

History of the Hospitality and Tourism Industry in Poland (Organizational Aspect)

UDC: 93.01.796

DOI: <https://doi.org/10.15421/172307>**Gugnin Aleksandr¹**Dr.Sc., Full Prof., <https://orcid.org/0000-0002-1997-2876>, a.gugin@ukr.net**Lisnievska Yuliia²**Ph.D., Assoc. Prof., <https://orcid.org/0000-0003-3068-0791>, 0558855@ukr.net¹*Dnipro Humanitarian University (Dnipro, Ukraine)*²*Dnipro Academy of Continuing Education (Dnipro, Ukraine)*

Abstract

The topicality of the topic is due to insufficient conceptual development of the problems of the genesis of tourism as a phenomenon of human activity. It is shown that even in the period of primitive society, hunters and shepherds searched for new lands, and later merchants traveled to purchase goods and find new markets. It is established that Hammurabi's code protected the rights of travelers, and the owners of shelters were charged with the duty of care for the life and property of travelers. In ancient Greece, it was believed that the traveler was under the protection of the gods. The choice of the research object is not random. It has been proven that since the early Middle Ages, Poles have been the most active tourists among the countries of Eastern Europe. The leading theme of the narration is the clarification of state regulation of the Polish tourism industry, active support of this socio-economic industry by the state, territorial communities and associations of private entrepreneurs. The purpose of the article is to analyze the sequence of stages of development of tourism and the general hospitality industry in Poland, taking into account the organizational aspect of activity. The article reveals the patterns of growth of the hospitality and tourism business in connection with the division of the country between three empires - Austro-Hungarian, German and Russian. The research used the system-historical method, which made it possible to consistently highlight the genesis of the phenomenon, taking into account objective and subjective factors. In the results of the work, the categories characterizing the phenomenon of tourism are illuminated, and their epistemological and ontological justification is given. The organizational and management factor of Polish tourism policy at the state and regional levels is highlighted. Social determinants and national-psychological motives of Poles' travels and stay in neighboring countries are presented. Attention is paid to the analysis of tourism in different periods of Polish history. Here, the correctness of the authors' use of a dichotomous division of content is logically proven: first, Polish hospitality as the basic basis of tourism, and later, the chronological sequence of the stages of the development of the tourism business, taking into account the socio-economic context.

Keywords: Poland, tourism, hospitality, business, tourism industry, management

Історія індустрії гостинності та туризму у Польщі (організаційний аспект)

Гугнін Олександр¹, Ліснівська Юлія²¹*Дніпровський гуманітарний університет (Дніпро, Україна)*²*Дніпровська академія неперервної освіти (Дніпро, Україна)*

Анотація

Актуальність теми зумовлена недостатньою концептуальною розробкою проблем генези туризму як феномена людської діяльності. Показано, що ще в період первісного суспільства мисливці та пастухи шукали нових земель, а пізніше купці подорожували, щоб придбати товари та знайти нові ринки збуту. Встановлено, що в кодексі Хаммурапі захищалися права мандрівників, і на власників притулків покладалася обов'язок піклуватися про життя та власність мандрівників. У Стародавній Греції вважалося, що мандрівник перебуває під охороною богів. Вибір об'єкта дослідження не випадковий. Доведено, що починаючи з раннього середньовіччя, поляки є чи найактивнішими туристами серед країн Східної Європи. Провідною темою наративу є освітлення державного регулювання польської індустрії туризму, активної підтримки цієї соціально-економічної галузі з боку держави, територіальних громад та об'єднань приватних підприємств. Метою статті є аналіз послідовності етапів розвитку туризму та загальної індустрії гостинності у Польщі із урахуванням організаційного аспекту діяльності. У статті розкриваються закономірності зросту гостинного і туристичного бізнесу в зв'язку з розділом країни між трьома імперіями – Австро-Угорською, Німецькою та Російською. У дослідженні використано системно-історичний метод, що дозволило послідовно висвітлити генезис явища з урахуванням об'єктивних та суб'єктивних факторів. У результатах роботи освітлені категорії, що характеризують феномен туризму, дано їх ґносеологічне та онтологічне обґрунтування. Виділено організаційно-управлінський фактор польської туристичної політики на державному та регіональному рівнях. У закінченні представлені суспільні детермінанти та національно-психологічні мотиви подорожей і перебування поляків на території сусідніх країн. Увагу приділено аналізу туризму у різні періоди історії Польщі. Тут же логічно доведена слушність використання авторами дихотомічного поділу контенту: спочатку польська гостинність, як базова основа туризму, а пізніше хронологічна послідовність етапів розвитку туристичного бізнесу з урахуванням соціально-економічного контексту.

Ключові слова: Польща, туризм, гостинність, туристична галузь, бізнес, управління

Вступ

Історія туризму визначається як наука, що вивчає подорожі (походи, екскурсії тощо), починаючи з глибокої давнини і до теперішнього часу. Експлікація в тексті здійснена на прикладі Польщі – сусідньої європейської держави з дуже непростю матеріальною та духовною історією.

Мета статті – представити історію польського туризму та індустрії гостинності з урахуванням організаційної складової даного виду діяльності. Головну увагу приділено опису особливостей туризму та гостинності у Польщі. Виділяється організаційно-управлінський аспект політики польського туризму на державному та регіональному рівнях. Методологічною основою статті є принцип історизму та наукової об'єктивності, який дозволив системно та послідовно розглянути компоненти туристичного бізнесу у Польщі. З метою з'ясування причин виникнення та логіки розвитку туризму у статті застосовано історико-організаційний підхід до вивчення шляхом звернення до спорідненого феномену соціальної організації – економіки гостинності, її традицій та досягнень.

Історія туризму та гостинності, так само, як і інші науки, формує певний понятійний апарат. На початку слід розкрити категорії, що характеризують феномен туризму та подорожей у різні епохи, починаючи від стародавнього світу та розглянути визначення найважливіших понять – «подорож» та «туризм». Дослідники вважають, що ці поняття нерозривно пов'язані між собою, оскільки обидва описують певний образ життєдіяльності людини (Дранкевич, & Нагорний, 2008, с. 34).

Мандрівник – це будь-яка особа, яка здійснює переміщення у просторі між двома чи більше географічними пунктами. При цьому вчені сходяться на тому, що туризм є окремою різновидністю подорожей (Дранкевич, & Нагорний, с. 8).

Туризм це окрема різновидність подорожей з чітко визначеними цілями, поєднується з професійною діяльністю, спрямованою на організацію та здійснення таких подорожей. Людина, яка бере участь у туристичній подорожі, поїздки або походи, називається туристом. На розвиток туризму впливають економічні та геополітичні процеси, що відбуваються як в окремій країні, так і у світі загалом. Можна зробити висновок, що туризм у сучасному значенні – це переміщення людей з використанням природно-кліматичних та історико-культурних туристських ресурсів, матеріально-технічної бази туризму та інших важливих факторів, що визначають рівень та якість обслуговування.

Однією з найважливіших категорій, що використовуються у цій галузі бізнесу, є категорія гостинності. Не викликає сумніву, що подорожі були б неможливі, якби мандрівникам не було де зупинитися на нічліг і отримати провізію. Гостинність має довгу

історію, вона починається з найдавнішої традиції «переломити хліб» із мандрівниками. У різних народів світу склалися різні традиції та звичаї зустрічати гостей. Особливості побутової культури впливають на формування гостинності як необхідної складової промисловості туризму. А сам термін «гостинність» походить від старофранцузького слова *hospice*, і означає «будинок, де приймають мандрівників» (рос. *странноприимный дом*). У побутовому сенсі гостинність, – зазначають Дранкевич та Нагорний, – «це властивість характеру людини, яка відрізняється привітністю та хлібосољством, а також традиції зустрічі гостей у різних культурах» (Дранкевич, Нагорний, с.9). У контексті вивчення туристичного бізнесу – це узагальнена назва системи обслуговування людей, які перебувають у подорожі, на відпочинку тощо далеко від свого дому. У цьому сенсі гостинність включає такі напрями діяльності, як розміщення та харчування гостей, надання їм різного роду соціокультурних послуг (екскурсії, проведення конференцій та ін.).

Походження та сутність гостинності у Польщі

Відразу слід зазначити, що у Польщі гостинність є спільною характерною рисою нації, що підтвердив нещодавній факт надання притулку українським біженцям від російської агресії. Початок польського готельного господарства сягає витоків розвитку польської державності.

Першим «гуртожитком» у Польщі стала богадільня, заснована в 1187 році у м. Познань (Kulczycki, 1989). Король Мешко I поселив там лицарів ордена Святого Іоанна, які керували подібними закладами по всій Європі. У наступні століття богадільні, заїжджі двори, шинки та таверни були засновані майже у всіх великих містах. У XII столітті монастир у м. Тинець відкрив заїжджий двір з пивоварнею. У 1374 році в статут короля Казимира Великого було внесене положення: «Щоб ніхто не наважувався чинити насильство над шинкарями» (Kulczycki, 1989). На початку право утримання заїжджих дворів належало до місцевої шляхти, яка найчастіше здавала їх в оренду духовенству. Зазвичай збудовані біля костелів, заїжджі двори надавали мандрівникам скромну їжу та житло безкоштовно. Однак, у XIV столітті єпископи заборонили духовенству цей вид діяльності, і утримання заїжджих дворів та притулків перейшло у світські руки. Безкоштовна початково гостинність почала швидко розвиватися у формі послуг, що надаються за гроші. Розквіту цієї діяльності сприяли також розвиток торгівлі та активізація політичного життя.

До XVI заїжджі двори перебували, переважно, у руках корінних поляків, пізніше поступово перейшли до рук євреїв. Відкриття нових заїжджих дворів було пов'язане із зростанням поселень. У міських заїжджих дворах можна було переночувати, але в дуже примітивних умовах, з низьким санітарним рівнем.

Часто цим притулком приписувалася роль осередків пияцтва. Більш заможні мандрівники возили з собою все спорядження, включаючи ліжка, постільні речі та посуд. Цей звичай був особливо поширений серед багатой польської знаті (Bocho, & Gaska, 2023).

У XVI столітті міські заїжджі двори, пишуть польські автори, стали насамперед цеховим закладом, центром життя колег по цеху та атрибутом буржуазії, хоча соціальний стан їхніх власників залишався низьким. Поступово формувалась якісно нова модель засобів розміщення мандрівників. У 1691-1695 роках з ініціативи короля Яна III Собеського та його дружини, королеви Марисеньки в центрі Варшави був побудований Maływil – гігантський трактир зі складом та торговим залом, що служив готелем для приїжджих купців. Maływil стає першим справжнім готелем у Польщі, процвітав він до 1825 року.

Згідно з історичними джерелами, Польща, Литва та Іспанія були на той час відомі як країни, що відзначаються особливою гостинністю, тому мандрівники з різних куточків світу прагнули побувати в місцевих готелях. На рубежі XVII – XVIII століть у Польщі з'явилися перші готельні комплекси, подібні до СПА-готелів. Так у 1687 році у Чеплице-Здруй побудували перший великий курортно-готельний комплекс. Важливими курортними центрами того часу були Кудова-Здруй, відомий ще з XVI століття та Єдліна-Здруй.

У той самий час, у зв'язку з появою гірського туризму, у Судетах почали з'являтися перші гірські притулки, а початок XIX століття приніс бурхливий розвиток т. зв. поштових заїжджих дворів. Тому в 1824 році головне управління Корпусу дорожніх і мостових інженерів видало інструкцію, що містила плани і описи заїжджих дворів, які належало будувати вздовж магістральних доріг.

Середина XIX століття ознаменувалася подальшим розвитком готельного господарства країни. У 1842 році в м. Познань відкрився готель «Базар», а в 1851-1853 роках був побудований готель «Відень». У центрі Варшави з 1857 року найпрестижнішим вважався готель «Європейський». Приблизно в той же час були відкриті готелі «Френч» у Кракові, «Гранд» у Лодзі, «Європа» у Любліні, «Монополь» у Вроцлаві. Наприкінці XIX століття численні готелі також почали будуватися на польських курортах – у Сопоті, Криниці, Свиноуйсці та Судетах.

Двадцяте століття розпочало новий етап розвитку польської готельної індустрії, деякі готелі були обладнані за найвищим стандартом, порівнювальним із західноєвропейським. Це готелі "Брістоль", "Англійський" у столиці, "Френч" у Кракові, "Жорж" у Львові. Багато готельних об'єктів з'явилося на узбережжі Балтійського моря та у повітах Новий Тарг, Новий Сонч та Чешин. Про швидкий розвиток готельного бізнесу в країні свідчить створення у 1928 році Управління польської готельної промисловості

(Kowalczyk, 2019). У міжвоєнний період у Польщі, крім готелів та пансіонатів, почали прискорено створюватися гірські та молодіжні гуртожитки, екскурсійні будинки та кемпінги. Вони, як правило, були розташовані у великих містах – Варшаві, Кракові, Львові, Вільнюсі, а також на Балтиці та у Карпатах. Дослідники наголошують, що у готельному бізнесі на той час переважали невеликі приватні заклади. Крім того, була поширена так звана незареєстрована гостинність: власники приватних квартир здавали кімнати або цілі квартири малозабезпеченим клієнтам (Reczek, 2007).

У перші ж роки після закінчення Другої світової війни з'явилась гостра необхідність відбудови готельних об'єктів, зруйнованих під час війни. При цьому, завдяки новій політичній системі всі готелі, пансіонати та гуртожитки були націоналізовані. Якщо раніше найкращі польські готелі належали до відомства приватної туристичної організації «Орбіс», що функціонувала у Львові з 1923 року, то тепер значна частина пансіонатів та готелів увійшла до Фонду відпочинку трудящих (ФВТ), створеного у 1948 році (Gryszel, 2022). Крім того, будинки відпочинку та курорти не були типовими готельними об'єктами, для перебування в них вимагалось відповідне скерування з місця роботи або ФВТ. У 1966 році у Польщі була створена перша система класифікації та категоризації готелів.

У 1970-х роках польський ринок гостинності прийняв перші зарубіжні готельні системи. У центрі Варшави в 1974 році відкрився готель «Форум» на 730 номерів, збудований шведськими компаніями. У 1974-1976 роках у кількох містах були відкриті готелі французької мережі «Novotel» (Gryszel, 2018).

Структура розвитку готельної індустрії, що склалася за часів Польської Народної Республіки, після 1989 року зазнала поважних змін, пов'язаних із трансформацією власності та новими тенденціями інвестування. На ринку з'явилися провідні світові системи Holiday Inn, Marriott, Accor, Louwte, а вітчизняні господарі, за винятком «Орбісу», у значній мірі позбулися своєї власності. Від того часу кількість готельних місць, що належать до приватних власників, систематично зростає.

Історія польського туризму

Початок туризму у Польщі, пише історик Яцек Краш, був пов'язаний з паломництвом і подорожуванням у торгових цілях (Kraś, 2018). У цьому сенсі особливе значення мав приїзд у 1246 році до двору Великого монгольського хана вроцлавського ченця Бенедикта Поляка як члена папської місії. Наприкінці середньовіччя у Польщі з'являються папські і цесарські дипломати, а також радники польських королів Казимира Ягеллончика і Яна Ольбріхта, як наприклад Філіппо Буонакорсі, який розпочав місію з 1470 року. Польська молодь у XIV-XVI також виїжджала навчатися переважно

до італійських університетів – до Болоньї та Падуї. За часів Казимира Великого там навчалося кілька десятків поляків (Kraś, 2018). Наукові зв'язки польських вчених з європейськими університетами відчутно зміцнюються після відкриття університету в Кракові. Наприклад, його випускники Коперник та Гжегож із Санока поглиблювали свої знання в Європі.

Вже на той час у Польщі з'являються перші путівники для туристів. Відомий мандрівник того часу францисканський ченець Ян Поляк у 1421-1422 роках здійснив паломництво на Святу землю і описав його латинською мовою. До наших часів збереглися написані Петром Мешковським на початку XVII століття «Вказівки для подорожі» та виданий у 1614 році в Кракові «Польський паломник або короткий опис міста Риму та інших італійських міст». Микола Рей радить молодим мандрівникам звертати увагу на вибір місця, уважно приглядатися до звичаїв іноземців та уникати поганого товариства, особливо земляків (!) (Kraś, 2018). Як свідчать деякі джерела, починаючи з середини XVI століття подорожі перетворилися на «погану звичку» польської шляхти. Шляхтичі подорожували в основному пішохідними стежками в релігійних, дипломатичних або комерційних цілях. А на переломі XVIII-XIX сторіч для них відкрився рекреаційний та бальнеологічний туризм – це період розвитку таких курортних міст, як Криниця, Бузко, Чехочинек та Закопане (Hennel, 2009). Ініціатором розвитку польського туризму у цей період був Станіслав Сташіц – державний діяч, вчений і меценат (1755-1826 рр.). Процес соціальних та економічних змін, що відбувалися у цей час у всьому світі, створив сприятливі умови для розвитку туризму в Польщі. Та якщо у Західній Європі туризм організовували підприємливі люди, які добре розуміли потреби ринку та передбачали потенціальні прибутки, то у Польщі це були насамперед громадські діячі, натхнені почуттям культурної та національної місії. Туризм був одним з важливих елементів загальнонаціональної кампанії відродження Польщі.

Станіслав Сташіц, – пише Малгожата Леван у монографії «Нарис історії туризму в Польщі», – «досліджував корисні копалини та організував численні геологічні експедиції по всій країні» (Lewan, 2004). Він перший на диліжансі, на конях та пішки об'їздив усю країну і пізніше описав всі її туристичні переваги. У 1805 році підкорив вершину Татр Ломніцу. Мав французьку університетську освіту, був удостоєний найвищих нагород Польщі» (Hennel, 2009).

Польський краєзнавець Вінцент Поль (1807-1872), професор кафедри географії Ягеллонського університету, відомий як перший дослідник Судет. Поль є автором твору «Пісня про землю нашу», в якому, за словами Малгожати Леван, «показав свою величезну любов до Польщі і її цінність для виховання молодого покоління». Здійснював численні екскурсії

з молоддю у Карпати, описавши їх пізніше у своїх краєзнавчих роботах (Lewan, 2004).

Можна виокремити послідовні періоди розвитку туризму у Польщі:

- перший період – 1873-1918 рр. – є періодом формування ідеологічних та організаційних засад польського туризму та краєзнавства;
- другий період – 1918-1939 рр. – прискорений розквіт туристичної діяльності у Польщі між першою та другою світовими війнами;
- третій період – 1945-1989 рр. – становлення та розвиток туризму в соціалістичній Польщі;
- четвертий період - з 1990 року, початку системної трансформації країни, до сьогодення – пануючим трендом є входження на вітчизняний ринок міжнародних туристичних і готельних мереж.

Кожний період розвитку туризму має свою історичну специфіку, що сформувалася на тлі завдань і проблем, культурних та соціально-економічних умов.

Перший період. Польське суспільство, незважаючи на розділ, поряд з потребами самоорганізації відчувало також необхідність вирішення завдань, пов'язаних з туризмом і ознайомленням з вітчизняними пам'ятками. Політична ситуація стримувала формування великих організацій та закладів. Тільки після виникнення визначених форм польської культурної автономії у Галичині виникає можливість створення туристичної організації. У 1873 році було засновано Галицьке Татранське товариство. Його метою було геологічне дослідження польських гір та популяризація знань про них, а також охорона природи. Товариство згуртувало у своїх лавах відомих фахівців та вчених та вело багатосторонню діяльність (Lewan, 2004). У 1874 році на Морському Оці була зведена перша гірська турбаза, за два роки відкрито бази у Розточчі та на П'яти ставах, а в 1894 р. – у Халі Гонсеніцевій. Завдяки діяльності Татранського товариства почався інтенсивний розвиток цього регіону. Татри стали основною базою вивчення польських земель, а Закопане – головним туристичним та оздоровчим курортом. Згодом акція поширилася й на інші регіони країни.

Екскурсійний напрямок відіграв новаторську роль у просуванні польського туризму та реалізування

почуття патріотизму. Туристичне товариство успішно здійснювало поставлені завдання, такі як збирання туристичної інформації, збір наукових колекцій, організація краєзнавчих походів, організація екскурсійних виставок (Izydorczyk, 2005).

Другий період. Після Першої світової війни з'явилася можливість для розвитку туризму та збільшення його доступності. Змінилися умови, роль та сфера діяльності Татранського товариства та Польського краєзнавчого товариства. Активісти з ентузіазмом розпочали новий період розвитку

туризму. Були збудовані нові турбази в Турбачі, Пільську, Явожині та кілька притулків у Сілезьких Бескидах та східних Карпатах.

У 1935 році з ініціативи міністерства транспорту створено Лігу підтримки туризму, метою якої була організація та розвиток масового туризму. У 1937 році з ініціативи Об'єднання молоді «Wici», Профспілки робітників сільськогосподарських кооперативів та організацій був створений Кооператив з організації туризму та дозвілля «Громада» (STW - Spółdzielnia Turystyczno-Wypoczynkowa «Gromada»). Кооператив згуртував прогресивних активістів туризму, проте діяльність «Громади» не знайшла підтримки у тодішньої влади країни (Tugos, 1991).

У 1938 році виникла Асоціація організацій освіти та культури, яка об'єднала представників прогресивної, демократичної та лівої польської інтелігенції. Незважаючи на те, що проіснувала лише рік, вона направила у тури понад 30 000 осіб. Це перша вдала спроба організації соціального туризму у Польщі.

У міжвоєнний період починають формуватися перші контури польського туристичного господарства. Туризм відповідав економічним інтересам власників готелів, ресторанів, засобів комунікації, комерційних закладів, і навіть інтересам муніципальної влади, які вбачали у ньому чинник зростання економічної активності своїх територій. У зв'язку з цим об'єдналися сільськогосподарські та пропагандистські колективи, що поєднували інтереси приватних осіб та органів місцевого самоврядування – виникли організації під назвою «об'єднання підтримки туризму». Спочатку у Кракові, а згодом у Варшаві та Плоцьку були утворені туристичні асоціації, які здійснювали нагляд за діяльністю членів групи та прибутковістю туристичних послуг.

Згодом асоціації трансформувалися у туристичні агентства. Перше приватне туристичне агентство «Орбіс», як вказувалося вище, було створене у Львові у 1923 році. Варто зазначити, що частина компанії незабаром перейшла у власність національному банку. «Орбіс» до 1939 року перетворився на велике підприємство з 91 вітчизняними та зарубіжними філіями.

Результатом популяризації діяльності, що полягала на ознайомленні з визначними вітчизняними пам'ятками, стало туристичне агентство під назвою «Поль Тур». На туристичному ринку привертав увагу також успіх приватних компаній «Ікар» та «Франкополь» (Lewan, 2004).

Третій період. Після другої світової війни Польща вступила на шлях соціалістичного будівництва. Під час війни досягнення вітчизняного туризму попередніх років зазнали поважних знижень. Загибло багато людей, які створювали підвалини вітчизняного туризму, згоріли десятки притулків, були зруйновані готелі, дома відпочинку і пансіонати. У післявоєнній

відбудові економіки та соціальному реформуванні значну роль відіграє розвиток туризму. Туризм і організація відпочинку громадян перестають бути сферою інтересів тільки приватних осіб. Відпустка і відпочинок трудящих перетворилися на область зацікавленості соціалістичної держави і заклали фундамент масового соціального туризму. Всі кроки нової влади у перші післявоєнні роки були спрямовані на систематизацію та програмування туризму, адаптованого до нових соціально-економічних умов.

Масовий попит на відпочинок і організоване дозвілля, особливо для сімей, активізував будівництво будинків відпочинку і пансіонатів, яке розпочали з 1956 року підприємства та профспілки.

У 1950 році засновано організацію під назвою Польське туристичне та екскурсійне товариство (ПТЕТ). Беззаперечно цінним досягненням створеного товариства став розвиток різних дисциплін кваліфікованого туризму. Крім того, у 1950-1956 роках це була єдина організація, що розвивала туризм у середній школі.

17 лютого 1960 року Сейм Польської Народної Республіки заснував Головний комітет фізичної культури і туризму (ГКФКіТ) як вищий державний орган з фізичної культури і туризму. Розвитку туризму в країні сприяв створений сеймом Центральний фонд туризму та відпочинку, на кошти якого в 1961–1967 роках побудовано понад 39 тисяч місць ночівлі та модернізовано понад 26 000 готельних місць (Reczek).

Перше місце серед туристичних фірм як і раніше, посідало державне підприємство «Орбіс». Як зазначає Леван, в 1973 році воно мало 54 відділи у Польщі та 15 інформаційних осередків за кордоном, в тому числі у Нью-Йорку, Лондоні, Парижі, Римі, Відні, Стокгольмі, Берліні, Москві, Празі і Будапешті (Lewan, 2004). Навіть у 1990 році мережа готелів «Орбіс» налічувала 53 об'єкти.

У 1970-ті роки темпи зростання обсягів туристичної бази стали значно повільнішими, а з 1980-х набирає ваги поетапна втрата потужності туристичних об'єктів і зменшення туристичного потоку. Спад викликала соціально-економічна криза, що розпочалася у Польщі. Важливу роль у польській туристичній моделі починає відігравати комерційний туризм.

Четвертий період. На переломі 1989-1990 років польське туристичне господарство трансформувалося відповідно до засад вільноринкової економіки. Всебічна соціально-економічна реформа значно знизила життєвий рівень поляків і, як наслідок, зменшилось зацікавлення туризмом. Надії на вихід з несприятливої ситуації багато в чому залежали від зростання іноземного в'їзного туризму. Проте, згідно з рішенням Всесвітньої туристичної організації, лише деякі відвідувачі Польщі (перебуваючі довше від одного дня) вважаються туристами. Інститут туризму ITIS (Malta Tourism Institute) обрахував, що

в 1996 році кількість іноземних туристів у Польщі становила близько 19,4 млн. гостей.

В основному, перебування та екскурсійний туризм у Польщі тепер пов'язані з корпораціями «Орбіс», «Спорт-Турист», «Громада» та молодіжними туристичними агентствами Алматур, Ювентур, Харктур. Найбільш привабливі для туристів регіони Польщі сьогодні це узбережжя Балтійського моря (особливо Тримісто і півострів Хель), Мазурське приозер'я, Татри, Бескіді, Карконоша, а найбільш відвідувані міста – Варшава та Краків. Протягом останньої декади значно зросли доходи від традиційного туризму, яким у Польщі є санаторно-курортний рух, тоді як іноземний туризм занепадає. Занепад в першу чергу спричинила пандемія, а також погіршення відносин з деякими сусідніми державами. Але не слід применшувати і роль інших факторів, таких як недостатній рівень розвитку туризму та співвідношення ціна/якість (дуже високі ціни при низькому рівні сервісу). Проте, навіть за не зовсім сприятливих зовнішніх та внутрішніх чинників, у 2021 році доход туристичної галузі у Польщі становив 29,17 млрд злотих або 6,74 млрд \$.

Висновки

Людина, яка подорожує – це одна з найромантичніших постатей в історії людства. Якщо світ – це захоплююча книга, то мандрівник, згідно з польським прислів'ям, може прочитати її всю, а той, хто сидить удома, змушений протягом усього життя читати одну й ту саму сторінку. Як показує польський досвід, приваблива сила туризму живиться не тільки його бізнес-можливостями, а й непогамованим

прагненням людини бачити нові місця, здобувати нові враження, збагачувати своє життя пригодами та пізнанням кулінарних особливостей чужих країн. Перші польські туристи були паломниками до святих місць у своїй країні та поза нею, доходили до Єрусалиму. Водночас поляки пересікали кордон і з більш войовничими намірами: брали активну участь у хрестових походах, козацьких набігах на турків, і шли із Наполеоном на Москву.

Важливо підкреслити, що туристична індустрія завжди перебувала у центрі уваги держави, територіальних громад та об'єднань приватних підприємств. Розвиток цієї важливої соціально-економічної галузі був рушійною силою позитивних перетворень не тільки окремих регіонів країни, але й народного господарства в цілому. Туризм був і залишається однією з найбільш прибуткових і динамічних галузей господарства. Як було зазначено, туризм та індустрія гостинності позитивно впливають на міжнародний імідж Польщі. Серед туристів найпопулярнішими містами є Краків, Варшава, Вроцлав, Гданськ, Торунь. Найбільш привабливі місця відпочинку це Мазурський озерний край, узбережжя Балтійського моря, Татри і Біловезька пуша. Як наголошувалося, основні туристичні пропозиції Польщі складаються з огляду визначних пам'яток у містах та пригостання національною кухнею, ділових поїздок та сільськогосподарського туризму.

За підрахунками Інституту Туризму в 2016 році країну відвідало 80, 5 млн. іноземних туристів. У листопаді 2018 року Польща посіла 7 місце у рейтингу Міжнародного туризму «Tourism Rank».

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Дранкевич, О., & Нагорный, М. (2008). *История путешествий и туризма*. Минск: БГУФК.
- Bocho, W., & Gaska, S. (2023). *Historia hotelarstwa*. Retrieved from https://sciaga.pl/tekst/49276-50-historia_hotelarstwa-23_01-26
- Gryszel, P. (2022). *Zarys historii turystyki w Polsce*. Retrieved from <https://www.yumpu.com/xx/document/view/50921048/zarys-historii-turystyki-w-polsce-lotur>
- Gryszel, P., & Walesiak, M. (2018). The Application Of Selected Multivariate Statistical Methods For The Evaluation Of Tourism Competitiveness Of The Sudety Communes. *Argumenta Oeconomica*, 1(40).
- Hennel, R. (2009). *Tatrami urzeczeni*. Polityka, 2.
- Izydorczyk, A. (2005). *Organizacja turystyki w Polsce*. Kraków: PROKSENIA.
- Kowalczyk, A. (2019). *Geografia turystyki*. Warszawa: PWN.
- Kraś, J. (2018). Początki turystyki w Polsce. *Saeculum Christianum; pismo historyczno-społeczne*, 15(2).
- Kulczycki, Z. (1989). *Zarys historii turystyki*. Warszawa: PTTK.
- Lewan, M. (2004). *Zarys dziejów turystyki w Polsce*. Kraków: PROKSENIA.
- Reczek, W. (1978). Model organizacyjny turystyki w Polsce. *Sport i Turystyka*, 7.
- Turos, L. (1991). Jak dawniej oceniano krajoznawstwo i turystykę. *Poznaj swój kraj*, 4.

REFERENCES

- Bocho, W., & Gaska, S. (2023). *Historia hotelarstwa*. Retrieved from https://sciaga.pl/tekst/49276-50-historia_hotelarstwa-23_01-26
- Drankievich, O., & Nagorny, M. (2008). *Istoria puteshestviy i turizma*. Minsk: BGUFK.
- Gryszel, P. (2022). *Zarys historii turystyki w Polsce*. Retrieved from <https://www.yumpu.com/xx/document/view/50921048/zarys-historii-turystyki-w-polsce-lotur>
- Gryszel, P., & Walesiak, M. (2018). The Application Of Selected Multivariate Statistical Methods For The Evaluation Of Tourism Competitiveness Of The Sudety Communes. *Argumenta Oeconomica*, 1(40).
- Hennel, R. (2009). *Tatrami urzeczeni*. Polityka, 2.
- Izydorczyk, A. (2005). *Organizacja turystyki w Polsce*. Kraków: PROKSENIA.
- Kowalczyk, A. (2019). *Geografia turystyki*. Warszawa: PWN.
- Kraś, J. (2018). Początki turystyki w Polsce. *Saeculum Christianum; pismo historyczno-społeczne*, 15(2).
- Kulczycki, Z. (1989). *Zarys historii turystyki*. Warszawa: PTTK.
- Lewan, M. (2004). *Zarys dziejów turystyki w Polsce*. Kraków: PROKSENIA.
- Reczek, W. (1978). Model organizacyjny turystyki w Polsce. *Sport i Turystyka*, 7.
- Turos, L. (1991). Jak dawniej oceniano krajoznawstwo i turystykę. *Poznaj swój kraj*, 4.