основна залізнична схема матиме форму «павутинки» – від STH радіально виходитимуть 10 нових коридорів, які забезпечать пряме сполучення з практично всіма великими містами Польщі з часом у дорозі до 2,5 годин. Усі ці лінії реалізуються у тісній співпраці з PKP Polskie Linie Kolejowe (PKP PLK) – державним оператором інфраструктури, який вже має заплановані заходи з модернізації наявних маршрутів та продовження нових напрямків [40].

Завдяки таким інвестиціям Польща розв'язує проблему нерівномірного охоплення залізничною мережею – понад 100 міст із населенням більше ніж 10 000 осіб досі не мають доступу до колії. Проєкт STH змінить цю ситуацію, зменшивши диспропорцію між великими центрами та менш розвиненими регіонами, що посилить внутрішню інтеграцію й підтримає локальний розвиток.

Загалом, транспортний вузол має стати мультифункціональним центром, поєднавши аеропорт, швидкісні залізничні сполучення та автомагістралі. Це значно покращить національну транспортну структуру, знизить навантаження на дороги й зробить внутрішні та міжнародні поїздки більш ефективними, екологічними та зручними.

Показовим прикладом сучасної транспортної інфраструктури є вузол

Gliwice-Sośnica – найбільше автомагістральне перехрестя в Європі, що об'єднує траси A1, A4 та DK44 і виконує важливу роль у системі міжрегіонального сполучення (рис. 2.3.).



Рис. 2.3. Найбільший автомагістральний вузол Європи Gliwice-Sośnica, автомагістралі A1 та A4, дорога номер 44

Джерело: інтернет-ресурс (<https://bitly.cx/oWPhL>)

STH надає значні можливості для американських компаній, зацікавлених в управлінні проєктами та інтелектуальних рішеннях. Інші майбутні проєкти [40]:

- *Центральний морський порт у Гданську.* Концепція цього проєкту вже готова, після чого буде проведено екологічну оцінку та громадське обговорення.

- *Проєкт порту в Гдині.* Передбачає створення додаткової портової інфраструктури, що дозволить збільшити площу зі 180 до 240 гектарів. Вартість проєкту: 0,66 млрд доларів США; очікувана дата завершення: 2026 рік.

4. *Проєкт Центрального комунікаційного порту (ЦПК).* Уряд продовжує

будівництво Центрального комунікаційного порту, великого транспортного вузла, що поєднує повітряне та залізничне сполучення [24]. Ініціатива має на меті покращити сполучення Польщі та, як очікується, матиме значний вплив на туризм завдяки полегшенню доступу до різних регіонів.

Аеропорт у межах проєкту ЦПК планується збудувати в Баранові, в центральній частині Польщі. Водночас передбачена модернізація регіональних летовищ, а також варшавських аеропортів – імені Шопена та Модлін. Він відкриється у 2032 році та буде розрахований на обслуговування 34 мільйонів пасажирів на рік. Заступник міністра розвитку Мацей Ласек заявив, що весь проєкт коштуватиме 131 мільярд злотих (32,5 мільярда доларів) до 2032 року. Інфраструктура передбачатиме [24]:

- 1) 140 стійок реєстрації пасажирів з можливістю подальшого розширення до 170;
- 2) зони для оформлення шенгенських візових документів та проходження паспортного контролю;
- 3) майданчики для посадки в автобуси та отримання багажу.

Головний термінал матиме безпосереднє з'єднання з пірсами, що забезпечить зручний і швидкий доступ пасажирів до літаків.

Будівництво нового аеропорту – це не просто розв'язання проблеми перевантаженості авіавузлів, а й стратегічний крок для модернізації транспортної системи Польщі. Цей масштабний проєкт, заснований на інноваційних рішеннях, дозволить Польщі вийти на новий рівень у сфері міжнародних авіаперевезень [24].

Проєкт ЦПК спільно з посольствами Великобританії та Північної Ірландії провели презентацію, під час якої найвідоміші англійські архітектурні агенції продемонстрували своє бачення цього проєкту. Авторами виступили: Charman Taylor, Foster & Partners, Grimshaw, Zaha Hadid Architects (рис. 2.4.).



Рис. 2.4. Бачення проєкту аеропорту в Баранові найвідомішими англійськими архітектурними агенціями

Джерело: інтернет-ресурс (<https://bitly.cx/kDI5H>)

Мережа швидкісних залізниць, що є частиною проєкту СРК, з'єднає великі міста одне з одним, а не лише з аеропортом чи столицею.

5. *Участь у Глобальному індексі сталого розвитку дестинацій.* Такі міста, як Вроцлав та Щецин, приєдналися до Індексу після Кракова і Гданська у 2025 році, що засвідчує прихильність Польщі до принципів сталого туризму та відповідального проведення подій, тоді як участь у програмі водночас дозволяє оцінити ефективність та перейняти найкращі світові практики [29].

Вроцлав, який часто називають «Північною Венецією» через численні мости, пішохідні містки та канали, давно відданий принципам сталого розвитку, але, як і в будь-якому поточному процесі, завжди є простір для подальшого прогресу. Приєднання міста до GDS-Index дозволяє науковцям оцінювати та

вдосконалювати їхні дії, визнаючи, що справжній розвиток досягається завдяки спільній роботі в глобальному масштабі. Партнерство з GDS-Movement надає їм доступ до цінних інструментів та мережі напрямків зі схожими цінностями, які працюють над досягненням однієї мети [29].

Щецин, оточений водою та зеленню, природно обрав напрямок розвитку, що відповідає ідеї сталого туризму. Місто славиться організацією престижних вітрильних заходів, які приваблюють гостей з усього світу. Саме в *природних ресурсах* бачаться найбільші можливості для створення сталого міста, яке буде привабливим не лише зі сторони житла, а й туризму. Приєднання до GDS-Index – це природний крок муніципалітету міста Щецин до сталого розвитку та подальшого розвитку стратегії [29]. Це також шанс вийти на міжнародну арену, особливо в контексті пропозиції для бізнес-клієнтів, але варто пам'ятати, що зростаюча чутливість туристів підкреслює необхідність дотримання постачальниками послуг принципів сталого розвитку, що є ключовим для зміцнення репутації міста як сталого туристичного напрямку [30].

Процес сертифікації в GDS-Index – це довгострокове завдання, яке вимагає тісної співпраці між туристичним сектором та різними установами. Приєднавшись до глобальної ініціативи бенчмаркінгу, міста посилюють свою відданість принципам сталого розвитку, що є важливим кроком до більш стійкої туристичної та подійної індустрії, і подають потужний приклад для туристичних напрямків у всьому світі. Це дозволяє їм порівнювати поточні показники, використовувати глобальну співпрацю та передовий досвід для зміцнення своїх стратегій, а також стимулювати відновлення галузі завдяки більш сталому підходу [29].

Таким чином, дані політики та програми спрямовані на розвиток туристичної інфраструктури Польщі, впровадження сталих практик та підвищення привабливості країни як конкурентоспроможної міжнародної туристичної дестинації.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ НАПРЯМИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕСПУБЛІКИ ПОЛЬЩІ ТА ЇЇ ПЕРСПЕКТИВИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ СЕРЕД ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

У сучасних умовах, коли глобальні тенденції в туризмі зміщуються в бік цифровізації, сталого розвитку та регіональної диверсифікації, Польща має всі шанси зміцнити свої позиції на туристичній мапі Європи. Потенціал модернізації туристичних об'єктів та сервісів країни є надзвичайно сприятливими за умови стратегічного підходу, впровадження інновацій та ефективної взаємодії між різними галузями.

Одним із головних напрямів є *цифрова трансформація туристичних послуг*. Сучасний мандрівник очікує зручного й персоналізованого цифрового досвіду. У цьому контексті польські міста – зокрема Краків, Гданськ та Вроцлав – вже впроваджують «розумні» рішення, як-от *мобільні додатки, цифрові гідди та доповнену реальність (AR) у музеях і громадських просторах*. Надалі важливим стане використання великих даних (big data), штучного інтелекту та безконтактних сервісів.

Туристична індустрія використовує цифрові інноваційні технології для створення унікальних туристичних послуг, розумних туристичних напрямків і збагачення досвіду та вражень туристів під час подорожей.

Подальший розвиток *цифрових платформ, мобільних додатків, штучного інтелекту, великих даних, віртуальної та доповненої реальності* як перспективних інноваційних інструментів, необхідних для зміцнення конкурентних позицій підприємств у сфері гостинності й туризму, відбуватиметься у форматі екосистеми. Це сприятиме зростанню обсягів внутрішнього та в'їзного туризму, а також повнішому задоволенню потреб туристів і отриманню додаткової доданої вартості.

Другим пріоритетом є розвиток *сталого (екологічної) інфраструктури*. Польща володіє унікальними природними об'єктами – Біловезька пуца,

Мазурські озера, Татри – які приваблюють екотуристів з усього світу. Розширення «зелених» маршрутів, впровадження енергоефективних рішень у готелях та розвиток екотуристичних центрів дозволять поєднати охорону природи з економічною вигодою.

Популярність екологічних маршрутів і освітніх стежок у національних парках зростає з кожним роком все більше. Такі маршрути поєднують прогулянки, велосипедні або каякові тури з екологічними лекціями, роз'ясненнями про біорізноманіття та місцеві традиції.

Важливим аспектом розвитку сталої інфраструктури в країні є підтримка екологічних готелів, агротуристичних котеджів та центрів національних парків, які впроваджують енергоефективні технології. Такі об'єкти, як готель *Eco Tatry* в Косьцелісько, який використовує сонячні панелі, екологічні системи опалення та перероблення відходів, демонструють реальні переваги екологічного підходу: зменшення вуглецевого сліду, підвищення комфорту та підтримка місцевої природи. Інші приклади поблизу узбережжя, такі як готель *Aquarius* у Колобжезі, який використовує інтелектуальне освітлення, рекуперацію тепла з кондиціонерів та дощову воду для поливу садів, показують, що такі інновації підходять для різних регіонів Польщі.

Важливою перспективою є *розвиток регіонального та сільського туризму*, що дозволить розвантажити великі міста й водночас сприяти відродженню периферійних територій. Зокрема, *Підляшшя, Люблінське та Підкарпатське воєводства* мають значний потенціал, проте потребують модернізації доріг, побудови велосипедних та піших маршрутів, оновлення агроосель. Такий підхід сприяє соціальній рівновазі та економічній диверсифікації.

Спільна сільськогосподарська політика (САП) сприяє сталому розвитку сільських районів через три довгострокові цілі:

- сприяння конкурентоспроможності сільського та лісового господарства;
- забезпечення сталого управління природними ресурсами та дій щодо зміни клімату;
- досягнення збалансованого територіального розвитку сільської

економіки та громад, включаючи створення та підтримку робочих місць.

У рамках реалізації трьох довгострокових цілей Спільної сільськогосподарської політики (САП), Польща через свій Національний стратегічний план САП на 2023-2027 роки (PS WPR) реалізує комплексну стратегію розвитку сільських районів. План передбачає підтримку виробників через екосхеми, екологічно орієнтовані платежі та премії для малих та середніх господарств, молодих фермерів, а також галузей специфічного виробництва – наприклад, бджільництва чи вирощування овочів і фруктів. Значну увагу приділено захисту води, ґрунтів, повітря та біорізноманіття, а також промоції виробництва та використання стійкої енергії.

У світлі постковідних реалій дедалі більше туристів поєднують подорожі з роботою. Польща може стати ідеальним місцем для цифрових кочівників, пропонуючи сучасні коворкінги, стабільний інтернет, комфортне житло та низькі витрати на життя у містах другого рівня, таких як Гданськ, Познань, Торунь.

Не менш важливими є партнерства між державою та бізнесом (ДПП) у сфері великомасштабних туристичних проєктів. Прикладом успішної реалізації такого підходу є *парк розваг Energylandia*, який став потужним туристичним магнітом у Малопольщі. Залучення інвесторів до будівництва курортів, термальних центрів, готелів та транспортних вузлів сприятиме пришвидшенню розвитку інфраструктури.

Щоб досягти довгострокових цілей у туризмі, вкрай важливо розробити *ефективні стратегії сталого державно-приватного партнерства*. Вони мають гармонійно поєднувати економічну вигоду з екологічною та соціальною відповідальністю. Основні підходи включають:

1) *Єдина політика*. Усі сторони повинні дотримуватися чітких правил, що гарантують виконання стандартів сталості.

2) *Участь громади*. Місцеві жителі мають бути залучені до ухвалення рішень, щоб справедливо розподіляти як вигоди, так і відповідальність.

3) *Технологічні рішення*. Використання інноваційних технологій для

відстеження екологічного впливу та підвищення ефективності ресурсів.

4) *Розвиток компетенцій*. Забезпечення всіх учасників необхідним навчанням та ресурсами для впровадження сталих практик.

Ще однією перспективою є *модернізація транспортної доступності*. Розширення мережі швидкісного залізничного сполучення (наприклад, проєкт СРК), будівництво нових терміналів в аеропортах, інтеграція регіонального транспорту та розвиток безпечної мікромобільності (наприклад, прокат велосипедів) значно підвищать привабливість подорожей територією країни.

Необхідно також зосередити увагу на інклюзивності та стійкості туристичної інфраструктури. Це включає адаптацію об'єктів для людей з інвалідністю, літніх людей, родин з дітьми. Також потрібно враховувати зміни клімату, передбачаючи створення екологічно стійких об'єктів, здатних протистояти повеням, пожежам чи пандеміям.

Країна має унікальне поєднання історичних, культурних і природних ресурсів, яке дозволяє розвивати туризм у різних формах – від міського до сільського, від масового до нішевого. Ефективна реалізація інфраструктурних проєктів за підтримки ЄС, бізнесу та наукових установ допоможе зробити Польщу конкурентоспроможною, екологічно відповідальною та привабливою туристичною дестинацією у наступному десятилітті.

Республіка Польща є переконливим прикладом того, як країна може створити сильну міжнародну конкурентну перевагу в туризмі, поєднуючи стратегічне планування, культурну промоцію, сталий розвиток та технологічні інновації.

Стратегічні напрямки трансформації туристичної інфраструктури Польщі потребують детального аналізу. Водночас важливо окреслити ефективні шляхи їх реалізації з урахуванням національних пріоритетів і глобальних тенденцій у сфері туризму. Країна має всі передумови для того, щоб стати однією з провідних цілорічних дестинацій Центральної Європи. Для повного використання цього потенціалу необхідне цілеспрямоване й довгострокове планування галузі.

Польща активно працює над модернізацією та розширенням своєї

туристичної інфраструктури, керуючись кількома ключовими напрямками, кожен з яких підкріплений конкретними механізмами реалізації. Ці зусилля спрямовані на створення сучасної, сталої та інклюзивної пропозиції. Стратегічні напрями свідчать про комплексний підхід Польщі до розвитку туристичної галузі, спрямований на створення привабливого, сучасного та сталого туристичного продукту, що відповідає світовим тенденціям та потребам сучасного мандрівника.

Пропонуємо деякі ключові напрями розвитку туристичної інфраструктури Республіки Польщі та механізми їх реалізації (рис. 3.1.):

1. Модернізація та діджиталізація інфраструктури (розумний туризм). За допомогою даного напрямку можливо зробити туристичний досвід більш безперешкодним, персоналізованим та пов'язаним. Щоб досягти успіху потрібно:

- розширити мобільні додатки для міст та регіонів (наприклад, цифрові путівники містом, мовна підтримка, функції доповненої реальності);
- розробити розумні вивіски, електронні квитки, оновлення транспорту в реальному часі;
- використовувати великі дані та штучний інтелект для управління потоками відвідувачів, особливо в таких містах, як Краків та Гданськ.

Даний напрямок розвитку туристичної інфраструктури Польщі можна здійснити за допомогою таких партнерів як: *Міністерство розвитку і технологій, Польська туристична організація, органи місцевого самоврядування, IT-стартапи.*

2. Розбудова зеленої та сталої інфраструктури. Метою даного напрямку становить забезпечення довгострокової екологічної стійкості та привабливості для екосвідомих туристів. Щоб досягти успіху в даному напрямку потрібно:

- провадити стандарти зеленого будівництва для готелів та атракцій (LEED, BREEAM);
- збільшити інвестиції у відновлювані джерела енергії в туристичних зонах;

- розвивати можливості немоторизованої мобільності: пішохідні стежки, велосипедні доріжки, байдаркові маршрути (наприклад, річки Вісла та Брда). Партнерами для розвитку та реалізації проєкту можуть стати: *Міністерство клімату та довкілля, фінансові органи ЄС (Green Deal), місцеві НУО.*

3. Розвиток регіональної та сільської туристичної інфраструктури. За допомогою даного напрямку можна децентралізувати туризм, відводячи його від великих міст, та зменшити тиск на основні дестинації. Щоб досягти успіху в даному проєкті потрібно:

- відновити та модернізувати місцеве транспортне сполучення (наприклад, регіональна залізниця, спільне використання велосипедів у менших містах);

- підтримувати агротуризм, маршрути культурної спадщини та відпочинок на природі;

- сприяти розвитку систем ваучерів та податкових пільг для інвестицій у сільські гостьові будинки.

Цільовими регіонами для розвитку даного напрямку можуть стати: *Підляшшя, Вармінсько-Мазурське воєводство, Підкарпаття, Люблінське воєводство.*

4. Підвищення стійкості та доступності. Метою даного напрямку відіграє створення інклюзивної, безпечної та перспективної інфраструктури. Досягти успіху в проєкті можна завдяки:

- модернізації аеропортів та залізничних вокзалів з універсальним дизайном (для людей похилого віку, людей з інвалідністю);

- розширенню безконтактної, гігієнічної громадської інфраструктури (наприклад, електронний продаж квитків, ультрафіолетова санітарія);

- адаптації критично важливої інфраструктури до клімату (наприклад, стійкі до повеней доріжки, затінені доріжки в парках).

Території, де можливо провести та здійснити даний напрямок розвитку інфраструктури Польщі - *Варшава, Краків, Закопане, Балтійське узбережжя.*

5. Розвиток інфраструктури для цифрових кочівників та віддалених працівників. За допомогою даного напрямку можна залучити цілорічних

мандрівників, які витрачають багато коштів і працюють під час подорожей. Щоб досягти успіху в проєкті потрібно, перш за все:

- побудувати коворкінг-кафе, цифрові хаби та апартаменти з обслуговуванням у великих містах і курортних зонах;
- надавати цифровим кочівникам пільги щодо отримання віз або дозволів на проживання;
- створювати багатомовні послуги підтримки, організовувати мережеві заходи та можливості для місцевої інтеграції.

Пріоритетні локації для розвитку даного напрямку: *Гданськ, Варшава, Вроцлав, Краків, Закопане*.

6. Підтримка проєктів державно-приватного партнерства (ДПП) для великомасштабної туристичної інфраструктури. Метою даного напрямку є мобілізування приватного капіталу та інновацій в туризмі. Для подальшого розвитку проєкту потрібно:

- створити національні інвестиційні карти туризму з виділеними можливостями;
- спростити процедури державно-приватного співробітництва для розвитку курортів, тематичних парків і транспортних терміналів;
- надати інвесторам податкові пільги та підтримку у сфері землекористування. Територіями, що можуть бути використані в даному напрямку, це: *Energylandia* (найбільший парк розваг в Польщі), розширення курортної зони у *Свіноуйсьце*.

7. Покращання туристичної освіти та інфраструктури робочої сили. Метою проєкту є забезпечення професійного, багатомовного та обізнаного у сучасних технологіях туристичного персоналу. Для подальшого просування цього напрямку необхідно:

- оновити навчальні програми у туристичних школах з урахуванням модулів сталого розвитку та цифрового менеджменту;
- фінансувати стажування та програми обміну у співпраці з європейськими партнерами;

- підтримувати регіональні академії гостинності та мовні центри.



Рис. 3.1. Напрями розвитку туристичної інфраструктури Польщі

Джерело: створено автором

Реалізація ключових напрямів розвитку туристичної інфраструктури може значно підвищити конкурентоспроможність Польщі на міжнародному туристичному ринку. Модернізація транспортної інфраструктури, розвиток готельного та ресторанного бізнесу, впровадження цифрових технологій для бронювання та інформаційного супроводу, а також створення та підтримка туристичних маршрутів дозволяють залучати більше туристів та підвищувати якість їхнього досвіду.

Для ефективної імплементації даного інструменту використовуються різноманітні механізми. Вони охоплюють фінансову підтримку, державно-приватні ініціативи, муніципальні плани розвитку, регулювання територій та маркетингові заходи (табл. 3.1.).

Таблиця 3.1.

Рамки реалізації (імплементції)

Інструмент	Опис
Програми фінансування ЄС	Наприклад, Європейський фонд регіонального розвитку (ЄФРР), Фонд справедливого переходу.
Державне-приватне партнерство (ДПП)	Для розвитку курортів, транспортної інфраструктури, парків розваг.
Плани місцевого розвитку (LDP)	Узгодження муніципальних стратегій з потребами туристичного сектору.
Зонування та регулювання туризму	Створення структурованих зон для сталого розвитку туризму.
Маркетингові та брендові кампанії	Демонстрація готовності Польщі до сталого та розумного туризму.

Джерело: створено автором

Туристична інфраструктура Польщі перебуває на багатообіцяльному етапі. Завдяки скоординованим національним і регіональним стратегіям, інвестиціям у «зелені» та «розумні» технології, а також підвищенню уваги до недостатньо розвинених регіонів, Польща може стати туристичною дестинацією найвищого рівня серед європейських країн. Шлях вперед вимагає співпраці, сталості та інновацій, але потенціал величезний.

Таким чином, ми можемо дійти висновку, що Республіка Польща стоїть на роздоріжжі: її природна краса, культурне багатство та підтримка ЄС сприяють туристичному буму. Інвестуючи в розумну, зелену та інклюзивну інфраструктуру, країна має всі передумови, щоб стати однією з найбільш конкурентоспроможних і сталих туристичних дестинацій Європи.

ВИСНОВКИ

1. У даній кваліфікаційній роботі нами були розглянуті теоретичні основи формування конкурентоспроможності країн у галузі туризму, а саме поняття конкурентної переваги, основні критерії її класифікації та світові тенденції розвитку туристичної інфраструктури. Ми дійшли до висновку, що модель Портера щодо конкурентоспроможності має важливе значення для аналізу туристичної галузі, оскільки дозволяє комплексно оцінити фактори впливу на розвиток ринку. Застосування цієї моделі сприяє виявленню ключових конкурентних переваг і слабких сторін суб'єктів туристичної індустрії, що є необхідним для формування ефективних стратегій управління. Також нами було визначено та проаналізовано фактори, що впливають на міжнародну конкурентну перевагу у сфері туризму. До ключових із них належать якість туристичної інфраструктури, рівень сервісу, наявність культурної та природної спадщини, ефективність державної політики у сфері туризму, а також інноваційність і цифровізація галузі.

2. Було проведено аналіз сучасного стану туристичної галузі в Республіці Польща. Дослідження засвідчило, що завдяки стратегічним інвестиціям, впровадженню сталих практик збереження природної та культурної спадщини, а також ефективному державному управлінню, країна демонструє позитивну динаміку розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку. У рамках дослідження також було висвітлено ключові чинники, що формують конкурентні переваги Польщі в цій сфері: природно-рекреаційні ресурси, культурно-історичний потенціал, сучасна інфраструктура, стратегічна державна політика, конкурентоспроможна цінова пропозиція, якісний рівень обслуговування, висококваліфікований персонал, інноваційні рішення, заходи безпеки та орієнтація на принципи сталого розвитку. Нами було окремо розглянуто державну політику та активні програми підтримки туристичного сектору, що забезпечують системний розвиток галузі в умовах глобальної конкуренції. Серед них варто відзначити заходи з підтримки

індустрії ділового туризму, включаючи стимулювання проведення міжнародних конференцій і виставок; інвестиції в транспортну інфраструктуру, зокрема розбудову мережі автомагістралей; участь Польщі у глобальному Індексі сталого розвитку туристичних destinations; а також реалізацію масштабних проєктів Центрального комунікаційного порту (ЦПК), спрямованих на вдосконалення авіаційної та залізничної логістики.

3. Нами запропоновано деякі практичні напрями розвитку туристичної інфраструктури Республіки Польщі та механізми її реалізації, а саме: модернізація та диджиталізація інфраструктури; розбудова зеленої та сталої інфраструктури; розвиток регіональної та сільської туристичної інфраструктури; підвищення стійкості та доступності; створення сприятливого середовища для цифрових кочівників та віддалених працівників; підтримка проєктів державно-приватного партнерства (ДПП) для великомасштабної туристичної інфраструктури; покращання туристичної освіти та інфраструктури робочої сили. Запропоновані напрямки розвитку туристичної галузі Польщі охоплюють ключові аспекти модернізації – від цифровізації та сталого розвитку до регіонального туризму, інфраструктури для цифрових працівників та поліпшення доступності. Ми також дійшли до висновку, що якщо запропоновані напрямки розвитку туристичної галузі будуть реалізовані, Польща зможе значно підвищити свою привабливість як для внутрішніх, так і для міжнародних туристів. У довгостроковій перспективі Польща може зміцнити свої позиції лідера в Центральній та Східній Європі як інноваційний, відкритий та екологічно відповідальний туристичний напрямок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ільченко Д. Г. Концепт «культурний туризм» у парадигмі національних державотворчих процесів. *Туризм в Україні: виклики та відновлення*. 2023. №1. С. 208–209.
2. Коберник Л. Особливості державного регулювання туристичної галузі Польщі. *Науковий блог*. 2016. URL: <https://naub.oa.edu.ua/osoblyvosti-derzhavnoho-rehulyuvannya/> (дата звернення: 13.04.2025 р.).
3. Мельник Т., Завгородня Є. Методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності ІТ-сектора. *Наукові праці НУХТ. Scientia Fructuosa*. 2023. №3 (45), С. 142–150. URL: <https://journals.knute.edu.ua/scientia-fructuosa/article/view/1889> (дата звернення: 02.05.2025 р.).
4. Науменко М. А. Європейський досвід управління конкурентоспроможністю підприємств: кластерний підхід. *Galician economic journal*. 2024. №1 (88). URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.01 (дата звернення: 02.05.2025 р.).
5. Об'єкти ЮНЕСКО в Польщі. URL: <https://www.polskieszlaki.pl/uk/юнеско-у-польщі/> (дата звернення: 13.04.2025 р.).
6. Парубок Н. В. Розвиток сільського зеленого туризму в Україні та Європі. *Молодіжний економічний дайджест*. 2015. №4 (7), С. 86-89. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/parubok.htm/ (дата звернення: 25.05.2025 р.).
7. Пімоненко Т. В., Рудь М. П. Інноваційний розвиток та конкурентоспроможність економік України та Польщі: ретроспективний аналіз. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2022. № 1. С. 95–106. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/87918> (дата звернення: 13.05.2025 р.).
8. Anholt S. *The Good Country Equation: How We Can Repair the World in One Generation*. Oakland : Berrett-Koehler Publishers. 2020. URL: <https://www.perlego.com/book/1324023/the-good-country-equation-how-we-can-repair-the-world-in-one-generation-pdf> (дата звернення: 07.04.2025 р.).

9. Baggio R. Tourism destinations: A universality conjecture based on network science. *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol. 82. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102929> (дата звернення: 28.05.2025 р.).

10. Bellato L., Cheer J. M. Inclusive and regenerative urban tourism: capacity development perspectives. *International Journal of Tourism Cities*. 2021. Vol. 7, № 4. P. 943–961. URL: <https://doi.org/10.1108/IJTC-08-2020-0167> (дата звернення: 07.04.2025 р.).

11. CRR Hospitality. Eco-friendly utility upgrades for modern outdoor resorts. *CRR Hospitality Blog*. URL: <https://crrhospitality.com/blog/eco-friendly-utility-upgrades-for-modern-outdoor-resorts> (дата звернення: 28.05.2025 р.).

12. European Commission. EU support for rural and regional tourism development. 2023. URL: <https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development> (дата звернення: 08.04.2025 р.).

13. European Commission. *Trans-European Transport Network (TEN-T)*. URL: https://transport.ec.europa.eu/transport-themes/infrastructure-and-investment/trans-european-transport-network-ten-t_en (дата звернення: 17.04.2025 р.).

14. Gale M. A Look At Michael E. Porter’s Competitive Advantage If It Were Written For 2023 And Beyond. *Forbes*. 2022. URL: <https://www.forbes.com/sites/michaelgale/2022/10/11/a-look-at-michael-e-porters-competitive-advantage-if-it-were-written-for-2023-and-beyond/> (дата звернення: 12.06.2025 р.).

15. Gazeta Krakowska. *Miliony z UE na transport w Krakowie — powstanie nowoczesny system informacji dla pasażerów i kierowców do 2029 roku*. URL: <https://bitly.cx/cEU0W> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

16. Giergiczny M., Valasiuk S., Yakubouski M., Kowalewski M., Maskiewicz J., & Angelstam P. Attitudes toward conservation of the transboundary Białowieża Forest among ecotourism businesses in Poland and Belarus. *Land*. 2023. Vol. 12, No. 6. P. 1150. URL: <https://doi.org/10.3390/land12061150> (дата звернення: 18.04.2025 р.).

17. Gössling S., Scott D., & Hall C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*. 2021. Vol. 29, №1. P. 1–20. URL: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

18. Hefny L. I. An overview of literature on destination competitiveness: A theoretical analysis of the Travel and Tourism Competitiveness Index. *Pharos International Journal of Tourism and Hospitality*. Vol. 2, Issue 2. 2023. P. 45–48. URL: <https://doi.org/10.21608/pijth.2023.253372.1006> (дата звернення: 03.03.2025 р.).

19. IATA. Why tourists need E-visas more than ever. *IATA Knowledge Hub*. 2024. URL: <https://www.iata.org/en/publications/newsletters/iata-knowledge-hub/why-tourists-need-e-visas-more-than-ever> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

20. IPCC. *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. Cambridge University Press. 2022. URL: <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/> (дата звернення: 07.04.2025 р.).

21. Khatun T. Case Studies of Smart Destinations: Enhancing Tourist Experiences and Promoting Sustainability. 2024. URL: <https://www.researchgate.net/publication/385312726> (дата звернення: 06.04.2025 р.).

22. Mariani M., Nambisan S. Innovation Analytics and Digital Innovation Experimentation: The Rise of Research-driven Online Review Platforms. *Technological Forecasting and Social Change*. 2021. Vol. 172. URL: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121009> (дата звернення: 08.04.2025 р.).

23. Ministry of Foreign Affairs of the Republic of Poland. *Discover Poland*. URL: <https://www.gov.pl/web/diplomacy/discover-poland> (дата звернення: 15.05.2025 р.).

24. Navimigrant. *Польща збудує новий аеропорт: коли і де?* 2024. URL: <https://navimigrant.pl/blog/novyny/polshha-zbuduye-novyj-aeroport-koly-i-de/> (дата звернення: 17.04.2025 р.).

25. OECD. *Tourism Trends and Policies 2022 – Poland*. *OECD Publishing*.

2022. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-trends-and-policies-2022_a8dd3019-en/full-report/poland_ec90821c.html (дата звернення: 10.04.2025 р.).

26. OIGD. Ogłoszono Rządowy Program Budowy Dróg Krajowych do 2030 r. (z perspektywą do 2033 r.). *Oficjalny portal Ogólnopolskiej Izby Gospodarczej Drogownictwa*. 2021. URL: <https://www.oigd.com.pl/aktualnosci-i-wydarzenia/2021/ogloszono-rzadowy-program-budowy-drog-krajowych-do-2030-r-z-perspektywa-do-2033-r> (дата звернення: 17.04.2025 р.).

27. Peng Y. T., Saboori B., Ranjbar O., Can M. Global perspective on tourism-economic growth nexus: The role of tourism market diversification. *Tourism Planning & Development*. 2023. Vol. 20, №5. P. 919–937. URL: <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2160806> (дата звернення: 24.05.2025 р.).

28. Poland: Porter's Diamond Model—The Competitive Advantage of Nations. 2024. URL: <https://www.hivelr.com/2024/05/poland-porters-diamond-model-the-competitive-advantage-of-nations/> (дата звернення: 04.03.2025 р.).

29. Polska Organizacja Turystyczna. *Szczecin i Wrocław dołączają do Global Destination Sustainability (GDS-Index)*. 2024. URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/pcb/news/szczecin-dolacza-do-global-destination-sustainability-gds-index-2> (дата звернення: 19.04.2025 р.).

30. Polska Organizacja Turystyczna. *Współpraca-Innowacje-Turystyka Zrównowazona – konferencje 2024*. 2024. URL: <https://bitly.cx/EXVv> (дата звернення: 15.04.2025 р.).

31. Richards G. Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 2018. Vol. 36. P. 12–21. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

32. Roman M., Roman M., Prus P. Innovations in Agritourism: Evidence from a Region in Poland. *Sustainability*. 2020. P. 10-17. URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/12/4858> (дата звернення: 10.04.2025 р.).

33. Sharp B., Dawes J., Victory K. The market-based assets theory of brand competition. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2024. Vol. 76. URL:

<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103566> (дата звернення: 02.05.2025 р.).

34. Singh A., Ansari A. I. Role of training and development in employee motivation: Tourism and hospitality sector. In: *Enhancing Employee Motivation Through Training and Development*. IGI Global. 2024. URL: <https://www.igi-global.com/gateway/chapter/348703> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

35. Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies: Motivation for Cultural Tourism, Ethnic Cultural Tourism and Sustainable Management (3rd ed.). *Routledge*. 2023. URL: <https://bitly.cx/asppV> (дата звернення: 05.03.2025 р.).

36. Stone A. Digital Nomad Life in Gdańsk, Poland. *AndySto Blog*. 2023. URL: <https://andysto.com/digital-nomad-life-in-gdansk-poland/> (дата звернення: 07.04.2025 р.).

37. StudySmarter. *Public-Private Tourism Partnerships: Importance & Role*. 2024. URL: <https://www.studysmarter.co.uk/explanations/hospitality-and-tourism/tourism-education-and-research/public-private-tourism-partnerships/> (дата звернення: 30.05.2025 р.).

38. Tłoczyński D., Wach-Kłoskowska M., Martín-Rojas R. An assessment of airport sustainability measures: a case study of Polish airports. *Transport Problems*. 2020. Vol. 15, No. 4, Part 2. P. 287-300. URL: http://transportproblems.polsl.pl/pl/Archiwum/2020/zeszyt5/2020t15z5_11.pdf (дата звернення: 18.04.2025 р.).

39. Tukhtarova F. Y. Digital Transformation of the Tourism Business. *Gospodarka i Innowacje*. 2024. Vol. 48. P. 1-3. URL: https://www.gospodarkainnowacje.pl/index.php/issue_view_32/article/view/2831 (дата звернення: 18.04.2025 р.).

40. U.S. International Trade Administration. *Poland - Infrastructure & Intelligent Transportation Systems*. 2024. URL: <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/poland-infrastructure-intelligent-transportation-systems> (дата звернення: 17.04.2025 р.).

41. UNEP. Sustainable Tourism and Environmental Protection in Costa Rica. *United Nations Environment Programme*. URL: <https://www.unep.org/news-and->

[stories/press-release/costa-rica-named-un-champion-earth-pioneering-role-fighting-climate](#) (дата звернення: 07.04.2025 р.).

42. UNESCO. *World Heritage List*. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

43. UNWTO. *Digital Transformation*. 2022. URL: <http://www.unwto.org/digital-transformation> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

44. UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights*. 2019. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (дата звернення: 05.04.2025 р.).

45. UNWTO. *World Tourism Barometer*. 2022. № 20. URL: <http://www.unwto.org/node/14904> (дата звернення: 06.04.2025 р.).

46. W Beskidzie. *Żywiecki Park Etnograficzny*. URL: <https://www.wbeskidzie.pl/zywiecki-park-etnograficzny/> (дата звернення: 06.06.2025 р.).

47. Wu W. Digital Tourism and Smart Development: State-of-the-Art Review. *Sustainability*. 2024. Vol. 16, № 23. URL: <https://doi.org/10.3390/su162310382> (дата звернення: 14.10.2025 р.).

ДОДАТКИ

Додаток 1

Апробаційні публікації за темою роботи



Міністерство освіти і науки України
Житомирський державний університет імені Івана Франка

Сертифікат

Цей документ засвідчує, що

Дрозденко Анна

взяла участь

У II-й МІЖНАРОДНІЙ НАУКОВО-ПРАКТИЧНІЙ
ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ

«ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС»

20-21 березня 2025 року



Ректор університету

Галина КИРИЧУК

вул. Воляна Бордичівська, 40 м. Житомир, Україна, 10028
тел./факс: +380 412 43-14-17 e-mail: zsu@zsu.edu.ua



Продовження додатку 1

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди
Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія
Житомирський державний університет імені Івана Франка
Національна спілка краєзнавців України
Українське географічне товариство
Асоціації готельних об'єднань та готелів міст України
Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні
КУ «Житомирський обласний туристично інформаційний центр»
Житомирської обласної Ради
Управління культури Житомирської міської Ради
Зеленогурський університет в Зелена Гора
Університет Туризму і Екології в Сухій Бескидській
Університет економіки в Бідгощі

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ
**II МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
ОНЛАЙН-КОНФЕРЕНЦІЇ**
«ТУРИЗМ. ГЕОГРАФІЯ. ЕКОЛОГІЯ: ІННОВАЦІЇ, ОСВІТА, БІЗНЕС»

20-21 березня 2025 року, Житомир

Продовження додатку 1

Україні у повоєнний час.....	64
20. Інґа Качинська, Інна Нестерчук. Перспективи та проблеми розвитку об'єктів історичного туризму попільнянської громади (на прикладі маєтку терещенків).....	67
21. Інна Конько. Подієвий туризм сумщини: стан і перспективи.....	70
22. Богдан Луговий. Позитивні та негативні впливи розвитку туризму в територіальній громаді..	73
23. Антон Береза, Інна Нестерчук. Поняття сталого розвитку та його застосування в туризмі.....	76
24. Олександра Садурикова, Олена Билим. Психологічні аспекти впливу подорожей на ментальне здоров'я.....	79
25. Ілля Цикал. Інна Нестерчук. Розвиток гастрономічного туризму в коростеньській громаді.....	82
26. Аліна Шевченко, Лариса Єпик. Розвиток інноваційного розважального туризму в Україні у контексті світових тенденцій.....	85
27. Олександра Корбут, Інна Нестерчук. Розвиток музейного туризму (на прикладі, музею коштовного і декоративного каміння міста хорошів).....	88
28. Вікторія Бондарук, Інна Нестерчук. Розвиток релігійних турів в місті бердичів.....	91
29. Олександра Трифутіна, Інна Нестерчук. Розвиток туризму та рекреації на теренах коростишівської громади.....	93
30. Ірина Петлін. Роль бренд-менеджменту в діяльності готельних підприємств.....	96
31. Дейчман Софія, Сенкевич Геннадій. Роль інфографіки в структурі тревел-повідомлень.....	99
32. Вікторія Рев'юк, Любов Чорна. Ринок віртуального туризму: світова та вітчизняна практика.....	102
33. Ілона Колодій, Інна Нестерчук. Створення та освоєння нових туристичних продуктів на підприємствах.....	105
34. Владислав Глущенко. Олена Билим. Сучасні маркетингові стратегії в індустрії гостинності: тенденції, інструменти та перспективи розвитку.....	108
35. Анна Дрозденко. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в країнах Європи..	110
36. Дар'я Пруднікова, Ольга Янюк. Тренди в опитуванні та відгуках споживачів про заклади ресторанного бізнесу міста Хмельницького.....	112
37. Олександр Гадинко. Туристсько-краєзнавчі можливості рідного міста та перспективи його розвитку.....	115

УДК 338.48

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Анна ДРОЗДЕНКО
студентка гр. ТУР 2401-1м
Сумський національний аграрний університет (Україна)

Європа - безумовний світовий лідер за рівнем процвітання туризму. На неї припадає 53% від спільної кількості міжнародних подорожей туристами. Цьому сприяла поєднана дія декількох вагомих чинників:

- по-перше, туристичний природний і культурно-історичний потенціал: тисячі кілометрів незмінних морських берегів, розвинені гірські масиви з унікальними маршрутами, різнопланові об'єкти ландшафтного простору, густа мережа річок і озер, цілющі бальнеологічні курорти, непереборне різноманіття пам'яток історії, архітектури й старожитностей - від античних руїн до сучасних шедеврів техногенезу. Додає колориту велика кількість культурних закладів, сакральних місць і технологічного туризму, а також щорічно проводиться безліч захопливих фестивалів та подій, що привертають не тільки туристів. Це унікальне поєднання природної краси з багатою історією і культурою не залишає байдужим жодного мандрівника [1].

- по-друге, сприятливі суспільно-географічні та соціально-економічні чинники: високі показники економічного розвитку більшості країн Європи, якісна транспортна і соціальна інфраструктура, близьке сусідство держав, добре розвинена соціальна сфера в основних країнах регіону, культурне єднання народів та їх традицій, низька злочинність, підвищений рівень безпеки життєдіяльності, висококваліфікована робоча сила, висока якість обслуговування.

- по-третє, вигідний геополітичний контекст: глибокі демократичні корені суспільств, стабільні внутрішньополітичні умови в більшості європейських держав. Велике значення має функціонування ЄС з його спільними принципами та механізмами - від створення єдиного економічного простору до спрощеного режиму перетинання кордонів для туристів, що забезпечує безперешкодне мандрування по країнах.

Розвиток туризму в регіоні обумовлюється перспективами активної інтеграції східноєвропейських країн, особливо пострадянських. Це передбачає:

- внесення унікального культурного багатства та природних ресурсів;
- створення сучасних туристичних об'єктів і інфраструктури;
- формування єдиної стратегії розвитку для всього регіону.

Таким чином, ці фактори створюють фундамент для нової ери туризму на континенті.

Для аналізу туристичних процесів у глобальному масштабі та проведення статистичних досліджень світ поділений на великі туристичні регіони. Вони характеризуються спільними природними, культурними, історичними та

Продовження додатку 1

політичними особливостями, а також схожими тенденціями розвитку, зокрема у сфері міжнародного туризму.

За класифікацією Світової туристичної організації виділяють п'ять основних туристичних регіонів, кожен із яких включає окремі субрегіони:

- Американський – охоплює Північну, Центральну, Південну Америку та Карибський басейн.
- Європейський – поділяється на Південну, Західну, Північну, Центральну та Східну Європу.
- Африканський – включає Північну, Західну, Центральну, Східну та Південну Африку.
- Азійсько-Тихоокеанський – складається з Північно-Східної, Південної, Південно-Східної Азії та Океанії, зокрема Австралії та Нової Зеландії.
- Близькосхідний – охоплює країни арабського світу.

Лідером за обсягами туристичних потоків є Європа, на території якої здійснюється найбільша кількість туристичних поїздок у світі. Значно відстаючи, друге та третє місця займають Азійсько-Тихоокеанський та Американський регіони.

У сучасній Європі Польща виділяється як привабливий туристичний напрямок завдяки вмілому поєднанню природних і культурно-історичних пам'яток. Ефективна регіональна політика у сфері туризму дала змогу цій країні посісти провідні позиції на економічній арені. Вхідження до складу Європейського Союзу відкриває додаткові можливості. Завдяки продуманому інституційному та правовому забезпеченню, Польща демонструє не тільки активну, а результативну політику на туристичному напрямку [2].

За результатами багатьох досліджень, було визначено, що такі країни як Італія, Франція, Велика Британія, Нідерланди та Португалія за останні роки значно покращили рівень туристичних послуг та здобули лідерство серед найпопулярніших країн серед туристів.

Отже, перспективи розвитку сфери туризму в європейських країнах залишаються незмінними, але важливо й надалі приділяти увагу пошуку ефективних напрямків та інструментів стимулювання їх участі на світовому ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел:

1. Польща стає все популярнішою серед туристів. URL: <https://navimigrant.pl/blog/zhyttya-v-polshhi> (дата звернення 16.01.2025).
2. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу: навч. посіб. Ніжин : НДУ ім. Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

МАТЕРІАЛИ

науково-практичної конференції
викладачів, аспірантів та студентів
Сумського НАУ

(14-18 квітня 2025 р.)

Продовження додатку 2

МОДЕРНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПОЛЬЩІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ЗМІЦНЕННЯ ЇЇ ПОЗИЦІЙ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Дрозденко А. В., студ. 1-м курсу ФАТП
Науковий керівник: професор В. П. Онопрієнко
Сумський НАУ

Польща інвестує значні кошти в модернізацію своєї туристичної інфраструктури, щоб підвищити її привабливість як для внутрішніх, так і для міжнародних туристів. Цей розвиток відбувається завдяки фінансуванню Європейського Союзу, урядовим ініціативам та приватним інвестиціям. Ключові сфери модернізації включають транспорт, розміщення, цифрові послуги та пропозиції сталого туризму.

1. Транспортна інфраструктура:
 - Розширення та модернізація швидкісних автомагістралей (наприклад, S7, S8) та автомагістралей (A1, A2, A4) для покращення сполучення між великими містами та туристичними регіонами.
 - Модернізація залізничних станцій та швидкісних залізничних сполучень, таких як PKP Intercity Pendolino, що робить подорожі між Варшавою, Краковом та Гданськом швидшими та комфортнішими.
 - Розширення та модернізація великих аеропортів, таких як Варшавський аеропорт ім. Фридерика Шопена, Краків-Баліце та будівництво Центрального транспортного вузла для покращення повітряного сполучення.
2. Проживання та гостинність:
 - Зростання кількості сучасних готелів, екокурортів та бутиків, які задовольняють різноманітні вподобання мандрівників.
 - Реконструкція історичних готелів та спа-курортів у таких місцях, як Закопане, Криниця-Здруй та узбережжя Балтійського моря.
 - Інтеграція смарттехнологій в готелях, включаючи цифрову реєстрацію та персоналізоване обслуговування гостей.
3. Цифровий та розумний туризм:
 - Розробка мобільних додатків та цифрових путівників для туристів, таких як Poland.travel, для надання інформації в режимі реального часу.
 - Впровадження рішень «розумного міста» в туристичних центрах, таких як Краків та Вроцлав, пропонуючи безкоштовні зони Wi-Fi та цифрові кіоски.
 - Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) в музеях та історичних місцях, таких як Вавельський замок та Мальборкський замок.
4. Ініціативи сталого та екологічного туризму:
 - Популяризація зеленого туризму в Біловезькій пущі, Татранському національному парку та на Мазурських озерах.
 - Розширення екологічних велосипедних маршрутів, таких як «Зелений велошлях», що охоплює 2 000 км на сході Польщі.
 - Розвиток сталих засобів розміщення та зменшення вуглецевого сліду в туристичному секторі.
5. Відновлення культурних та історичних об'єктів:
 - Реставрація об'єктів спадщини ЮНЕСКО, таких як соляна шахта Величка та музей Аушвіц-Біркенау.
 - Модернізація культурних центрів, театрів та виставкових просторів у таких містах, як Гданськ та Познань.
 - Інтерактивні та мультимедійні музейні експозиції в Музеї історії польських євреїв POLIN та Музеї Варшавського повстання.

Польський туризм у 2025 році буде залежати від уподобань мандрівників, що динамічно змінюються, нових технологій і зростання екологічної обізнаності. На основі галузевих звітів і прогнозів вимальовується картина тенденцій, які домінуватимуть на туристичному ринку в цьому році. Все більше туристів обиратимуть напрямки, засновані на сталому розвитку, зокрема агротуризм, екологічні ферми та подорожі, які сприяють контакту з природою. Мандрівники охочіше користуватимуться курортами, SPA та оздоровчими поїздками. Великого поширення матимуть онлайн-бронювання, віртуальні путівники та мобільні додатки для планування та керування подорожами.

Таким чином, завдяки модернізації туристичної інфраструктури Польща значно підвищила свою глобальну привабливість. Покращений транспорт, цифрові технології та стратегії сталого розвитку туризму гарантують, що Польща залишається провідним європейським туристичним напрямком. Майбутні інвестиції, особливо в Центральний транспортний вузол та розумний туризм, ще більше зміцнять позицію Польщі як країни, привабливої для туристів.

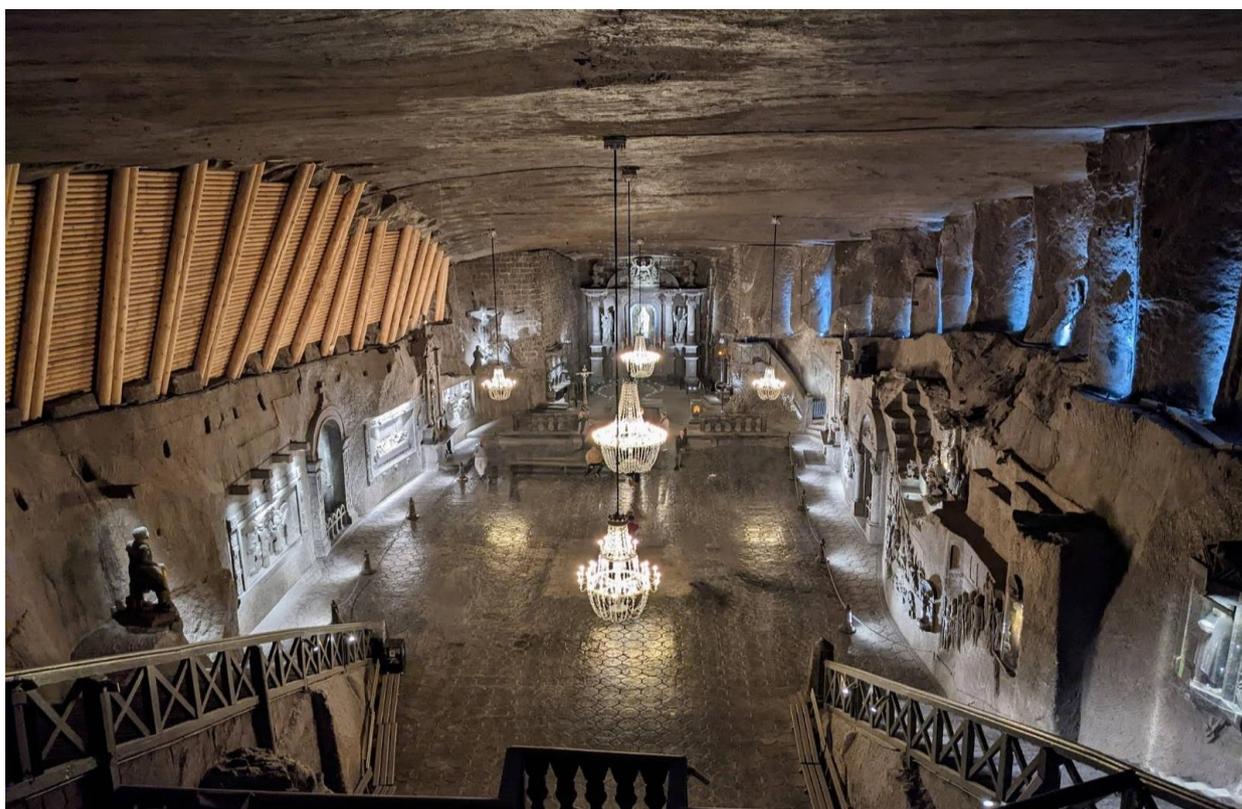
Продовження додатку 2

Прокопенко Р. А. ВПЛИВ ГУСТОТИ СІВБИ НА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ПШЕНИЦІ ЯРОЇ В УМОВАХ ПІВНІЧНО-СХІДНОГО ЛІСОСТЕПУ УКРАЇНИ	101
Сивак Я. П. ВПЛИВ МІКРОДОБРИВА ТА РЕГУЛЯТОРА РОСТУ НА ВРОЖАЙНІСТЬ ТЮТЮНУ	102
Цеділін А. В., Шайденко П. В. ВПЛИВ РЕГУЛЯТОРІВ РОСТУ ТА КОМПЛЕКСНОГО МІКРОДОБРИВА НА ЯКІСНІ ПОКАЗНИКИ ЗЕРНА СОРТІВ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ	103
Авершина Д. С. СУЧАСНІ ТУРИСТИЧНІ ТРЕНДИ	104
Алейнова П. Д. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ БОЛГАРІЇ ТА РУМУНІЇ	105
Беримець О. С. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	106
Будьонний В. Ю. ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	107
Борт М. Г. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СЛОБІДСЬКОЇ УКРАЇНИ	108
Ващенко В. Р. НЕМАТЕРІАЛЬНА КУЛЬТУРНА СПАДЩИНА У ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ	109
Віленський В. О. УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКА СПІВПРАЦЯ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ	110
Войтенко І. О. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	111
Гетьман Х. С. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ НІМЕЧЧИНИ ТА ІТАЛІЇ	112
Дрозденко А. В. МОДЕРНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ПОЛЬЩІ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ ЗМІЦНЕННЯ ЇЇ ПОЗИЦІЙ НА СВІТОВОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ	113
Іщенко Ю. Ю. ВІДНОВЛЮВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ В СУМСЬКІЙ ОБЛАСТІ	114
Кожушко А. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ТА ШВЕЙЦАРІЇ	115
Коваленко В. І. СТАЛІСТЬ ДОВКІЛЛЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ТРЕНД	116
Лагуткіна М. В. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ НІДЕРЛАНДІВ ТА ЧЕХІЇ	117
Лесик Л. О. ІНТЕРАКТИВНІ МУЗЕЙНІ ЕКСПОЗИЦІЇ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД	118
Лесик Л. О. МАКРОЕКОНОМІЧНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ	119
Лесик Л. О. ЯПОНСЬКИЙ ПІДХІД РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ УКРАЇНИ	120
Марченко Є. В. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ В СИСТЕМІ ЕКСТРЕМАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	121
Набієва Д. В. РЕКРЕАЦІЙНИЙ ТУРИЗМ: СТАН І ПРОБЛЕМИ	122
Оксененко Є. О. ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ	123
Пташніченко С. О. ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ РИМУ	124
Рахмаїл М. О. ГІРСЬКИЙ ТУРИЗМ В КАРПАТАХ	125
Река В. О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КІННОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС	126
Ростока В. С. ПРИГОДНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	127
Сердюк Є. І. ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ У РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ	128
Слинько Р. М. ФЕШН-ТУРИЗМ В УКРАЇНІ	129
Стасюк І. О. АНАЛІЗ НАПРЯМІВ ДЕРЖАВНОЇ РЕГІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	130
Таран Д. Ю. МОРАЛЬНО-ЕТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ВОЄННОГО ТУРИЗМУ	131
Ткаченко Ж. В. ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ РЕКЛАМИ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД	132
Шейкіна П. ІТАЛІЯ. ОСОБЛИВОСТІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	133
Шейкіна П. С. РЕКЛАМА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ТА ЇЇ ОСОБЛИВОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ	134
Шкурко К. С. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	135
Мордань А. О. АНАЛІЗ ВИДОВОГО ТА СОРТОВОГО РІЗНОМАНІТТЯ РОДУ SYRINGA L В САДОВО-ПАРКОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ	136
БІОЛОГО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ	
Рубцов І.О. ОСОБЛИВОСТІ РОСТУ І РОЗВИТКУ РЕМОНТНИХ ТЕЛИЦЬ УКРАЇНСЬКОЇ ЧОРНО-РЯБОЇ МОЛОЧНОЇ ПОРОДИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ	138
Рубцов І.О. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОСПОДАРСЬКО-КОРИСНИХ ОЗНАК СИМЕНТАЛЬСЬКОЇ І УКРАЇНСЬКОЇ ЧЕРВОНО-РЯБОЇ НА СУМЩИНІ	139
Рубцов І.О. ФОРМУВАННЯ БАЖАНОГО ТИПУ ХУДОБИ СИМЕНТАЛЬКОЇ ПОРОДИ НА ЧЕРНІГІВЩИНІ	140
Кроковний І., Кучеренко А. ВПЛИВ ОСНОВНИХ ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПРОЦЕСІВ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКА НА ЙОГО ЯКІСТЬ	141
Гончар В'ячеслав СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПЕРЕРОБКИ ПРОДУКЦІЇ СВИНАРСТВА	142
Бельченко А.С. МОЛОЧНА ПРОДУКТИВНОСТІ КОРІВ В УМОВАХ ТОВ "КОМИШУВАТСЬКИЙ МОЛОЧНИЙ КОМПЛЕКС"	143
Сльцина С.В. РОЛЬ ІЗРАЇЛЬСЬКИХ КІНОЛОГІЧНИХ КЛУБІВ У РОЗВИТКУ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	144

Старе місто Кракова: панорама Ринкової площі з видом на Маріацький костел



Соляні шахти Бохня (1) і Велічка (2) – пам'ятки підземної культурної спадщини Польщі



Аушвіц-Біркенау – меморіальний комплекс пам’яті Голокосту та музей на місці нацистських концтаборів у Польщі



Старе місто Варшави: Ринкова площа з пам'ятником Сирені – символом столиці Польщі



Ратуша на Ринковій площі в Замості – перлина ренесансної архітектури



Панорамний вигляд на місто Торунь із річкою Віслою та церквою Святого Духа



Замок Великих магістрів Тевтонського ордену в Мальборку



**Церкви Миру в Свідниці (1) та Яворі (2) - унікальні приклади сакральної
дерев'яної архітектури XVII століття**



Декларація академічної доброчесності

Я, Дрозденко Анна Володимирівна, студентка групи ТУР 2401-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформована, що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинна буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

01.02.2025 р.

ФОРМА САМООЦІНЮВАННЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

Критерій	Рівень			Коментар
Огляд літератури побудовано навколо основної проблеми, використано найактуальніші сучасні дослідження за темою, чітко відображено зв'язок між завданнями, поставленими в роботі, та попередніми дослідженнями			+	
Надана конкретна та точна інформація про методи та дані (кількість, температура, тривалість, послідовність, умови, розташування, розміри тощо), методи пов'язані з іншими дослідженнями.			+	
Наведено конкретні результати з поясненнями та аналізом, порівняння з результатами інших досліджень, показано чіткий зв'язок проблеми з отриманими результатами			+	
Надано пропозиції щодо удосконалення, що підкріплено відповідними обґрунтуваннями (прогноз, модель тощо)			+	
Висновки містять зв'язок з найважливішими аспектами попередніх розділів, підсумок ключових результатів, продемонстровано зв'язок між цією роботою та наявними дослідженнями зосереджена увага на суттєвих результатах, зазначено їх можливе застосування; подано обмеження, на які слід спрямувати майбутні дослідження.			+	
Перелік посилань є повним та достатнім для вирішення завдань дослідження			+	
Робота оформлена повністю відповідно до вимог			+	
Робота не містить друкарських та граматичних помилок			+	

Підтверджую, що робота виконана мною самостійно, не містить академічного плагіату. Зокрема, у моїй роботі немає запозичення текстів, ідей чи розробок, результатів досліджень інших авторів без посилань на них, у тому числі буквального перекладу з іноземних мов чи перефразування, що видаються за свій текст, вирваних із контексту тверджень, цитат без лапок, фабрикації (вигаданих) даних чи фальсифікації (вигаданих і модифікованих на догоду бажаному висновку) результатів досліджень.

05.12.2025 р.

Анна ДРОЗДЕНКО