

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
«ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

КАФЕДРА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ
РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

ВОЙТЕНКО ОЛЕСЯ ОЛЕГІВНА

**ОРГАНІЗАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ДО
ПОЛЬЩІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ**

**Кваліфікаційна робота
освітньої програми «Туризм»**

Особистий підпис – _____ Войтенко О.О.

Науковий керівник –  _____ к.г.н., доцент К. О. Верес
(підпис) (посада, науковий ступінь,
наукове звання, ініціали, прізвище)

Зав. кафедри –  _____ к.п.н., доцент, В. В. Бурдун
(підпис) (посада, науковий ступінь,
наукове звання, ініціали, прізвище)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ЗАКЛАД
«ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»
ФАКУЛЬТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ

КАФЕДРА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ
РЕСТОРАННОГО І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

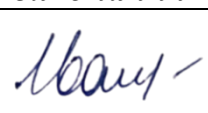
Затверджую:

Декан факультету технологій та
інформаційних систем

 Могильний Г.А.

**Індивідуальний план здобувача вищої освіти
щодо виконання кваліфікаційної роботи**

1. Войтенко Олеся Олегівна
(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)
2. Факультет технологій та інформаційних систем
3. Спеціальність «Туризм»
4. Кафедра професійної освіти ресторанного і туристичного бізнесу
5. Науковий керівник Верес Катерина Олександрівна, к.г.н., доцент
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)
6. Тема кваліфікаційної роботи
Організація міжнародних туристичних подорожей до Польщі: особливості та сучасні тенденції
7. Термін подання роботи на кафедру 08.05.2026 р.

№	Заходи	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи, вивчення наукової літератури, затвердження теми й керівника.	10.10.2025	
2.	Розробка плану роботи, визначення мети, завдань, об'єкту, предмету, методів дослідження.	14.11.2025	
3.	Робота над теоретичною частиною кваліфікаційної роботи, аналіз літературних джерел.	05.12.2025	

4.	Подання теоретичної частини кваліфікаційної роботи для першого читання науковим керівником.	19.12.2025	<i>Іванч</i>
5.	Усунення зауважень, урахування рекомендацій наукового керівника, подання теоретичної частини кваліфікаційної роботи на друге читання.	16.01.2026	<i>Іванч</i>
6.	Розробка технологічної і конструкторської частин роботи. Поетапний аналіз та обговорення результатів дослідної роботи.	30.01.2026	<i>Іванч</i>
7.	Подання першого варіанта дослідної частини кваліфікаційної роботи на перевірку науковому керівникові.	20.02.2026	<i>Іванч</i>
8.	Урахування рекомендацій наукового керівника, збагачення роботи додатковими дослідженнями, проведеними під час практики, підготовка варіанта роботи до попереднього захисту роботи на кафедрі.	06.03.2026	<i>Іванч</i>
9.	Попередній захист роботи на кафедрі.	20.03.2026	<i>Іванч</i>
10.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням рекомендацій після попереднього захисту роботи на кафедрі.	03.04.2026	<i>Іванч</i>
11.	Подання кваліфікаційної роботи науковому керівникові та рецензентові на підготовку відгуку й рецензії.	17.04.2026	<i>Іванч</i>
12.	Подання на кафедру остаточного варіанта кваліфікаційної роботи, підписаного випускником, науковим керівником і рецензентом.	08.05.2026	<i>Іванч</i>

Здобувач вищої освіти _____ **Войтенко О.О.**
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи *Іванч* _____ **Верес К. О.**
 (підпис) (прізвище та ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ	
1.1. Сутність та наукові підходи до визначення поняття «туристичний продукт»	8
1.2. Тур як базовий елемент структури туристичного продукту: організаційно-технологічний аспект	12
1.3. Тенденції розвитку світового ринку туристичних продуктів	19
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПОДОРОЖЕЙ ДО ПОЛЬЩІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «СОНАТА»	
2.1. Аналіз специфіки формування та реалізації турів до Польщі	27
2.2. Авторські тури до Польщі: проектування нового туристичного продукту	45
Висновки до розділу 2	52
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм належить до найдинамічніших секторів світової економіки, забезпечуючи значний внесок у формування валового внутрішнього продукту багатьох країн, створення робочих місць та розвиток міжнародних економічних зв'язків. У сучасних умовах туристична діяльність є важливим чинником соціально-економічного розвитку територій, підвищення їхньої інвестиційної привабливості та формування позитивного іміджу держав на міжнародній арені.

Трансформаційні процеси у світовій економіці, цифровізація суспільства, зміна споживчих уподобань туристів, а також посилення конкуренції на ринку туристичних послуг зумовлюють необхідність удосконалення туристичних продуктів та технологій їх реалізації. Особливої актуальності набуває розроблення й організація міжнародних туристичних турів, орієнтованих на потреби різних категорій споживачів.

Одним із перспективних напрямів міжнародного туризму для українських туристів є Польща, яка характеризується вигідним географічним положенням, розвиненою туристичною інфраструктурою, значним історико-культурним потенціалом та широкими можливостями для різних видів туризму. У зв'язку з цим дослідження особливостей організації турів до Польщі та розроблення напрямів їх удосконалення на туристичних підприємствах є актуальним науковим і практичним завданням.

Аналіз досліджень та публікацій. Значний внесок у дослідження проблем розвитку туризму та формування туристичного продукту зробили українські вчені Л. Г. Агафонова, О. О. Любіцева, В. Ф. Кифяк, І. Ю. Мальська, І. Г. Смирнов, С. І. Байлик, В. Г. Герасименко, Т. Г. Сокол та інші. Питанням управління туристичними підприємствами, розвитку міжнародного туризму та формування конкурентоспроможних туристичних продуктів присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців. Водночас постійні зміни

зовнішнього середовища та розвиток цифрових технологій потребують подальших досліджень у сфері організації міжнародних туристичних турів.

Метою роботи є обґрунтування теоретичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення організації турів до Польщі.

Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- дослідити теоретичні основи формування та реалізації туристичних продуктів на міжнародному ринку;
- розкрити сутність туристичного продукту та визначити роль туру в його структурі;
- проаналізувати сучасні тенденції розвитку світового ринку туристичних продуктів;
- дослідити особливості формування та реалізації турів до Польщі;
- розробити заходи щодо вдосконалення організації турів до Польщі;
- оцінити ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес організації міжнародних туристичних турів на туристичному підприємстві.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти організації турів до Польщі на туристичному підприємстві.

Методи дослідження. У процесі дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи: аналіз і синтез, системний підхід, порівняльний аналіз, статистичні методи, метод експертних оцінок, економіко-математичні методи, метод спостереження та графічний метод представлення результатів.

Інформаційну базу дослідження становлять наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, нормативно-правові акти, статистичні матеріали, офіційні інформаційні ресурси.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання розроблених рекомендацій для підвищення ефективності діяльності туристичних підприємств у сфері організації міжнародних

туристичних турів та вдосконалення туристичного продукту на польському напрямі.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ

1. 1. Сутність та наукові підходи до визначення поняття «туристичний продукт»

Туристичний продукт є однією з базових категорій сучасної теорії та практики туризму. Його сутність розкривається через сукупність матеріальних і нематеріальних компонентів, що формують комплекс пропозицій для задоволення потреб туриста під час подорожі. Саме туристичний продукт виступає результатом діяльності суб'єктів туристичного ринку та основою формування конкурентних переваг туристичних підприємств.

У науковій літературі відсутній єдиний підхід до трактування поняття «туристичний продукт». З позицій маркетингового підходу туристичний продукт розглядається як комплекс послуг і вражень, що забезпечують задоволення потреб споживача під час подорожі. Економічний підхід акцентує увагу на туристичному продукті як результаті виробничої діяльності туристичних підприємств, який має споживчу цінність та реалізується на ринку за визначеною ціною. З позицій системного підходу туристичний продукт трактується як сукупність взаємопов'язаних ресурсів, послуг та інфраструктурних елементів, які забезпечують реалізацію туристичної подорожі.

Відповідно до Закону України «Про туризм», туристичний продукт визначається як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше двох окремих послуг та реалізується за визначеною ціною. До його складу можуть входити послуги перевезення, розміщення, харчування,

екскурсійного обслуговування, страхування, а також інші послуги, необхідні для забезпечення подорожі.

Сучасні наукові підходи розглядають туристичний продукт значно ширше, ніж сукупність окремих послуг. Він включає туристичні ресурси, інфраструктуру, інформаційне забезпечення, туристичні товари, емоції та враження, які отримує споживач у процесі подорожі. Саме тому в наукових дослідженнях дедалі частіше використовується поняття комплексного туристичного продукту, яке відображає інтеграцію матеріальних і нематеріальних складових туристичного обслуговування.

Важливою особливістю туристичного продукту є його територіальна прив'язка. Споживання більшості туристичних послуг відбувається безпосередньо в туристичній дестинації, тому природні, історико-культурні, рекреаційні та соціально-економічні ресурси території виступають невід'ємними елементами туристичного продукту.

Структура туристичного продукту охоплює кілька взаємопов'язаних компонентів: туристичні ресурси, туристичний пакет, додаткові послуги, туристичні товари та інфраструктурне забезпечення. Центральне місце в цій структурі займає тур як організаційно-технологічна форма реалізації туристичного продукту, що поєднує окремі послуги в єдиний комплекс для споживача.

Таким чином, туристичний продукт є складною багатокomпонентною системою, яка формується під впливом ресурсних, організаційних, економічних та маркетингових чинників і забезпечує задоволення потреб туристів шляхом надання комплексу послуг та створення відповідного туристичного досвіду.

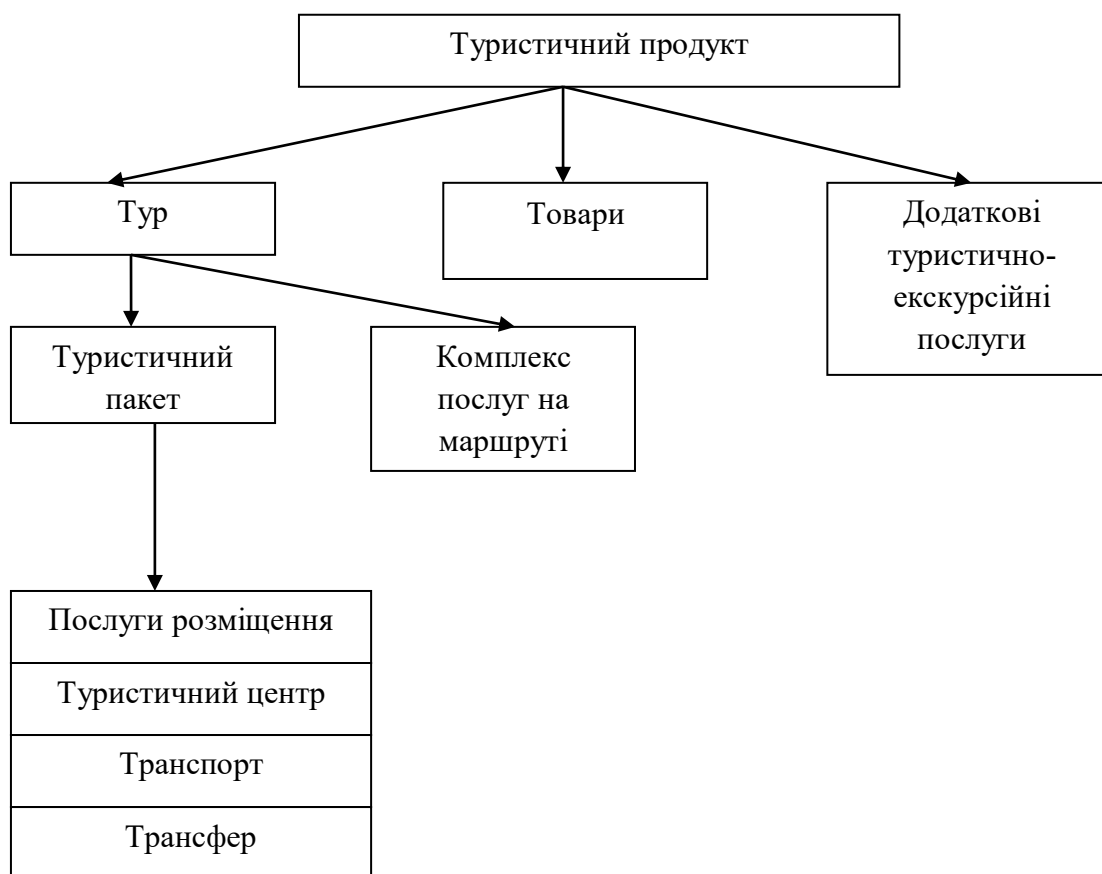


Рис. 1.1. Класична комплексна схема структури туристичного продукту

Джерело: [14]

У сучасній науковій літературі поряд із сервісним підходом до трактування туристичного продукту широко використовується ресурсний підхід, відповідно до якого туристичний продукт формується на основі сукупності природних, історико-культурних, соціально-економічних та інфраструктурних ресурсів території. Саме ці ресурси створюють передумови для розроблення та реалізації туристичних програм і визначають конкурентоспроможність туристичної дестинації.

З огляду на складну структуру туристичного продукту в його складі виокремлюють чотири основні функціональні компоненти: основний, спеціальний, додатковий та супутній.

Основний продукт включає комплекс базових послуг, без яких неможливе здійснення туристичної подорожі, насамперед послуги перевезення та розміщення. Цей компонент є обов'язковим для більшості видів туризму.

Спеціальний продукт формується залежно від мети подорожі та визначає її унікальність. До нього належать екскурсійні, лікувально-оздоровчі, ділові, спортивні, освітні та інші спеціалізовані послуги, що забезпечують реалізацію конкретних потреб туриста.

Додатковий продукт охоплює послуги, які підвищують привабливість туристичної пропозиції та формують додаткову споживчу цінність. До них можуть належати розважальні, оздоровчі, спортивні та інші сервіси, що сприяють диференціації туристичного продукту на ринку.

Супутній продукт представлений товарами та послугами, які забезпечують комфортне використання основних і спеціальних складових туристичного продукту. Це послуги зв'язку, доступу до мережі Інтернет, страхування, банківського обслуговування, побутового сервісу та інші елементи туристичної інфраструктури.

Ефективне формування туристичного продукту потребує систематичного вивчення кон'юнктури туристичного ринку, аналізу споживчих переваг та врахування особливостей цільових сегментів. Диференціація потреб туристів зумовлює необхідність адаптації структури туристичного продукту до вимог конкретних груп споживачів, що сприяє підвищенню його конкурентоспроможності.

Важливим чинником успішного просування туристичного продукту є якість обслуговування та рівень комунікації між туристичним підприємством і клієнтом. Професійна компетентність персоналу, корпоративна культура, індивідуальний підхід до споживача, а також використання сучасних маркетингових інструментів формують позитивний імідж туристичного підприємства та підвищують рівень задоволеності туристів отриманими послугами.

1.2. Тур як базовий елемент структури туристичного продукту: організаційно-технологічний аспект

Тур є базовою організаційною одиницею туристичного продукту та виступає основною формою реалізації туристичних послуг на ринку. Він являє собою комплекс взаємопов'язаних послуг, об'єднаних єдиною метою подорожі, маршрутом, програмою перебування та визначеними термінами надання. Саме тур забезпечує інтеграцію окремих складових туристичного продукту в єдину систему, орієнтовану на задоволення потреб туриста.

Залежно від форми організації тури поділяються на індивідуальні та комплексні. Індивідуальні тури формуються відповідно до побажань конкретного туриста та передбачають можливість самостійного вибору умов розміщення, харчування, транспортного забезпечення, екскурсійної програми та додаткових послуг. Комплексні тури розробляються туристичним підприємством заздалегідь і реалізуються як готовий пакет послуг за фіксованою вартістю.

Таблиця 1.1

Класифікація турів (за О. О. Любіцевою)

Ознаки	Види турів
1. Мотивація	- курортно-лікувальний - рекреаційний - культурно-пізнавальний - спортивний - діловий - науковий, конгресний - релігійний - етнічний - інші
2. Організаційні засади	– Пекидж-тур; – інклюзив-тур.
3. Форми організації	– Організований; – самодіяльний
4. Кількість учасників	- Груповий; – індивідуальний
5. Сезонність	– Цілорічний; – сезонний

6. Термін подорожування	– Короткостроковий; – середньостроковий; – довгостроковий
7. Клас обслуговування	– V.I.P; – люкс-апартамент; – люкс; – перший; – туристський; – кемпінг
8. Набір послуг	– Повний пансіон; – напівпансіон; – ліжко/сніданок
9. Маршрут	– Лінійний; – кільцевий
10. Засоби долання	– Транспортні; – пішохідні
11. Види транспорту	– Наземні: автомобільний, автобусний, залізничний, мотоциклетний, велосипедний, кінний та інші; – водні: річковий, морський, підводний; – повітряні: авіаційний, повітряні кулі, інші види
12. Масштаби	– Міжнародний; – внутрішній

Джерело: [14]

Важливою тенденцією сучасного туристичного ринку є зростання попиту на індивідуалізовані туристичні продукти. Індивідуальні тури формуються з урахуванням особистих потреб та побажань туриста, який бере безпосередню участь у виборі основних складових подорожі. Залежно від власних переваг споживач може обирати категорію засобів розміщення, тип харчування, транспортне забезпечення, екскурсійну програму, а також додаткові оздоровчі, спортивні чи розважальні послуги. Такий підхід забезпечує високий рівень гнучкості та персоналізації туристичного обслуговування.

Поряд з індивідуальними турами значного поширення набули комплексні пакетні тури, які реалізуються як готовий туристичний продукт із заздалегідь визначеним набором послуг. До цієї категорії належать інклюзив-тури, що характеризуються фіксованою програмою подорожі, єдиними умовами обслуговування для всіх учасників та незмінним складом послуг. Перевагами

таких турів є стандартизація обслуговування, можливість оптимізації витрат та зниження загальної вартості подорожі завдяки співпраці туроператорів із транспортними та готельними підприємствами.

Важливим елементом організації туристичного продукту є туристичний маршрут, який визначає просторову структуру подорожі та послідовність відвідування туристичних об'єктів. У науковій літературі маршрути класифікують за різними ознаками: метою подорожі, видом транспорту, сезонністю, тривалістю, контингентом туристів і формою організації.

За метою подорожі виокремлюють пізнавальні, рекреаційні, спортивні, релігійні, ділові, освітні, подієві та інші види маршрутів. За способом пересування маршрути можуть бути пішохідними, велосипедними, автомобільними, залізничними, авіаційними, водними та комбінованими. За тривалістю розрізняють короткострокові, середньострокові та довгострокові туристичні подорожі.

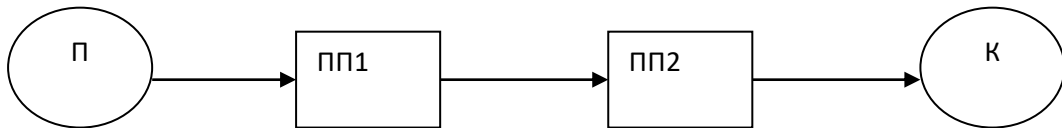
Особливе значення для організації туристичної діяльності має класифікація маршрутів за формою їх побудови. За цією ознакою виділяють лінійні, кільцеві, радіальні та комбіновані маршрути. Лінійний маршрут передбачає різні пункти початку та завершення подорожі. Кільцевий маршрут характеризується поверненням туристів до початкового пункту. Радіальний маршрут передбачає здійснення окремих виїздів із базового пункту розміщення, тоді як комбінований поєднує елементи кількох типів маршрутів.

Організація туру є складним процесом, що охоплює розроблення маршруту, формування програми обслуговування, координацію діяльності постачальників туристичних послуг, інформаційний супровід клієнтів та контроль якості обслуговування. Ефективне управління цими процесами забезпечує конкурентоспроможність туристичного підприємства та сприяє підвищенню рівня задоволеності туристів.

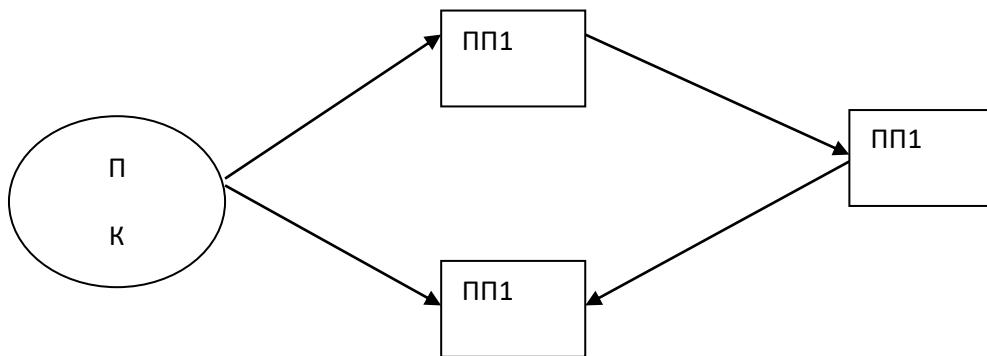
Таким чином, сучасний тур є складною організаційно-технологічною системою, яка поєднує різноманітні послуги, ресурси та логістичні рішення з

метою створення якісного туристичного продукту, здатного задовольнити потреби різних категорій споживачів.

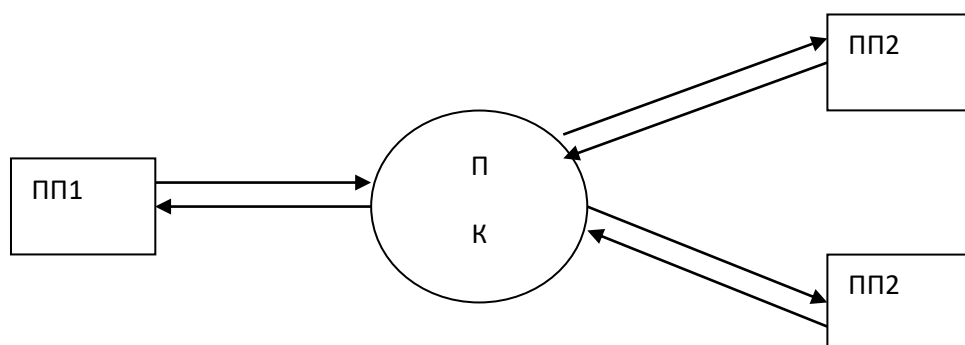
Лінійний маршрут



Кільцевий маршрут



Радіальний маршрут



Комбінований маршрут

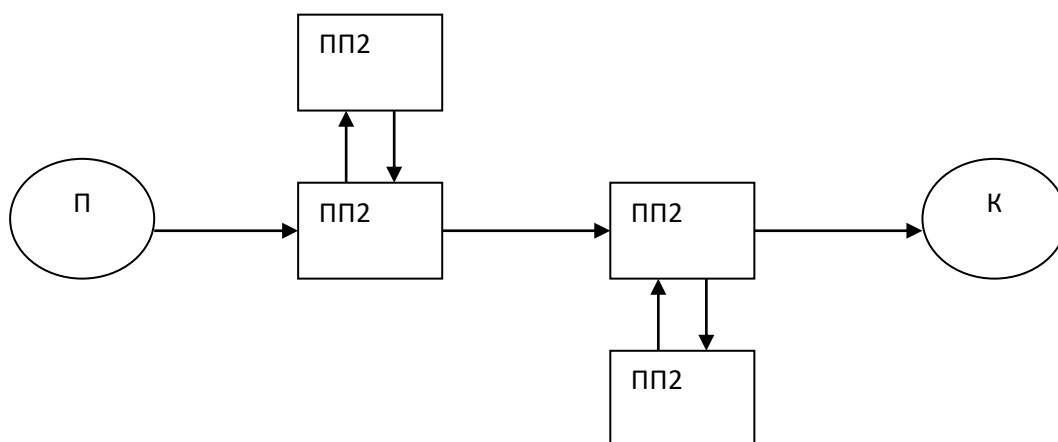


Рис. 1.2. Поділ туристичних маршрутів за їх формою: П – початок маршруту, К – кінець маршруту, ПП – проміжні пункти

Джерело: [14]

У процесі взаємодії з потенційним клієнтом туристичне підприємство повинно забезпечити надання повної та достовірної інформації щодо змісту туристичного продукту, умов подорожі, а також прав і обов'язків туриста протягом усього періоду його перебування в поїздці.

Залучення туристів до споживання туристичних послуг здійснюється туристичними підприємствами як самостійно, так і через мережу національних та міжнародних партнерів. Така діяльність базується на договірних відносинах між учасниками туристичного ринку та регулюється нормами національного законодавства, міжнародними угодами й нормативно-правовими актами у сфері туристичної діяльності.

Правовий статус учасників туристичних відносин визначається чинним законодавством України, зокрема положеннями Закону України «Про туризм». Взаємовідносини між туристом і туристичною компанією оформлюються договором, який регламентує умови надання послуг, строки подорожі, порядок оплати, права та обов'язки сторін, механізми відшкодування збитків, правила

перетину державного кордону, перелік необхідних документів, а також процедуру врегулювання можливих спорів.

Важливою складовою якісного туристичного обслуговування є інформування клієнта про особливості країни або регіону відвідування. Туристичне підприємство має надати відомості щодо природно-кліматичних умов, соціокультурних особливостей місцевого населення, політичної ситуації, вимог безпеки та інших факторів, які можуть впливати на перебування туриста в дестинації.

Документальним підтвердженням права туриста на отримання замовлених послуг виступає ваучер (туристична путівка). Він є офіційним фінансовим документом, який засвідчує факт оплати туристичних послуг і використовується для взаєморозрахунків між партнерами туристичного ринку. Ваучер може оформлюватися як на комплексне туристичне обслуговування, так і на окремі послуги відповідно до умов договору.

Організація міжнародних туристичних подорожей передбачає дотримання низки обов'язкових процедур, які прийнято називати туристичними формальностями. До них належать паспортний і візовий контроль, митні процедури, валютне регулювання, санітарно-епідеміологічні вимоги та інші правила, встановлені державами для перетину кордонів і перебування іноземних громадян на своїй території.

Основним документом, що посвідчує особу громадянина України під час міжнародних подорожей, є паспорт громадянина України для виїзду за кордон. Для окремих категорій осіб можуть використовуватися службові чи дипломатичні паспорти, однак туристичні поїздки здебільшого здійснюються саме на підставі загальногромадянського закордонного паспорта.

Українські туристичні підприємства, які спеціалізуються на міжнародному туризмі, співпрацюють із зарубіжними партнерами, що забезпечують прийом і обслуговування туристів у країні перебування. Водночас відповідальність за якість та повноту надання послуг, передбачених

договором і туристичним ваучером, покладається на туристичну компанію, яка реалізувала тур.

До основних функцій туристичного підприємства у сфері міжнародного туризму належать оформлення необхідних документів, бронювання транспортних послуг, організація страхового забезпечення, резервування засобів розміщення, координація трансферів, надання інформаційного супроводу та консультаційної підтримки клієнтів. Крім того, туристична компанія здійснює підготовку супроводжуваних осіб або представників, які координують перебування туристів у країні подорожі та сприяють оперативному вирішенню організаційних питань.

Важливим напрямом діяльності туристичних підприємств є моніторинг якості обслуговування туристів. Для цього проводиться аналіз звітів керівників туристичних груп, вивчення відгуків клієнтів та розроблення заходів щодо усунення виявлених недоліків.

Обслуговування іноземних туристів в Україні здійснюється відповідно до норм національного законодавства та міжнародних договорів. Іноземні громадяни повинні мати документи, що посвідчують особу, а в разі необхідності — відповідну візу для в'їзду на територію України. Тривалість перебування іноземних туристів визначається умовами візового режиму або правилами безвізового в'їзду.

Для здійснення міжнародної туристичної діяльності підприємство повинно мати договірні відносини із закордонними партнерами та перевізниками, розроблені туристичні програми, інформаційне забезпечення щодо країн-партнерів, страхове покриття, а також інші документи, передбачені чинним законодавством.

Додатковою умовою діяльності суб'єктів міжнародного туризму є наявність референсу — офіційного підтвердження Міністерства закордонних справ України, яке засвідчує можливість надання візової підтримки іноземним партнерам туристичного підприємства під час оформлення туристичних

поїздок до України. Номер такого референсу зазначається в документах, що супроводжують організацію в'їзного туризму.

1.3. Тенденції розвитку світового ринку туристичних продуктів

Міжнародний туризм є складним соціально-економічним явищем, яке охоплює сукупність процесів, пов'язаних із переміщенням осіб за межі країни постійного проживання з туристичною, рекреаційною, діловою, освітньою, культурною або іншою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування. У науковій літературі міжнародний туризм розглядається як важливий сектор світового господарства, що забезпечує міждержавний обмін туристичними послугами, капіталом, інформацією та людськими ресурсами.

З позицій економічної науки міжнародний туризм виступає специфічною формою міжнародних економічних відносин, у межах яких відбувається виробництво, просування та споживання туристичних продуктів на глобальному ринку. Його функціонування сприяє розвитку суміжних галузей економіки, зокрема транспорту, готельного господарства, громадського харчування, культури, торгівлі та сфери розваг.

Міжнародний ринок туристичних послуг являє собою систему економічних взаємозв'язків між виробниками та споживачами туристичних продуктів, що забезпечує обмін послугами у світовому масштабі. Як відкрита соціально-економічна система він перебуває під впливом широкого спектра чинників, серед яких особливе значення мають економічні, політичні, соціальні, демографічні, екологічні та технологічні фактори. Водночас суттєву роль відіграють інноваційні процеси, цифровізація туристичної діяльності, розвиток транспортної інфраструктури та зростання мобільності населення.

Сучасний міжнародний туристичний ринок характеризується високим рівнем конкуренції та постійною диверсифікацією туристичних продуктів.

Туристичні підприємства дедалі більше орієнтуються на індивідуалізацію послуг, створення унікального туристичного досвіду, використання цифрових технологій бронювання та комунікації з клієнтами. Важливими тенденціями останніх років стали розвиток сталого туризму, популяризація екологічно відповідальних подорожей, зростання попиту на освітній, подієвий, гастрономічний та культурно-пізнавальний туризм.

Значення міжнародного туризму для світової економіки визначається не лише його внеском у формування валового внутрішнього продукту багатьох держав, а й створенням значної кількості робочих місць. Туристична діяльність забезпечує зайнятість населення як безпосередньо у сфері туризму, так і в суміжних секторах економіки. Крім того, міжнародний туризм виступає важливим джерелом валютних надходжень, стимулює інвестиційну активність та сприяє розвитку регіонів.

Однією з ключових особливостей сучасного міжнародного туризму є використання регіональних природних, історико-культурних та етнографічних ресурсів як основи формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Саме унікальність природної спадщини, культурних традицій та історичних пам'яток дедалі частіше виступає визначальним мотивом туристичних подорожей.

Таким чином, міжнародний ринок туристичних продуктів перебуває у стані постійної трансформації під впливом глобалізаційних процесів, технологічних інновацій та змін споживчих переваг. Це зумовлює необхідність постійного вдосконалення туристичних продуктів, адаптації підприємств до нових умов ринку та впровадження сучасних підходів до організації туристичної діяльності.

Для зниження рівня текстових збігів та приведення підрозділу до сучасного наукового стилю рекомендую викласти цей фрагмент у такій редакції.

Важливість міжнародного туризму для національних економік підтверджується тим, що в багатьох країнах світу доходи від туристичної

діяльності посідають провідні позиції у структурі експортних надходжень. За оцінками міжнародних туристичних організацій, у низці держав надходження від туризму перевищують доходи від окремих традиційних експортних галузей, а в багатьох країнах їхня частка у загальному експорті товарів і послуг перевищує чверть усіх валютних надходжень. Особливо вагомою роль туристичної сфери є для держав із вираженою рекреаційною спеціалізацією, де туризм виступає одним із ключових чинників економічного зростання та формування державного бюджету.

Економічний ефект міжнародного туризму проявляється не лише через надходження іноземної валюти, а й через стимулювання розвитку суміжних галузей господарства. Туристична діяльність сприяє модернізації транспортної інфраструктури, розвитку сфери гостинності, торгівлі, громадського харчування, зв'язку, медицини та культурної індустрії. Крім того, туристичний сектор створює додаткові робочі місця та забезпечує соціально-економічний розвиток окремих територій, особливо регіонів із значним рекреаційним потенціалом.

Важливим наслідком розвитку міжнародного туризму є активізація місцевих економік, відродження традиційних ремесел, народних промислів і культурних практик. Туризм сприяє більш ефективному використанню природних та історико-культурних ресурсів, формуванню позитивного міжнародного іміджу держави та підвищенню інвестиційної привабливості територій.

Для світового туристичного ринку характерна нерівномірність просторового розвитку. Лідируючі позиції традиційно займають економічно розвинені країни, які володіють сучасною туристичною інфраструктурою, високим рівнем сервісу та значними інвестиційними ресурсами. Водночас країни, що розвиваються, демонструють високі темпи зростання туристичних потоків завдяки унікальним природним і культурним ресурсам та конкурентним цінам на туристичні послуги.

У міжнародній практиці виділяють декілька основних туристичних макрорегіонів світу: Європейський, Американський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський та Близькосхідний. Кожен із них характеризується специфічними умовами розвитку туристичної діяльності, особливостями ресурсного потенціалу та рівнем розвитку інфраструктури.

Європейський макрорегіон тривалий час утримує провідні позиції за обсягами туристичних прибуттів завдяки високій концентрації культурно-історичних пам'яток, розвиненій транспортній мережі та стабільним соціально-економічним умовам. Водночас останніми роками спостерігається поступове скорочення його частки на світовому туристичному ринку, що пов'язано зі зростанням конкурентоспроможності інших регіонів.

Одним із найбільш динамічних напрямів розвитку міжнародного туризму є Азійсько-Тихоокеанський регіон, який приваблює туристів різноманітністю природних ресурсів, культурною самобутністю та високим рівнем сервісу. Разом із тим його розвиток певною мірою стримується природними катастрофами та окремими політичними ризиками.

Американський макрорегіон характеризується значним різноманіттям туристичних ресурсів і високим рівнем розвитку туристичної інфраструктури. Незважаючи на значні обсяги туристичних потоків, темпи його розвитку дещо поступаються окремим країнам Азії.

Африканський і Близькосхідний макрорегіони мають значний потенціал для розвитку туризму завдяки унікальним природним та історико-культурним ресурсам. Однак їхня конкурентоспроможність часто обмежується недостатнім рівнем розвитку інфраструктури, політичною нестабільністю та безпековими ризиками.

Важливим елементом функціонування туристичного ринку є туристичні послуги, під якими розуміють результат діяльності туристичних підприємств, спрямований на задоволення потреб туристів під час подорожі. До їх складу належать послуги бронювання, перевезення, розміщення, харчування,

екскурсійного обслуговування, страхування, інформаційного супроводу та інші види сервісу.

Туристична послуга є складовою туристичного продукту, який являє собою комплекс матеріальних і нематеріальних елементів, об'єднаних для задоволення потреб туриста. На відміну від окремої послуги, туристичний продукт охоплює весь комплекс вражень, сервісів та матеріальних складових, що формують туристичний досвід споживача.

У структурі туристичного продукту виділяють основні та додаткові послуги. До основних належать послуги, що входять до вартості туру та забезпечують реалізацію його програми. Додаткові послуги надаються за окремим замовленням туриста і можуть включати прокат спорядження, розважальні заходи, додаткові екскурсії, побутові послуги, користування окремими елементами інфраструктури та інші сервіси. Важливою складовою туристичного продукту також виступають туристичні товари, серед яких сувенірна продукція, карти, путівники, туристичне спорядження та інші матеріальні об'єкти, що супроводжують подорож.

Як свідчить статистика, структура вартості туристичного продукту при організації туристичної поїздки з України, наприклад в Болгарію, складає:

де ТП - вартість туристичного продукту;

Т - вартість туру;

ДТЕП - вартість додаткових туристично-екскурсійних послуг;

Т - вартість куплених товарів [24].

Туристичний продукт є результатом виробництва та споживання комплексу туристичних послуг і товарів. Його можна оцінювати як сукупність витрат на виробництво або як сукупність витрат туристів на споживання. У вартісному вираженні це формує валовий туристичний продукт.

Виробництво туристичного продукту передбачає перетворення ресурсів на туристичні послуги та товари. У цьому процесі беруть участь різні суб'єкти туристичної індустрії: туроператори, турагенти, готелі, транспортні підприємства, заклади харчування та інші організації.

Туроператорські компанії виконують роль посередників між виробниками туристичних послуг і туристичними агентствами. Вони формують тури, укладають договори з готелями, транспортними компаніями та екскурсійними організаціями, забезпечуючи комплексне туристичне обслуговування.

Великі туристичні корпорації об'єднують підприємства різних сфер діяльності та контролюють значну частку туристичного ринку. Вони використовують сучасні інформаційні технології для вивчення попиту й організації туристичного обслуговування.

Готельні комплекси надають не лише послуги розміщення, а й широкий спектр додаткових сервісів: харчування, транспортне забезпечення, організацію екскурсій, проведення ділових заходів та розважальних програм.

Основними чинниками розвитку міжнародного туризму є:

- зростання доходів населення;
- збільшення обсягу вільного часу;
- розвиток транспортної інфраструктури;
- здешевлення перевезень;
- розвиток інформаційних технологій;
- спрощення прикордонних і валютних процедур;
- підвищення рівня освіти та культури населення;
- висока інвестиційна привабливість туристичного бізнесу.

Поряд із позитивними наслідками туризм створює низку ризиків і загроз:

- екологічне навантаження на природні території;
- втрату та комерціалізацію культурної спадщини;
- негативний вплив природних і соціальних чинників (епідемії, злочинність, тероризм);
- техногенні небезпеки (транспортні аварії, катастрофи, пожежі);
- відтік валюти за кордон через імпорту товарів і послуг для туристичної сфери;

- «демонстраційний ефект», коли туристи стимулюють попит на іноземні товари серед місцевого населення.

Таким чином, міжнародний туризм є важливим чинником економічного розвитку, створення робочих місць та надходження валютних ресурсів, але водночас потребує ефективного управління для мінімізації екологічних, соціальних і економічних ризиків.

Висновки до 1 розділу

Індустрія туризму, як і будь-який інший сектор економіки, являє собою складну багаторівневу систему, рівень розвитку якої безпосередньо пов'язаний із загальним станом економіки держави.

Швидке зростання туризму пояснюється насамперед тим, що він задовольняє природну потребу людини у пізнанні світу. Реалізація цієї потреби стала можливою завдяки підвищенню рівня життя населення у багатьох країнах, розвитку транспортної інфраструктури, інформаційно-комунікаційних технологій та посиленню процесів глобалізації.

У низці держав, особливо європейських, навіть сформувалося поняття «право на туризм», яке закріплене в Глобальному етичному кодексі туризму Всесвітньої туристичної організації [38]. Статистичні спостереження свідчать, що в останні роки більшість регіонів світу демонструють стійке зростання туристичних потоків [31]. Прогнози розвитку галузі також залишаються позитивними.

Туристичний бізнес приваблює інвесторів відносно невеликими початковими витратами, швидкою окупністю, постійним збільшенням попиту на туристичні послуги та високим рівнем прибутковості.

РОЗДІЛ 2.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРІВ ДО ПОЛЬЩІ В ТУРОПЕРАТОРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Аналіз специфіки формування та реалізації турів до Польщі

Сьогодні Польща є одним із найбільш привабливих туристичних напрямів Центрально-Східної Європи. Це зумовлено поєднанням багатой культурної спадщини, різноманітних природних ландшафтів та доступності туристичних послуг. Особливу роль відіграє активний розвиток міського, культурно-пізнавального та рекреаційного туризму. Важливим фактором є також покращення транспортної доступності країни та інтеграція у загальноєвропейські транспортні мережі.

Рациональне використання природних, культурних та історико-культурних ресурсів у поєднанні з ефективною системою державного та регіонального управління туристичною галуззю сприяло перетворенню туризму на один із важливих секторів національної економіки Польщі. Галузь забезпечує створення робочих місць, надходження до бюджету та розвиток суміжних сфер економіки, таких як транспорт, готельний бізнес і сфера послуг.

Крім того, важливим чинником розвитку є активне залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру, зокрема модернізація готельної бази, розвиток цифрових сервісів бронювання та впровадження інноваційних технологій обслуговування туристів. Окремо слід відзначити роль державної підтримки у просуванні туристичного бренду країни на міжнародному рівні.

Також важливим є розвиток регіонального туризму та популяризація маловідомих туристичних destinations, що сприяє рівномірному розподілу туристичних потоків. Значну роль відіграє культурна політика, спрямована на збереження історико-культурної спадщини та її інтеграцію в туристичні продукти.

Окрім цього, досвід Польщі у сфері інституційного та нормативно-правового регулювання туризму є цінним для інших країн, зокрема України, оскільки може бути адаптований у процесі вдосконалення національної туристичної політики та підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі.

Станом на 2021 рік Польща у топ-20 найбільш відвідуваних країн світу.

Більшість туристів до Польщі приїждить з Німеччини – 36% (рис. 2.1). Позитивний баланс туристичного потоку Польща має і з Україною (потік в'їзного туризму з України перевищує потік виїзного до України у 6,7 рази)
Рис. 2.1.

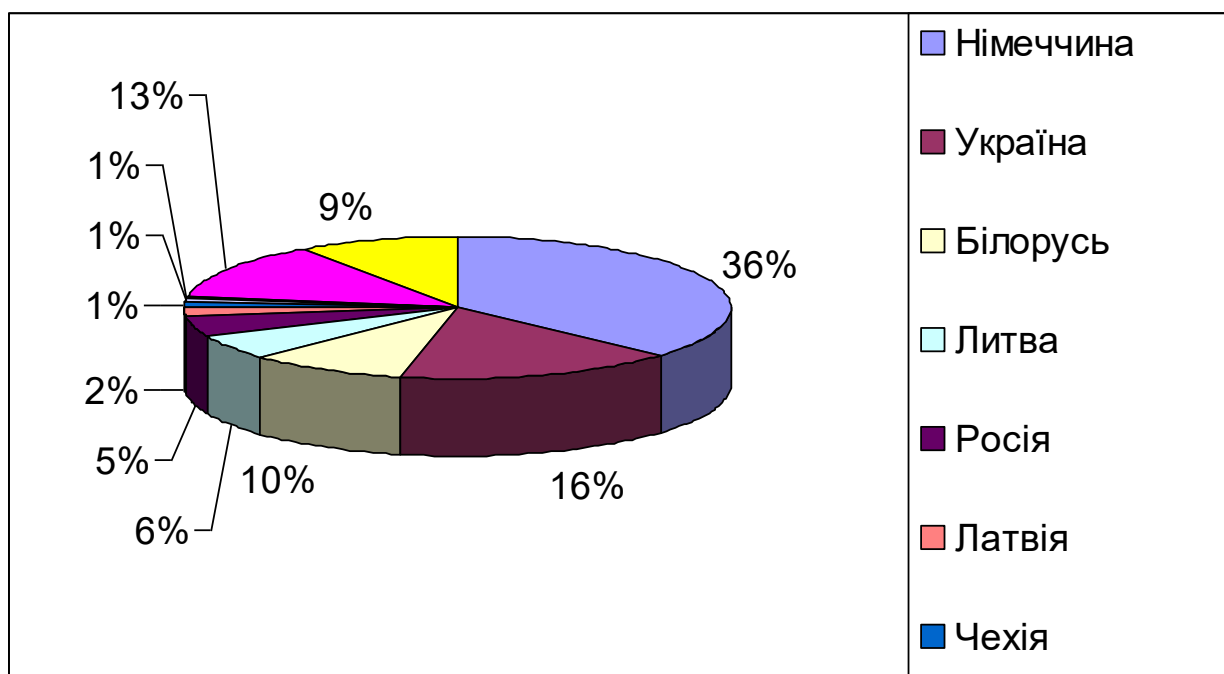


Рис. 2.1. Географія в'їзного туристичного потоку Польщі

Джерело: [39]

Сучасні тенденції розвитку туристичного ринку Польщі формуються під впливом змін у структурі попиту та трансформації споживчих пріоритетів. Однією з ключових характеристик є зростання частки індивідуальних подорожей, що відображає прагнення туристів до більшої автономності у плануванні поїздок та гнучкості у виборі туристичних послуг. Для таких

подорожей характерною є орієнтація на активні види відпочинку, а також бажання отримати нові емоційні та пізнавальні враження.

Паралельно спостерігається підвищення вимог до якісного та змістовного наповнення дозвілля. Туристи все частіше надають перевагу культурно-пізнавальним програмам, що включають ознайомлення з місцевими традиціями, історією, фольклором та участь у культурних і мистецьких заходах. Це свідчить про зростання ролі нематеріальних складових туристичного продукту.

Окремою тенденцією є посилення інтересу до подорожей історико-культурними маршрутами та відвідування визначних пам'яток національної спадщини. Такі поїздки сприяють глибшому зануренню туристів у культурне середовище країни та підвищують пізнавальну цінність подорожей.

Важливим чинником розвитку ринку є цифровізація туристичних послуг, зокрема використання онлайн-платформ бронювання, мобільних застосунків та систем електронних платежів. Це суттєво спрощує доступ до туристичних послуг і підвищує їхню доступність для споживачів.

Серед чинників, що виступають важливим імпульсом розвитку міжнародного туризму в Польщі, значне місце займає потужний туристично-рекреаційний потенціал країни. Він формується завдяки поєднанню природних ресурсів, багатой історико-культурної спадщини та розвиненої мережі туристичної інфраструктури.

Архітектурна спадщина Польщі охоплює практично всі історичні стилі — від романського періоду до модерну, що створює значні можливості для розвитку культурно-пізнавального туризму. Із 14 об'єктів, внесених до списку Світової спадщини ЮНЕСКО, 13 належать до історико-культурних пам'яток, що підтверджує високий рівень культурної цінності країни у світовому масштабі.

Яскравим прикладом архітектури романської доби є історичний центр Кракова із замком Вавель, розташованим на пагорбі, а також середньовічною забудовою вздовж основних торгових шляхів. Місто сформувалося у XIII

столітті з характерною квадратною ринковою площею, де розміщувалися ратуша, торговельний комплекс Суkenіце та Маріацький костел. Аналогічні магдебурзькі планувальні структури сформувалися у Варшаві, Гданську, Торуні та інших містах у другій половині XIII століття.

Готичний період розвитку архітектури у Польщі припадає на XIV століття. Одним із найвідоміших прикладів є будівля Ягеллонського університету в Кракові, заснована у 1400 році. Значного поширення набули ратуші та будівлі купецьких гільдій, які виконували важливі адміністративні та торгові функції. До визначних пам'яток належать ратуші у Гданську (1372–1502 рр., вежа 1561 р.) та Вроцлаві (1300–1506 рр.). Унікальним архітектурним об'єктом є двоніфний зальний костел у Вислиці, зведений за часів короля Казимира Великого. Особливе місце займає костел Діви Марії в Гданську, який є одним із найбільших готичних храмів Європи.

Ренесансна архітектура Польщі значною мірою розвивалася у сфері цивільного будівництва. Характерним прикладом є будинок князів Острозьких у Ярославі початку XVII століття. Важливою подією епохи стала реконструкція королівського замку Вавель у Кракові (1507–1536 рр.), здійснена італійськими та польськими архітекторами. Цей комплекс став одним із перших масштабних зразків ренесансної архітектури за межами Італії.

Також слід відзначити капелу короля Сигізмунда I при кафедральному костелі на Вавелі, збудовану у 1519–1533 роках, яка вважається перлиною італійського Ренесансу в Польщі. Вона вирізняється гармонійними пропорціями та багатим декоративним оформленням, що підкреслює високий рівень мистецької культури того часу.

Барокова архітектура Польщі представлена численними палацовими комплексами, монастирями та костелами, які формують унікальний туристичний ландшафт країни. Вони характеризуються пишним декором, складними просторовими композиціями та монументальністю форм.

У період класицизму значного розвитку набули міські ансамблі та адміністративні будівлі, які відображають вплив європейських архітектурних

тенденцій. Вони гармонійно поєднуються з історичною забудовою попередніх епох.

У XIX–XX століттях у Польщі активно розвивається архітектура модерну та еклектики, що особливо помітно у великих містах, таких як Варшава, Краків і Лодзь. Ці стилі збагачують архітектурну різноманітність міського середовища.

Сучасна архітектура Польщі характеризується поєднанням історичної спадщини з інноваційними будівельними рішеннями, що сприяє формуванню нових туристичних маршрутів. Значну роль відіграє відновлення історичних об'єктів та їх адаптація до туристичних потреб.

Таким чином, багатство архітектурних стилів та високий рівень збереженості культурної спадщини формують одну з ключових конкурентних переваг Польщі на міжнародному туристичному ринку та сприяють стабільному розвитку культурно-пізнавального туризму.

Класичним зразком сакральної архітектури барокового стилю вважається Петропавлівський костел у Кракові, збудований у 1605–1609 роках за проєктом італійського архітектора Дж. Тревано. Двовежевий костел Святого Хреста у Варшаві є характерним прикладом пізнього бароко кінця XVII століття. Його фасадна композиція вирізняється застосуванням здвоєних і строєних пілястримо-доричного ордеру в нижньому ярусі та коринфського ордеру у верхньому, що підкреслює вертикальну динаміку споруди.

Однією з характерних рис архітектурного розвитку доби бароко стала масштабна реконструкція середньовічних оборонних замків із подальшим їх перетворенням на палацові резиденції. У цьому процесі важливу роль відіграв концепт «палац у замку», який поєднував оборонні функції з представницькою архітектурою. Класичними прикладами таких комплексів є замки у Кшиштопорі (1631–1644 рр.), Жешуві та Ланьцуті.

Розвинене польське бароко також представлено палацовими ансамблями в Кельцях, Крушині та Варшаві, які відзначаються монументальністю, багатим декоративним оформленням і симетричною просторовою організацією. У XVIII столітті архітектурна пластика стає ще більш ускладненою та декоративною,

набуваючи рис рококо. Це яскраво проявляється у фасаді костелу Візиток у Варшаві (1728–1734 рр.), створеного архітекторами К. Банітою та Д. Фонтана, а також у сакральних спорудах Кракова першої третини XVIII століття.

До них належать костели Норбертанок, Місіонерів та Кармеліток, пов'язані з творчістю архітектора К. Бажанки. Ці споруди демонструють ускладнену пластичну декорацію та посилення емоційної виразності архітектурного простору. У цей період активно формується ансамблевий принцип містобудування, коли окремі споруди інтегруються у єдину композиційну систему міського простору.

Класицизм домінував у польській архітектурі в другій половині XVIII — першій третині XIX століття як відображення раціоналістичних ідей доби Просвітництва. Нові архітектурні тенденції формувалися під впливом Франції, Італії та Німеччини, а також відродженого інтересу до античної спадщини Греції та Риму.

У сакральній архітектурі класицизм проявився як у перебудові існуючих костелів, так і у зведенні нових споруд центричного типу. Прикладами є фасади кармелітського костелу у Варшаві (1777–1789 рр., архітектор Е. Шрьоґер), лютеранська церква у Варшаві (1777–1779 рр., архітектор Б. Цуг), ротондальний костел у Пулави (1803 р., архітектор П. Айгнер), а також костел Святого Олександра у Варшаві (1818–1823 рр.).

Особливе місце у розвитку класицизму займає творчість архітектора Антоніо Корацці, який працював у Польщі з 1818 року. Він створив низку визначних будівель у Варшаві, серед яких Палац Сташица (1818–1823 рр.), Скарбниця (1824 р.), Польський банк (1825 р.) та Великий театр (1825–1833 рр.). Ці споруди відзначаються масштабністю композиції та використанням колонад і аркад, що сприяло формуванню цілісних міських ансамблів.

У XIX столітті значного поширення набуває неоготичний стиль, який відображає романтичний інтерес до середньовічної спадщини. За проєктами Карла Фрідріха Шинкеля зведено палаци у Корніку поблизу Познані (1845–1860 рр.) та Кам'янці-Жабковицькому (1838–1863 рр.). У цьому ж стилі І.

Штомпф перебудував замок у Любліні (1823–1826 рр.), надавши йому романтизованих рис середньовічної архітектури.

У другій половині XIX — на початку XX століття неоготика активно застосовувалася у фасадному оформленні міських прибуткових будинків, особливо у Варшаві. Паралельно розвивався неоренесанс, яскравими прикладами якого є головний корпус Варшавської політехніки (1889–1901 рр., архітектор С. Шиллер), готель «Брістоль» у Варшаві (1900 р., архітектор В. Марконі), а також численні банки, адміністративні будівлі та готелі представницького класу.

Неоренесансна стилістика характеризується симетрією, гармонійністю пропорцій та використанням класичних декоративних елементів, що підкреслюють статусність споруд. Вона стала важливим етапом формування сучасного міського архітектурного середовища Польщі.

Ключову роль серед історико-культурних туристичних ресурсів країни відіграють фортифікаційні споруди та замкові комплекси. Станом на 2018 рік на території Польщі налічується 178 замків та 163 замкові руїни, що формують унікальний культурно-туристичний потенціал держави.

Додатково слід відзначити, що багато замкових комплексів адаптовано під сучасні туристичні функції, зокрема як музеї, готелі або культурно-освітні центри. Це сприяє їх збереженню та активному залученню до туристичного обігу. Значна частина фортифікацій використовується для проведення фестивалів, реконструкцій історичних подій та культурних заходів.

Окремі замки входять до національних туристичних маршрутів і є ключовими об'єктами культурного туризму Польщі. Їхня популярність серед іноземних туристів постійно зростає, що підсилює роль історичної спадщини у формуванні туристичного іміджу країни. Також активно розвиваються проєкти цифрової візуалізації та віртуальних турів, що підвищує доступність цих об'єктів для міжнародної аудиторії.

Таким чином, багаточисельна архітектурна спадщина Польщі є важливим фактором розвитку міжнародного туризму та формує одну з ключових конкурентних переваг країни на європейському туристичному ринку.

Знаковим об'єктом для польської архітектурної спадщини є палац короля Яна III Собеського у Вілянуві під Варшавою, збудований у 1680–1694 роках за проєктом архітектора А. Лоцці з використанням французьких архітектурних взірців. Монарх, орієнтуючись на стиль Версаля та західноєвропейські палацові традиції, сформував палацово-парковий ансамбль, що базується на принципах строгої осової симетрії. Комплекс включає курдонер, фланкований бічними флігелями, регулярний партерний сад та розвинену паркову зону, що є характерною рисою барокового містобудування.

Серед інших визначних палацових і замкових комплексів Польщі варто відзначити замок Браницьких у Білостоку, палац Замойських у Козлувці, замок Потоцьких у Ланьцуті, замок Красіцьких у Красічині, замок Любомирських у Сandomирському Баранові, а також резиденції у Жешуві, Сеняві та Заліссі. До важливих історико-культурних об'єктів також належать замки Сапегів у Гольшанах, фортифікаційні споруди у Ліді та Новогрудку, музей-садиба Міцкевича у Заоссю, замок у Мірі (внесений до списку Світової спадщини ЮНЕСКО), палац у Несвежі та Біла Вежа у Кам'янці, яка є символом відповідного історико-архітектурного заповідника.

Досить динамічними темпами у країні розвивається туристична інфраструктура, що є важливою передумовою зростання туристичних потоків. Основною формою розміщення туристів у Польщі залишаються готельні заклади, які представлені різними категоріями комфорту та рівнями обслуговування. На сучасному етапі розвитку туристичної сфери Польща демонструє значно вищий рівень забезпеченості засобами розміщення порівняно з попередніми десятиліттями.

Важливу роль у модернізації туристичної інфраструктури відіграло проведення Чемпіонату Європи з футболу Євро-2012, що стимулювало масштабні інвестиції у готельний сектор, транспортну систему та міську

інфраструктуру. У результаті було модернізовано значну кількість готелів, відкрито нові заклади розміщення та покращено якість сервісу. Це сприяло підвищенню міжнародної конкурентоспроможності країни як туристичного напрямку.

Окремо варто підкреслити зростання ролі гастрономічного туризму, який стає важливим елементом туристичного продукту Польщі. Також у сучасних умовах активно впроваджуються цифрові сервіси бронювання столиків та онлайн-замовлення, що підвищує доступність ресторанних послуг. У результаті ресторанно-готельна інфраструктура Польщі формує важливу складову її конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку.

До важливих елементів туристичної інфраструктури також належить розгалужена мережа туристично-інформаційних центрів (ТІЦ). У Польщі такі центри є значно більш розвиненими та структурованими порівняно з багатьма сусідніми країнами, зокрема Україною. Вони функціонують як окремі підрозділи органів місцевого самоврядування, а також можуть базуватися на території музеїв, культурних установ або туристичних об'єктів. Основною метою їх діяльності є надання актуальної інформації туристам щодо маршрутів, об'єктів відвідування, засобів розміщення та транспортної інфраструктури.

Серед перспективних напрямів особливо виділяються культурно-пізнавальний, міський, замковий та транскордонний туризм, які базуються на унікальних історико-культурних ресурсах країни. Значний потенціал також має екологічний і природний туризм, зокрема в національних парках і гірських регіонах. Окремо варто відзначити розвиток гастрономічного та подієвого туризму, які активно інтегруються у загальну туристичну пропозицію.

Крім того, перспективним є розвиток оздоровчого та спа-туризму, який базується на використанні природних мінеральних ресурсів і курортної інфраструктури. Сукупність цих напрямів формує багатoproфільну структуру туристичного ринку Польщі та забезпечує його стабільну конкурентоспроможність на міжнародному рівні.

Культурно-пізнавальний туризм у Польщі виступає одним із провідних стратегічних напрямів розвитку туристичної індустрії та базується на високому рівні зацікавленості історико-культурним потенціалом країни. Він охоплює широкий спектр ресурсів, зокрема пам'ятки архітектури різних епох, об'єкти історії, літературної та археологічної спадщини, а також нематеріальні форми культури — традиційні свята, фестивалі, обряди та інші культурні заходи. Така різноманітність створює потужну основу для формування насичених туристичних продуктів.

Найпоширеніші екскурсійні маршрути включають відвідування найбільших туристичних центрів країни, серед яких Варшава, Краків, Гданськ, Ченстохова та соляні копальні Велички, що входять до списку унікальних туристичних об'єктів. Ці локації формують базовий каркас культурно-пізнавальних подорожей і забезпечують стабільний туристичний потік протягом року. Варто також зазначити, що Польща часто виконує функцію транзитної країни для автобусних турів до держав Західної Європи. У таких маршрутах, окрім Варшави та Кракова, туристи зазвичай відвідують Познань, Вроцлав, Люблін, Колобжег і Торунь, що підвищує туристичну привабливість міст другого рівня.

Окремий сегмент туристичного ринку становить релігійний туризм, у якому Польща займає важливе місце в Центрально-Східній Європі. Ченстохова, яку часто називають духовною столицею країни, є одним із найбільших центрів паломництва. Вона приваблює як католицьких, так і православних вірян з різних країн світу, які відвідують монастир ордену паулінів. У святині зберігається чудотворна ікона Богоматері з немовлям, до якої щорічно здійснюють паломництво мільйони прочан.

Щороку тисячі православних паломників здійснюють піші маршрути з міста Білосток до однієї з головних православних святинь Польщі — монастиря на Святій Горі Грабарці, відомого як «Гора хрестів». Це місце є найважливішим осередком православного паломництва в країні та має особливе духовне значення. Протягом останніх років у місцевому храмі зберігається копія

чудотворної ікони Божої Матері, яку було передано грецькими монахами, що підкреслює міжнародний характер цього святого місця.

Додатково слід відзначити, що релігійний туризм у Польщі має чітко організовану інфраструктуру, що включає паломницькі центри, спеціалізовані маршрути та супровідні сервіси. Це сприяє підвищенню доступності святинь для різних категорій туристів. Також важливу роль відіграє розвиток подієвого туризму, пов'язаного з релігійними святами та масовими зібраннями в місцях паломництва.

У багатьох містах країни активно проводяться культурні фестивалі, які поєднують історичні традиції та сучасні форми мистецтва. Це сприяє популяризації національної культури та залученню молодіжної аудиторії. Окрему увагу приділено розвитку музейної справи, що дозволяє ефективно інтерпретувати історичну спадщину для туристів.

Таким чином, культурно-пізнавальний та релігійний туризм у Польщі формують взаємопов'язану систему, яка забезпечує стабільний розвиток туристичної галузі та підсилює міжнародний імідж країни як одного з провідних культурних центрів Європи.

Фестивальний туризм у Польщі є одним із найбільш динамічних сегментів туристичної індустрії, що щорічно приваблює значну кількість як внутрішніх, так і іноземних відвідувачів. Важливою складовою цього напрямку є традиційні вуличні ярмарки, які стали невід'ємною частиною культурного життя міст і водночас виступають туристичними атракціями. Найвідоміші з них проходять у Познані (червень–липень) та Гданську (червень–серпень), де поєднуються елементи народних традицій, гастрономії та сучасної міської культури.

Серед фестивалів міжнародного значення, що проводяться у Варшаві, особливо варто виділити джаз-фестиваль «Złota Tarka» (червень), Фестиваль Моцарта (середина червня – середина липня), «Варшавську осінь» — фестиваль сучасної музики (вересень), а також «Jazz Jamboree» (кінець жовтня). Ці події мають стабільну міжнародну аудиторію та формують імідж Польщі як

важливого культурного центру Європи. Додатково слід відзначити, що фестивальний календар країни є досить насиченим і охоплює не лише столицю, але й регіональні міста, що сприяє рівномірному розподілу туристичних потоків.

Окремим важливим напрямом є *лікувально-оздоровчий та медичний туризм*. Польща володіє значними природними бальнеологічними та кліматичними ресурсами, які активно використовуються для розвитку санаторно-курортної сфери. На території країни функціонує близько 40 курортів переважно змішаного типу, що поєднують лікувальні, оздоровчі та рекреаційні функції. Серед кліматичних курортів найбільш популярними є Свиноуйсьце, Колобжег, Устка, Камінь-Поморський, Дарлово, Хель та Сопот, які приваблюють туристів морським кліматом і розвиненою інфраструктурою відпочинку.

Найвідомішими бальнеологічними курортами Польщі є Кудова-Здруй, Душники-Здруй, Поляниця-Здруй, Криниця-Здруй, Аугустув-Здруй та Буско-Здруй. Вони спеціалізуються на лікуванні та профілактиці різних захворювань із використанням мінеральних вод, грязей та природних лікувальних факторів. У сучасних умовах багато курортів значно розширили спектр послуг, доповнивши класичні лікувальні програми процедурами біологічного відновлення, косметології та релаксації, зокрема СПА-технологіями.

На сьогодні в Польщі функціонує понад 200 готельних СПА-об'єктів, що свідчить про високий рівень розвитку цього сегмента туристичного ринку. Частина з них регулярно входить до рейтингів найкращих СПА-готелів Європи завдяки високій якості сервісу та сучасній інфраструктурі. Серед найбільш відомих варто відзначити Hotel Leda SPA та Hotel Aquarius SPA в Колобжегу, Malinowy Zdrój Hotel Medical SPA в Сольці-Здруй, Bryza Resort SPA в Юраті, Hotel Lubicz Wellness & SPA в Устці, Hotel SPA Faltom у Гдині, а також інші провідні комплекси.

Окрему нішу займають преміальні СПА-готелі мережі «Dr Irena Eris», розташовані у Криниці-Здруй та Взгужах Дилевських. Вони належать до

сегмента «люкс» і вирізняються високим рівнем сервісу, індивідуальним підходом до клієнтів та поєднанням медичних і косметологічних програм. Їх створення пов'язане з діяльністю Ірени Еріс, засновниці однієї з провідних косметичних компаній Польщі.

Широкого поширення набуває також медичний туризм, який користується особливою популярністю серед туристів із країн Західної Європи. Основною причиною цього є відносно нижча вартість медичних послуг у порівнянні з іншими європейськими країнами при збереженні високої якості лікування. До відомих медичних і санаторних центрів належать курорт Івонич у місті Івонич-Здруй, санаторій «Влукняж» у Буско-Здруй та оздоровчий комплекс у Наленчуві.

Додатково слід зазначити, що розвиток лікувально-оздоровчого туризму у Польщі активно підтримується інвестиціями в модернізацію медичної інфраструктури та впровадження сучасних технологій реабілітації. Це дозволяє країні конкурувати на європейському ринку медичного туризму. Також зростає роль індивідуальних програм відновлення здоров'я, які враховують персоналізовані потреби пацієнтів і туристів.

У перспективі очікується подальша інтеграція СПА- та медичних послуг у загальний туристичний продукт країни, що сприятиме розширенню цільової аудиторії та підвищенню конкурентоспроможності Польщі на міжнародному туристичному ринку.

Діловий туризм у Польщі останніми роками набув характеру стабільно зростаючого сегмента туристичного ринку, а поїздки представників бізнес-середовища територією країни стали масовим явищем. Значна кількість туристичних компаній спеціалізується на організації групових і індивідуальних бізнес-турів, метою яких є встановлення нових партнерських зв'язків, дослідження ринків збуту та укладання комерційних угод.

Економічна привабливість ділового туризму для Польщі зумовлена його незалежністю від сезонності, що забезпечує стабільне завантаження готельної та транспортної інфраструктури протягом усього року. Додатковою перевагою

є те, що бізнес-подорожі, як правило, не потребують значних витрат на маркетингове просування, оскільки формуються на основі корпоративного попиту та ділових контактів.

На сучасному етапі в країні активно проводиться велика кількість міжнародних виставок, форумів і конференцій у спеціалізованих виставкових і конгрес-центрах найбільших міст, зокрема Варшави, Кракова, Гданська, Познані, Лодзі, Вроцлава та Катовіце. Польський ринок MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) характеризується значним досвідом організації ділових заходів, наявністю сучасних готельних комплексів, конференц-залів та ефективно організованої транспортно-логістичної системи.

Основними замовниками послуг у сфері ділового туризму залишаються підприємства фармацевтичної, медичної та косметичної галузей. Водночас вигідне географічне положення Польщі в центрі Європи, розвинена транспортна інфраструктура та конкурентний рівень цін сприяють залученню дедалі більшої кількості міжнародних компаній, зокрема з Німеччини, Нідерландів та інших країн ЄС, які обирають Польщу як майданчик для проведення бізнес-заходів.

У період 2010–2015 років польський ринок MICE демонстрував стрімке зростання, що проявилось у майже дворазовому збільшенні кількості конференцій, виставок та інших ділових подій. Це свідчить про посилення ролі країни як одного з провідних центрів ділового туризму в Центрально-Східній Європі.

Важливим етапом розвитку стало впровадження за підтримки держави та Польської асоціації конференцій і конгресів (SKKP) у 2017 році ініціативи «Meet in Poland». У межах цього проєкту в п'яти найбільших містах країни було сформовано мережу співпраці між ключовими MICE-операторами, що сприяло підвищенню конкурентоспроможності польського бізнес-туризму на міжнародному рівні та формуванню позитивного іміджу країни як місця проведення заходів світового рівня.

Паралельно з розвитком організаційної складової активно розширюється *інфраструктурна база*. У Кракові введено в експлуатацію сучасні об'єкти EXPO Kraków та ICE Kraków Congress Centre, які відповідають міжнародним стандартам проведення конференцій і виставок. У Катовіце відбулося масштабне оновлення міського простору, включаючи створення Сілезького музею та Міжнародного конгрес-центру, що суттєво підвищило привабливість міста для ділових заходів.

Подібні тенденції простежуються і в регіональних центрах. У Любліні розпочав роботу сучасний конференц-центр, а в Глівіце було відкрито багатофункціональний зал, розрахований на проведення масштабних заходів із великою кількістю учасників. Такі інфраструктурні проєкти стимулюють розвиток суміжних галузей, зокрема готельного та ресторанного бізнесу, а також сприяють збільшенню обсягів ділових поїздок.

Отже, розвиток ділового туризму в Польщі є системним процесом, який поєднує інвестиції в інфраструктуру, активну державну підтримку та зростаючий міжнародний попит, що в сукупності формує стійкі позиції країни на глобальному ринку MICE-послуг.

Гірськолижний туризм у Польщі є одним із провідних сезонних напрямів туристичної галузі, який стабільно приваблює значну кількість відвідувачів у зимовий період. Провідну позицію серед гірськолижних курортів країни займає Закопане, що часто називають «зимовою столицею» Польщі. Курорт розташований біля підніжжя Татр і вирізняється розвиненою інфраструктурою для зимових видів спорту та активного відпочинку.

У Закопаному функціонує понад 60 км лижних трас різного рівня складності, а також розгалужена система підйомників, розважальних об'єктів і музейних установ. Важливим природним ресурсом є Татранський національний парк площею 211,6 км², який одночасно виконує рекреаційну та природоохоронну функції. Для любителів альпінізму та піших походів облаштовані маршрути до таких вершин, як Каспрів Верх, Малолачняк і Чемняк, що дозволяє поєднувати спортивний і пізнавальний туризм.

Курортна зона поділена на кілька основних секторів катання, розташованих на висотах від 860 до 2000 метрів над рівнем моря. Кожен із них має різний рівень складності трас, що забезпечує можливість відпочинку як для початківців, так і для досвідчених спортсменів. Така структура створює широкі можливості для розвитку гірськолижного, санного та інших зимових видів спорту. Лижний сезон зазвичай стартує на початку грудня і триває до середини квітня, що робить курорт досить тривалим у межах регіону.

Важливою складовою туристичного потенціалу Польщі є також *екологічний туризм*, основою якого виступають 23 національні парки загальною площею близько 314,5 тис. км². Серед них особливою популярністю користується Вігерський національний парк, у межах якого розташовано понад 40 природних водойм. Найбільшою з них є озеро Вігри, яке займає площу близько 2187 гектарів і є важливим об'єктом рекреації та природоохоронної діяльності.

Не менш цікавим об'єктом є Ойцовський національний парк, що вважається найменшим у країні, проте має значну цінність для розвитку пізнавального та спелеологічного туризму. Він розташований на Краківсько-Ченстоховській височині та охоплює долини річки Прондник і Сонсповську долину. Парк відомий унікальними вапняковими скельними утвореннями, сформованими внаслідок ерозійних процесів, які отримали образні назви, зокрема «Голка Діотіми» та «Палиця Геракла». На його території налічується близько 700 печер, хоча досліджено наразі менше 500, що свідчить про значний науково-дослідний потенціал регіону.

Попри позитивну динаміку розвитку туристичної сфери в Польщі, загальний рівень її зростання залишається дещо нижчим порівняно з провідними світовими туристичними регіонами. Це зумовлено дією низки обмежувальних чинників, які мають комплексний характер і впливають на ефективність функціонування галузі.

Серед основних проблем, що стримують розвиток туризму в регіонах країни, слід виділити недостатній рівень освоєння наявного природно-

рекреаційного потенціалу, а також нерівномірний розвиток туристичної інфраструктури. Окремо відзначається недостатня щільність та якість залізничного сполучення в окремих регіонах, що ускладнює доступ до туристичних дестинацій.

Крім того, матеріально-технічна база туристичної сфери використовується не завжди ефективно. Це пов'язано з тим, що асортимент послуг і рівень сервісу в багатьох випадках поступаються міжнародним стандартам. Також спостерігається тенденція до зростання цін на готельні послуги, яка не завжди супроводжується підвищенням якості обслуговування. Додатковою проблемою є невідповідність структури номерного фонду сучасним потребам туристів, зокрема недостатня кількість одномісних номерів.

Суттєвим недоліком залишається і маркетингова складова розвитку туризму. Недостатня промоція окремих туристичних ресурсів та слабка інформаційна підтримка призводять до недоотримання туристичних потоків, особливо щодо маловідомих, але перспективних атракцій. У результаті це знижує загальну конкурентоспроможність туристичного продукту країни на міжнародному ринку.

Однією з ключових проблем туристичної сфери Польщі залишається недостатньо стабільна та чітко врегульована система оподаткування. Через високу залежність економіки від надходжень іноземного капіталу держава інколи застосовує короткострокові фіскальні заходи, спрямовані на збільшення доходів від міжнародного туризму. До таких заходів можуть належати введення додаткових податків на імпорт товарів і послуг, спеціально призначених для туристичної галузі, а також запровадження окремих зборів для іноземних відвідувачів, зокрема аеропортових платежів або туристичних податків, що залежать від тривалості перебування в країні.

З одного боку, подібні фіскальні інструменти здатні забезпечити короткострокове зростання валютних надходжень. Однак у довгостроковій перспективі їх ефективність є сумнівною, оскільки вони можуть негативно впливати на конкурентоспроможність туристичного ринку країни та

формування її позитивного іміджу серед міжнародних туристів. Підвищення вартості подорожей через додаткові податкові навантаження може знижувати привабливість Польщі як туристичного напрямку порівняно з іншими європейськими державами.

Водночас у Польщі функціонує типова для Європейського Союзу система управління туристичною галуззю, яка базується на поєднанні державного регулювання та ринкових механізмів. Нормативно-правову основу діяльності у сфері туризму становить Закон «Про туристичні послуги» 1997 року, який визначає ключові принципи організації туристичної діяльності, права та обов'язки учасників ринку, а також вимоги до безпеки та якості обслуговування туристів.

Туристична політика держави реалізується відповідно до стратегічних документів розвитку галузі, зокрема «Стратегії розвитку туризму на 2014–2020 роки». Основними її цілями є підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристичного сектору, формування позитивного туристичного іміджу Польщі у світі та активізація участі країни в міжнародних виставкових і промоційних заходах.

Важливим напрямом є також модернізація туристичної інфраструктури, розвиток транспортної та сервісної бази, а також підтримка регіонального туризму. Особлива увага приділяється збереженню культурної та природної спадщини, яка виступає основою туристичної привабливості країни. Окремо підкреслюється необхідність збалансованого розвитку регіонів, що дозволяє рівномірно розподіляти туристичні потоки.

Крім того, стратегічні підходи Польщі передбачають інтеграцію туристичної політики з європейськими стандартами, що сприяє підвищенню якості послуг та розширенню міжнародної співпраці. У результаті формується комплексна модель розвитку туризму, яка поєднує економічні, соціальні та культурні аспекти.

2.2. Авторські тури до Польщі: проєктування та розрахунок вартості туристичного продукту

Запропоновано портфель туристичних продуктів. Даний комплекс турів орієнтований на наукових та науково-педагогічних працівників, які планують отримання вчених звань і відповідно потребують проходження навчання або стажування у закладах вищої освіти чи наукових установах країн, що входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та Європейського Союзу. У межах таких програм передбачається проходження стажування з подальшим отриманням офіційних документів (сертифікатів, свідоцтв, дипломів або інших підтверджень), які засвідчують участь і результати навчання. Подібний тур поєднує освітній процес, стажування, участь у наукових конференціях, а також підготовку та публікацію наукових матеріалів і відповідає вимогам, визначеним наказом Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Порядку присвоєння вчених звань науковим і науково-педагогічним працівникам» від 14.01.2016 № 13 (Додаток В) [16].

Основною метою стажувальних програм є комплексне опрацювання сучасних практик у сфері освіти і науки, аналіз актуальних проблем розвитку вищої освіти, а також обмін досвідом між українськими та закордонними науковцями. Окрему увагу приділено підвищенню професійної кваліфікації викладачів закладів вищої освіти шляхом ознайомлення з діяльністю іноземних університетів, а також налагодженню професійних зв'язків для подальшої організації спільних науково-практичних заходів, семінарів і конференцій за участю міжнародних експертів.

За підсумками проходження стажування учасники отримують сертифікат обсягом 120 годин, який включає 40 годин аудиторної роботи на базі університетів Литви, 40 годин самостійної підготовки та 40 годин дистанційної роботи, що передбачає підготовку доповіді та публікацію наукової статті у збірнику матеріалів конференції. Програма також передбачає ознайомлення з

освітніми та культурними особливостями Польщі, а також країн Балтії — Латвії та Литви.

Першим продуктом у сформованому портфелі туристичної компанії «Соната» є 7-денний тур-стажування «Польсько-Балтійська подорож», розрахований на науково-педагогічних працівників і науковців. Організація туру здійснюється за підтримки Варшавського університету (Польща), Університету імені Миколаса Ромеріса (Литва) та Клайпедського університету (Латвія). Детальна програма даного туру наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Програма туру-стажування «Польсько-Балтійська подорож»

1 день	6:00 – відправлення з Львів-Люблін-Варшава-Вільнюс-Клайпеда-Рига-Вільнюс-Львів. По можливості оглядова екскурсія по Любліну 19:00 – орієнтовний час прибуття до Варшави, поселення в готель.
2-й день	8:00 – 8:30 – сніданок. 9:00 – 17:00 – Міжнародна науково-практична конференція «Міжнародна безпека у світлі сучасних глобальних викликів» (Варшавський університет, м.Варшава). 9:00 – 9:30 – реєстрація учасників, вітальна кава. 9:30 – 11:00 – пленарне засідання. 11:00 – 13.00 – секційні засідання: <i>Напрями роботи конференції:</i> Державне управління: тенденції ЄС і національний досвід. Нові напрями розвитку економічної науки в умовах глобальної нестабільності. Збереження соціально-культурної ідентичності в умовах цивілізаційних суперечностей.
	Інноваційно-інформаційна платформа розвитку безпеки країн. Гібридна війна в контексті сучасних глобальних викликів. 13:00 – 14:00 – обідня перерва. Обід. 15:00 – 17:00 – продовження конференції – відвідування Сейму Польщі: дискусія «Досвід підготовки до вступу та інтеграція Польщі та Литви до Європейського Союзу». 17:00 – оглядова екскурсія по Варшаві, вільний час.
3-й день	7:30 – 8:00 – сніданок. 8:30 – виїзд до м. Вільнюс 14:00 – 14:30 – обідня перерва. Обід. 15:00 – 18:00 – Практичний семінар: «Сучасний європейський університет: інноваційні технології» (Університет імені Миколаса Ромеріса, м. Вільнюс) <i>Програма:</i> Інтеграція вищої освіти Литви у простір вищої освіти ЄС. Досвід упровадження європейських навчальних кредитів (ECTS). Організація обміну студентами і викладачами за програмою ERASMUS: досвід університету

	Управління та оцінка наукових публікацій на прикладі Університету ім. Миколаса Ромеріса. Національна та внутрішня оцінка наукових публікацій. Електронна академічна бібліотека Литви (eLABa). Послуги університетської бібліотеки. 19.30 – екскурсія в м. Вільнюс.
4-й день	8:30 – 9:00 – сніданок. 9:30 – 13:00 – воркшоп: «Наукові проекти і грантова діяльність в освітніх організаціях» <i>Програма:</i> Ознайомлення з Університетом імені Александра Стульгінскіса. Наукові проекти і грантова діяльність: досвід Університету. Особливості публікації в міжнародному науковому журналі «Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development». 13:00 – 14:00 – обідня перерва. Обід. 14:00 – 19:00 – робота в малих групах, дискусія. Вільний час. 19:00 – переїзд до Клайпеди, поселення в готель.
5-й день	9:00 – 13:00 – круглий стіл «Інноваційні методи в університетській освіті: європейський досвід у Клайпедському університеті» (м. Клайпеда). <i>Програма:</i> 9:00 – 11:00 – Аспекти підготовки менеджерів інновацій та пропозиції щодо створення спільної (литовсько-української) програми навчання магістрантів. 11:00 – 13:00 – Використання сучасних інформаційних технологій (Moodle, ProjectProfession) у дистанційному навчанні магістрантів. 13:00 – 14:00 – обідня перерва. Обід. 14:00 – 19:00 – робота в малих групах, дискусія. Оглядова екскурсія по Клайпеді. 19:00 – переїзд до Риги, поселення в готель.
6-й день	8:00 – 8:30 – сніданок. 9:00 – 12:00 – робота в малих групах. 12:00 – 14:00 – оглядова екскурсія по Ризі, вільний час, переїзд до Вільнюса. 19:00 – презентація результатів наукових досліджень, вручення сертифікатів, урочиста вечеря.
7-й день	7:00 – виїзд з Вільнюса, переїзд до Львова (орієнтовний час прибуття 20:00)

Джерело: власні дослідження

Другим продуктом у сформованому портфелі туристичної компанії «Соната» виступає 5-денна програма стажування «Варшавський науковий тиждень», орієнтована на підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників та розширення їх професійних компетентностей. Реалізація даного туру передбачає перебування в Польщі, у місті Варшава, на базі Університету Кардинала Стефана Вишинського у співпраці з Інститутом міжнародної академічної та наукової співпраці.

У межах програми учасники мають можливість ознайомитися з сучасними підходами до організації освітнього процесу, науково-дослідної діяльності та міжнародної академічної взаємодії. Особлива увага приділяється

практичному обміну досвідом із представниками польської академічної спільноти, участі в тематичних семінарах, лекціях та наукових дискусіях.

Також програма спрямована на формування професійних контактів між українськими та польськими науковцями, що створює передумови для подальшої співпраці у сфері освіти і науки, реалізації спільних дослідницьких проєктів та участі у міжнародних конференціях.

Програма туру включає як аудиторну, так і практичну складову, що дозволяє поєднати теоретичне навчання з безпосереднім зануренням у діяльність європейського університетського середовища. Деталізований зміст стажування подано в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2.

Програма туру-стажування «Варшавський науковий тиждень»

1 день	21.00 – збір групи на з/д вокзалі у м. Львів. Транзит до Варшави
2-й день	Ранкове прибуття до Варшави. Екскурсійна програма з оглядом об'єктів історичної спадщини ЮНЕСКО. 12.00 – Поселення в готель на території кампуса університету. 13.00 – Обід 14.30 – Відкриття програми. 15.00 – семінар «Етична та соціальна відповідальність в науці» під керівництвом Університету Кардинала Стефана Вишинського в Варшаві (UKSW). 19.30 – Вечеря. 20.30 – Інтеграційний вечір - побудова нетворкінгу Ночівля.
3-й день	08.00 – Сніданок. 10.00 – Воркшоп: «Як скласти конкурентний апікаційний пакет документів. Очікування грантодавців від кандидатів» (Інститут Міжнародної Академічної і Наукової Співпраці). 13.00 – Обід 16.00 – брифінг на тему легалізації перебування в Польщі та огляд основних правових та організаційних моментів навчання – легалізація документів, апостиль, нострифікація, переклади, вступна кампанія (Польська Академія Наук та Fundacja ADD). Вільний час. 19.30 – Вечеря.
4-й день	08.00 – Сніданок. 11.00 – Презентацію стипендіальних та грантових програм для навчання та проведення наукових досліджень у провідних польських ВНЗ (Студіум Східної Європи Варшавського університету) .

	Вільний час у Варшаві. 21.00 – Збір групи. Транзит до Львова.
5-й день	Ранкове прибуття до Львова.

Джерело: власні дослідження

Третім продуктом у портфелі є 4-денна програма стажування «Академічна доброчесність», що спрямована на підвищення професійної компетентності науково-педагогічних працівників у сфері дотримання етичних стандартів освітньої та наукової діяльності.

Реалізація даного туру передбачає проходження стажування для освітян за підтримки компанії Plagiat.pl та Варшавського університету, які забезпечують науково-методичний супровід програми та практичне опрацювання сучасних інструментів перевірки академічних текстів на унікальність.

У межах стажування учасники ознайомлюються з міжнародними підходами до забезпечення академічної доброчесності, принципами запобігання плагіату, а також сучасними цифровими системами контролю якості наукових і навчальних робіт. Особлива увага приділяється практичним кейсам, що дозволяють сформувати навички коректного цитування, оформлення наукових джерел та дотримання етичних норм у дослідницькій діяльності.

Програма також сприяє формуванню відповідального ставлення до наукової роботи та підвищенню рівня методичної культури викладачів, що є важливою складовою сучасного освітнього процесу. Детальний зміст стажування наведено в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3.

Програма туру-стажування «Академічна доброчесність»

1 день	07.00 – збір групи на з/д вокзалі у м. Львів. Транзит до м. Варшави (380 км). Зупинка у м. Люблін. Огляд історичної частини міста. Поселення в готель на території кампусу Вищого Семінаріуму Духовного UKSW. 19.00 – вечеря. Інтеграційний вечір знайомств – побудова нетворкінгу.
2-й день	Сніданок. 09.30 – 12.30 – круглий стіл за участю польських експертів компанії Plagiat.PL “Запобігання плагіату в освітньому та науковому середовищі. Програмні

	засоби для виявлення можливого плагіату у наукових та академічних роботах”. 12.30 – 13.30 – обід 13.30 – 14.30 – презентація стипендіальних і грантових програм Studium Europu Wschodniej при Варшавському Університеті. 16.00 – освітній візит до Академії Леона Козьмінського. 19.00 – вечеря.
3-й день	Сніданок. 09.00 – тестування знань польської мови на рівень B2 на базі Вищого Семінаріуму Духовного UKSW (за бажанням). 10.30 – виселення з готелю на території кампусу. 12.00 – брифінг на тему легалізації перебування в Польщі та огляд основних правових та організаційних моментів навчання – легалізація документів, апостиль, нострифікація, переклади, вступна кампанія (Фундація ADD). Час на обід 15.00 – екскурсія історичною частиною Варшави. Вільний час. Вечірній виїзд з Варшави.
4-й день	Прибуття учасників стажування до м. Львів.

Джерело: власні дослідження

Напрями сформованого портфеля турів-стажувань визначено в межах спеціалізації «управління», яка охоплює широкий перелік професійних і освітніх напрямів підготовки. Такий підхід забезпечує актуальність запропонованих програм для представників різних галузей менеджменту та суміжних сфер діяльності. Зокрема, до цільових спеціальностей віднесено: управління бізнес-процесами в умовах європейської інтеграції, маркетинговий менеджмент, управління персоналом, фінансово-банківське управління, обліково-аналітичні системи та управління, інноваційний менеджмент в економіці знань, бухгалтерський облік і аудит, управління в державному секторі, а також візуальні комунікації в системі управління.

Реалізація даних програм дозволяє забезпечити комплексний професійний розвиток учасників через поєднання освітньої, наукової та практичної складових. Кожен із турів спрямований на формування сучасних управлінських компетентностей, ознайомлення з європейськими підходами до організації роботи в різних секторах економіки, а також розвиток навичок міжнародної професійної комунікації.

Очікуваним результатом проходження турів-стажувань є отримання офіційних сертифікатів, що підтверджують проходження навчання та

стажування у провідних закладах вищої освіти Європи. Крім того, учасники мають можливість додатково відвідати інтенсивні курси англійської мови з досягненням рівня не нижче B2, що сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності на міжнародному ринку праці.

Важливою складовою програми є також культурно-пізнавальний компонент, який передбачає ознайомлення з історико-культурною спадщиною європейських країн. Учасники отримують можливість ближче познайомитися з культурною самобутністю, історичними традиціями та визначними пам'ятками Польщі та країн Балтії, що доповнює освітній процес і формує цілісне уявлення про регіон.

У межах дослідження здійснено розрахунок вартості туру-стажування «Польсько-Балтійська подорож», розрахованого на групу з 30 осіб та одного супроводжувача, тривалістю 7 днів і 8 ночей за маршрутом: Львів – Люблін – Варшава – Вільнюс – Клайпеда – Рига – Вільнюс – Львів (табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Калькуляція витрат туру-стажування «Польсько-Балтійська подорож» на групу 15 людей на 7 днів / 8 ночей по маршруту Львів-Люблін-Варшава-Вільнюс-Клайпеда-Рига-Вільнюс-Львів

№	Стаття витрат	Витрати на групу, грн.	Витрати на особу, грн.
1	Транспортні витрати: оренда автобуса Neoplan 213 на 30+1(супроводжувач) місць	84000,0	2800,0
2	Витрати на розміщення: готель (8 діб)	223200,0	7440,0
3	Витрати на екскурсійну програму: оглядова екскурсія по місту Варшава, Вільнюс, Рига	41000,0	1350,0
4	Страховка	2170,0	70,0
	Прибуток компанії (20%)	70074	2332,0
	Разом	420444,0	13992,0

Джерело: власні розрахунки

На основі виконаних розрахунків вартості туру-стажування «Польсько-Балтійська подорож» для групи з 30 осіб та 1 супроводжувача (тривалість — 7 днів / 8 ночей, маршрут: Львів – Люблін – Варшава – Вільнюс – Клайпеда – Рига – Вільнюс – Львів) встановлено, що загальні групові витрати становлять 420 444,0 грн. До їх структури включено витрати на проживання, харчування,

страхування, екскурсійне обслуговування, оплату роботи супроводжуючого, а також прибуток туристичного підприємства (12,0%) і комісійну винагороду агентам (8,0%). Відповідно, вартість туру в розрахунку на одного учасника становить 13 992,0 грн.

Вартість одного туру становить 13992,0 грн, собівартість — 11 000 грн.

Висновки до розділу 2.

Було проаналізовано особливості організації туристичних подорожей до Польщі. Встановлено, що туристична політика цієї країни базується на положеннях «Стратегії розвитку туризму на 2020–2026 рр.», яка передбачає вдосконалення системи міжнародного туризму через формування позитивного туристичного іміджу держави на світовому ринку, активну участь у міжнародних і європейських туристичних виставкових заходах, розвиток сучасної інфраструктури туристичної сфери за одночасного збереження та популяризації культурної спадщини.

На основі проведеного аналізу сформовано портфель туристичних програм до Польщі, що включає три тури тривалістю 7 та 5 днів. Розроблений продукт орієнтований на науковців і науково-педагогічних працівників, які проходять процедуру атестації на отримання вчених звань і потребують підвищення кваліфікації через навчання та стажування у закладах вищої освіти або наукових установах країн, що входять до Організації економічного співробітництва та розвитку ЄС. Програма передбачає проходження стажування, участь у наукових конференціях, публікацію наукових матеріалів та отримання відповідних сертифікатів і підтверджуючих документів, що відповідають вимогам наказу Міністерства освіти і науки України від 14.01.2016 № 13 «Про затвердження Порядку присвоєння вчених звань науковим і науково-педагогічним працівникам».

Для туру-стажування «Польсько-Балтійська подорож» (група 30 осіб та 1 супроводжуючий, тривалість 7 днів / 8 ночей, маршрут Львів – Люблін – Варшава – Вільнюс – Клайпеда – Рига – Вільнюс – Львів) було виконано розрахунок його вартості.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Як і будь-яка інша сфера економічної діяльності, індустрія туризму являє собою складну багаторівневу систему, рівень розвитку якої безпосередньо залежить від загального стану економіки країни. Зростання туристичної галузі значною мірою зумовлене задоволенням фундаментальної потреби людини у пізнанні навколишнього світу. Реалізація цієї потреби стала можливою завдяки підвищенню рівня життя населення у багатьох державах, розвитку транспортної інфраструктури, інформаційних технологій та процесів глобалізації. У низці країн, насамперед європейських, сформувалося навіть поняття «право на туризм», закріплене у Глобальному етичному кодексі туризму, ухваленому Всесвітньою туристичною організацією. Статистичні дані свідчать про стабільне зростання обсягів туристичних потоків у більшості регіонів світу в останні роки. Довгострокові перспективи розвитку галузі залишаються позитивними. Туристичний бізнес приваблює інвесторів відносно невеликими початковими витратами, швидкою окупністю, постійним зростанням попиту та високим рівнем рентабельності.

Було проаналізовано особливості організації туристичних подорожей до Польщі. Встановлено, що туристична політика країни ґрунтується на положеннях «Стратегії розвитку туризму на 2018–2026 рр.», яка орієнтована на вдосконалення системи міжнародного туризму шляхом формування позитивного туристичного іміджу держави на міжнародній арені, активної участі в європейських туристичних заходах, розвитку сучасної туристичної інфраструктури за одночасного збереження культурної спадщини та забезпечення регіонального розвитку.

У межах дослідження сформовано портфель туристичних програм до Польщі, що включає три тури тривалістю 7 та 5 днів. Запропонований продукт орієнтований на науковців і науково-педагогічних працівників, які проходять процедуру атестації для отримання вчених звань і потребують стажування у закладах вищої освіти або наукових установах країн, що входять до Організації

економічного співробітництва та розвитку ЄС. Програма передбачає навчання, стажування, участь у наукових конференціях, підготовку та публікацію наукових статей, а також отримання сертифікатів і підтверджувальних документів відповідно до вимог наказу Міністерства освіти і науки України від 14.01.2016 № 13.

Для туру-стажування «Польсько-Балтійська подорож» (група 30 осіб та 1 супроводжуючий, тривалість 7 днів / 8 ночей, маршрут Львів – Люблін – Варшава – Вільнюс – Клайпеда – Рига – Вільнюс – Львів) здійснено калькуляцію витрат, розроблено календарний графік реалізації туру та виконано прогнозування обсягів його продажу за роками. Вартість одного туру становить 13 992,0 грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09. 1995 р. зі змінами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zakon.rada.gov.ua
2. Національний класифікатор України «ДЕРЖАВНИЙ КЛАСИФІКАТОР ПРОДУКЦІЇ ТА ПОСЛУГ» (ДК 016:2010).- Режим доступу: <https://dkpp.rv.ua/>
3. Агафонова Л.Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л.Г. Агафонова, О.Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2006. – 351 с.
4. Байлик С. І. Технологія туристської діяльності : конспект лекцій / С. І. Байлик, І. В. Сегеда. – Х. : ХНАМГ, 2007. – 139 с.
5. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова. – К. : ЦУЛ, 2012. – 182 с.
6. Герасименко В.Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.] – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.
7. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Навчальний посібник / Дядечко Л. П. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 224 с.
8. Демко И. Мировой рынок туризма в 2009 году [Електронний ресурс] / Демко И. // Вокруг света. – 2010. – № 54. – Режим доступу до журн.: <http://www.salut.md/news>.
9. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підруч. / В. К. Кіптенко. – К. : Знання, 2011. – 429 с.
10. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / Кифяк В. Ф. – Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.
11. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник / С.П. Кузик. – К.: Знання, 2011. – 271 с.

12. Криховецький І. З. Туризм як економічна, соціальна й інтернаціональна галузь та джерело матеріального і духовного розвитку суспільства / І. З. Криховецький // Економіка та держава. – 2008. – № 10. – С. 41–42.
13. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства : підруч. / Н. Є. Кудла. – К. : Знання, 2012. – 343 с.
14. Любіцева О. О. Методика розробки турів : навч. посіб. /О. О. Любіцева. – К. : Альтпрес, 2003. – 104 с.
15. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг : навч. посіб. /О. О. Любіцева. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
16. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
17. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посіб. /М. П. Мальська, О. Ю. Бордун ; ЛНУ ім. І. Франка. – К. : ЦУЛ, 2012. – 246 с.
18. Мальська М. П., Туристичний бізнес: теорія та практика : підруч. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – [2-ге вид., перероб. та допов.]. – К. : Центр уч. л-ри, 2012. – 368 с.
19. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навчальний посібник / Мальська М., Худо В. В. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 424 с.
20. Міжнародний туризм і сфера послуг : підруч. / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.
21. Пазенок В.С., Федорченко В.К. Туризмологія: концептуальні засади теорії туризму.- монографія.- К.: ВЦ "Академія", 2013. - 368 с.
22. Папирян Г. А. Менеджмент в индустрии гостеприимства / Папирян Г. А. – Москва: Экономика, 2000. – 200 с.
23. Писаревський І. М. Організація туризму : підруч. / І. М. Писаревський, С. О. Погасій. – Х. : ХНАМГ, 2008 – 540 с.

24. Смирнов І. Г. Туристично-фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі / Смирнов І. Г. – Київ: Ун-т ім. М. П. Драгоманова.: Географія і сучасність, 2006. – вип. 5.
25. Сокол Т. Г. Основи туристичної діяльності : навч. посіб. / Т. Г. Сокол. – К. : Грамота, 2006. – 286 с.
26. Туризмолія: концептуальні засади теорії туризму : моногр. / В. К. Федорченко, В. С. Пазенок, О. А. Кручек [та ін.]. – К. : ВЦ «Академія», 2013. – 368 с.
27. Ухудшение положения в мировой индустрии туризма // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2009. – № 68. – С. 16. 272 Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 111 (Частина II), 2012
28. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підруч. / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К. : Знання, 2013. – 334 с.
29. Школа І. М. Менеджмент туризму : підруч. / І. М. Школа, О. П. Корольчук. – Чернівці : Кн. – XXI, 2011. – 464 с.
30. Шапелюк С. І. Туристичний продукт та туристична послуга: критерії розмежування понять [Електронний ресурс] / С. І. Шапелюк. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://tourlib.net/statti_ukr/shepeljuk.htm.
31. UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс] // Журнал Всемирной туристической организации «Туристический барометр». – 2018. – № 2. – С. 17 – Режим доступу до журн.: http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2018_02.pdf.
32. UNWTO World Tourism Barometer [Електронний ресурс] // Журнал Всемирной туристической организации «Туристический барометр». – 2017. – №1. – С. 7 – Режим доступу до журн.: http://tourlib.net/wto/UNWTO_Barometer_2017_01.pdf.
33. Hall M. Tourism and Innovation / M. Hall, W. Allan., 2008. – 264 p. – (Contemporary Geographies of Leisure, Tourism and Mobility).
34. B2C Tour - CRM система для турагентства. .- Режим доступа: <http://b2csoftware.com/ru/software/b2c-tour.asp>

35. SEO технології.- Режим доступа:
http://multiseo.net/?utm_source=google&utm_medium
36. Методичні рекомендації: до виконання дипломної роботи для студентів спеціальності 242 «Туризм» денної та заочної форм навчання [Електронний ресурс] Уклад. Д.І. Басюк, Н.В. Погуда, Т.Ю. Примак та ін. – К.: НУХТ, 2018.- 51 с. – 2 видання, оновлене та перероблене.
37. Бесплатный сервис Google .- Режим доступа:
<https://www.google.com.ua/search?ei=Q49UXOWYBIPPrGta0JbYAg&q=переводчик&oq=п>
38. Глобальний етичний кодекс туризму.- Режим доступу:
https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/983_001

**ДОДАТОК А
(ФРАГМЕНТ)****МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ****НАКАЗ****14.01.2016 № 13**

Зареєстровано в Міністерстві
юстиції України
03 лютого 2016 р.
за № 183/28313

Про затвердження Порядку присвоєння вчених звань науковим і науково-педагогічним працівникам

{Із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки
[№ 174 від 06.02.2017](#)}

Відповідно до [пункту 3](#) постанови Кабінету Міністрів України від 19 серпня 2015 року № 656 «Деякі питання реалізації статті 54 Закону України «Про вищу освіту» **НАКАЗУЮ**:

1. Затвердити [Порядок присвоєння вчених звань науковим і науково-педагогічним працівникам](#), що додається.
2. Визнати таким, що втратив чинність, [наказ Міністерства освіти України від 13 листопада 1997 року № 406](#) «Про Порядок розгляду атестаційних справ про присвоєння вчених звань професора і доцента», зареєстрований у Міністерстві юстиції України 22 грудня 1997 року за № 616/2420.
3. Департаменту атестації кадрів вищої кваліфікації (Криштоф С.Д.) забезпечити подання на державну реєстрацію цього наказу до Міністерства юстиції України в установленому законодавством порядку.
4. Цей наказ набирає чинності з дня його офіційного опублікування.
5. Контроль за виконанням цього наказу покласти на заступника Міністра Гевка А.Є.

Міністр**С. Квіт**

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Міністерства освіти

і науки України
14.01.2016 № 13

Зареєстровано в Міністерстві
юстиції України
03 лютого 2016 р.
за № 183/28313

ПОРЯДОК
присвоєння вчених звань науковим і науково-педагогічним працівникам

I. Загальні положення

1. Цей Порядок визначає механізм присвоєння науковим і науково-педагогічним працівникам вчених звань вченими радами вищих навчальних закладів або вченими (науково-технічними) радами наукових установ (далі – вчені ради), основні критерії оцінки їх науково-педагогічної або наукової діяльності, а також порядок позбавлення вчених звань.

2. Рішення про присвоєння вчених звань професора, доцента та старшого дослідника (далі – вчені звання) науковим і науково-педагогічним працівникам вищих навчальних закладів та наукових установ приймаються вченими радами.

Рішення про присвоєння вчених звань науково-педагогічним працівникам вищих духовних навчальних закладів може прийматися вченими радами вищих духовних навчальних закладів, статuti (положення) яких зареєстровані у встановленому законодавством порядку та які пройшли процедуру ліцензування освітньої діяльності, за умови дотримання вимог, встановлених цим Порядком.

3. Рішення вченої ради наукової установи про присвоєння вченого звання професора працівникам наукових установ (зі спеціальності) приймається з урахуванням відгуків не менше шести працівників цієї наукової установи – фахівців, яким з відповідної галузі знань (науки) та спеціальності присуджено науковий ступінь доктора наук, доктора філософії (кандидата наук) та/або присвоєно вчене звання професора.

Рішення вченої ради вищого навчального закладу або наукової установи про присвоєння вченого звання старшого дослідника приймається з урахуванням відгуків не менше шести працівників цього вищого навчального закладу або наукової установи – фахівців, яким з відповідної галузі знань (науки) та спеціальності присуджено науковий ступінь доктора наук, доктора філософії (кандидата наук) та/або присвоєно вчене звання професора, доцента чи старшого дослідника (старшого наукового співробітника).

Якщо у вищому навчальному закладі або науковій установі, в якій працює здобувач вченого звання старшого дослідника:

немає достатньої кількості висококваліфікованих фахівців з відповідної спеціальності, то вчена рада може розглядати питання щодо присвоєння вченого звання здобувачу із врахуванням відгуків фахівців інших вищих навчальних закладів або наукових установ, які відповідають вимогам абзацу другого цього пункту;

немає висококваліфікованих фахівців з відповідної спеціальності, то за клопотанням вищого навчального закладу або наукової установи, в якій працює здобувач вченого звання, питання щодо присвоєння вченого звання старшого дослідника може розглядати вчена рада іншого вищого навчального закладу або наукової установи.

4. Рішення вченої ради про присвоєння вченого звання приймається таємним голосуванням. Засідання вченої ради вважається правомочним, якщо на ньому присутні не менше ніж дві третини її членів. Рішення вченої ради вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менше ніж три четверті від кількості членів вченої ради, присутніх на засіданні. Рішення вченої ради дійсне протягом одного календарного року.

5. Рішення вченої ради про присвоєння вченого звання затверджується атестаційною колегією МОН.

II. Основні критерії оцінки науково-педагогічної або наукової діяльності здобувачів вчених звань

1. Вчене звання професора присвоюють працівникам вищих навчальних закладів, у тому числі закладів післядипломної освіти, які здійснюють освітню діяльність за відповідною спеціальністю на відповідному рівні вищої освіти, та вищих духовних навчальних закладів:

1) яким присуджено науковий ступінь доктора наук;

2) яким присвоєно вчене звання доцента або старшого дослідника (старшого наукового співробітника);

{Підпункт 3 пункту 1 розділу II виключено на підставі Наказу Міністерства освіти і науки № 174 від 06.02.2017}

{Підпункт 4 пункту 1 розділу II виключено на підставі Наказу Міністерства освіти і науки № 174 від 06.02.2017}

3) які пройшли навчання, стажування або працювали у вищому навчальному закладі, науковій (або науково-технічній) установі в країні, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку (далі – ОЕСР) та/або Європейського Союзу (далі – ЄС), або є (чи були) керівниками/виконавцями проектів, які фінансуються зазначеними країнами, та мають відповідні сертифікати, свідоцтва, дипломи чи інші документи, які це підтверджують;

4) які викладають навчальні дисципліни державною мовою та/або мовою країни, яка входить до ОЕСР, на високому науково-методичному рівні, що підтверджено висновком кафедри вищого навчального закладу;

5) які мають:

стаж роботи не менш як 10 років на посаді асистента, викладача, старшого викладача, доцента, професора, завідувача (начальника або його заступника) кафедри, у тому числі останній календарний рік на одній кафедрі (одного вищого навчального закладу) на посаді доцента, професора, завідувача (начальника або його заступника) кафедри, зокрема за сумісництвом або за трудовим договором (контрактом) з погодинною оплатою. Для

наукових працівників, які займаються науково-педагогічною діяльністю, стаж роботи може становити не менше п'ятнадцяти років на посадах наукових (відповідно до підпункту 1 пункту 2 цього розділу) та науково-педагогічних (відповідно до абзацу першого цього підпункту) працівників. Для науково-педагогічних працівників вищих духовних навчальних закладів враховується стаж педагогічної роботи у вищих духовних навчальних закладах, статuti (положення) яких зареєстровані у встановленому законодавством порядку;

навчально-методичні та наукові праці, які опубліковані після захисту докторської дисертації у вітчизняних та/або іноземних (міжнародних) рецензованих фахових виданнях, з яких не менше двох публікацій у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus або Web of Science, та не є перекладами з інших мов;

сертифікат відповідно до Загальноєвропейської рекомендації з мовної освіти (на рівні не нижче B2) з мов країн Європейського Союзу або кваліфікаційні документи (диплом про вищу освіту, науковий ступінь), пов'язані з використанням цих мов, або не менш як 10 праць, які опубліковані англійською мовою у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus або Web of Science, та не є перекладами з інших мов.

{Пункт 1 розділу II доповнено новим підпунктом 5 згідно з Наказом Міністерства освіти і науки [№ 174 від 06.02.2017](#)}

2. Вчене звання професора присвоюється працівникам наукових установ:

1) які працюють у наукових установах Національної академії наук та національних галузевих академіях наук, іншого підпорядкування, наукових організаціях, наукових підрозділах вищих навчальних закладів на посаді завідуючого (начальника) науковим відділом (відділенням, сектором, лабораторією), головного наукового співробітника, провідного наукового співробітника, старшого наукового співробітника або директора, заступника директора, вченого секретаря;

2) яким присуджено науковий ступінь доктора наук;

3) яким присвоєно вчене звання доцента або старшого дослідника (старшого наукового співробітника);

4) які мають:

стаж наукової та науково-педагогічної роботи не менш як 10 років, у тому числі останній календарний рік на одній із зазначених вище посад;

наукові праці, опубліковані після захисту докторської дисертації у вітчизняних та/або іноземних (міжнародних) рецензованих фахових виданнях, з яких не менше трьох публікацій у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus або Web of Science, та які не є перекладами з інших мов (за рішенням вченої ради вищого навчального закладу відсутність достатньої кількості таких наукових праць може бути замінена публікацією монографії англійською мовою в одному з міжнародних видавництв, перелік яких визначається рішенням вченої ради);

сертифікат відповідно до Загальноєвропейської рекомендації з мовної освіти (на рівні не нижче B2) з мов країн Європейського Союзу або кваліфікаційні документи (диплом про вищу освіту, науковий ступінь), пов'язані з використанням цих мов, або наявність у здобувача не менше ніж 10 праць, опублікованих англійською мовою у періодичних виданнях, які включені до наукометричних баз Scopus або Web of Science та не є перекладами з інших мов;

{Абзац четвертий підпункту 4 пункту 2 розділу II із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки [№ 174 від 06.02.2017](#)}

5) які пройшли навчання, стажування або працювали у вищому навчальному закладі, науковій (або науково-технічній) установі в країні, яка входить до ОЕСР та/або ЄС, або є (чи були) керівниками/виконавцями проєктів, які фінансуються зазначеними країнами, та мають відповідні сертифікати, свідоцтва, дипломи чи інші документи, які це підтверджують;

6) які підготували не менше ніж трьох докторів філософії (кандидатів наук).

3. Вчене звання професора присвоюється працівникам вищих навчальних закладів, у тому числі закладів післядипломної освіти, які здійснюють освітню діяльність за відповідною спеціальністю на відповідному рівні вищої освіти, та вищих духовних навчальних закладів, яким не присуджено ступінь доктора наук, але:

1) які мають науковий ступінь доктора філософії (кандидата наук);

2) яким присвоєно вчене звання доцента або старшого дослідника (старшого наукового співробітника);

3) які провадять навчальну діяльність не менш як 15 навчальних років на посаді асистента, викладача, старшого викладача, доцента, професора, завідуючого (начальника або його заступника) кафедрою, у тому числі останній календарний рік на одній кафедрі (в одному вищому навчальному закладі) на посаді доцента, професора, завідуючого (начальника або його заступника) кафедрою, зокрема за сумісництвом або за трудовим договором (контрактом) з погодинною оплатою. Для науково-педагогічних працівників вищих духовних навчальних закладів враховується стаж педагогічної роботи у вищих духовних навчальних закладах, статuti (положення) яких зареєстровані у встановленому законодавством порядку;

4) які мають:

навчально-методичні та наукові праці, опубліковані у вітчизняних та/або іноземних (міжнародних) рецензованих фахових виданнях, у тому числі не менше чотирьох публікацій у періодичних виданнях, включених до наукометричних баз Scopus або Web of Science, та які не є перекладами з інших мов;

сертифікат відповідно до Загальноєвропейської рекомендації з мовної освіти (на рівні не нижче B2) з мов країн Європейського Союзу або кваліфікаційні документи (диплом про вищу освіту, науковий ступінь), пов'язані з використанням цих мов;

{Абзац третій підпункту 4 пункту 3 розділу II із змінами, внесеними згідно з Наказом Міністерства освіти і науки [№ 174 від 06.02.2017](#)}

5) які пройшли навчання, стажування або працювали у вищому навчальному закладі, науковій (або науково-технічній) установі в країні, яка входить до ОЕСР та/або ЄС, або є (чи були) керівниками/виконавцями проектів, які фінансуються зазначеними країнами, та мають відповідні сертифікати, свідоцтва, дипломи чи інші документи, які це підтверджують;

6) які викладають навчальні дисципліни державною мовою та/або мовою країни, яка входить до ОЕСР, на високому науково-методичному рівні, що підтверджено висновком кафедри вищого навчального закладу;

7) які підготували не менше трьох докторів філософії (кандидатів наук).