

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ГНАТЮКА**

**Географічний факультет
Кафедра географії України і туризму**

Магістерська робота

**на тему: «ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНО-ПОЛЬСЬКОГО
ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ»**

Спеціальність:

242 Туризм і рекреація, 035 Філологія

Освітня програма:

Міжнародний туризм та крос-культурні комунікації

Студента групи мМТК-16
ГРАБЧАКА Володимира
Васильовича

НАУКОВИЙ КЕРІВНИК:
Кандидат географічних наук, доцент
ПОПЛАВСЬКА Інна
Володимирівна

КОНСУЛЬТАНТ:
Доктор педагогічних наук, професор
СОКОЛ Мар'яна Олегівна

РЕЦЕНЗЕНТ:
Менеджер туристичної компанії
«Рід-Тур»
ПРУТ Дмитро Володимирович

Робота захищена з оцінкою:
Національна шкала _____
Кількість балів: ____ Оцінка: ECTS ____

АНОТАЦІЯ

Грабчак В.В. Перспективи розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва в галузі туризму Магістерська робота. Тернопіль: ТНПУ ім. В.Гнатюка, 2026. 111 с.

У магістерській роботі досліджено українсько-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму як важливий чинник розвитку прикордонних територій, активізації туристичних потоків, зміцнення міждержавних зв'язків та європейської інтеграції України. Розкрито туристично-рекреаційний потенціал прикордонних регіонів України та Польщі, проаналізовано роль програм Interreg, єврорегіонів, грантових ініціатив і партнерських проєктів у формуванні спільних туристичних маршрутів, брендів та цифрових туристичних сервісів.

Окрему увагу приділено філологічним аспектам транскордонного туризму, зокрема значенню мовного фактора, перекладу та адаптації туристичного контенту для забезпечення якісної міжкультурної комунікації. Практичне значення дослідження полягає в можливості використання його результатів органами місцевого самоврядування, туристичними підприємствами, громадськими організаціями та освітніми установами для розробки стратегій розвитку українсько-польського транскордонного туризму.

Ключові слова: транскордонне співробітництво, українсько-польський туризм, прикордонні території, туристичний потенціал, єврорегіони, Interreg, міжкультурна комунікація, туристичний переклад.

ABSTRACT

Hrabchak V.V. Prospects for the Development of Ukrainian-Polish Cross-Border Cooperation in the Field of Tourism. Master's Thesis. Ternopil: Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, 2026. 111 p.

The master's thesis examines Ukrainian-Polish cross-border cooperation in the field of tourism as an important factor in the development of border regions, the intensification of tourist flows, the strengthening of interstate relations and Ukraine's European integration. The research reveals the tourism and recreational potential of the border regions of Ukraine and Poland and analyses the role of Interreg programmes, Euroregions, grant initiatives and partnership projects in the formation of joint tourist routes, tourism brands and digital tourism services.

Special attention is paid to the philological aspects of cross-border tourism, particularly the role of language, translation and adaptation of tourism content in ensuring effective intercultural communication. The practical value of the research lies in the possibility of using its results by local authorities, tourism enterprises, non-governmental organisations and educational institutions for developing strategies for Ukrainian-Polish cross-border tourism.

Keywords: cross-border cooperation, Ukrainian-Polish tourism, border regions, tourism potential, Euroregions, Interreg, intercultural communication, tourism translation

ЗМІСТ

Вступ.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ТУРИЗМІ.....	7
1.1. Сутність та принципи транскордонного співробітництва	7
1.2. Нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва в Україні та Польщі	12
1.3. Європейський досвід транскордонного співробітництва у сфері туризму ...	19
Висновки до розділу 1.....	23
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ТУРИЗМІ.....	25
2.1. Туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій України та Польщі	25
2.2. Аналіз існуючих програм та проєктів транскордонного співробітництва ...	35
2.3. Основні проблеми та бар'єри розвитку транскордонного туризму.....	44
Висновки до розділу 2.....	50
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИЗМУ	53
3.1. Інноваційні підходи до розвитку туристичних продуктів	53
3.2. Формування спільних туристичних маршрутів та брендів	61
3.3. Рекомендації щодо підвищення ефективності співробітництва	69
Висновки до розділу 3.....	75
РОЗДІЛ 4. ФІЛОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИЗМУ	78
4.1. Мовний фактор у розвитку транскордонного туризму.....	78
4.2. Особливості українсько-польської міжкультурної комунікації.....	83
4.3. Проблеми перекладу та адаптації туристичного контенту.....	89
Висновки до розділу 4.....	96
ВИСНОВКИ.....	99
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	103

ВСТУП

У сучасних умовах транскордонне співробітництво виступає важливим інструментом соціально-економічного розвитку прикордонних територій, поглиблення міжнародної взаємодії та інтеграції України до європейського простору. Особливого значення воно набуває у відносинах між Україною та Республікою Польща, які мають спільний кордон, тісні історико-культурні зв'язки, подібні природно-рекреаційні ресурси та значний потенціал для розвитку туризму. Україно-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму є одним із перспективних напрямів взаємодії, оскільки сприяє активізації туристичних потоків, популяризації культурної спадщини, розвитку інфраструктури, формуванню спільних туристичних маршрутів і підвищенню інвестиційної привабливості прикордонних регіонів.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що туризм є важливою складовою міжнародного співробітництва, яка поєднує економічний, культурний, соціальний та комунікаційний аспекти. Для України, особливо в умовах воєнних викликів, розвиток туристичної галузі та міжнародної співпраці набуває нового змісту. Попри складну безпекову ситуацію, українські регіони продовжують шукати шляхи відновлення туристичної активності, збереження культурної спадщини, формування позитивного іміджу країни та інтеграції у європейський туристичний простір. Польща у цьому контексті виступає одним із ключових партнерів України, адже має значний досвід реалізації транскордонних проєктів, розвитку туристичної інфраструктури, залучення коштів європейських програм та просування регіонального туристичного продукту.

Україно-польське транскордонне співробітництво у галузі туризму має значний потенціал завдяки наявності спільних природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів. Прикордонні території України та Польщі характеризуються багатою культурною спадщиною, наявністю замків, сакральних споруд, музеїв, природоохоронних територій, етнографічних особливостей, фестивальних традицій та гастрономічного різноманіття. Усе це

створює передумови для розвитку культурно-пізнавального, етнографічного, екологічного, подієвого, сільського, гастрономічного, релігійного та активного туризму. Водночас ефективне використання цього потенціалу потребує скоординованої політики, належного інфраструктурного забезпечення, інформаційного просування, спрощення туристичної мобільності та формування конкурентоспроможних спільних туристичних продуктів.

Метою магістерської роботи є дослідження сучасного стану, проблем та перспектив розвитку україно-польського транскордонного співробітництва в галузі туризму, а також обґрунтування можливих напрямів його активізації в умовах європейської інтеграції та сучасних викликів.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

- розкрити сутність поняття транскордонного співробітництва та його значення для розвитку туризму;
- охарактеризувати нормативно-правові та організаційні засади україно-польської співпраці у сфері туризму;
- проаналізувати туристично-рекреаційний потенціал прикордонних регіонів України та Польщі;
- дослідити сучасний стан реалізації спільних україно-польських туристичних проєктів і програм;
- визначити основні проблеми, що стримують розвиток транскордонного співробітництва в галузі туризму;
- обґрунтувати перспективні напрями розвитку україно-польської туристичної взаємодії;
- запропонувати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності транскордонного співробітництва у сфері туризму.

Об'єктом дослідження є україно-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму.

Предметом дослідження є сучасний стан, проблеми, чинники та перспективи розвитку транскордонної туристичної співпраці між Україною та Польщею.

Методи дослідження. У процесі написання магістерської роботи використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, зокрема: аналіз і синтез - для вивчення теоретичних основ транскордонного співробітництва; порівняльний метод - для зіставлення особливостей розвитку туризму в прикордонних регіонах України та Польщі; системний підхід - для комплексного розгляду туристичної взаємодії як складової міжнародного співробітництва; статистичний метод - для аналізу туристичних потоків та показників розвитку галузі; картографічний метод - для просторової характеристики туристично-рекреаційного потенціалу; SWOT-аналіз - для визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз розвитку україно-польського транскордонного туризму.

Наукова новизна дослідження полягає в узагальненні сучасних підходів до розвитку україно-польського транскордонного співробітництва в галузі туризму з урахуванням воєнних викликів, євроінтеграційних процесів та потреб відновлення туристичної галузі України. У роботі акцентовано увагу на можливості формування спільного конкурентоспроможного туристичного продукту, розвитку тематичних маршрутів, цифрового просування туристичних DESTINACIЙ та посилення ролі місцевих громад у транскордонній туристичній взаємодії.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що основні положення та рекомендації магістерської роботи можуть бути використані органами місцевого самоврядування, туристичними підприємствами, громадськими організаціями, закладами освіти та учасниками транскордонних проєктів для розроблення спільних туристичних маршрутів, програм промоції, проєктних заявок і стратегій розвитку туризму в українсько-польському прикордонні.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ТУРИЗМІ

1.1. Сутність та принципи транскордонного співробітництва

У сучасних умовах розвитку міжнародних відносин транскордонне співробітництво є важливим інструментом поглиблення взаємодії між сусідніми державами, особливо на рівні прикордонних регіонів. Його значення зростає в умовах європейської інтеграції, децентралізації управління, активізації ролі територіальних громад та необхідності спільного розв'язання соціально-економічних, екологічних, інфраструктурних і культурних проблем. Для України транскордонне співробітництво має особливе значення, оскільки воно сприяє зміцненню добросусідських відносин із країнами Європейського Союзу, залученню європейського досвіду регіонального розвитку та реалізації спільних проєктів у різних сферах, зокрема в туризмі.

Відповідно до Закону України «Про транскордонне співробітництво», це поняття пов'язане зі спільними діями суб'єктів та учасників такого співробітництва України і відповідних суб'єктів сусідніх держав, спрямованими на встановлення та поглиблення економічних, соціальних, наукових, технологічних, екологічних, культурних та інших відносин. Закон визначає правові, економічні та організаційні засади транскордонної взаємодії, що формує нормативну основу для участі українських регіонів у спільних міжнародних ініціативах.[3]

Важливою міжнародно-правовою основою транскордонного співробітництва є Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями, відома також як Мадридська конвенція. У ній наголошується на необхідності сприяти співпраці між територіальними громадами або органами влади сусідніх держав з метою зміцнення добросусідських відносин і розвитку прикордонних територій. [65] Саме ця Конвенція заклала загальноєвропейське розуміння транскордонної

співпраці як форми взаємодії, що виходить за межі суто державної дипломатії та передбачає активну участь регіональних і місцевих інституцій.

У науковому розумінні транскордонне співробітництво можна трактувати як систему організованих, довгострокових і взаємовигідних зв'язків між прикордонними територіями сусідніх держав, які реалізуються через спільні програми, проекти, угоди, партнерства та мережі співпраці. Його головна особливість полягає в тому, що воно поєднує міжнародний і регіональний рівні взаємодії. З одного боку, транскордонне співробітництво здійснюється в межах міждержавних домовленостей та міжнародно-правових норм, а з іншого - безпосередньо реалізується на рівні областей, громад, міст, туристичних організацій, закладів освіти, громадських об'єднань і представників бізнесу [54].

Транскордонне співробітництво має комплексний характер, оскільки охоплює різні напрями суспільного розвитку. Воно може здійснюватися у сфері економіки, транспорту, охорони довкілля, освіти, культури, безпеки, охорони здоров'я, просторового планування, а також туризму. У межах туристичної галузі таке співробітництво набуває особливої ваги, адже прикордонні території часто мають спільну історичну спадщину, подібні природні ресурси, етнокультурні традиції та взаємопов'язані туристичні маршрути. Це створює передумови для формування спільного туристичного простору, у якому кордон розглядається не як бар'єр, а як зона контакту, співпраці та взаємного розвитку.

У сфері туризму транскордонне співробітництво можна визначити як спільну діяльність прикордонних регіонів двох або більше держав, спрямовану на розвиток туристичної інфраструктури, створення спільних туристичних маршрутів, збереження культурної та природної спадщини, просування туристичного продукту, підвищення якості туристичних послуг і збільшення туристичних потоків. Така співпраця дає змогу поєднувати ресурси різних територій, формувати привабливі туристичні пропозиції та виходити на ширші міжнародні ринки.

Особливо актуальним транскордонне співробітництво в туризмі є для українсько-польського прикордоння. Україна та Польща мають спільний кордон,

багату історико-культурну спадщину, традиції міжрегіональної взаємодії та значний потенціал для розвитку культурно-пізнавального, релігійного, екологічного, гастрономічного, подієвого, сільського й активного туризму. У цьому контексті туризм виступає не лише галуззю економіки, а й засобом міжкультурного діалогу, формування позитивного іміджу територій і зміцнення партнерських відносин між громадами [33].

Сутність транскордонного співробітництва в туризмі проявляється через кілька ключових ознак. По-перше, воно передбачає наявність спільного інтересу прикордонних територій у розвитку туристичної діяльності. По-друге, така співпраця має партнерський характер і базується на взаємній вигоді. По-третє, вона потребує координації дій між різними суб'єктами: органами влади, туристичним бізнесом, громадськими організаціями, культурними установами та місцевими громадами. По-четверте, транскордонне співробітництво орієнтоване на довгостроковий результат, оскільки його ефективність залежить від сталості партнерських зв'язків, системності проєктів і наявності спільної стратегії розвитку.

Важливу роль у розвитку транскордонного співробітництва відіграють програми Європейського Союзу, зокрема Interreg. Наприклад, програма Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 була ухвалена Європейською Комісією 30 листопада 2022 року та спрямована на підтримку процесів транскордонного розвитку в українсько-польському прикордонні. Її цільовою аудиторією є польські й українські прикордонні регіони та неприбуткові інституції, що діють на цих територіях. Програма охоплює, зокрема, напрями культурної спадщини, сталого туризму, охорони здоров'я, довкілля, доступності та прикордонної співпраці [18].

Транскордонне співробітництво базується на низці принципів, які визначають його зміст, організацію та практичну ефективність. Одним із головних є принцип добросусідства, який передбачає розвиток дружніх, стабільних і взаємовигідних відносин між прикордонними територіями сусідніх держав. У сфері туризму цей принцип проявляється через спільне просування

історико-культурної спадщини, організацію фестивалів, туристичних подій, обмін досвідом і створення маршрутів, що поєднують об'єкти по обидва боки кордону.

Другим важливим принципом є принцип партнерства. Він означає рівноправну участь усіх сторін у підготовці, фінансуванні, реалізації та оцінюванні спільних ініціатив. У туристичній сфері партнерство може реалізовуватися між органами місцевого самоврядування, туристичними операторами, готельно-ресторанним бізнесом, музеями, закладами освіти, громадськими організаціями та інформаційно-туристичними центрами. Саме партнерська модель дозволяє уникнути одностороннього підходу й забезпечити реальну зацікавленість усіх учасників.

Наступним є принцип взаємної вигоди, згідно з яким транскордонна співпраця має приносити позитивний результат усім сторонам. У туризмі це може проявлятися у зростанні туристичних потоків, створенні нових робочих місць, розвитку малого й середнього бізнесу, покращенні інфраструктури, збільшенні надходжень до місцевих бюджетів та підвищенні впізнаваності прикордонних територій [22].

Важливе значення має також принцип субсидіарності, що передбачає вирішення питань на тому рівні, який є найближчим до громадян і найбільш ефективним для конкретної проблеми. Для туристичного розвитку це означає активне залучення територіальних громад, адже саме вони найкраще знають власний ресурсний потенціал, локальну спадщину, потреби туристів і проблеми інфраструктури. У цьому контексті громади стають не лише виконавцями проєктів, а й активними суб'єктами формування туристичної політики.

Окремо слід виділити принцип сталого розвитку. Він є особливо важливим у сфері туризму, оскільки туристична діяльність повинна поєднувати економічні інтереси з охороною природного середовища, збереженням культурної спадщини та повагою до місцевих традицій. Сталий транскордонний туризм не має зводитися лише до збільшення кількості туристів. Його метою є

збалансований розвиток територій, збереження ресурсів для майбутніх поколінь і формування відповідальної туристичної поведінки.

Не менш важливим є принцип інституційної координації, який передбачає узгодженість дій між органами влади, міжнародними організаціями, проектними структурами та місцевими партнерами. Без належної координації транскордонні туристичні ініціативи можуть залишатися фрагментарними, дублювати одна одну або не мати довготривалого ефекту. Саме тому важливими є спільні стратегії, програми, робочі групи, туристичні кластери та платформи комунікації.

У сучасних умовах особливої актуальності набуває принцип інноваційності та цифровізації. Транскордонний туризм потребує сучасних інструментів промоції: цифрових туристичних карт, мобільних додатків, онлайн-платформ бронювання, віртуальних турів, інтерактивних маршрутів, мультимовних сайтів та активної присутності в соціальних мережах. Для українсько-польської співпраці це особливо важливо, оскільки цифрові інструменти можуть значно полегшити доступ туристів до інформації про маршрути, об'єкти, події, транспорт і правила перетину кордону [18].

Ще одним важливим принципом є принцип культурної чутливості та міжкультурного діалогу. Туризм у прикордонних регіонах часто пов'язаний із багатокультурною спадщиною, історичною пам'яттю та взаємодією різних національних спільнот. Тому розвиток транскордонного туризму має ґрунтуватися на повазі до культурної різноманітності, уникненні стереотипів, коректному представленні історії та підтримці діалогу між громадами.

Отже, транскордонне співробітництво є складною, багаторівневою формою міжнародної регіональної взаємодії, яка має важливе значення для розвитку прикордонних територій. У галузі туризму воно сприяє ефективному використанню природного, історико-культурного та рекреаційного потенціалу, формуванню спільних туристичних продуктів, розвитку інфраструктури, активізації місцевих громад і зміцненню міжкультурних зв'язків. Для України та Польщі такий формат співпраці є особливо перспективним, оскільки дозволяє

поєднати європейський досвід, спільну культурну спадщину та потреби регіонального розвитку в умовах сучасних викликів.

1.2. Нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва в Україні та Польщі

Нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва є важливою передумовою ефективної взаємодії прикордонних територій України та Польщі, зокрема у сфері туризму. Саме правова база визначає суб'єктів співпраці, форми партнерства, механізми реалізації спільних проєктів, джерела фінансування, порядок укладання угод, а також принципи участі органів влади, місцевого самоврядування, громадських організацій, закладів освіти, культурних установ і туристичного бізнесу. Для туристичної галузі це має особливе значення, оскільки розвиток транскордонного туризму потребує узгоджених дій у сфері інфраструктури, охорони культурної спадщини, природокористування, інформаційного просування, безпеки туристів і перетину кордону.

Правові засади українсько-польського транскордонного співробітництва формуються на кількох рівнях: міжнародному, європейському, національному та регіональному. Міжнародний рівень охоплює документи Ради Європи, міждержавні угоди України й Польщі, а також загальні принципи міжнародного права. Європейський рівень пов'язаний із політикою територіальної співпраці Європейського Союзу, програмами Interreg та фінансовими інструментами підтримки прикордонних регіонів. Національний рівень включає законодавство України та Польщі, що регулює діяльність органів місцевого самоврядування, регіональний розвиток, міжнародне територіальне співробітництво, туризм, охорону культурної спадщини та використання природних ресурсів.

Одним із базових міжнародних документів у цій сфері є Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями, ухвалена в Мадриді 21 травня 1980 року. Її часто називають Мадридською конвенцією. У документі визначено, що держави-

учасниці мають сприяти транскордонному співробітництву між територіальними громадами або органами влади, які перебувають під їхньою юрисдикцією. Конвенція заклала правові основи для розвитку співпраці прикордонних територій у Європі та створила передумови для укладання угод між регіонами, містами й громадами сусідніх держав.

Значення Мадридської конвенції для українсько-польської туристичної співпраці полягає в тому, що вона легітимізує участь місцевого та регіонального рівня у міжнародній взаємодії. Це особливо важливо для туризму, адже саме громади, міста, воєводства, області, туристичні інформаційні центри, музеї, природоохоронні установи та громадські організації найчастіше виступають безпосередніми ініціаторами й виконавцями транскордонних туристичних проєктів.

В Україні тривалий час основним спеціальним законом у цій сфері був Закон України «Про транскордонне співробітництво» від 24 червня 2004 року № 1861-IV. Він визначав правові, економічні та організаційні засади транскордонного співробітництва, а також закріплював можливість участі територіальних громад, місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування у співпраці з відповідними суб'єктами сусідніх держав. Однак цей закон втратив чинність 27 червня 2024 року у зв'язку з набранням чинності новим законом «Про міжнародне територіальне співробітництво України» [2].

Чинний Закон України «Про міжнародне територіальне співробітництво України» від 24 квітня 2024 року № 3668-IX суттєво оновив підходи до регулювання співпраці українських територіальних громад, регіонів та інших суб'єктів з партнерами іноземних держав. У законі використовується ширше поняття міжнародного територіального співробітництва, яке охоплює транскордонне, транснаціональне та міжтериторіальне співробітництво. Такий підхід наближує українське законодавство до європейських практик і створює ширші можливості для участі українських громад у програмах ЄС, зокрема Interreg. [2] Відповідно до цього закону, міжнародне територіальне співробітництво спрямоване на встановлення та поглиблення економічних,

соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між суб'єктами й учасниками співробітництва України та відповідними суб'єктами іноземних держав. Для туристичної галузі це є важливим, оскільки туризм безпосередньо поєднує економічний, культурний, соціальний, екологічний та інфраструктурний напрями розвитку.

Закон № 3668-IX також визначає принципи міжнародного територіального співробітництва, серед яких законність, прозорість, відкритість, добровільність, взаємна вигода, рівноправність учасників, добросусідство та сталий розвиток. Ці принципи є важливими для організації спільних туристичних ініціатив, оскільки транскордонний туризм не може розвиватися ефективно без довіри між партнерами, чіткого розподілу відповідальності, прозорого використання коштів і спільного бачення результатів. [2]

Окрім спеціального законодавства, важливе значення для розвитку транскордонного співробітництва в Україні мають інші нормативно-правові акти. Зокрема, Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» [4] визначає повноваження органів місцевого самоврядування, у тому числі щодо розвитку міжнародних зв'язків, партнерства громад і реалізації програм соціально-економічного та культурного розвитку. Закон України «Про засади державної регіональної політики» [6] формує підходи до стратегічного планування регіонального розвитку, що важливо для включення транскордонних туристичних проєктів до стратегій розвитку областей і територіальних громад. Закон України «Про туризм» [1] регулює загальні засади туристичної діяльності, права й обов'язки суб'єктів туристичної діяльності, організацію туристичних послуг та державну політику у сфері туризму.

Для українських прикордонних регіонів важливим є також стратегічне планування на рівні областей і громад. Регіональні стратегії розвитку Волинської, Львівської, Закарпатської, Рівненської, Тернопільської та Івано-Франківської областей можуть містити пріоритети, пов'язані з міжнародною співпрацею, туризмом, культурною спадщиною, розвитком інфраструктури та участю в програмах ЄС. Саме на цьому рівні загальні норми законодавства

перетворюються на конкретні заходи: створення туристичних маршрутів, облаштування об'єктів спадщини, розвиток вело- та пішохідної інфраструктури, промоцію регіональних туристичних продуктів, проведення фестивалів і підготовку спільних проєктних заявок.

У Польщі нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва формується в межах національного законодавства, законодавства Європейського Союзу та регіональної політики розвитку. Польща як держава-член ЄС реалізує транскордонне співробітництво насамперед через механізми європейської територіальної співпраці, програми Interreg, регіональні програми розвитку, а також через діяльність воєводств, повітів і гмін. Польське законодавство надає органам місцевого самоврядування можливості для міжнародної співпраці, укладання партнерських угод, участі у міжнародних проєктах та залучення коштів Європейського Союзу.

Одним із важливих польських нормативних актів у контексті реалізації програм ЄС є Ustawa z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021–2027. Цей закон визначає засади реалізації програм, що фінансуються з європейських коштів у фінансовій перспективі 2021–2027 років, зокрема порядок участі інституцій у реалізації політики згуртованості. Для польських учасників транскордонних туристичних проєктів цей акт має значення, оскільки регламентує механізми використання коштів ЄС, управління програмами, контроль і відповідальність у межах проєктної діяльності. [73]

Важливою складовою польської правової та інституційної системи є також діяльність Міністерства фондів і регіональної політики Польщі, яке бере участь у реалізації програм європейського фінансування. Польський портал європейських фондів публікує методичні документи, рекомендації та вимоги до реалізації програм політики згуртованості й Interreg. Зокрема, у документах щодо програм Interreg 2021–2027 наголошується, що міжнародні програми Interreg реалізуються в межах цілі політики згуртованості ЄС «Європейська

територіальна співпраця», підтримують інтеграцію прикордонних спільнот і соціально-економічний розвиток прикордонних територій.

На європейському рівні основою для програм Interreg у період 2021–2027 років є Регламент ЄС 2021/1059 від 24 червня 2021 року, який встановлює спеціальні положення для цілі «Європейське територіальне співробітництво», тобто Interreg. Саме цей документ визначає загальні правила підтримки транскордонних, транснаціональних, міжрегіональних і зовнішніх програм співробітництва, які фінансуються Європейським фондом регіонального розвитку та зовнішніми фінансовими інструментами.

Іншим важливим документом є Регламент ЄС 2021/1060, який встановлює спільні положення щодо використання низки європейських фондів, зокрема Європейського фонду регіонального розвитку, Європейського соціального фонду плюс, Фонду згуртованості та інших фінансових інструментів. Цей регламент визначає загальні правила програмування, управління, моніторингу, контролю та фінансової звітності, що важливо для реалізації транскордонних проєктів за участі українських і польських партнерів.

Особливе місце у нормативно-правовому та організаційному забезпеченні українсько-польської співпраці займає Програма Interreg NEXТ Poland–Ukraine 2021–2027. Вона була ухвалена Європейською Комісією 30 листопада 2022 року, а її загальна мета полягає у підтримці процесів транскордонного розвитку на польсько-українському прикордонні. Програма орієнтована на прикордонні регіони Польщі та України, а також на неприбуткові інституції, що діють на цих територіях [56].

Для нашої теми особливо важливо, що серед пріоритетів Interreg NEXТ Poland–Ukraine 2021–2027 прямо передбачено напрям туризму. Програма реалізується через шість основних пріоритетів: довкілля, охорона здоров'я, туризм, співпраця, кордони та доступність. Туристичний компонент програми пов'язаний із підтримкою культурної спадщини, сталого туризму, розвитку транскордонних туристичних продуктів і посиленням співпраці між інституціями прикордонних територій [56]. У межах цієї програми українсько-

польське транскордонне співробітництво отримує не лише правову, а й фінансову та організаційну основу. Програма передбачає можливість реалізації стратегічних інфраструктурних проєктів, регулярних проєктів і малих проєктів. Це відкриває можливості для модернізації туристичної інфраструктури, створення нових маршрутів, розвитку музейного простору, реставрації об'єктів культурної спадщини, впровадження цифрових туристичних сервісів, проведення спільних подій і посилення контактів між громадами.

Важливим елементом нормативно-правового забезпечення є також Угода про фінансування програми Interreg (Interreg VI-A) NEXT Poland–Ukraine 2021–2027, опублікована в українській базі законодавства. Вона визначає принципи реалізації програми, зокрема управління, фінансування, відповідальність сторін та порядок взаємодії. Для України така угода є важливою, оскільки створює правові умови для участі українських партнерів у спільних проєктах з польськими організаціями та отримання фінансування в межах програми [56]. Нормативно-правова база транскордонного співробітництва у сфері туризму також пов'язана з питаннями охорони культурної та природної спадщини. Україна й Польща мають значну кількість об'єктів історико-культурного значення, сакральної архітектури, замків, музеїв, природоохоронних територій, національних і ландшафтних парків. Тому реалізація туристичних проєктів потребує дотримання законодавства про охорону культурної спадщини, природно-заповідний фонд, екологічну безпеку, містобудівну діяльність і доступність туристичних об'єктів для різних груп населення.

У практичному вимірі нормативно-правове забезпечення українсько-польського транскордонного співробітництва дозволяє реалізовувати кілька основних форм взаємодії. До них належать укладання угод про партнерство між громадами й регіонами, участь у програмах ЄС, створення спільних туристичних маршрутів, проведення культурних і туристичних заходів, обмін досвідом між фахівцями, підготовка спільних промоційних матеріалів, розвиток туристично-

інформаційних центрів, участь у виставках і форумах, а також формування транскордонних туристичних кластерів.

Для розвитку туризму особливе значення має те, що правова база створює умови для переходу від разових заходів до системної співпраці. Наприклад, окремий фестиваль, туристичний маршрут або промоційна кампанія можуть мати короткостроковий ефект, якщо не будуть закріплені у стратегічних документах, програмах фінансування та партнерських угодах. Натомість наявність правових механізмів дозволяє забезпечити сталість співпраці, залучати кошти, планувати довгострокові результати та розширювати коло учасників.

Водночас нормативно-правове забезпечення українсько-польського транскордонного співробітництва має і певні проблемні аспекти. Серед них можна виокремити складність процедур підготовки й адміністрування проєктів, різницю між українськими та польськими адміністративними практиками, потребу в належній проєктній спроможності громад, необхідність співфінансування, бюрократичні бар'єри, мовні та процедурні труднощі. Для українських громад додатковим викликом є воєнний стан, безпекові обмеження, кадровий дефіцит і обмеженість фінансових ресурсів.

Отже, нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва України та Польщі має багаторівневий характер і включає міжнародні конвенції, законодавство України, законодавство Польщі, нормативні акти Європейського Союзу, міждержавні угоди та програмні документи Interreg. Для розвитку туризму ця база створює можливості для реалізації спільних проєктів, залучення європейського фінансування, збереження культурної спадщини, розвитку туристичної інфраструктури та формування конкурентоспроможного українсько-польського туристичного продукту. Водночас ефективність такого співробітництва залежить не лише від наявності правових норм, а й від інституційної спроможності громад, якості партнерства, прозорості управління, стратегічного планування та готовності сторін до довгострокової взаємодії.

1.3. Європейський досвід транскордонного співробітництва у сфері туризму

Європейський досвід транскордонного співробітництва у сфері туризму є важливим орієнтиром для України, оскільки країни Європейського Союзу протягом тривалого часу формували ефективні механізми взаємодії між прикордонними регіонами. У європейській практиці транскордонне співробітництво розглядається не лише як форма міжнародної взаємодії, а як інструмент територіального розвитку, подолання периферійності прикордонних територій, зміцнення соціальної згуртованості, збереження культурної спадщини та підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Особливе місце в європейському транскордонному співробітництві займає туризм. Це зумовлено тим, що прикордонні території часто мають спільну історію, культурні традиції, природні ресурси, етнографічну спадщину та взаємопов'язані транспортні й соціальні зв'язки. У таких умовах кордон перестає бути лише лінією поділу між державами, а перетворюється на простір контактів, партнерства та спільного використання туристично-рекреаційного потенціалу.

У країнах Європи транскордонне співробітництво у сфері туризму найчастіше реалізується через спільні програми, єврорегіони, туристичні маршрути, культурні мережі, природоохоронні ініціативи, інфраструктурні проекти та цифрові платформи просування. Такий підхід дозволяє не лише розвивати туристичну галузь, а й вирішувати ширші завдання регіонального розвитку: створення робочих місць, підтримку малого й середнього бізнесу, збереження культурної і природної спадщини, розвиток мобільності населення та формування позитивного іміджу прикордонних територій.

Одним із ключових інструментів транскордонного співробітництва в Європі є програми Interreg. Вони спрямовані на підтримку співпраці між регіонами різних країн, зокрема у прикордонних, транснаціональних і міжрегіональних форматах. Interreg допомагає регіонам розв'язувати спільні проблеми, обмінюватися досвідом, реалізовувати спільні інфраструктурні, екологічні, культурні та туристичні проекти. На офіційному порталі Interreg

наголошується, що ці програми підтримують співробітництво регіонів через кордони та охоплюють різні напрями розвитку, зокрема туризм, культуру, довкілля, мобільність та інновації [56].

Для туристичної сфери програми Interreg мають особливу цінність, оскільки вони створюють фінансові та організаційні умови для розроблення спільних туристичних маршрутів, промоційних кампаній, культурних заходів, відновлення об'єктів спадщини, розвитку велосипедної та пішохідної інфраструктури, облаштування туристично-інформаційних центрів, підготовки фахівців і впровадження цифрових сервісів. У європейській практиці такі проєкти часто мають комплексний характер: вони поєднують розвиток туризму з охороною довкілля, збереженням культурної спадщини, підвищенням доступності територій та розвитком місцевого підприємництва.

Важливим прикладом є досвід Балтійського регіону, де транскордонне співробітництво у сфері туризму реалізується через спільні проєкти країн, що межують із Балтійським морем. Програма Interreg Baltic Sea Region підтримує співпрацю між партнерами з різних країн, спрямовану на розвиток регіону через інноваційні, сталі та спільні рішення [73]. У межах туристичних ініціатив цього регіону значна увага приділяється сталому туризму, морській і прибережній спадщині, культурним маршрутам, екологічним практикам та співпраці місцевих зацікавлених сторін. Такий досвід є корисним для українсько-польського прикордоння, оскільки демонструє можливість об'єднання кількох країн навколо спільного туристичного бренду та природно-культурного простору.

Окрему роль у Європі відіграють єврорегіони. Вони є організаційними формами транскордонної співпраці, що об'єднують прикордонні території кількох держав для реалізації спільних проєктів. Єврорегіони сприяють системності співробітництва, оскільки створюють постійні майданчики для комунікації між органами влади, громадами, бізнесом, культурними установами, освітніми закладами та громадськими організаціями. У сфері туризму вони можуть координувати розроблення маршрутів, брендинг територій, проведення фестивалів, підготовку проєктних заявок і промоцію туристичного продукту.

Поширеним інструментом у ЄС є також Європейське об'єднання територіального співробітництва - EGTC. Це правова форма, яка дозволяє публічним структурам із різних країн створювати спільну юридичну особу для реалізації проєктів, інвестицій або політик на певній території. Європейська Комісія зазначає, що EGTC дає можливість органам влади різних держав-членів ЄС діяти через єдину структуру з повною правосуб'єктністю. Для туризму це важливо, оскільки така модель дозволяє ефективніше управляти спільними маршрутами, туристичними брендами, інфраструктурними об'єктами та довгостроковими програмами розвитку.

Важливим елементом європейського досвіду є розвиток сталого туризму в транскордонних регіонах. У країнах ЄС туристичні проєкти дедалі частіше орієнтуються не лише на збільшення кількості туристів, а й на збалансований розвиток територій. Це означає врахування екологічних обмежень, захист природних ресурсів, збереження культурної спадщини, підтримку місцевого населення, доступність туристичних об'єктів і рівномірний розподіл туристичних потоків [74]. Такий підхід особливо важливий для гірських, сільських, природоохоронних і малих історичних територій, які можуть бути вразливими до надмірного туристичного навантаження.

Прикладом інтеграції сталого туризму в транскордонну політику є програми між сусідніми країнами Центральної Європи. Зокрема, у програмних документах Interreg Slovakia–Austria 2021–2027 передбачено збереження, підтримку та використання культурної і природної спадщини прикордонного регіону через сталий туризм і розвиток зв'язків через кордон, зокрема сталої мобільності. Такий підхід демонструє, що туризм у Європі розглядається у взаємозв'язку з транспортною доступністю, охороною спадщини, екологічною відповідальністю та якістю життя місцевих громад.

Ще одним важливим напрямом європейського досвіду є розвиток прикордонної мобільності. Для туризму це має ключове значення, оскільки навіть найцікавіші туристичні ресурси не можуть бути ефективно використані без належної транспортної доступності. У країнах Європи в межах

транскордонних проєктів часто розвивають автобусні та залізничні сполучення, велосипедні маршрути, пішохідні переходи, туристичну навігацію, інформаційні системи й мультимовне маркування. Така інфраструктура робить подорожі між прикордонними територіями зручнішими та сприяє формуванню спільного туристичного простору [64].

Для українсько-польської співпраці цей досвід має особливу цінність, оскільки одним із бар'єрів розвитку транскордонного туризму залишається складність перетину кордону, нерівномірний розвиток транспортної інфраструктури, нестача зручних туристичних маршрутів між регіонами та недостатня кількість інтегрованих інформаційних сервісів. Європейська практика свідчить, що розвиток туристичної мобільності має бути частиною ширшої стратегії транскордонного розвитку, а не лише окремим транспортним питанням.

Європейський досвід транскордонного співробітництва у сфері туризму дозволяє виокремити кілька ключових підходів, які можуть бути корисними для України та Польщі. По-перше, транскордонний туризм має розвиватися на основі довгострокових стратегій, а не окремих несистемних заходів. По-друге, туристичні проєкти повинні поєднувати інфраструктурний, культурний, екологічний, освітній та цифровий компоненти. По-третє, важливо забезпечувати реальне партнерство між органами влади, бізнесом, громадським сектором і місцевим населенням. По-четверте, успішний транскордонний туризм потребує спільного бренду, якісної промоції та доступної інформації для туристів. По-п'яте, розвиток туризму має відповідати принципам сталості, тобто враховувати інтереси не лише туристів і бізнесу, а й місцевих громад та природного середовища.

Отже, європейський досвід транскордонного співробітництва у сфері туризму свідчить про високу ефективність комплексного, партнерського та проєктного підходу. У країнах Європи туризм розглядається як важливий чинник територіального розвитку, міжкультурного діалогу, збереження спадщини та економічної активізації прикордонних територій. Для України, зокрема в

контексті співпраці з Польщею, цей досвід є особливо цінним, оскільки дає можливість адаптувати перевірені європейські механізми до умов українсько-польського прикордоння. Найперспективнішими напрямками такого запозичення є розвиток спільних туристичних маршрутів, участь у програмах Interreg, цифровізація туристичної інформації, формування транскордонних брендів, підтримка сталого туризму та активне залучення територіальних громад до туристичних ініціатив.

Висновки до розділу 1

У першому розділі було розглянуто теоретичні основи транскордонного співробітництва в туризмі, його сутність, принципи, нормативно-правове забезпечення та європейський досвід реалізації транскордонної взаємодії у туристичній сфері.

Встановлено, що транскордонне співробітництво є важливою формою міжнародної регіональної взаємодії, яка спрямована на поглиблення зв'язків між прикордонними територіями сусідніх держав. Його сутність полягає у спільній діяльності органів влади, місцевого самоврядування, територіальних громад, громадських організацій, закладів освіти, культурних установ і представників бізнесу з метою вирішення спільних проблем та використання наявного потенціалу прикордонних регіонів. У сфері туризму транскордонне співробітництво набуває особливого значення, оскільки дозволяє поєднувати природні, історико-культурні, рекреаційні та інфраструктурні ресурси кількох держав у спільний туристичний продукт.

Проаналізовано нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва в Україні та Польщі. Визначено, що правова база такої співпраці має багаторівневий характер і охоплює міжнародні документи, законодавство України та Польщі, нормативні акти Європейського Союзу, міждержавні угоди та програмні документи транскордонної співпраці. Важливу роль відіграють Європейська рамкова конвенція про транскордонне співробітництво між територіальними общинами або властями, Закон України «Про міжнародне

територіальне співробітництво України», законодавство у сфері місцевого самоврядування, туризму, регіонального розвитку, а також програми ЄС, зокрема Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027.

Встановлено, що нормативно-правова база створює необхідні умови для реалізації спільних українсько-польських туристичних ініціатив, залучення європейського фінансування, розвитку туристичної інфраструктури, збереження культурної спадщини та формування конкурентоспроможного транскордонного туристичного продукту. Водночас ефективність використання цих можливостей залежить не лише від наявності законодавчих норм, а й від інституційної спроможності громад, якості партнерства, рівня проєктного менеджменту, прозорості управління та готовності сторін до довгострокової співпраці.

Розгляд європейського досвіду показав, що транскордонне співробітництво у сфері туризму в країнах Європи реалізується переважно через програми Interreg, діяльність єврорегіонів, Європейські об'єднання територіального співробітництва, культурні маршрути, спільні туристичні бренди, цифрові платформи та проєкти сталого туризму. Європейська практика доводить, що успішний розвиток транскордонного туризму потребує комплексного підходу, який поєднує інфраструктурний, культурний, екологічний, освітній, інноваційний та комунікаційний напрями.

Отже, теоретичний аналіз засвідчив, що транскордонне співробітництво в туризмі є важливим механізмом регіонального розвитку, міжнародної інтеграції та міжкультурного діалогу. Для України та Польщі воно має значний потенціал, оскільки спирається на спільну історико-культурну спадщину, природно-рекреаційні ресурси, географічну близькість і наявність європейських програм підтримки. Саме ці положення є основою для подальшого дослідження сучасного стану та перспектив розвитку україно-польського транскордонного співробітництва в галузі туризму.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В ТУРИЗМІ

2.1. Туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій України та Польщі

Туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій України та Польщі є важливою передумовою розвитку транскордонного співробітництва у сфері туризму. Він формується завдяки вигідному географічному положенню, спільній історико-культурній спадщині, різноманітним природним ресурсам, наявності рекреаційних зон, об'єктів культурної спадщини, традицій гостинності, подієвих ресурсів і можливостей для реалізації спільних туристичних проєктів.

Українсько-польське прикордоння має значний потенціал для розвитку різних видів туризму: культурно-пізнавального, екологічного, сільського, гастрономічного, релігійного, подієвого, оздоровчого, активного, воєнно-історичного та ностальгійного. Особливістю цього простору є те, що туристичні ресурси України та Польщі не існують ізольовано, а часто мають спільне історичне, етнокультурне або природне походження. Саме тому вони можуть бути об'єднані в комплексні транскордонні туристичні продукти.

Важливим підтвердженням значення туризму для розвитку прикордонних територій є програма Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027, у межах якої туризм визначено окремим пріоритетом. Пріоритет 3 «Tourism» передбачає посилення ролі культури та сталого туризму в економічному розвитку, соціальній інклюзії та соціальних інноваціях (табл. 2.1) [55]. На цей напрям передбачено 41 851 960 євро фінансування ЄС, що свідчить про стратегічну важливість туристичної сфери для українсько-польського прикордоння.

Таблиця 2.1

Основні складники туристично-рекреаційного потенціалу українсько-польського прикордоння

Вид потенціалу	Українська частина прикордоння	Польська частина прикордоння	Перспективні напрями туризму
Природний	Українські Карпати, Полісся, Шацький НПП, Розточчя, річки, озера, ліси	Бещади, Розточчя, Полісся, ландшафтні парки, річкові долини	Екотуризм, активний туризм, водний туризм, фототуризм
Історико-культурний	Замки Львівщини, Волині, Тернопільщини, історичні міста, музеї	Замки, палаци та історичні комплекси Люблінського й Підкарпатського воєводств	Культурно-пізнавальний туризм, екскурсійні маршрути
Сакральний	Дерев'яні церкви, монастирі, костели, паломницькі місця	Костели, церкви, монастирі, дерев'яна сакральна архітектура	Релігійний, паломницький, духовно-культурний туризм
Етнографічний	Традиції гуцулів, бойків, лемків, волинян, поліщуків	Культурні традиції Підкарпаття, Люблінщини, Бещад	Етнотуризм, фестивалі, майстер-класи, музеї народної культури
Гастрономічний	Галицька, волинська, закарпатська кухня, локальні продукти	Підкарпатська та люблінська кухня, фермерські продукти	Гастромаршрути, дегустації, ярмарки, кулінарні фестивалі
Оздоровчий	Мінеральні води, термальні джерела, санаторно-курортні ресурси Закарпаття, Львівщини, Карпат	Курортні території Підкарпаття, Бещади	Оздоровчий, wellness-, реабілітаційний туризм

Джерело: складено автором.

Природний потенціал прикордонних територій України та Польщі є одним із ключових чинників розвитку туризму. Українська частина представлена Карпатами, Поліссям, Поділлям, численними річками, озерами, лісовими масивами, національними природними парками, регіональними ландшафтними парками і природоохоронними територіями. Польська частина охоплює Бещади, Розточчя, Полісся, природні парки, ландшафтні комплекси, ліси, річкові долини та території з високою екологічною цінністю. Такі ресурси створюють сприятливі умови для розвитку екологічного, активного, сільського, водного, гірського та рекреаційного туризму.

Особливе місце у природно-рекреаційному потенціалі займає Карпатський регіон, який охоплює частину західних областей України та південно-східні території Польщі. Українські Карпати приваблюють туристів гірськими ландшафтами, лісами, мінеральними водами, термальними джерелами, етнокультурною спадщиною, можливостями для пішохідного, велосипедного, лижного та оздоровчого туризму. З польського боку важливим туристичним ресурсом є Бещади - гірський регіон, який має значний потенціал для екотуризму, активного відпочинку, фототуризму та спокійного рекреаційного відпочинку [34].

Для українсько-польського прикордоння перспективним є розвиток спільних карпатських маршрутів, які можуть поєднувати природні, культурні, гастрономічні та етнографічні об'єкти. Наприклад, туристичні продукти можуть формуватися навколо тематики гірської культури, дерев'яної сакральної архітектури, традиційних ремесел, локальної кухні, активного туризму, природоохоронних територій і оздоровчого відпочинку. Такий підхід відповідає європейській практиці формування транскордонних туристичних брендів.

Важливим природним ресурсом є також Полісся, яке охоплює частини Волинської та Рівненської областей України, а також окремі території Польщі. Поліський туристично-рекреаційний потенціал пов'язаний з озерами, лісами, болотними ландшафтами, річками, традиційною культурою та автентичним сільським середовищем. На українській території особливо вирізняється Шацький національний природний парк, який є одним із найбільш відомих рекреаційних центрів Волині. Цей регіон має значні можливості для розвитку екологічного, водного, сільського та сімейного туризму.

Історико-культурний потенціал прикордонних територій України та Польщі є надзвичайно різноманітним. Він охоплює замки, палаци, фортифікаційні споруди, сакральні пам'ятки, історичні центри міст, музеї, меморіальні місця, об'єкти дерев'яної архітектури, старовинні цвинтарі, місця паломництва та пам'ятки багатокультурної спадщини. Саме історико-культурна

спадщина є однією з найважливіших основ для формування транскордонних туристичних маршрутів.

Особливо цінною є спільна українсько-польська спадщина, що сформувалася внаслідок тривалих історичних контактів. На прикордонних територіях збереглися пам'ятки, пов'язані з українською, польською, єврейською, вірменською, німецькою, угорською, словацькою та іншими культурами. Це створює передумови для розвитку культурно-пізнавального й ностальгійного туризму, який може бути цікавим як для мешканців України та Польщі, так і для туристів з інших країн Європи [43].

Одним із найяскравіших прикладів спільної спадщини є об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО «Дерев'яні церкви Карпатського регіону в Польщі та Україні». До нього входить 16 дерев'яних церков, збудованих у XVI–XIX століттях громадами православної та греко-католицької традицій. Цей об'єкт має транскордонний характер і демонструє спільність сакральної, архітектурної та етнокультурної спадщини Карпатського регіону.

Для розвитку туризму цей об'єкт має особливе значення, оскільки може виступати основою для створення спільних українсько-польських сакральних, культурно-пізнавальних і паломницьких маршрутів. Такі маршрути можуть поєднувати дерев'яні церкви, монастирі, історичні міста, музеї, етнографічні осередки та локальні культурні події. Водночас розвиток туризму на таких об'єктах потребує дотримання принципів збереження спадщини, обмеження надмірного туристичного навантаження та залучення місцевих громад до управління туристичними потоками [17].

Значний туристичний потенціал мають замкові та фортифікаційні об'єкти. На українському боці це замки Львівщини, Тернопільщини, Волині, Рівненщини та Закарпаття, зокрема об'єкти, пов'язані з історією середньовічних міст, шляхетських родів, оборонних ліній і торговельних шляхів. На польському боці важливими є замки, палаци, історичні комплекси Люблінського та Підкарпатського воєводств. Ці ресурси можуть бути об'єднані в тематичні маршрути, наприклад: «Замки українсько-польського прикордоння», «Шляхами

середньовічної спадщини», «Фортифікаційна спадщина Галичини та Підкарпаття».

Окремим напрямом є релігійний і паломницький туризм. Українсько-польське прикордоння має численні сакральні пам'ятки різних конфесій: православні, греко-католицькі, римо-католицькі храми, монастирі, дерев'яні церкви, костели, синагоги, каплиці та місця паломництва. Релігійна спадщина є важливою не лише як об'єкт туристичного інтересу, а й як засіб міжкультурного діалогу, оскільки відображає складну історію співіснування різних громад на прикордонних територіях.

Важливу роль відіграє етнографічний потенціал. На українському боці це традиції гуцулів, бойків, лемків, волинян, поліщуків, подолян; на польському - культурні особливості Підкарпаття, Люблінщини, Підляшшя та Бещад. Традиційний одяг, музика, ремесла, дерев'яне будівництво, народна кухня, обрядовість і фестивалі можуть стати основою для розвитку етнотуризму. Для туристів особливо привабливими є автентичні локальні практики: майстер-класи з ремесел, дегустації місцевих страв, участь у святах, етнографічні музеї, фестивалі народної культури.

Гастрономічний туризм також має значні перспективи. Українсько-польське прикордоння характеризується багатими кулінарними традиціями, які формувалися під впливом різних культур. До перспективних гастрономічних продуктів можна віднести локальні страви Галичини, Волині, Закарпаття, Поділля, Підкарпаття та Люблінщини, винні маршрути Закарпаття, медові, сирні, хлібні, пивні та фермерські маршрути, фестивалі місцевої кухні й ярмарки традиційних продуктів. Гастрономічний туризм може бути ефективним інструментом підтримки малого бізнесу, фермерських господарств і креативних індустрій.

Таблиця 2.2

Приклади транскордонних туристичних продуктів українсько-польського прикордоння

Назва / ідея маршруту	Основні об'єкти	Цільова аудиторія	Очікуваний ефект
«Дерев'яні церкви Карпат»	Українські та польські дерев'яні церкви ЮНЕСКО	Паломники, туристи, дослідники спадщини	Популяризація сакральної спадщини, розвиток культурного туризму
«Замки українсько-польського прикордоння»	Замки Львівщини, Волині, Люблінщини, Підкарпаття	Молодь, сімейні туристи, шкільні групи	Зростання інтересу до спільної історії
«Карпатський етнотур»	Бойківські, лемківські, гуцульські та підкарпатські традиції	Іноземні туристи, студенти, етнографи	Збереження локальної культури, підтримка громад
«Смаки прикордоння»	Локальна кухня Галичини, Волині, Закарпаття, Люблінщини	Гастротуристи, сімейні туристи	Підтримка малого бізнесу, фермерства, крафтових виробників
«Поліський екотур»	Шацькі озера, ліси, болота, річкові маршрути	Любителі природи, екотуристи	Розвиток сталого туризму й екологічної освіти
«Маршрути пам'яті»	Меморіальні місця, музеї, історичні центри	Туристи з України, Польщі та інших країн Європи	Формування культури пам'яті та міжкультурного діалогу

Джерело: складено автором.

Подієвий туризм є ще одним важливим складником туристично-рекреаційного потенціалу. Фестивалі, ярмарки, культурні форуми, історичні реконструкції, мистецькі заходи, гастрономічні свята, спортивні події та етнофестивалі сприяють активізації туристичних потоків і формуванню позитивного іміджу територій. У транскордонному контексті такі події можуть організовуватися спільно українськими та польськими громадами, що сприятиме зміцненню партнерських зв'язків і популяризації спільної спадщини.

Оздоровчо-рекреаційний потенціал прикордонних територій пов'язаний із наявністю мінеральних і термальних вод, санаторно-курортних ресурсів, лісових і гірських ландшафтів, сприятливих кліматичних умов та можливостей для відновлення фізичного і психологічного здоров'я. На українському боці значні можливості мають Закарпаття, Львівщина та Івано-Франківщина, де

розвинені бальнеологічні курорти, термальні комплекси, гірські рекреаційні території. На польському боці перспективними є курортні території Підкарпатського воєводства та Бещад.

У сучасних умовах особливого значення набуває також реабілітаційний і соціально орієнтований туризм. В умовах війни в Україні зростає потреба у програмах психологічного відновлення, оздоровлення, інклюзивного туризму, відпочинку для ветеранів, родин військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб, дітей і молоді. Українсько-польське транскордонне співробітництво може відігравати важливу роль у формуванні таких ініціатив, особливо через партнерство громад, закладів охорони здоров'я, реабілітаційних центрів, туристичних організацій і громадського сектору.

Статистичні дані підтверджують, що туризм залишається важливою складовою економічної активності України навіть в умовах війни. За даними Державного агентства розвитку туризму України, у 2024 році представники туристичної сфери перерахували до бюджету 2 млрд 938 млн грн податків, тоді як у 2023 році цей показник становив 2 млрд 49 млн грн, а у 2021 році - 2 млрд 232 млн грн. Найбільшу частку надходжень у 2024 році сформували готелі - 1 млрд 954 млн грн [14].

Таблиця 2.3

Динаміка окремих фінансових показників туристичної сфери України

Показник	2021 рік	2022 рік	2023 рік	2024 рік
Податкові надходження від туристичної сфери України, млрд грн	2,232	—	2,049	2,938
Туристичний збір, млн грн	—	близько 179	222,6	близько 273

Джерело: складено автором за даними ДАРТ України та Верховної Ради України.



Рис. 2.2. Динаміка податкових надходжень від туристичної сфери України,
Джерело: складено автором за даними ДАРТ України.

Позитивна динаміка спостерігається і щодо туристичного збору. У 2024 році громади України отримали близько 273 млн грн туристичного збору, що майже на 23% більше, ніж у 2023 році. У 2023 році цей показник становив 222,6 млн грн, а у 2022 році — близько 179 млн грн. Серед лідерів за обсягами туристичного збору у 2024 році були Київ, Львівська, Івано-Франківська, Черкаська та Закарпатська області. Для теми українсько-польського прикордоння особливо важливо, що серед лідерів фігурують Львівська й Закарпатська області, які мають значний прикордонний та транскордонний туристичний потенціал [14].



Рис. 2.3. Динаміка туристичного збору в Україні, млн грн
Джерело: складено автором за даними Верховної Ради України та ДАРТ України.

Порівняльний аналіз з Польщею показує, що польський туристичний ринок має значно вищі показники організованого розміщення туристів. За даними Statistics Poland, у 2024 році в туристичних закладах розміщення Польщі було розміщено 38,8 млн туристів, яким було надано 97,6 млн ночівель. Порівняно з 2023 роком кількість туристів зросла на 7,2%, а кількість ночівель - на 5,2%. Це свідчить про стабільне функціонування польської туристичної інфраструктури

та створює можливості для активнішої інтеграції українських прикордонних територій у спільні туристичні маршрути (табл 2.4) [14].

Таблиця 2.4

Окремі статистичні показники туристичного розвитку України та Польщі

Країна	Показник	Рік	Значення	Аналітичне значення
Україна	Податкові надходження від туристичної сфери	2024	2,938 млрд грн	Свідчить про поступове відновлення галузі в умовах війни
Україна	Туристичний збір	2024	близько 273 млн грн	Показує зростання ролі туризму для місцевих бюджетів
Польща	Туристи, розміщені в закладах розміщення	2024	38,8 млн осіб	Відображає високий рівень розвитку туристичної інфраструктури
Польща	Кількість ночівель у туристичних закладах	2024	97,6 млн ночівель	Свідчить про значний масштаб внутрішнього та в'їзного туризму

Джерело: складено автором за даними ДАРТ України, Верховної Ради України та Statistics Poland.

Важливим ресурсом розвитку є також наявність попереднього досвіду реалізації транскордонних туристичних проєктів. Одним із прикладів є проєкт «4 Seasons – cross-border tourism routes» [27], реалізований у межах програми транскордонного співробітництва Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020 за участі Волинського регіонального фонду підтримки підприємництва та гміни Цешанув. Його метою було використання локального туристичного потенціалу, залучення місцевих мешканців до розроблення маршрутів і популяризація природної спадщини прикордонних територій. Такий приклад демонструє, що туристично-рекреаційний потенціал не обмежується лише наявністю пам'яток чи природних ресурсів. Важливим є також уміння громад перетворювати ці ресурси на якісний туристичний продукт: маршрут, подію, бренд, сервіс, інформаційний ресурс або комплексну пропозицію для різних категорій туристів.

Попри значні переваги, туристично-рекреаційний потенціал українсько-польського прикордоння використовується не повною мірою. Серед основних проблем можна виокремити нерівномірний розвиток інфраструктури, недостатню якість доріг на окремих територіях, обмежену кількість зручних транскордонних транспортних маршрутів, недостатню кількість туристично-

інформаційних центрів, слабку цифрову інтеграцію туристичних ресурсів, недостатню промоцію маловідомих об'єктів, мовні бар'єри та складність перетину кордону. В умовах війни додатковими стримувальними чинниками є безпекові ризики, зменшення міжнародного туристичного потоку до України та переорієнтація частини ресурсів громад на першочергові соціальні й оборонні потреби.

Водночас саме в умовах сучасних викликів туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій набуває нового значення. Він може бути використаний для підтримки місцевої економіки, розвитку малого підприємництва, відновлення громад, збереження культурної спадщини, просування позитивного іміджу України в Європі та зміцнення українсько-польського партнерства. Програма Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 орієнтована на підтримку прикордонних регіонів, які зазнали впливу війни, і передбачає підтримку спільних проєктів у сферах довкілля, охорони здоров'я, культурної спадщини та сталого туризму [55].

Отже, туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій України та Польщі є багатокомпонентним і охоплює природні, історико-культурні, етнографічні, релігійні, гастрономічні, подієві, оздоровчі та інфраструктурні ресурси. Його особливістю є транскордонний характер багатьох туристичних об'єктів і традицій, що створює передумови для формування спільних маршрутів, туристичних брендів і проєктів сталого розвитку. Найбільш перспективними напрямками використання цього потенціалу є розвиток культурно-пізнавального, екологічного, карпатського, сільського, гастрономічного, сакрального, подієвого та оздоровчо-рекреаційного туризму. Для ефективної реалізації цих можливостей необхідними є покращення інфраструктури, цифровізація туристичної інформації, посилення промоції, залучення місцевих громад і поглиблення українсько-польського партнерства в межах європейських програм транскордонного співробітництва.

2.2. Аналіз існуючих програм та проєктів транскордонного співробітництва

Українсько-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму є важливим інструментом розвитку прикордонних територій, посилення добросусідських відносин, збереження культурної спадщини та формування спільного туристичного простору. Воно реалізується через програми Європейського Союзу, діяльність єврорегіонів, партнерські угоди між громадами, спільні культурні й туристичні ініціативи, а також через проєкти, спрямовані на розвиток інфраструктури, промоцію територій і підтримку сталого туризму.

Особливе значення для українсько-польської співпраці мають програми Interreg, які забезпечують фінансову та організаційну основу для реалізації спільних ініціатив. Вони сприяють не лише розвитку окремих туристичних об'єктів, а й формуванню довгострокових партнерств між органами влади, громадами, музеями, закладами освіти, громадськими організаціями, туристичними структурами та культурними інституціями.

Одним із ключових сучасних інструментів є Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027. Програма була ухвалена Європейською Комісією 30 листопада 2022 року, а її загальна мета полягає у підтримці процесів транскордонного розвитку на польсько-українському прикордонні. Вона орієнтована на польські й українські прикордонні регіони та неприбуткові інституції, які діють у межах програмної території. Загальний бюджет програми становить понад 262 млн євро, з яких Європейський Союз виділив 235,9 млн євро, а щонайменше 214,4 млн євро передбачено безпосередньо на проєкти (табл.2.5) [14, 55].

Важливо, що програма має не лише економічне, а й соціально-культурне значення. Вона підтримує регіони Польщі та України, які зазнали впливу війни, і спрямована на реалізацію спільних проєктів у сферах довкілля, охорони здоров'я, культурної спадщини, сталого туризму, публічних послуг, транскордонної взаємодії та управління кордоном.

Таблиця 2.5

Ключові характеристики програми Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027

Показник	Характеристика
Назва програми	Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027
Дата ухвалення	30 листопада 2022 року
Загальна мета	Підтримка транскордонного розвитку польсько-українського прикордоння
Загальний бюджет	Понад 262 млн євро
Фінансування ЄС	235,9 млн євро
Мінімальна сума на проекти	214,4 млн євро
Основні учасники	Органи влади, громади, неприбуткові організації, заклади культури, освіти, охорони здоров'я, туристичні інституції
Рівень співфінансування	До 90% прийнятних витрат проекту
Основне значення для туризму	Підтримка культурної спадщини, сталого туризму, транскордонних маршрутів, промоції та партнерства

Джерело: складено автором за даними Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027.

Програма Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 охоплює шість основних пріоритетів: довкілля, охорона здоров'я, туризм, співпраця, кордони та доступність (рис 2.1) [55]. Така структура свідчить про комплексний підхід до розвитку прикордонних територій. Туризм у цьому контексті розглядається не ізольовано, а у зв'язку з охороною природного середовища, культурною спадщиною, транспортною доступністю, розвитком громад і міжінституційною взаємодією.

Для теми українсько-польського транскордонного туризму особливо важливим є пріоритет «Туризм», оскільки він передбачає підтримку культурної спадщини, сталого туризму, спільних туристичних маршрутів, туристично-інформаційної інфраструктури, цифрових інструментів промоції та культурних ініціатив. У межах другого конкурсу проєктних заявок на пріоритет «Туризм» було передбачено бюджет 35,87 млн євро, а на пріоритет «Співпраця» - 5,11 млн євро. Це підтверджує, що розвиток туризму розглядається як один із важливих напрямів транскордонної взаємодії України та Польщі (табл 2.6.) [55]

Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027

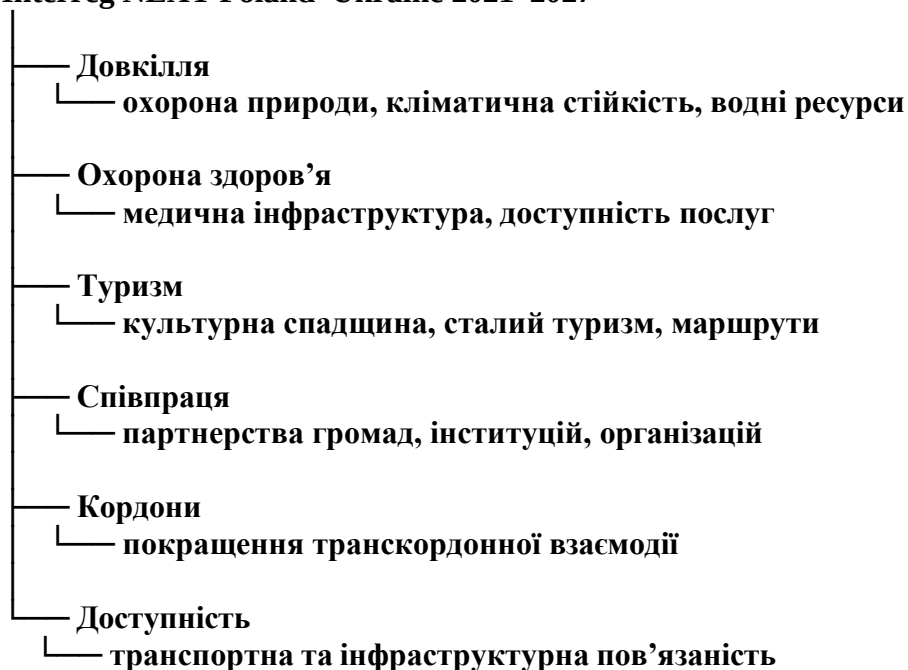


Рис. 2.1. Основні пріоритети програми Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027

Джерело: складено автором за матеріалами Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027.

У межах програми передбачено реалізацію різних типів проєктів: стратегічних великих інфраструктурних проєктів, регулярних проєктів і малих проєктів. Такий підхід є важливим для прикордонних громад, оскільки дозволяє підтримувати як масштабні інфраструктурні ініціативи, так і локальні проєкти у сфері культури, туризму, освіти, промоції та міжлюдських контактів. Для туристичної галузі це означає можливість залучення до співпраці не лише обласних адміністрацій і великих установ, а й місцевих громад, музеїв, туристично-інформаційних центрів, громадських організацій і закладів освіти.

Таблиця 2.6

Значення окремих пріоритетів Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 для розвитку туризму

Пріоритет	Зміст	Значення для туристичної сфери
Туризм	Підтримка культурної спадщини та сталого туризму	Створення маршрутів, промоція об'єктів, розвиток туристичної інфраструктури

Пріоритет	Зміст	Значення для туристичної сфери
Співпраця	Посилення міжінституційної взаємодії	Партнерства громад, музеїв, освітніх і культурних установ
Доступність	Покращення транспортної та просторової доступності	Зручніше сполучення з туристичними об'єктами
Довкілля	Охорона природних ресурсів	Розвиток екотуризму, природоохоронних маршрутів
Кордони	Покращення транскордонної взаємодії	Полегшення контактів і мобільності в прикордонні
Охорона здоров'я	Розвиток медичної інфраструктури	Потенціал для оздоровчого, реабілітаційного й соціального туризму

Джерело: складено автором.

Важливою передумовою сучасної програми став досвід попередньої Програми транскордонного співробітництва Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. Вона стала одним із найпомітніших інструментів розвитку прикордонних територій у попередній фінансовій перспективі ЄС. За 20 років співпраці в межах європейських фондів партнери з Польщі та України спільно реалізували 293 проекти у сферах безпеки, дорожньої та залізничної інфраструктури, охорони здоров'я, захисту довкілля та сталого туризму.

У сфері туризму значну роль відігравали проекти, спрямовані на розвиток маршрутів, промоцію локальної спадщини, покращення туристичної інфраструктури, активізацію громад і залучення місцевого населення до туристичної діяльності. У базі проектів Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020 серед українсько-польських ініціатив представлені, зокрема, проекти «4 Seasons – cross-border tourism routes», «2 Castles: common history, common promotion...», «Wallachian Culture Trail in the Polish-Ukrainian borderland», «Cross-border Wooden Architecture Route...», «Carpathian Wooden Architecture Route...», «Sustainable tourism development in nature protected areas of the Carpathians», «Cultural heritage of the kitchen...» та «Carpathian wine heritage academy» [26, 27].

Таблиця 2.7

Приклади туристичних і культурних проєктів у межах Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020

Назва проєкту	Провідний бенефіціар / територія	Тематичне спрямування	Значення для транскордонного туризму
4 Seasons – cross-border tourism routes	Волинський обласний фонд підтримки підприємництва	Туристичні маршрути, природна спадщина	Створення сезонних маршрутів і промоція Волині та Цешанува
2 Castles: common history, common promotion	Інститут регіонального розвитку, Львівська область	Замкова спадщина	Популяризація спільної історії та збільшення туристичних потоків
Wallachian Culture Trail in the Polish-Ukrainian borderland	Pro Carpathia, Підкарпатське воєводство	Етнокультурна спадщина	Розвиток етнографічного та культурного туризму
Cross-border Wooden Architecture Route	Підкарпатська регіональна туристична організація	Дерев'яна архітектура	Збереження та промоція унікальної архітектурної спадщини
Carpathian Wooden Architecture Route	Асоціація органів самоврядування «Єврорегіон Карпати — Україна»	Сакральна й архітектурна спадщина	Формування транскордонного культурного маршруту
Sustainable tourism development in nature protected areas of the Carpathians	НПП «Сколівські Бескиди»	Природоохоронні території	Розвиток сталого туризму в Карпатах
Cultural heritage of the kitchen	Виконавчий комітет Рівненської міської ради	Кулінарна спадщина	Професіоналізація гастрономічної пропозиції Рівного та Любліна
Carpathian wine heritage academy	Виноградівська районна рада, Закарпаття	Винна спадщина	Розвиток гастрономічного та винного туризму

Джерело: складено автором за базою проєктів Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020.

Показовим прикладом практичної реалізації туристичного потенціалу є проєкт «4 Seasons – cross-border tourism routes». Його метою було створення транскордонного туристичного продукту - 8 туристичних маршрутів територіями Волинської області та Підкарпатського регіону. Маршрути були орієнтовані на різні пори року: весну, літо, осінь і зиму. Проєкт мав на меті

показати природне, історичне й культурне багатство прикордоння та підвищити привабливість регіону для туристів [27].

У межах цього проєкту також було організовано промоційну кампанію: створено 9 коротких промоційних фільмів, підготовлено туристичний путівник і буклет, а вздовж нових маршрутів встановлено інформаційні дошки з QR-кодами. Це є прикладом поєднання традиційного туристичного маршруту з цифровими елементами навігації та промоції.

Окрім програм Interreg, важливу роль у розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва відіграють єврорегіони. Вони є організаційними формами співпраці прикордонних територій і створюють постійні майданчики для взаємодії органів влади, місцевого самоврядування, громадських організацій, освітніх установ, культурних інституцій і представників бізнесу.

Для українсько-польської туристичної співпраці особливо важливими є Єврорегіон «Буг», Карпатський єврорегіон і Єврорегіон «Розточчя». Вони охоплюють території з високим природним, культурним, сакральним, етнографічним і рекреаційним потенціалом.

Таблиця 2.8

Роль єврорегіонів у розвитку українсько-польського транскордонного туризму

Єврорегіон	Територіальна основа	Туристичний потенціал	Перспективні напрями співпраці
Єврорегіон «Буг»	Волинська область, Люблінське воєводство та суміжні території	Полісся, річкові долини, сакральна спадщина, історико-культурні пам'ятки	Екотуризм, сільський туризм, релігійний туризм, подієві маршрути
Карпатський єврорегіон	Українські Карпати, польські Бещади та інші карпатські території	Гори, лісові ландшафти, етнокультура, дерев'яна архітектура, гастрономія	Активний, етнографічний, гастрономічний, оздоровчий і сталий туризм
Єврорегіон «Розточчя»	Українсько-польська частина Розточчя	Ландшафти, природоохоронні території, рекреаційні ресурси, культурна спадщина	Велотуризм, піші маршрути, екотуризм, культурно-пізнавальний туризм

Джерело: складено автором.

Єврорегіон «Буг» має важливе значення для розвитку співпраці між Волинню та Люблінщиною. Ця територія поєднує природні ресурси Полісся, історико-культурну спадщину, сакральні пам'ятки, етнографічні традиції та потенціал для розвитку екологічного, сільського, релігійного й подієвого туризму. У межах такого співробітництва можуть реалізовуватися спільні туристичні маршрути, фестивалі, промоційні кампанії, освітні обміни й проєкти зі збереження спадщини.

Карпатський єврорегіон є особливо перспективним для розвитку гірського, екологічного, етнографічного, активного, гастрономічного, оздоровчого та культурно-пізнавального туризму. Українські Карпати та польські Бещади мають спільні природні риси, багату етнокультурну спадщину, традиції дерев'яної сакральної архітектури, народних промислів і локальної кухні. Тому транскордонне співробітництво може бути спрямоване на формування спільного карпатського туристичного бренду, розвиток маршрутів, екологічну освіту, підтримку малого бізнесу та просування сталого туризму.

Єврорегіон «Розточчя» має значний потенціал для розвитку природоорієнтованого, велосипедного, пішохідного, культурного та сільського туризму. Його перевагою є поєднання природної унікальності, ландшафтною привабливості та культурної спадщини. Розточчя може виступати прикладом території, де транскордонна співпраця сприяє не лише туризму, а й збереженню природи та розвитку місцевих громад.

Аналіз існуючих програм і проєктів дає змогу виокремити кілька основних напрямів українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму.

По-перше, це збереження та популяризація культурної спадщини. Українсько-польське прикордоння має значну кількість пам'яток спільної історії: замки, палаци, дерев'яні церкви, костели, монастирі, історичні центри міст, старовинні цвинтарі, музеї та місця пам'яті. Проєкти у цій сфері можуть бути спрямовані на реставрацію, облаштування туристичної інфраструктури,

створення інформаційних матеріалів, цифровізацію спадщини та включення об'єктів до транскордонних маршрутів.

По-друге, важливим напрямом є розвиток сталого туризму. У сучасних програмах ЄС туризм розглядається не лише як економічна діяльність, а й як інструмент збалансованого розвитку територій. Сталий туризм передбачає збереження природного середовища, підтримку місцевих громад, розвиток малого підприємництва, популяризацію локальної культури та зменшення негативного впливу масових туристичних потоків.

По-третє, вагоме місце займає розвиток туристичної інфраструктури та доступності. Для прикордонних територій це особливо важливо, оскільки туристична привабливість залежить не лише від наявності ресурсів, а й від можливості зручно дістатися до об'єктів, отримати інформацію, скористатися послугами, знайти житло, харчування та навігацію. У цьому контексті важливими є велосипедні й пішохідні маршрути, туристично-інформаційні центри, цифрові карти, дорожня навігація та мультимовні інформаційні матеріали.

По-четверте, важливим напрямом є міжінституційна співпраця. Програми Interreg та єврорегіони сприяють налагодженню контактів між громадами, органами місцевого самоврядування, освітніми закладами, музеями, природоохоронними установами, громадськими організаціями та туристичними структурами. Це має важливе значення, оскільки сталий розвиток транскордонного туризму неможливий без довгострокових партнерств, обміну досвідом і спільного стратегічного планування.

По-п'яте, перспективним напрямом є цифровізація туристичної інформації. Сучасні транскордонні туристичні проєкти дедалі частіше передбачають створення онлайн-платформ, інтерактивних карт, мобільних додатків, віртуальних турів, електронних каталогів маршрутів і мультимовних інформаційних ресурсів. Для українсько-польського прикордоння це особливо актуально, адже туристу потрібна доступна інформація про об'єкти, маршрути, транспорт, правила перетину кордону, події, заклади розміщення та харчування.

Оцінюючи існуючі програми та проекти, варто зазначити, що їхня ефективність полягає не лише у фінансуванні окремих заходів, а й у формуванні культури партнерства. Участь українських і польських організацій у спільних проектах сприяє розвитку проектного менеджменту, підвищенню інституційної спроможності громад, налагодженню контактів між фахівцями та поширенню європейських підходів до управління туристичним розвитком.

Водночас існують і певні проблеми реалізації транскордонних програм. До них можна віднести складність підготовки проектних заявок, необхідність співфінансування, різницю в адміністративних процедурах України та Польщі, мовні бар'єри, нерівномірний рівень проектної спроможності громад, бюрократичні труднощі та залежність багатьох ініціатив від зовнішнього фінансування. В умовах повномасштабної війни в Україні додатковими викликами стали безпекові ризики, кадрові проблеми, зміна пріоритетів місцевих бюджетів і скорочення міжнародних туристичних потоків до України [32].

Попри це, наявні програми й інституційні формати створюють значну основу для подальшого розвитку українсько-польського транскордонного туризму. Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 дає можливість продовжити успішні практики попереднього періоду, а діяльність єврорегіонів «Буг», «Карпатський єврорегіон» і «Розточчя» забезпечує просторову та організаційну основу для довгострокової співпраці. Особливо перспективними є проекти, що поєднують культурну спадщину, сталий туризм, цифрові інструменти, розвиток громад і покращення доступності прикордонних територій.

Отже, аналіз існуючих програм та проектів транскордонного співробітництва свідчить, що українсько-польська взаємодія у сфері туризму має розвинену інституційну та програмну основу. Найважливішими інструментами є програми Interreg, досвід Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020, сучасна програма Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027, а також діяльність єврорегіонів. Вони створюють умови для розвитку спільних туристичних маршрутів, збереження культурної спадщини, формування транскордонних брендів, цифровізації туристичних послуг, посилення ролі громад і впровадження принципів сталого

туризму. Для України та Польщі ці інструменти є важливими не лише з погляду розвитку туризму, а й у ширшому контексті європейської інтеграції, регіонального розвитку та зміцнення добросусідських відносин.

2.3. Основні проблеми та бар'єри розвитку транскордонного туризму

Розвиток українсько-польського транскордонного туризму має значний потенціал, однак його реалізація ускладнюється низкою проблем і бар'єрів. Вони пов'язані з інфраструктурними, організаційними, фінансовими, інформаційними, безпековими, кадровими та нормативно-адміністративними чинниками. Частина цих проблем є типовою для прикордонних територій загалом, а частина зумовлена сучасними викликами, зокрема повномасштабною війною в Україні, змінами туристичних потоків, безпековими ризиками та обмеженістю ресурсів місцевих громад.

Однією з ключових проблем розвитку транскордонного туризму є недостатній рівень транспортної доступності прикордонних територій. Туризм значною мірою залежить від можливості швидко, безпечно й комфортно дістатися до туристичних об'єктів. Українсько-польське прикордоння має вигідне географічне положення, однак на практиці туристична мобільність часто ускладнюється чергами на пунктах пропуску, нерівномірною якістю автомобільних доріг, недостатньою кількістю прямих автобусних і залізничних маршрутів, а також обмеженою інтеграцією транспортних сервісів між українськими та польськими регіонами.

Особливо відчутним бар'єром є проблема перетину кордону. Для транскордонного туризму важливим є не лише сам факт наявності пунктів пропуску, а й їхня пропускна спроможність, зручність для туристів, прогнозованість часу проходження контролю, наявність належної інфраструктури та інформаційного супроводу. Тривале очікування на кордоні знижує туристичну привабливість прикордонних маршрутів, особливо

короткотривалих подорожей вихідного дня, екскурсійних турів, автобусних поїздок, паломницьких маршрутів і подієвого туризму [57].

Ще одним важливим бар'єром є недостатній розвиток туристичної інфраструктури на окремих прикордонних територіях. Попри наявність значної кількості природних, історико-культурних і рекреаційних ресурсів, не всі вони належним чином підготовлені до прийому туристів. Часто спостерігається нестача якісних під'їзних шляхів, паркувальних місць, громадських вбиралень, інформаційних стендів, туристичної навігації, місць відпочинку, пунктів харчування, доступного житла та сервісів для різних категорій відвідувачів. Це особливо характерно для малих населених пунктів, сільських територій, природоохоронних зон і маловідомих об'єктів культурної спадщини.

З інфраструктурною проблемою тісно пов'язана нерівномірність розвитку туристичного простору. Великі туристичні центри, такі як Львів, Люблін, Ряшів, Замостя, Ужгород, Івано-Франківськ, мають відносно розвинену інфраструктуру, туристичні сервіси й промоцію. Натомість багато малих міст і громад, які володіють цінними туристичними ресурсами, залишаються поза основними туристичними потоками. Унаслідок цього туристичний потенціал прикордоння використовується фрагментарно, а переваги від туризму концентруються лише в окремих центрах.

Важливою проблемою є також недостатня кількість якісних спільних туристичних продуктів. Українсько-польське прикордоння має багато спільних тем для туристичного розвитку: дерев'яна сакральна архітектура, замкова спадщина, карпатські маршрути, гастрономія, релігійний туризм, багатокультурна історія, воєнно-історична пам'ять, етнографія, екотуризм. Проте ці ресурси не завжди оформлені у цілісні маршрути, тури, цифрові карти, туристичні пакети або спільні бренди. Часто українські й польські об'єкти просуваються окремо, без взаємного доповнення та без створення єдиного транскордонного туристичного простору[17].

Серйозним бар'єром залишається відсутність сильного спільного туристичного бренду українсько-польського прикордоння. У сучасному туризмі

важливо не лише мати привабливі об'єкти, а й уміти правильно їх позиціонувати на ринку. Турист має розуміти, чим саме унікальна територія, які враження вона пропонує, чому варто відвідати обидві сторони кордону та як це зробити зручно. Наразі промоція часто здійснюється на рівні окремих міст, областей, воєводств або проєктів, але бракує комплексного брендингу українсько-польського прикордонного туристичного простору.

Не менш важливою є інформаційна розрізненість туристичних ресурсів. Туристична інформація про українські та польські прикордонні території часто розміщена на різних сайтах, у різних форматах і різними мовами. Не завжди є повна інформація про маршрути, транспорт, графіки роботи об'єктів, ціни, доступність для людей з інвалідністю, правила відвідування природоохоронних територій, події, гідів, заклади розміщення та харчування. Відсутність єдиної або добре інтегрованої інформаційної платформи ускладнює планування транскордонних подорожей.

Окремим бар'єром є недостатня цифровізація туристичних послуг. Для сучасного туриста важливими є онлайн-карти, мобільні додатки, електронне бронювання, QR-коди, аудіогіди, віртуальні тури, інтерактивні маршрути, актуальні сторінки в соціальних мережах, онлайн-календарі подій та мультимовні туристичні портали. У багатьох прикордонних громадах такі інструменти або відсутні, або функціонують частково. Це знижує конкурентоспроможність територій, особливо серед молоді, іноземних туристів і самостійних мандрівників.

Суттєвим чинником, який стримує розвиток транскордонного туризму, є мовний та комунікаційний бар'єр. Українсько-польська співпраця є доволі активною, проте для туристичного обслуговування важливо забезпечити доступність інформації українською, польською, англійською, а в окремих випадках і іншими мовами. Недостатня кількість мультимовних матеріалів, гідів, інформаційних табличок і сайтів обмежує можливості залучення ширшої аудиторії туристів. Крім того, відмінності в культурі сервісу, комунікації та очікуваннях туристів також можуть впливати на якість туристичного досвіду.

Важливою проблемою є недостатній рівень кадрового забезпечення туристичної галузі в окремих прикордонних громадах. Для якісного розвитку транскордонного туризму потрібні фахівці з туризму, гіді, екскурсоводи, менеджери проєктів, фахівці з цифрового маркетингу, перекладачі, працівники туристично-інформаційних центрів, спеціалісти з грантової діяльності та міжкультурної комунікації. У малих громадах часто бракує таких кадрів, що ускладнює підготовку якісних проєктних заявок, реалізацію туристичних ініціатив і просування локального туристичного продукту.

Окремим бар'єром є низька проєктна спроможність частини громад та організацій. Участь у програмах транскордонного співробітництва, зокрема Interreg, потребує знання процедур, уміння готувати проєктні заявки, формувати партнерства, планувати бюджет, забезпечувати звітність, дотримуватися вимог донорів і управляти ризиками. Не всі громади мають достатній досвід і кадрові ресурси для участі в таких програмах. У результаті більш активними учасниками стають ті території, які вже мають досвід міжнародної співпраці, а менш спроможні громади залишаються поза проєктними можливостями.

Значним обмеженням є фінансова залежність багатьох туристичних ініціатив від грантових програм. Європейські програми, зокрема Interreg, відкривають важливі можливості для розвитку туризму, однак вони не можуть бути єдиним джерелом підтримки. Після завершення проєкту часто виникає проблема сталості результатів: хто буде утримувати створену інфраструктуру, оновлювати сайти, підтримувати маршрути, проводити події, забезпечувати промоцію та координувати партнерства. Якщо місцеві бюджети або бізнес не готові підтримувати ініціативу після завершення фінансування, її ефект може бути короткотривалим [34].

До проблем розвитку транскордонного туризму належить також недостатня участь приватного бізнесу у спільних проєктах. Туристичний бізнес є важливим учасником формування туристичного продукту, однак у багатьох транскордонних програмах основними заявниками виступають органи влади, комунальні установи, громадські організації або освітні заклади. Підприємці не

завжди активно залучені до стратегічного планування, створення маршрутів, промоції та реалізації транскордонних ініціатив. Це знижує практичну комерційну ефективність туристичних проєктів.

Важливою проблемою є недостатня координація між різними учасниками туристичної сфери. Транскордонний туризм потребує взаємодії органів влади, громад, бізнесу, музеїв, природоохоронних установ, перевізників, освітніх закладів, громадських організацій та міжнародних партнерів. Якщо така взаємодія є слабкою, туристичні ініціативи залишаються розрізненими. Наприклад, маршрут може бути розроблений, але не промотуватися; об'єкт може бути цікавим, але не мати сервісу; подія може мати потенціал, але не бути включеною до ширшого туристичного календаря.

Серед бар'єрів слід виокремити і недостатній рівень маркетингового просування українсько-польських транскордонних маршрутів. Часто промоція обмежується інформаційними буклетами, локальними сайтами або разовими подіями. Натомість сучасний туризм потребує системного маркетингу: аналізу цільових аудиторій, просування в соціальних мережах, співпраці з блогерами, участі у міжнародних туристичних виставках, створення відеоконтенту, SEO-просування, туристичних кампаній і партнерства з туроператорами. Без активного маркетингу навіть якісний туристичний продукт може залишитися маловідомим.

Окремим викликом є збереження культурної спадщини. Багато пам'яток українсько-польського прикордоння потребують реставрації, належного догляду, охорони та пристосування до туристичного використання. Недостатнє фінансування, бюрократичні процедури, відсутність фахового менеджменту спадщини та слабка інтеграція пам'яток у туристичні маршрути знижують їхню привабливість. Водночас надмірне або неконтрольоване туристичне навантаження також може створювати ризики для збереження автентичності об'єктів.

Природоохоронний аспект також є важливим. Частина туристично-рекреаційного потенціалу прикордонних територій пов'язана з національними

парками, заповідниками, ландшафтними парками, лісами, гірськими територіями, озерами та річками. Розвиток туризму в таких місцях має здійснюватися з урахуванням екологічних обмежень. Проблемами можуть бути засмічення територій, стихійний відпочинок, надмірне рекреаційне навантаження, нестача екологічної інфраструктури, недостатній контроль за поведінкою туристів і слабка екологічна освіта відвідувачів.

Особливе місце серед бар'єрів займає безпековий чинник, пов'язаний із повномасштабною війною в Україні. Війна суттєво вплинула на туристичні потоки, імідж України як туристичного напрямку, роботу туристичного бізнесу, можливості міжнародного просування та поведінку туристів. Навіть відносно безпечні західні області України можуть сприйматися іноземними туристами як ризиковані через загальний воєнний контекст. Це обмежує розвиток в'їзного туризму та ускладнює реалізацію транскордонних туристичних маршрутів, які передбачають перебування на українській території [17].

Водночас війна створила й нові соціальні виклики для туристичної сфери. Частина об'єктів і громад переорієнтувала ресурси на гуманітарні потреби, підтримку внутрішньо переміщених осіб, військових і волонтерські ініціативи. Туристичний бізнес у багатьох регіонах працює в умовах нестабільності, зниження попиту, кадрових втрат і фінансових труднощів. Це зменшує можливості інвестування у розвиток туристичної інфраструктури та нові транскордонні продукти.

До бар'єрів також належить асиметрія розвитку українських і польських прикордонних територій. Польські регіони мають більший досвід участі в програмах ЄС, кращий доступ до європейських фінансових інструментів, розвиненішу інституційну систему та стабільніші умови для туристичного бізнесу. Українські громади, особливо в умовах війни, часто мають обмежені ресурси, менший досвід адміністрування міжнародних проєктів і складніші фінансові умови. Така асиметрія не унеможливорює співпрацю, але потребує додаткової підтримки українських партнерів і вирівнювання інституційних можливостей.

Важливим бар'єром є і недостатня сталість транскордонних партнерств. Часто співпраця активізується під конкретний грантовий конкурс або проєкт, але після завершення фінансування контакти слабшають. Для ефективного розвитку транскордонного туризму необхідні довготривалі партнерські мережі, постійні робочі групи, спільні стратегії, регулярна комунікація та взаємна зацікавленість у результатах. Без цього транскордонна співпраця може залишатися формальною або епізодичною.

Окремо слід зазначити недостатнє використання освітнього та наукового потенціалу. Заклади вищої освіти, наукові установи та професійні навчальні заклади можуть відігравати важливу роль у підготовці кадрів, проведенні досліджень, розробленні туристичних маршрутів, аналізі ринку, навчанні громад проєктному менеджменту та міжкультурній комунікації. Проте їхній потенціал не завжди системно інтегрований у транскордонні туристичні ініціативи.

Таким чином, основні проблеми та бар'єри розвитку українсько-польського транскордонного туризму мають комплексний характер. Вони охоплюють інфраструктурні труднощі, проблеми перетину кордону, недостатню цифровізацію, слабку промоцію, нестачу кадрів, обмежену проєктну спроможність громад, фінансову залежність від грантів, недостатню участь бізнесу, безпекові виклики, асиметрію розвитку українських і польських територій та слабку сталість партнерств. Подолання цих бар'єрів потребує системного підходу, узгодженої політики, ефективної міжінституційної взаємодії, залучення європейських програм, розвитку спільних туристичних брендів, цифрових сервісів і посилення ролі місцевих громад у формуванні транскордонного туристичного продукту.

Висновки до розділу 2

У другому розділі було проаналізовано сучасний стан українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму, зокрема туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій України та

Польщі, існуючі програми й проєкти транскордонної взаємодії, а також основні проблеми та бар'єри, що стримують розвиток транскордонного туризму.

Встановлено, що українсько-польське прикордоння має значний туристично-рекреаційний потенціал, який формується завдяки поєднанню природних, історико-культурних, етнографічних, релігійних, гастрономічних, подієвих та оздоровчих ресурсів. Прикордонні території України та Польщі характеризуються спільною історичною спадщиною, культурною близькістю, вигідним географічним положенням і наявністю ресурсів, придатних для розвитку різних видів туризму. Найбільш перспективними серед них є культурно-пізнавальний, екологічний, сільський, гастрономічний, сакральний, подієвий, оздоровчо-рекреаційний, активний та ностальгійний туризм.

Проаналізовано існуючі програми та проєкти транскордонного співробітництва, серед яких провідне місце займають програми Європейського Союзу, зокрема Interreg. Визначено, що сучасна програма Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 є одним із ключових інструментів підтримки українсько-польської співпраці. Вона охоплює напрями довкілля, охорони здоров'я, туризму, співпраці, кордонів і доступності, що дозволяє розглядати туризм у комплексному зв'язку з розвитком інфраструктури, охороною культурної спадщини, мобільністю, соціальною інклюзією та сталим розвитком прикордонних територій.

Доведено, що попри значний потенціал і наявність програмної підтримки, розвиток українсько-польського транскордонного туризму стримується низкою проблем. До основних бар'єрів належать недостатня транспортна доступність окремих територій, складність і тривалість перетину кордону, нерівномірний розвиток туристичної інфраструктури, відсутність достатньої кількості якісних спільних туристичних продуктів, слабкий спільний туристичний бренд, інформаційна розрізненість ресурсів і недостатній рівень цифровізації туристичних послуг.

Визначено, що суттєвими перешкодами також є кадрові проблеми, недостатня проєктна спроможність частини громад, фінансова залежність

багатьох ініціатив від грантових програм, слабка участь приватного бізнесу, недостатня координація між суб'єктами туристичної діяльності, мовні та комунікаційні бар'єри. Ці чинники ускладнюють перехід від окремих проєктів до системного розвитку транскордонного туристичного простору.

Особливий вплив на сучасний стан українсько-польського транскордонного туризму має повномасштабна війна в Україні. Вона змінила структуру туристичних потоків, знизила рівень в'їзного туризму, посилила безпекові ризики, обмежила фінансові можливості громад і туристичного бізнесу. Водночас війна посилила значення Польщі як стратегічного партнера України та актуалізувала потребу в нових формах співпраці, зокрема у сферах соціально орієнтованого, реабілітаційного, культурного, освітнього та волонтерського туризму.

Отже, сучасний стан українсько-польського транскордонного співробітництва в туризмі можна оцінити як перспективний, але недостатньо реалізований. Україна та Польща мають спільний туристично-рекреаційний потенціал, досвід участі в міжнародних програмах, сформовані інституційні механізми співпраці та можливості залучення європейського фінансування. Водночас для ефективного розвитку транскордонного туризму необхідно подолати інфраструктурні, організаційні, інформаційні, фінансові та безпекові бар'єри.

Таким чином, подальший розвиток українсько-польського транскордонного туризму потребує комплексного підходу, який має включати покращення транспортної доступності, спрощення туристичної мобільності, створення спільних маршрутів, формування єдиного туристичного бренду, цифровізацію туристичної інформації, активніше залучення бізнесу, підвищення проєктної спроможності громад і забезпечення сталості результатів транскордонних проєктів. Саме ці напрями мають стати основою для визначення перспектив розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму в наступному розділі магістерської роботи.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА НАПРЯМИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИЗМУ

3.1. Інноваційні підходи до розвитку туристичних продуктів

У сучасних умовах туристична галузь дедалі більше залежить від здатності територій створювати нові, конкурентоспроможні та емоційно привабливі туристичні продукти. Для українсько-польського транскордонного туризму інноваційні підходи мають особливе значення, оскільки дозволяють не лише ефективніше використовувати природний, історико-культурний і рекреаційний потенціал прикордонних територій, а й формувати сучасний імідж українсько-польського прикордоння як відкритого, безпечного, автентичного та цікавого туристичного простору.

Інновації у сфері туризму не обмежуються лише використанням цифрових технологій. Вони охоплюють нові способи організації туристичних маршрутів, креативне представлення культурної спадщини, персоналізацію туристичного досвіду, інтеграцію локальних громад у створення туристичного продукту, розвиток сталого та інклюзивного туризму, формування тематичних брендів, використання інтерактивних форматів і поєднання туризму з освітою, культурою, гастрономією, мистецтвом, реабілітацією та соціальними ініціативами.

Для українсько-польського транскордонного співробітництва інноваційний туристичний продукт має будуватися на принципі поєднання ресурсів обох країн. Це означає, що туристичний маршрут або пропозиція повинні не просто охоплювати об'єкти по обидва боки кордону, а створювати єдину історію, спільну ідею та цілісний туристичний досвід. Наприклад, маршрут дерев'яної сакральної архітектури може поєднувати українські й польські дерев'яні церкви Карпатського регіону, а гастрономічний маршрут — локальні страви Галичини, Волині, Підкарпаття та Люблінщини.

Одним із провідних інноваційних підходів є цифровізація туристичних продуктів. Вона передбачає використання сучасних інформаційно-

комунікаційних технологій для створення, просування та споживання туристичних послуг. Для українсько-польського прикордоння доцільним є створення єдиної цифрової платформи транскордонного туризму, яка б об'єднувала інформацію про маршрути, пам'ятки, музеї, природні об'єкти, фестивалі, заклади розміщення, харчування, транспорт, пункти пропуску, правила безпеки та актуальні події.

Така платформа повинна бути мультимовною — українською, польською та англійською мовами. Вона може містити інтерактивну карту, можливість фільтрувати маршрути за тематикою, тривалістю, складністю, сезоном, доступністю для людей з інвалідністю, видом транспорту та цільовою аудиторією. Наприклад, турист міг би обрати маршрут вихідного дня, сімейну подорож, паломницький маршрут, гастрономічний тур, велосипедний шлях або екологічну стежку [53].

Важливим інструментом цифровізації є використання QR-кодів, аудіогідів і мобільних додатків. На туристичних об'єктах українсько-польського прикордоння доцільно розміщувати QR-коди, які відкриватимуть інформацію кількома мовами, архівні фото, відео, карти, легенди, історичні довідки, маршрути до найближчих об'єктів, рекомендації щодо закладів харчування та місць розміщення. Аудіогіди можуть бути особливо корисними для самотійних туристів, які не користуються послугами екскурсовода.

Перспективним є також використання доповненої та віртуальної реальності. Наприклад, за допомогою AR-технологій туристи можуть побачити, як виглядав замок, храм, площа або історична вулиця в минулі століття. Віртуальні тури можуть бути корисними для промоції об'єктів ще до фізичного відвідування, а також для людей, які тимчасово не можуть подорожувати. Для України в умовах війни це особливо важливо, оскільки віртуальні продукти дозволяють підтримувати інтерес до туристичних DESTINACIЙ навіть за умов обмеження в'їзного туризму.

Другим інноваційним підходом є створення тематичних транскордонних маршрутів нового покоління. Традиційні маршрути часто

будуються за принципом простого переліку пам'яток. Натомість сучасний туристичний продукт має пропонувати історію, емоцію, інтерактивність і можливість особистого залучення туриста. Тому маршрут повинен мати чітку ідею, назву, логотип, легенду, карту, цифровий супровід, партнерів, сервісну інфраструктуру та промоційні матеріали [45].

Для українсько-польського прикордоння перспективними можуть бути такі тематичні маршрути:

«Шлях дерев'яної сакральної спадщини» — маршрут, що поєднує дерев'яні церкви Карпатського регіону України та Польщі, зокрема об'єкти, включені до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Такий маршрут може поєднувати сакральну архітектуру, історію громад, іконопис, народне мистецтво, паломницькі традиції та локальні культурні події.

«Замки та фортеці українсько-польського прикордоння» — маршрут, орієнтований на культурно-пізнавальний туризм, історичні реконструкції, музейні програми, фестивалі середньовічної культури, квести та інтерактивні екскурсії.

«Гастрономічне прикордоння» — маршрут, який може поєднувати локальні продукти, традиційну кухню, фермерські господарства, винні й сирні маршрути, кулінарні майстер-класи, ярмарки та гастрономічні фестивалі.

«Карпатський шлях активного туризму» — маршрут для пішохідного, велосипедного, гірського, лижного та екологічного туризму, який може об'єднати українські Карпати, польські Бещади, природні парки, села, садиби зеленого туризму та локальні сервіси.

«Шляхами спільної пам'яті» — маршрут, присвячений багатокультурній історії українсько-польського прикордоння, місцям пам'яті, історичним цвинтарям, музеям, подіям XX століття, історії різних етнічних і релігійних спільнот.

Третім інноваційним напрямом є розвиток креативного туризму. Креативний туризм передбачає активну участь туриста у культурному житті території. Йдеться не лише про споглядання пам'яток, а про можливість

навчитися чогось нового, взяти участь у майстер-класі, приготувати локальну страву, створити сувенір, долучитися до ремесла, відвідати мистецьку резиденцію чи фестиваль. Такий формат особливо привабливий для молоді, сімейних туристів, освітніх груп та іноземних відвідувачів.

На українсько-польському прикордонні креативний туризм може розвиватися через майстер-класи з гончарства, ткацтва, писанкарства, різьблення по дереву, лемківської, бойківської, гуцульської чи польської народної культури, кулінарні школи, етнографічні фестивалі, пленери, фототури, музичні події та інтерактивні музейні програми. Такий підхід дозволяє зробити туристичний продукт більш живим, автентичним і пов'язаним із місцевими громадами [38].

Четвертим напрямом є персоналізація туристичного досвіду. Сучасні туристи дедалі частіше шукають не стандартні екскурсії, а подорожі, які відповідають їхнім інтересам, віку, стилю життя, фізичним можливостям і цінностям. Тому транскордонні туристичні продукти доцільно розробляти для різних цільових аудиторій: молоді, родин із дітьми, людей старшого віку, паломників, велосипедистів, шанувальників гастрономії, дослідників родинної історії, освітніх груп, ветеранів, людей з інвалідністю, іноземних туристів.

Наприклад, для молоді можна пропонувати інтерактивні маршрути, квести, фестивалі, фотолокації та цифрові карти. Для сімей - безпечні короткі маршрути, дитячі екскурсії, екоферми, майстер-класи й інтерактивні музеї. Для людей старшого віку - повільні культурно-пізнавальні маршрути з комфортною логістикою. Для іноземців - мультимовні тури з акцентом на спільну європейську спадщину. Для ветеранів і людей, які потребують відновлення, - рекреаційні, оздоровчі та психологічно комфортні туристичні програми [39].

П'ятим інноваційним підходом є розвиток інклюзивного туризму. Він передбачає створення туристичних продуктів, доступних для людей з різними фізичними, соціальними та віковими потребами. У транскордонному контексті це особливо важливо, оскільки сучасний європейський туризм дедалі більше орієнтується на принципи рівності, доступності та соціальної відповідальності.

Інклюзивний туристичний продукт повинен враховувати доступність транспорту, об'єктів, інформації, маршрутів, закладів розміщення і харчування. Це може включати пандуси, адаптовані санітарні зони, тактильні елементи, аудіоописи, зрозумілу навігацію, інформацію простою мовою, спеціальні екскурсії для людей із порушеннями зору чи слуху, а також підготовку персоналу до роботи з різними категоріями туристів.

Шостим перспективним напрямом є соціально орієнтований та реабілітаційний туризм. В умовах війни в Україні цей напрям набуває особливої актуальності. Туристичні продукти можуть бути спрямовані не лише на відпочинок, а й на психологічне відновлення, соціальну адаптацію, оздоровлення та підтримку людей, які пережили травматичний досвід. Українсько-польське співробітництво може включати спільні програми для ветеранів, родин військовослужбовців, дітей, молоді, внутрішньо переміщених осіб і людей з інвалідністю.

Такі продукти можуть поєднувати природотерапію, спокійний рекреаційний відпочинок, культурні програми, майстер-класи, спортивну активність, оздоровчі процедури, психологічну підтримку та міжкультурне спілкування. Польський досвід організації соціальних, реабілітаційних і рекреаційних програм може бути корисним для українських громад у процесі післявоєнного відновлення.

Сьомим підходом є гейміфікація туристичних продуктів. Гейміфікація передбачає використання ігрових елементів у туристичному досвіді: квестів, завдань, балів, маршрутних паспортів, нагород, інтерактивних карт, пригодницьких сценаріїв, доповненої реальності та тематичних ігор. Такий формат особливо привабливий для молоді, школярів, студентів і сімей із дітьми [43].

Наприклад, у межах українсько-польського прикордоння можна створити «туристичний паспорт мандрівника», у якому турист отримує відмітки за відвідування об'єктів з обох боків кордону. Іншим варіантом може бути мобільний квест «Відкрий прикордоння», де учасники виконують завдання,

знаходять історичні підказки, розв'язують загадки та відкривають нові локації. Це сприяє активнішому залученню туристів і збільшує тривалість їхнього перебування на території.

Восьмим напрямом є розвиток гастрономічних туристичних продуктів. Гастрономія є одним із найбільш емоційно привабливих елементів туристичного досвіду. Українсько-польське прикордоння має багаті кулінарні традиції, сформовані під впливом української, польської, єврейської, вірменської, угорської, словацької та інших культур. Тому гастрономічний туризм може стати одним із найефективніших інструментів формування спільного туристичного бренду.

Інноваційний гастрономічний продукт може включати гастротури, кулінарні фестивалі, майстер-класи, фермерські маршрути, дегустації локальних продуктів, винні, сирні, медові, хлібні та кавові маршрути, гастрономічні карти, кулінарні школи, сезонні події та співпрацю з ресторанами. Важливо, щоб гастрономічні продукти не були відірвані від культури території, а розповідали історію місця через їжу, традиції, родинні рецепти й локальних виробників.

Дев'ятим інноваційним підходом є поєднання туризму з освітою. Освітній туризм може стати важливим напрямом українсько-польської співпраці, особливо для студентів, школярів, молодіжних організацій і закладів освіти. Туристичні продукти можуть включати навчальні екскурсії, польові практики, літні школи, студентські обміни, дослідницькі маршрути, мовні табори, волонтерські програми та спільні освітньо-туристичні проєкти.

Для магістерської теми це особливо актуально, оскільки заклади освіти можуть виступати не лише споживачами туристичних послуг, а й розробниками нових маршрутів, дослідниками туристичного потенціалу, партнерами громад і учасниками транскордонних проєктів. Наприклад, студенти спеціальностей «Туризм», «Географія», «Міжнародні відносини», «Культурологія» можуть брати участь у картографуванні туристичних ресурсів, розробленні екскурсій, створенні цифрових карт і промоційних матеріалів [19].

Десятим напрямом є розвиток подієвих туристичних продуктів. Події є потужним інструментом активізації туристичних потоків, особливо для малих міст і громад. Українсько-польське прикордоння може розвивати спільні фестивалі, ярмарки, історичні реконструкції, дні культури, спортивні заходи, етнофестивалі, гастрономічні свята, туристичні форуми та молодіжні події.

Інноваційність подієвого туризму полягає у створенні не просто окремих заходів, а цілісних подієвих продуктів. Наприклад, фестиваль може включати екскурсійні маршрути, майстер-класи, гастрономічну зону, ярмарок ремесел, виставки, музичну програму, інтерактивні квести, освітні лекції та цифрову промоцію. Якщо події українських і польських громад будуть об'єднані в спільний календар, це сприятиме формуванню регулярних туристичних потоків.

Одинадцятим підходом є створення туристичних кластерів. Туристичний кластер — це форма співпраці між різними учасниками туристичної сфери: органами влади, бізнесом, закладами освіти, громадськими організаціями, музеями, природними парками, гідами, перевізниками та локальними виробниками. У транскордонному контексті кластери можуть об'єднувати українських і польських партнерів навколо певної тематики або території.

Наприклад, можуть бути створені кластери «Карпатський активний туризм», «Гастрономічне прикордоння», «Замкова спадщина», «Сакральна архітектура», «Екотуризм Полісся», «Розточчя — територія сталого туризму». Такі кластери дозволяють координувати діяльність учасників, спільно просувати продукти, підвищувати якість сервісу, залучати інвестиції та брати участь у міжнародних проєктах.

Дванадцятим інноваційним напрямом є використання сторітелінгу в туризмі. Сучасний турист шукає не лише інформацію, а й історію, емоцію та особистий зв'язок із місцем. Сторітелінг дозволяє представити туристичні об'єкти через легенди, біографії людей, історії громад, родинні спогади, культурні символи, міські міфи, локальні традиції та спільну історичну пам'ять.

Для українсько-польського прикордоння сторітелінг є особливо важливим, оскільки багато об'єктів мають складну багатокультурну історію. Наприклад, старі міста, дерев'яні храми, цвинтарі, замки, ринкові площі, залізничні станції, ярмаркові традиції та прикордонні села можуть бути представлені не лише як пам'ятки, а як місця людських історій. Це робить туристичний продукт глибшим і емоційно привабливішим [66].

Ще одним перспективним підходом є розвиток ностальгійного та генеалогічного туризму. Багато людей у Польщі, Україні та інших країнах мають родинні історії, пов'язані з прикордонними територіями. Туристичні продукти можуть бути орієнтовані на пошук родинних коренів, відвідування місць походження предків, старих кладовищ, храмів, архівів, музеїв і населених пунктів. Для такого туризму потрібні спеціальні сервіси: гіді, перекладачі, архівні консультації, маршрути пам'яті, цифрові бази даних і делікатний підхід до складних історичних тем.

Інноваційним напрямом є також розвиток екологічних і *slow tourism*-продуктів. *Slow tourism*, або повільний туризм, орієнтований на неспішне, глибоке знайомство з територією, місцевою культурою, природою та людьми. Він добре підходить для прикордонних сільських територій, малих міст, природних парків і громад, які не прагнуть масового туризму, а хочуть розвивати якісний, відповідальний і сталий туристичний продукт.

На українсько-польському прикордонні *slow tourism* може включати проживання у садибах зеленого туризму, піші й велосипедні маршрути, участь у локальних традиціях, дегустації, спілкування з майстрами, відвідування ферм, природних стежок, малих музеїв і культурних подій. Такий формат сприяє рівномірнішому розподілу туристичних потоків і підтримці місцевої економіки [64].

Важливою умовою впровадження інноваційних підходів є маркетингове переосмислення туристичних продуктів. Навіть якісний маршрут або об'єкт не стане популярним без правильної промоції. Необхідно вивчати цільові аудиторії, створювати сучасний візуальний контент, просувати маршрути через соціальні

мережі, співпрацювати з тревел-блогерами, туристичними операторами, освітніми установами, медіа та платформами бронювання. Особливу увагу слід приділяти коротким відео, фотоконтенту, інтерактивним картам і відгукам туристів.

Отже, інноваційні підходи до розвитку туристичних продуктів українсько-польського транскордонного туризму мають комплексний характер. Вони охоплюють цифровізацію, тематичні маршрути, креативний туризм, персоналізацію, інклюзивність, соціально орієнтовані програми, гейміфікацію, гастрономічні продукти, освітній і подієвий туризм, туристичні кластери, сторітелінг, ностальгійний туризм і slow tourism.

Таким чином, інноваційний розвиток туристичних продуктів дозволить українсько-польському прикордонню перейти від фрагментарного використання ресурсів до формування цілісного, сучасного та конкурентоспроможного туристичного простору. Такі продукти мають не лише приваблювати туристів, а й сприяти розвитку місцевих громад, збереженню культурної спадщини, підтримці малого бізнесу, міжкультурному діалогу та післявоєнному відновленню України.

3.2. Формування спільних туристичних маршрутів та брендів

Формування спільних туристичних маршрутів та брендів є одним із ключових напрямів розвитку українсько-польського транскордонного туризму. Саме маршрути й бренди дозволяють перетворити окремі туристичні ресурси на цілісний, впізнаваний і конкурентоспроможний туристичний продукт. Для українсько-польського прикордоння це особливо важливо, оскільки території обох країн мають спільну історико-культурну спадщину, природні ресурси, етнографічні традиції, сакральні пам'ятки, гастрономічні особливості та досвід участі у транскордонних програмах.

Спільний туристичний маршрут можна розглядати як організовану систему туристичних об'єктів, подій, сервісів і логістичних зв'язків, що охоплює території двох або більше країн і має єдину тематичну ідею. У контексті

українсько-польського співробітництва такий маршрут має поєднувати туристичні ресурси прикордонних регіонів України та Польщі, забезпечувати зручність пересування, інформаційний супровід, якісний сервіс і зрозумілу концепцію для туриста.

Формування транскордонних туристичних маршрутів є важливим не лише з погляду розвитку туризму, а й у ширшому соціально-економічному контексті. Вони сприяють активізації місцевої економіки, розвитку малого й середнього бізнесу, залученню інвестицій, збереженню культурної спадщини, підвищенню туристичної привабливості малих міст і сільських територій, а також зміцненню добросусідських відносин між українськими та польськими громадами [43].

Однією з головних передумов створення спільних маршрутів є наявність спільної історико-культурної спадщини. Українсько-польське прикордоння протягом тривалого часу було простором взаємодії різних народів, культур, релігій і традицій. Саме тому на цій території збереглися численні пам'ятки, які мають значення для обох країн: замки, палаци, дерев'яні церкви, костели, монастирі, історичні центри міст, старовинні цвинтарі, музеї, місця пам'яті та об'єкти багатокультурної спадщини.

Особливо перспективним є створення маршруту, пов'язаного з дерев'яною сакральною архітектурою Карпатського регіону. Україна та Польща мають спільний об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО — «Дерев'яні церкви Карпатського регіону в Польщі та Україні», до якого входять церкви по обидва боки кордону. Такий маршрут може бути основою для розвитку сакрального, культурно-пізнавального, паломницького та освітнього туризму. Він може включати не лише відвідування храмів, а й знайомство з іконописом, дерев'яним будівництвом, місцевими громадами, духовною музикою, музеями та традиціями.

Перспективним напрямом є також створення маршруту «Замки та фортеці українсько-польського прикордоння». До нього можуть увійти замки Львівщини, Тернопільщини, Волині, Рівненщини, Закарпаття, а також історичні

оборонні об'єкти Підкарпатського та Люблінського воєводств. Такий маршрут може бути орієнтований на туристів, які цікавляться історією, архітектурою, середньовічною культурою, шляхетською спадщиною, військовою історією та історичними реконструкціями [39].

Окремого значення набуває формування карпатського транскордонного туристичного маршруту. Українські Карпати та польські Бещади мають значний потенціал для розвитку активного, екологічного, етнографічного, гастрономічного, оздоровчого й сільського туризму. Спільний карпатський маршрут може поєднувати природні парки, гірські стежки, велосипедні траси, садиби зеленого туризму, локальну кухню, ремесла, фестивалі, етнографічні музеї та курортні території.

Для Волині, Рівненщини, Люблінщини та Підляшшя перспективним є розвиток поліського туристичного маршруту, орієнтованого на екологічний, водний, сільський і етнографічний туризм. Такий маршрут може включати озера, ліси, річкові долини, природоохоронні території, традиційні поліські села, ремесла, локальну кухню, музеї та фестивалі. Його особливістю може стати акцент на *slow tourism*, тобто повільному, екологічному й автентичному знайомстві з територією.

Важливим напрямом є створення гастрономічних транскордонних маршрутів. Українсько-польське прикордоння має багаті кулінарні традиції, сформовані під впливом української, польської, єврейської, вірменської, угорської, словацької та інших культур. Гастрономічний маршрут може поєднувати ресторани локальної кухні, фермерські господарства, виноробні, сироварні, медові пасіки, пекарні, кав'ярні, ярмарки, кулінарні майстер-класи та гастрономічні фестивалі.

Окрему увагу варто приділити ностальгійному та генеалогічному туризму. Багато українських і польських родин мають історичні зв'язки з прикордонними територіями. Тому перспективними є маршрути, пов'язані з пошуком родинного коріння, відвідуванням місць проживання предків, старих храмів, архівів, кладовищ, історичних кварталів і меморіальних місць. Такий вид

туризму потребує делікатного підходу, професійного супроводу, архівної підтримки та мультимовної комунікації.

Формування спільних туристичних маршрутів має здійснюватися за певними етапами. Першим етапом є інвентаризація туристичних ресурсів. Необхідно визначити природні, історико-культурні, етнографічні, гастрономічні, сакральні, подієві та інфраструктурні об'єкти, які можуть бути включені до маршруту. При цьому важливо враховувати не лише популярні туристичні центри, а й менш відомі локації, що можуть стати цікавими елементами маршруту [42].

Другим етапом є визначення концепції маршруту. Кожен маршрут має мати чітку тему, назву, ідею, цільову аудиторію та логіку пересування. Наприклад, маршрут може бути орієнтований на сімейних туристів, молодь, паломників, іноземців, людей старшого віку, велосипедистів або шанувальників гастрономії. Від цього залежатимуть тривалість маршруту, складність логістики, формат екскурсій, тип розміщення та набір послуг.

Третім етапом є налагодження партнерства між учасниками маршруту. До його формування мають бути залучені органи місцевого самоврядування, туристичний бізнес, музеї, природоохоронні установи, гіді, перевізники, заклади розміщення, ресторани, локальні виробники, громадські організації та освітні заклади. Саме партнерська модель дозволяє забезпечити якість маршруту, його сталість і практичну реалізацію.

Четвертим етапом є розроблення логістики та сервісного наповнення. Маршрут повинен бути зручним для туриста. Необхідно визначити оптимальні транспортні шляхи, пункти перетину кордону, місця зупинок, тривалість переїздів, варіанти харчування, проживання, екскурсійного супроводу, місця відпочинку та інформаційні точки. Без продуманої логістики навіть цікавий маршрут може бути складним для практичного використання.

П'ятим етапом є інформаційне та цифрове забезпечення маршруту. Сучасний транскордонний маршрут повинен мати друковану та електронну карту, опис українською, польською та англійською мовами, QR-коди, фото- і

відеоматеріали, аудіогід, GPS-трек, сторінку на туристичному порталі, присутність у соціальних мережах та можливість онлайн-бронювання окремих послуг. Це особливо важливо для самостійних туристів, які планують подорож без участі туроператора.

Шостим етапом є маркетингове просування маршруту. Для цього доцільно використовувати туристичні виставки, соціальні мережі, сайти громад, туристичні портали, блогерські тури, промоційні відео, партнерство з туроператорами, освітніми закладами та засобами масової інформації. Важливо, щоб промоція була системною, а не обмежувалася лише періодом реалізації грантового проєкту [59].

Окремим важливим питанням є формування спільного туристичного бренду українсько-польського прикордоння. Туристичний бренд — це не лише назва чи логотип, а комплексний образ території, який формує уявлення туристів про її унікальність, цінності, емоції та враження. Для українсько-польського прикордоння бренд має відображати спільну історію, культурну різноманітність, природну красу, гостинність, автентичність і європейський характер співпраці.

Спільний бренд може формуватися навколо кількох ключових ідей. Першою є ідея спільної спадщини. Українсько-польське прикордоння можна позиціонувати як простір, де поєднуються культури, традиції, архітектура, релігії та історична пам'ять. Такий підхід дозволяє створити бренд, орієнтований на культурно-пізнавальний, сакральний, ностальгійний і освітній туризм.

Другою ідеєю може бути природна автентичність прикордоння. Карпати, Бещади, Полісся, Розточчя, озера, ліси, річкові долини та природні парки можуть стати основою бренду, пов'язаного зі сталим, екологічним, активним і повільним туризмом. Такий бренд може бути привабливим для туристів, які шукають природні ландшафти, спокій, екологічність і віддалення від масового туризму.

Третьою ідеєю є гастрономічна та етнографічна унікальність. Локальна кухня, ремесла, фольклор, фестивалі, народні традиції та сільський туризм можуть сформувати емоційно привабливий бренд, орієнтований на автентичний

досвід. У цьому контексті важливо не лише показати туристу об'єкти, а й дати йому можливість відчувати територію через смак, музику, ремесло, спілкування та участь у місцевих подіях.

Четвертою ідеєю може бути прикордоння як простір добросусідства і партнерства. Такий бренд особливо актуальний у контексті європейської інтеграції України та стратегічного партнерства з Польщею. Він може підкреслювати не лише туристичну привабливість, а й цінності співпраці, взаємної підтримки, культурного діалогу та спільного розвитку.

Формування туристичного бренду має спиратися на кілька принципів. По-перше, бренд повинен бути автентичним, тобто відповідати реальним особливостям території. По-друге, він має бути зрозумілим для туриста, не перевантаженим складними історичними або адміністративними деталями. По-третє, бренд повинен бути мультимовним і міжнародно придатним, щоб його могли сприймати туристи з України, Польщі та інших країн. По-четверте, він має бути підкріплений реальними туристичними продуктами, сервісами, маршрутами й подіями.

Важливою складовою брендингу є візуальна айдентика. Вона може включати логотип, кольорову гаму, шрифти, графічні елементи, слоган, шаблони промоційних матеріалів, туристичні карти, дорожні вказівники, сувенірну продукцію та оформлення цифрових ресурсів. Візуальний стиль має бути єдиним для всіх маршрутів і проєктів, щоб турист міг легко впізнати українсько-польський транскордонний туристичний продукт [35].

Не менш важливою є комунікаційна стратегія бренду. Вона повинна визначати, для кого створюється туристичний продукт, які основні повідомлення потрібно донести, через які канали здійснюватиметься промоція та які емоції має викликати бренд. Наприклад, для молоді ефективними будуть соціальні мережі, короткі відео, інтерактивні карти й фестивалі; для старшої аудиторії - культурно-пізнавальні маршрути, друковані путівники та комфортна логістика; для іноземців - англомовні ресурси, туристичні портали й співпраця з туроператорами.

Для ефективного формування спільних маршрутів і брендів важливо забезпечити інституційну координацію. Доцільним є створення спільних робочих груп за участі українських і польських громад, туристичних організацій, представників бізнесу, освітніх закладів і культурних установ. Такі групи можуть займатися розробленням маршрутів, підготовкою проєктних заявок, маркетингом, моніторингом якості послуг та оновленням туристичної інформації.

Перспективним інструментом є також створення транскордонних туристичних кластерів. Вони можуть об'єднувати учасників навколо певної тематики: сакральний туризм, гастрономія, Карпати, Полісся, замкова спадщина, *slow tourism*, подієвий туризм. Кластери дозволяють координувати роботу різних суб'єктів, спільно просувати продукти, підвищувати якість сервісу, залучати інвестиції та брати участь у програмах ЄС.

Важливо, щоб спільні маршрути й бренди були не лише привабливими, а й сталими. Це означає, що вони повинні враховувати інтереси місцевих громад, не створювати надмірного навантаження на природні та культурні ресурси, підтримувати локальний бізнес, сприяти збереженню спадщини та мати механізми продовження після завершення грантового фінансування. Сталість також передбачає регулярне оновлення інформації, підтримку інфраструктури та залучення нових партнерів.

Окремої уваги потребує безпековий аспект формування маршрутів. В умовах війни в Україні туристичні продукти повинні враховувати актуальну безпекову ситуацію, рекомендації органів влади, правила поведінки під час повітряної тривоги, доступність укриттів, страхування туристів і прозору комунікацію з потенційними відвідувачами. Це особливо важливо для залучення іноземних туристів, які потребують зрозумілої та достовірної інформації [57].

Формування спільних маршрутів і брендів також має враховувати інклюзивність. Туристичні продукти повинні бути доступними для різних категорій відвідувачів: людей з інвалідністю, родин із дітьми, людей старшого віку, молоді, іноземних туристів, ветеранів і соціально вразливих груп. Для цього

необхідно адаптувати інфраструктуру, інформаційні матеріали, екскурсійні програми та цифрові сервіси.

Практичним результатом формування спільних туристичних маршрутів може стати створення єдиного каталогу українсько-польських транскордонних маршрутів. Такий каталог може містити тематичні маршрути, карти, описи об'єктів, фото, QR-коди, інформацію про тривалість, складність, транспорт, сезонність, доступність, контакти гідів і рекомендації для туристів. Він може існувати як у друкованому, так і в цифровому форматі.

Доцільним є також створення спільного календаря туристичних подій українсько-польського прикордоння. У ньому можуть бути представлені фестивалі, ярмарки, гастрономічні свята, історичні реконструкції, релігійні події, спортивні заходи, мистецькі форуми та локальні свята з обох боків кордону. Такий календар дозволить туристам планувати подорожі заздалегідь і сприятиме рівномірнішому розподілу туристичних потоків протягом року.

Отже, формування спільних туристичних маршрутів та брендів є важливою умовою підвищення конкурентоспроможності українсько-польського транскордонного туризму. Воно дозволяє об'єднати ресурси обох країн, створити цілісний туристичний продукт, підвищити впізнаваність прикордонних територій, залучити нові цільові аудиторії та забезпечити сталість туристичного розвитку.

Таким чином, українсько-польське прикордоння має значний потенціал для створення спільних маршрутів і брендів, заснованих на культурній спадщині, природній автентичності, гастрономії, етнографії, сакральній архітектурі, історичній пам'яті та добросусідстві. Реалізація цього напрямку потребує партнерства між громадами, бізнесом, культурними установами, освітніми закладами й міжнародними програмами, а також системної цифрової, маркетингової та інфраструктурної підтримки. Саме спільні маршрути й бренди можуть стати практичним інструментом перетворення українсько-польського прикордоння на привабливий, впізнаваний і конкурентоспроможний туристичний простір.

3.3. Рекомендації щодо підвищення ефективності співробітництва

Підвищення ефективності українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму потребує комплексного підходу, який має поєднувати стратегічне планування, інституційну координацію, розвиток інфраструктури, цифровізацію туристичних послуг, активізацію участі громад і бізнесу, посилення маркетингового просування та впровадження принципів сталого розвитку. Враховуючи наявний туристично-рекреаційний потенціал прикордонних територій України та Польщі, а також існуючі проблеми й бар'єри, доцільно сформулювати низку практичних рекомендацій.

Насамперед необхідно посилити стратегічне планування розвитку транскордонного туризму. Туристична співпраця між Україною та Польщею не повинна обмежуватися окремими проєктами або разовими ініціативами. Вона має бути інтегрована у стратегії розвитку областей, воєводств, територіальних громад, єврорегіонів та програм транскордонного співробітництва. Доцільно розробити спільне бачення розвитку українсько-польського транскордонного туристичного простору, яке б визначало пріоритетні маршрути, ключові туристичні продукти, цільові аудиторії, джерела фінансування та очікувані результати.

Важливою рекомендацією є формування постійних координаційних платформ між українськими та польськими партнерами. До таких платформ мають входити представники органів місцевого самоврядування, туристичного бізнесу, громадських організацій, музеїв, природоохоронних установ, закладів освіти, туристично-інформаційних центрів і міжнародних програм. Постійна комунікація дозволить уникнути дублювання ініціатив, забезпечити обмін інформацією, узгоджувати туристичні маршрути, спільно готувати проєктні заявки та координувати промоційні кампанії [67].

Одним із практичних кроків має стати створення українсько-польської робочої групи з розвитку транскордонного туризму. Така група могла б діяти на рівні прикордонних областей і воєводств або в межах єврорегіонів. Її завданнями

можуть бути аналіз туристичного потенціалу, підготовка пропозицій до програм Interreg, координація спільних маршрутів, розроблення туристичного бренду, залучення грантових коштів, моніторинг реалізованих проєктів та оцінювання їхньої ефективності.

Для підвищення ефективності співробітництва необхідно активніше використовувати можливості європейських програм, зокрема Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 [55]. Українські громади, заклади освіти, громадські організації та туристичні інституції мають посилювати свою проєктну спроможність, щоб якісно готувати заявки, формувати партнерства, планувати бюджети, забезпечувати співфінансування і правильно звітувати за результатами. Для цього доцільно організовувати тренінги з проєктного менеджменту, грантової діяльності, фінансового планування, комунікації з партнерами та оцінювання результатів.

Окремої уваги потребує підвищення проєктної спроможності територіальних громад. Часто саме громади володіють цінними туристичними ресурсами, але не мають достатнього досвіду участі в міжнародних програмах. Тому доцільно створювати консультаційні центри або експертні групи, які допомагали б громадам готувати проєктні ідеї, знаходити польських партнерів, оформлювати заявки, розробляти туристичні маршрути та забезпечувати сталість проєктів після завершення фінансування.

Важливою рекомендацією є розвиток спільних туристичних маршрутів. Україна та Польща мають спільну культурну й природну спадщину, яка може бути основою для якісних транскордонних туристичних продуктів. Доцільно розробити мережу тематичних маршрутів, зокрема сакральних, замкових, карпатських, поліських, гастрономічних, етнографічних, паломницьких, екологічних і маршрутів історичної пам'яті. Кожен маршрут має супроводжуватися картою, цифровим описом, логістичною схемою, сервісною інформацією, мультимовними матеріалами та маркетинговою підтримкою.

Для покращення практичного використання маршрутів доцільно створити єдиний каталог українсько-польських транскордонних туристичних

маршрутів. Він може існувати у друкованому та електронному форматах і містити інформацію українською, польською та англійською мовами. У каталозі варто подати опис маршрутів, тривалість, складність, сезонність, транспортну доступність, об'єкти відвідування, заклади розміщення та харчування, контакти гідів, інформацію про пункти пропуску, правила безпеки й рекомендації для туристів.

Наступною рекомендацією є формування спільного туристичного бренду українсько-польського прикордоння. Наявність бренду дозволить підвищити впізнаваність території, сформувати позитивний імідж і просувати прикордоння як єдиний туристичний простір. Бренд може базуватися на ідеях спільної спадщини, багатокультурності, природної автентичності, гастрономії, сакральної архітектури, Карпат, Полісся, Розточчя та добросусідства. Важливо, щоб бренд був підкріплений реальними маршрутами, якісним сервісом, цифровими інструментами та активною промоцією [38].

Особливого значення набуває цифровізація туристичної інформації. Доцільно створити спільний туристичний портал українсько-польського прикордоння, який би об'єднував інформацію про маршрути, пам'ятки, музеї, природні об'єкти, фестивалі, заклади розміщення, ресторани, транспорт, пункти пропуску, гідів і туристично-інформаційні центри. Такий портал повинен бути мультимовним, зручним для користувача, адаптованим для мобільних пристроїв і регулярно оновлюватися.

Крім туристичного portalу, варто розвивати мобільні додатки, інтерактивні карти, QR-коди, аудіогіди та віртуальні тури. Це дозволить зробити туристичний продукт більш сучасним і доступним. Наприклад, QR-коди біля пам'яток можуть надавати туристам інформацію кількома мовами, аудіогіди допоможуть самотійним мандрівникам, а віртуальні тури дозволять популяризувати об'єкти ще до їх фізичного відвідування.

Для підвищення ефективності співробітництва необхідно покращити транспортну доступність прикордонних територій. Це передбачає розвиток автобусного й залізничного сполучення між туристичними центрами України та

Польщі, покращення дорожньої інфраструктури, удосконалення туристичної навігації, створення велосипедних і пішохідних маршрутів, а також покращення інфраструктури пунктів пропуску. Особливо важливо скоротити час очікування на кордоні, адже тривалі черги суттєво знижують привабливість короткотривалих туристичних поїздок [29].

Варто також розвивати туристично-інформаційну інфраструктуру. У прикордонних громадах доцільно створювати або модернізувати туристично-інформаційні центри, які б надавали інформацію про об'єкти, маршрути, події, транспорт, правила безпеки та можливості транскордонних подорожей. Такі центри можуть працювати не лише як інформаційні пункти, а і як майданчики для промоції місцевих виробників, проведення презентацій, майстер-класів, екскурсій і зустрічей із партнерами.

Важливою рекомендацією є активніше залучення приватного бізнесу до транскордонного співробітництва. Туристичний бізнес створює реальні послуги для туристів: проживання, харчування, перевезення, екскурсійний супровід, організацію турів, сувенірну продукцію, рекреаційні й оздоровчі послуги. Без участі бізнесу транскордонні проєкти можуть залишатися переважно адміністративними або промоційними. Тому доцільно залучати підприємців до розроблення маршрутів, туристичних пакетів, фестивалів, гастрономічних подій і спільних маркетингових кампаній.

Перспективним інструментом є створення українсько-польських туристичних кластерів. Такі кластери можуть об'єднувати громади, бізнес, освітні заклади, культурні установи, музеї, природні парки, гідів, перевізників і локальних виробників. Вони можуть працювати за тематичними напрямками: гастрономічний туризм, сакральна спадщина, активний туризм, сільський зелений туризм, замкова спадщина, реабілітаційний туризм, екотуризм. Кластерний підхід сприятиме кращій координації, спільній промоції та підвищенню якості послуг [28].

Окрему увагу слід приділити підвищенню якості туристичних послуг. Для цього необхідно організовувати навчання для гідів, працівників туристично-

інформаційних центрів, представників готельно-ресторанного бізнесу, менеджерів громад і організаторів подій. Тематика навчання може включати сервіс, іноземні мови, міжкультурну комунікацію, цифровий маркетинг, інклюзивність, безпеку туристів, роботу з різними цільовими аудиторіями та стандарти сталого туризму.

Важливо розвивати співпрацю між закладами освіти України та Польщі. Університети й коледжі можуть брати участь у підготовці кадрів, проведенні досліджень, розробленні маршрутів, організації студентських практик, літніх шкіл, спільних освітніх програм і туристичних форумів. Для студентів спеціальностей «Туризм», «Географія», «Міжнародні відносини», «Культурологія» транскордонні проєкти можуть стати практичною базою для набуття професійних компетентностей.

Доцільно також посилити маркетингове просування українсько-польського транскордонного туризму. Необхідно використовувати сучасні канали комунікації: соціальні мережі, туристичні портали, відеоконтент, блогерські тури, email-розсилки, онлайн-рекламу, міжнародні туристичні виставки та співпрацю з медіа. Особливу увагу варто приділяти створенню якісного фото- й відеоконтенту, адже візуальна привабливість значною мірою впливає на вибір туристичного напрямку.

Важливо сформувати єдиний календар туристичних подій українсько-польського прикордоння. До нього можуть увійти фестивалі, ярмарки, гастрономічні свята, історичні реконструкції, релігійні події, спортивні заходи, мистецькі форуми, етнографічні фестивалі та локальні свята. Такий календар дозволить туристам планувати подорожі заздалегідь, а громадам - координувати події між собою і уникати дублювання.

Особливої уваги потребує розвиток сталого туризму. Усі туристичні ініціативи повинні враховувати потреби місцевих громад, збереження природного середовища, охорону культурної спадщини та раціональне використання ресурсів. Доцільно впроваджувати екологічні стандарти у готельно-ресторанній сфері, розвивати екологічні стежки, підтримувати

локальних виробників, популяризувати відповідальну поведінку туристів і уникати надмірного навантаження на вразливі території.

З огляду на сучасні умови, важливо розвивати соціально орієнтований, інклюзивний і реабілітаційний туризм. Українсько-польське співробітництво може бути спрямоване на створення програм відпочинку, оздоровлення та психологічного відновлення для ветеранів, родин військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб, дітей, молоді та людей з інвалідністю. Такі програми можуть поєднувати рекреаційні ресурси, культурні заходи, природотерапію, освітні компоненти та міжкультурне спілкування [66].

Необхідно також враховувати безпековий чинник. В умовах війни туристична інформація має містити актуальні рекомендації щодо безпеки, правила поведінки під час повітряної тривоги, інформацію про укриття, медичну допомогу, страхування та офіційні джерела повідомлень. Прозора комунікація щодо безпеки є важливою умовою довіри туристів, особливо іноземних.

Важливою рекомендацією є збереження та ревіталізація культурної спадщини. Багато об'єктів українсько-польського прикордоння потребують реставрації, догляду й адаптації до туристичного використання. Доцільно поєднувати фізичне відновлення пам'яток із їхнім змістовним наповненням: музейними експозиціями, культурними подіями, освітніми програмами, віртуальними турами, аудіогідами та включенням до тематичних маршрутів.

Для забезпечення ефективності співробітництва слід запровадити систему моніторингу та оцінювання результатів туристичних проєктів. Важливо аналізувати не лише кількість проведених заходів або створених матеріалів, а й реальний вплив проєктів: кількість туристів, рівень задоволеності відвідувачів, економічний ефект для громади, залучення бізнесу, сталість партнерств, стан об'єктів спадщини, активність цифрових платформ і повторне використання створених продуктів.

Окремо варто звернути увагу на сталість результатів після завершення грантового фінансування. Часто туристичні проєкти активні лише під час дії гранту, а після його завершення сайти не оновлюються, маршрути не

підтримуються, події не проводяться. Щоб уникнути цього, ще на етапі планування потрібно визначати відповідальних за подальше адміністрування продукту, джерела фінансування, механізми участі бізнесу та можливості комерціалізації окремих послуг.

Таким чином, підвищення ефективності українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму можливе за умови системної взаємодії всіх зацікавлених сторін. Найважливішими рекомендаціями є посилення стратегічного планування, створення координаційних платформ, активне використання європейських програм, розвиток спільних маршрутів і брендів, цифровізація туристичної інформації, покращення транспортної доступності, залучення бізнесу, підвищення якості послуг, розвиток сталого та інклюзивного туризму, збереження культурної спадщини й забезпечення сталості результатів проєктів.

Отже, ефективне українсько-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму має базуватися на довгостроковому партнерстві, взаємній вигоді, професійному управлінні, інноваційних підходах і спільній відповідальності за розвиток прикордонних територій. Реалізація запропонованих рекомендацій сприятиме формуванню конкурентоспроможного транскордонного туристичного продукту, активізації місцевої економіки, посиленню міжкультурного діалогу, збереженню спільної спадщини та поглибленню європейської інтеграції України.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було визначено перспективи та напрями розвитку українсько-польського транскордонного туризму, зокрема стратегічні напрями співробітництва, інноваційні підходи до формування туристичних продуктів, можливості створення спільних туристичних маршрутів і брендів, а також практичні рекомендації щодо підвищення ефективності взаємодії між Україною та Польщею у сфері туризму.

Встановлено, що українсько-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму має значні перспективи за умови системного стратегічного планування, довгострокового партнерства та практичної орієнтації на потреби туристів, місцевих громад і бізнесу. Основними стратегічними напрямками розвитку є формування спільного туристичного простору, створення транскордонних маршрутів, розвиток сталого й інклюзивного туризму, цифровізація туристичної інформації, покращення транспортної доступності, формування спільного бренду, залучення територіальних громад і приватного сектору, підвищення якості туристичних послуг та активне використання можливостей європейських програм.

Визначено, що спільний туристичний бренд українсько-польського прикордоння має формуватися на основі автентичності, спільної історико-культурної спадщини, природної різноманітності, багатокультурності, гастрономічної та етнографічної унікальності, а також ідеї добросусідства. Наявність такого бренду дозволить підвищити впізнаваність території на туристичному ринку, об'єднати окремі туристичні ресурси в цілісний продукт і створити позитивний імідж прикордоння як відкритого, безпечного, цікавого й конкурентоспроможного туристичного простору.

Проаналізовано, що підвищення ефективності українсько-польського транскордонного співробітництва потребує активнішої координації між усіма зацікавленими сторонами. До процесу розвитку туризму мають бути залучені органи влади, територіальні громади, туристичний бізнес, заклади освіти, громадські організації, музеї, природоохоронні установи, туристично-інформаційні центри, локальні виробники та міжнародні партнери. Саме міжсекторне партнерство здатне забезпечити сталість туристичних ініціатив і їхній реальний вплив на розвиток прикордонних територій.

Встановлено, що особливої уваги потребує підвищення проєктної спроможності українських громад та інституцій. Участь у програмах транскордонного співробітництва, зокрема Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027, потребує якісної підготовки проєктних заявок, формування надійних

партнерств, планування бюджету, забезпечення співфінансування, моніторингу результатів і продовження діяльності після завершення грантового фінансування. Тому важливими є навчання, консультаційна підтримка, обмін досвідом із польськими партнерами та створення постійних координаційних платформ.

Особливе значення у сучасних умовах має розвиток соціально орієнтованого, інклюзивного та реабілітаційного туризму. В умовах війни в Україні українсько-польське співробітництво може бути спрямоване на створення програм відпочинку, оздоровлення, психологічного відновлення та соціальної адаптації для ветеранів, родин військовослужбовців, внутрішньо переміщених осіб, дітей, молоді й людей з інвалідністю. Такий напрям поєднує туристичний, гуманітарний і соціальний виміри співпраці.

Отже, перспективи розвитку українсько-польського транскордонного туризму пов'язані з переходом від окремих проєктів до цілісної системи співробітництва, що базується на спільному баченні, партнерстві, інноваціях, цифровізації, сталому розвитку та активній участі громад. Реалізація запропонованих напрямів і рекомендацій сприятиме формуванню конкурентоспроможного транскордонного туристичного продукту, активізації місцевої економіки, збереженню культурної спадщини, розвитку міжкультурного діалогу та посиленню європейської інтеграції України.

РОЗДІЛ 4. ФІЛОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УКРАЇНСЬКО-ПОЛЬСЬКОГО ТРАНСКОРДОННОГО ТУРИЗМУ

4.1. Мовний фактор у розвитку транскордонного туризму

Мовний фактор є одним із важливих чинників розвитку українсько-польського транскордонного туризму, оскільки туризм за своєю природою передбачає постійну комунікацію між представниками різних мовних і культурних спільнот. У процесі туристичної діяльності мова виконує не лише інформаційну функцію, а й комунікативну, культурну, іміджеву, сервісну та інтеграційну. Саме через мову турист отримує перше уявлення про територію, її культуру, рівень гостинності, якість сервісу та готовність приймаючої сторони до міжкультурної взаємодії.

У контексті українсько-польського транскордонного туризму мовний фактор має особливе значення. Україна та Польща є сусідніми державами, які мають тривалу історію контактів, спільний кордон, культурну близькість і значний потенціал туристичної взаємодії. Українська та польська мови належать до слов'янської мовної групи, що певною мірою полегшує взаєморозуміння між носіями цих мов. Водночас близькість мов не усуває потреби у професійній мовній підготовці, якісному перекладі, коректній туристичній термінології та культурно чутливій комунікації.

Мова у транскордонному туризмі виступає насамперед засобом передачі інформації. Турист потребує зрозумілих відомостей про маршрути, пам'ятки, транспорт, правила перетину кордону, заклади розміщення, харчування, вартість послуг, режим роботи об'єктів, безпекові рекомендації та культурні особливості території. Якщо така інформація подана лише однією мовою або містить неточності перекладу, це ускладнює планування подорожі й може знижувати рівень довіри до туристичного продукту.

Особливо важливою є наявність туристичної інформації українською, польською та англійською мовами. Українська мова є необхідною для внутрішніх туристів і приймаючих громад України, польська - для туристів із

Польщі та польських партнерів, а англійська - для ширшої міжнародної аудиторії. Такий тримовний підхід дає змогу зробити українсько-польські туристичні маршрути більш доступними, зрозумілими та конкурентоспроможними на європейському туристичному ринку [47].

Мовний фактор безпосередньо впливає на якість туристичного сервісу. У готелях, ресторанах, туристично-інформаційних центрах, музеях, на екскурсіях, фестивалях і прикордонних маршрутах турист очікує, що з ним зможуть порозумітися зрозумілою мовою або хоча б надати базову інформацію. Відсутність мовної підготовки персоналу може спричинити непорозуміння, зниження рівня задоволеності туристів і негативні відгуки. Натомість навіть базове володіння мовою сусідньої країни створює атмосферу доброзичливості, відкритості та поваги.

У транскордонному туризмі важливою є роль гідів та екскурсоводів, які виступають посередниками між туристом і культурним простором території. Вони не лише передають фактичну інформацію, а й інтерпретують історію, пояснюють символи, перекладають культурні сенси, допомагають уникнути стереотипів і формують емоційне враження від подорожі. Тому гід, який працює в українсько-польському туристичному просторі, має володіти не лише мовою, а й знаннями з історії, культури, міжкультурної комунікації та специфіки спільної українсько-польської спадщини.

Особливу увагу слід приділяти перекладу туристичних текстів. До них належать путівники, буклети, туристичні карти, сайти, мобільні додатки, інформаційні стенди, музейні експозиції, описи маршрутів, рекламні матеріали, меню, афіші подій і дописи в соціальних мережах. Переклад таких текстів не повинен бути буквальним, оскільки туристична комунікація має бути не лише точною, а й привабливою, зрозумілою та емоційно виразною. Важливо передавати не лише зміст, а й атмосферу місця [44].

Проблемою українсько-польського транскордонного туризму є наявність мовних помилок, кальок і неточностей перекладу в туристичних матеріалах. Іноді назви об'єктів, історичні терміни, географічні назви або

культурні поняття перекладаються некоректно, що може спричиняти непорозуміння. Наприклад, окремі терміни, пов'язані з сакральною архітектурою, історичними адміністративними одиницями, етнографічними групами чи локальними традиціями, потребують уважного пояснення, а не механічного перекладу.

Мовний фактор тісно пов'язаний із туристичною термінологією. У сфері транскордонного туризму важливо уніфікувати використання ключових понять: маршрут, туристичний продукт, туристична дестинація, транскордонне співробітництво, культурна спадщина, сталий туризм, екотуризм, гастрономічний туризм, паломницький туризм, туристично-інформаційний центр, гід, екскурсовод, квест, аудіогід, інтерпретація спадщини. Наявність узгодженої термінології полегшує підготовку спільних проєктів, переклад документів, створення промоційних матеріалів і комунікацію між партнерами.

Окреме значення має питання топоніміки, тобто назв географічних об'єктів. Українсько-польське прикордоння має складну історію, тому багато міст, сіл, річок, гір, вулиць і пам'яток мають українські, польські, а інколи й історичні назви. У туристичних матеріалах важливо коректно подавати такі назви, зберігаючи повагу до сучасної офіційної назви та водночас пояснюючи історичний контекст. Це особливо важливо для ностальгійного, генеалогічного та культурно-пізнавального туризму.

Мова також виконує іміджеву функцію. Якісна мовна комунікація формує у туриста враження про професійність туристичного продукту. Якщо сайт, буклет, маршрут або інформаційна таблиця мають грамотний, стилістично привабливий і правильно перекладений текст, це підвищує довіру до дестинації. Навпаки, помилки, автоматичний переклад або незрозумілі формулювання можуть створити враження непрофесійності й знизити зацікавленість туристів.

У сучасних умовах важливо враховувати роль цифрової мовної комунікації. Більшість туристів шукає інформацію онлайн: на сайтах громад, туристичних порталах, у соціальних мережах, на картах, у мобільних додатках і системах бронювання [67]. Тому цифрові ресурси українсько-польського

транскордонного туризму мають бути мультимовними, зручними, актуальними та мовно коректними. Особливо важливо, щоб переклад не обмежувався головною сторінкою сайту, а охоплював повні описи маршрутів, об'єктів, подій і сервісів.

Мовний фактор є важливим і в маркетинговому просуванні туристичних продуктів. Рекламні слогани, назви маршрутів, дописи в соціальних мережах, відеоролики, афіші та презентації мають адаптуватися до мовної й культурної аудиторії. Те, що звучить привабливо українською мовою, не завжди буде так само ефективним польською або англійською. Тому туристичний маркетинг потребує не лише перекладу, а й локалізації — адаптації повідомлення до культури, стилю спілкування та очікувань конкретної аудиторії.

Особливо важливою є міжкультурна комунікація. Українсько-польський туристичний простір пов'язаний зі спільною, але водночас складною історичною пам'яттю. Деякі теми можуть бути чутливими для обох народів, тому їхнє представлення у туристичних текстах, екскурсіях і музейних експозиціях має бути коректним, збалансованим і поважним. Мова тут виконує роль інструмента діалогу, а не конфлікту. Правильно підібрані формулювання допомагають уникнути напруження й сприяють кращому взаєморозумінню [55].

У цьому контексті важливо використовувати принцип культурної чутливості. Його суть полягає в тому, що туристична комунікація має враховувати історичний досвід, цінності, символи, традиції та можливі емоційні реакції різних аудиторій. Наприклад, при описі історичних подій або пам'яток спільної українсько-польської спадщини варто уникати однобічних оцінок, образливих формулювань або надмірного спрощення. Натомість доцільно використовувати мову партнерства, взаємоповаги та діалогу.

Мовний фактор має значення і для безпеки туристів. Інформація про правила поведінки, екстрені контакти, медичну допомогу, дорожню навігацію, попередження про небезпеки, правила перебування в природоохоронних зонах або дії під час повітряної тривоги повинна бути доступною зрозумілою мовою.

В умовах війни в Україні це особливо важливо, адже іноземні туристи потребують чітких, достовірних і правильно перекладених інструкцій.

Важливим напрямом є підготовка фахівців з мовною компетентністю. Для розвитку українсько-польського транскордонного туризму необхідні гіді, менеджери туризму, працівники туристично-інформаційних центрів, музейні працівники, адміністратори готелів, офіціанти, перекладачі, маркетингологи й проєктні менеджери, які володіють українською, польською та бажано англійською мовами. Така мовна підготовка має поєднуватися з професійними знаннями у сфері туризму, культури, історії та сервісу [66].

Заклади освіти можуть відігравати важливу роль у формуванні мовної компетентності майбутніх фахівців. Доцільно впроваджувати навчальні курси з польської мови для туризму, українсько-польської туристичної термінології, перекладу туристичних текстів, міжкультурної комунікації, туристичного сторітелінгу та професійної комунікації у сфері гостинності. Такі курси можуть бути корисними для студентів спеціальностей «Туризм», «Географія», «Готельно-ресторанна справа», «Міжнародні відносини», «Філологія» та «Культурологія».

Окремим перспективним напрямом є створення українсько-польського туристичного словника або глосарію. Він міг би містити основні терміни, назви туристичних послуг, типові фрази для обслуговування туристів, лексику для гідів, назви об'єктів, культурні поняття, топоніми та пояснення складних термінів. Такий словник був би корисним для студентів, працівників туристичної сфери, перекладачів, гідів і громад, які готують транскордонні проєкти [55].

Мовний аспект важливий і для брендингу туристичних територій. Назва маршруту, слоган, рекламне повідомлення або назва події повинні добре звучати українською, польською та англійською мовами. Вони мають бути короткими, зрозумілими, емоційними та такими, що легко запам'ятовуються. Наприклад, для спільних маршрутів варто уникати надто довгих адміністративних назв і натомість використовувати образні формулювання, пов'язані зі спадщиною, природою, гостинністю або спільною історією.

У транскордонному туризмі мова також сприяє формуванню довіри між партнерами. Українські й польські громади, організації та установи співпрацюють у межах проєктів, готують заявки, звіти, угоди, презентації, спільні заходи. Успішна комунікація між партнерами залежить від мовної точності, зрозумілості, дипломатичності та вміння враховувати культурні особливості ділового спілкування. Наявність фахівців, які можуть якісно перекладати й супроводжувати таку комунікацію, значно підвищує ефективність співробітництва.

Отже, мовний фактор є невід'ємною складовою розвитку українсько-польського транскордонного туризму. Він впливає на якість туристичної інформації, рівень сервісу, ефективність маркетингу, доступність маршрутів, безпеку туристів, міжкультурний діалог і професійність партнерської взаємодії. Мова у цьому контексті виступає не лише засобом спілкування, а й інструментом формування позитивного іміджу території, збереження культурної спадщини та поглиблення українсько-польського добросусідства.

Таким чином, для підвищення ефективності українсько-польського транскордонного туризму необхідно забезпечити мультимовність туристичної інформації, якісний переклад туристичних матеріалів, підготовку фахівців із мовною та міжкультурною компетентністю, уніфікацію туристичної термінології, коректне використання топонімів, розвиток цифрової мовної комунікації та створення українсько-польських глосаріїв для туристичної сфери. Це дозволить зробити транскордонні туристичні продукти більш доступними, професійними, привабливими та зрозумілими для різних категорій туристів.

4.2. Особливості українсько-польської міжкультурної комунікації

Українсько-польська міжкультурна комунікація є важливою складовою розвитку транскордонного туризму, оскільки туристична діяльність передбачає не лише переміщення людей через кордон, а й постійну взаємодію між представниками різних культур, мов, традицій, історичних досвідів і моделей поведінки. У сфері туризму міжкультурна комунікація проявляється у

спілкуванні туристів із працівниками готелів, ресторанів, туристично-інформаційних центрів, гідами, екскурсоводами, представниками громад, організаторами подій, перевізниками та місцевими мешканцями.

Для українсько-польського прикордоння міжкультурна комунікація має особливе значення, оскільки Україна та Польща є сусідніми державами зі спільною історією, культурною близькістю, релігійною та етнографічною різноманітністю, а також тривалими традиціями соціальних, економічних і туристичних контактів. Водночас спільність історичного простору не означає повної однаковості культурного досвіду. Українці й поляки мають власні національні традиції, ментальні особливості, історичні наративи, мовні норми, комунікативні стилі та уявлення про гостинність, сервіс і поведінку в публічному просторі.

Міжкультурна комунікація у туризмі виконує кілька важливих функцій. По-перше, вона забезпечує обмін інформацією між туристом і приймаючою стороною. По-друге, сприяє формуванню позитивного емоційного досвіду подорожі. По-третє, допомагає уникати непорозумінь, стереотипів і конфліктних ситуацій. По-четверте, виступає засобом популяризації культурної спадщини та формування позитивного іміджу території. По-п'яте, сприяє зміцненню добросусідських відносин між українськими та польськими громадами.

Особливістю українсько-польської міжкультурної комунікації є мовна близькість. Українська та польська мови належать до слов'янської мовної групи, тому мають певну лексичну, граматичну й фонетичну спорідненість. Це полегшує базове взаєморозуміння, особливо в прикордонних регіонах, де історично існували контакти між населенням. Проте мовна близькість може бути й джерелом непорозумінь, оскільки в українській і польській мовах є багато слів, які звучать подібно, але мають різне значення. Такі явища потребують уважності у туристичній комунікації, перекладі, рекламі та екскурсійному супроводі.

Важливим аспектом є культурна спорідненість українців і поляків. Обидва народи мають подібні елементи традиційної культури, зокрема родинність, повагу до релігійних свят, значення гостинності, любов до локальної

кухні, шанування історичної пам'яті, пошану до культурної спадщини. У туристичній сфері це створює сприятливі умови для взаємного інтересу, оскільки польським туристам можуть бути близькими українські звичаї, архітектура, гастрономія, музика, релігійні традиції, а українським туристам — польські міста, замки, сакральні пам'ятки, фестивалі та культурні події [51].

Разом із тим, українсько-польська міжкультурна комунікація має враховувати відмінності в історичному досвіді. Спільна історія України та Польщі є багатовимірною: вона містить приклади співпраці, культурного взаємозбагачення, спільного проживання на одних територіях, але також і складні сторінки минулого. У туристичній сфері це особливо важливо під час розроблення маршрутів, екскурсій, музейних експозицій, інформаційних стендів і промоційних матеріалів, пов'язаних з історичною пам'яттю, етнічними спільнотами, війнами, переселеннями або меморіальними місцями.

У цьому контексті особливого значення набуває культурна чутливість. Вона передбачає поважне ставлення до історичного досвіду обох народів, уникнення образливих формулювань, односторонніх оцінок, стереотипів або спрощеного трактування складних подій. Туристична комунікація повинна бути побудована на принципах балансу, толерантності, поваги до пам'яті та прагнення до діалогу. Особливо це стосується екскурсій, присвячених багатокультурній історії Галичини, Волині, Підкарпаття, Люблінщини, Бещад та інших прикордонних територій [36].

Однією з важливих особливостей міжкультурної комунікації є роль стереотипів. У туристичних контактах стереотипи можуть впливати на очікування туристів, поведінку приймаючої сторони та оцінку сервісу. Наприклад, турист може мати попередні уявлення про рівень безпеки, якість послуг, ціни, гостинність, мову спілкування або культурні традиції іншої країни. Завдання туристичної сфери полягає в тому, щоб через якісний сервіс, коректну інформацію та відкриту комунікацію долати негативні стереотипи й формувати позитивний досвід взаємодії.

Українсько-польська міжкультурна комунікація у туризмі значною мірою залежить від якості сервісного спілкування. У сфері гостинності важливими є ввічливість, доброзичливість, чіткість пояснень, готовність допомогти, пунктуальність, повага до особистого простору туриста, вміння реагувати на запитання та скарги. Навіть невеликі мовні чи культурні непорозуміння можуть бути згладжені, якщо комунікація відбувається в доброзичливому й професійному тоні [39].

Особливо важливими посередниками між культурами є гідни та екскурсоводи. Вони не лише передають інформацію про об'єкти, а й інтерпретують культурні смисли, пояснюють історичний контекст, адаптують матеріал до аудиторії, відповідають на чутливі питання та формують загальне враження туриста про країну. У транскордонному туризмі гід повинен володіти не лише мовою туриста, а й міжкультурною компетентністю, тобто здатністю розуміти цінності, очікування й культурні коди іншої аудиторії [22].

Міжкультурна комунікація також має значення для створення туристичних текстів. Путівники, сайти, буклети, описи маршрутів, музейні тексти, рекламні слогани та дописи в соціальних мережах повинні бути адаптовані до української та польської аудиторії. Простий переклад не завжди є достатнім. Потрібна локалізація тексту, тобто врахування культурного контексту, звичних форм звертання, стилю подачі інформації, чутливих історичних тем і комунікативних очікувань конкретної аудиторії.

У туристичному маркетингу міжкультурна комунікація проявляється через побудову повідомлень, які однаково позитивно сприймаються різними аудиторіями. Наприклад, назва маршруту, слоган або рекламний текст повинні бути зрозумілими, привабливими й коректними як українською, так і польською мовами. Особливо важливо уникати формулювань, які можуть мати неоднозначне значення, викликати історичні асоціації або бути стилістично невдалими в іншій мові.

Важливою особливістю українсько-польської міжкультурної комунікації є спільна релігійна та сакральна спадщина. На прикордонних

територіях розташовані православні, греко-католицькі, римо-католицькі храми, монастирі, дерев'яні церкви, костели, каплиці, синагоги та цвинтарі. Відвідування таких об'єктів потребує поваги до релігійних почуттів, знання правил поведінки, коректного пояснення конфесійної належності та історії пам'яток. У цьому випадку мова й комунікація повинні бути особливо делікатними.

Окремим напрямом є гастрономічна міжкультурна комунікація. Кухня часто є одним із найпростіших і найприємніших способів знайомства з культурою іншого народу. Українсько-польське прикордоння має багато спільних або подібних гастрономічних традицій, однак назви страв, способи приготування, подача й символічне значення можуть відрізнятися. У гастрономічному туризмі важливо пояснювати походження страв, локальні особливості, історії родинних рецептів і взаємовпливи української та польської кухні [46].

Міжкультурна комунікація є важливою також у подієвому туризмі. Фестивалі, ярмарки, дні культури, історичні реконструкції, етнографічні свята й гастрономічні події створюють простір живого спілкування між українцями та поляками. Такі події сприяють неформальному діалогу, подоланню стереотипів, обміну традиціями й формуванню позитивного емоційного досвіду. Водночас організатори мають подбати про мультимовну інформацію, зрозумілу навігацію, переклад програм, ведучих або модераторів, а також культурно коректне представлення учасників.

У сучасних умовах важливо враховувати вплив війни в Україні на міжкультурну комунікацію. Повномасштабна війна посилила роль Польщі як важливого партнера України, країни підтримки, транзиту, гуманітарної допомоги та прихистку для багатьох українців. Це створило новий рівень українсько-польської взаємодії, зокрема міжлюдської. У туристичній сфері це може сприяти глибшому взаємному інтересу, солідарності та розвитку нових форматів співпраці. Водночас комунікація має враховувати емоційну чутливість теми війни, досвід вимушеного переселення, втрат і травматичних подій.

У зв'язку з цим важливим стає **етичне представлення воєнної тематики в туризмі**. Якщо маршрути або екскурсії стосуються сучасної війни, волонтерства, пам'яті, гуманітарної підтримки чи відновлення, вони мають бути побудовані з повагою до людей, які пережили травматичний досвід. Такі туристичні продукти не повинні перетворювати біль на атракцію, а мають виконувати освітню, меморіальну, гуманітарну або просвітницьку функцію.

Міжкультурна комунікація також важлива для **ділової взаємодії між українськими та польськими партнерами**. Підготовка спільних проєктів, участь у програмах Interreg, організація туристичних форумів, створення маршрутів і брендів потребують ефективної комунікації між організаціями. Тут важливими є чіткість домовленостей, повага до дедлайнів, коректність перекладу документів, зрозумілий розподіл відповідальності, дипломатичність і готовність до компромісу.

Особливого значення набуває освітній компонент міжкультурної комунікації. Майбутні фахівці з туризму повинні вивчати не лише іноземні мови, а й культуру країни-партнера, історію українсько-польських відносин, норми професійного спілкування, особливості туристичного сервісу, етикет, конфліктологію, переклад туристичних текстів і культурну дипломатію. Такі знання допоможуть фахівцям діяти професійно у транскордонному середовищі.

Отже, українсько-польська міжкультурна комунікація у сфері транскордонного туризму є складним і багаторівневим процесом, який охоплює мовну, культурну, історичну, сервісну, маркетингову, освітню та етичну складові. Її ефективність залежить від мовної підготовки фахівців, культурної чутливості, якості перекладу, уміння працювати з історичною пам'яттю, відкритості до діалогу та професійної організації туристичного сервісу.

Таким чином, розвиток українсько-польського транскордонного туризму потребує не лише інфраструктурних і організаційних рішень, а й глибокого розуміння міжкультурної взаємодії. Якісна міжкультурна комунікація сприяє підвищенню довіри між туристами й приймаючими громадами, подоланню стереотипів, формуванню позитивного іміджу прикордонних

територій, збереженню спільної спадщини та зміцненню добросусідських відносин між Україною та Польщею.

4.3. Проблеми перекладу та адаптації туристичного контенту

Переклад та адаптація туристичного контенту є важливою складовою розвитку українсько-польського транскордонного туризму. Туристичний контент охоплює широкий спектр матеріалів: путівники, буклети, туристичні карти, сайти, мобільні додатки, інформаційні стенди, музейні тексти, описи маршрутів, рекламні слогани, афіші подій, меню, аудіогіди, відеоролики, дописи в соціальних мережах та проєктну документацію. Від якості перекладу й адаптації такого контенту залежить не лише інформованість туристів, а й загальне враження про туристичну дестинацію, рівень сервісу та професійність приймаючої сторони.

У транскордонному туризмі переклад виконує не лише мовну, а й культурну функцію. Його завдання полягає не просто в передачі слів іншою мовою, а в забезпеченні зрозумілості, привабливості та культурної коректності повідомлення для іншомовної аудиторії. Особливо це важливо для українсько-польського прикордоння, де туристичні тексти часто стосуються спільної історії, багатокультурної спадщини, сакральних пам'яток, історичної пам'яті, етнографії, традицій і локальних назв.

Однією з основних проблем є буквальний переклад туристичних текстів. У багатьох випадках туристичні матеріали перекладаються дослівно, без урахування стилістики, культурного контексту та комунікативної мети. У результаті текст може бути граматично правильним, але звучати неприродно, сухо або незрозуміло для польського чи українського туриста. Туристичний текст має бути не лише інформативним, а й емоційно привабливим, адже його завдання — зацікавити, створити образ місця, викликати бажання подорожувати.

Наприклад, опис туристичного маршруту не повинен обмежуватися простим переліком об'єктів. Він має передавати атмосферу території, її унікальність, історію, легенди, культурні символи та практичну користь для

туриста. Тому перекладач туристичного контенту повинен володіти не лише мовами, а й навичками стилістичної адаптації, маркетингового письма та міжкультурної комунікації.

Важливою проблемою є некоректний переклад туристичної термінології. У сфері туризму використовуються поняття, які мають усталені відповідники в різних мовах: туристичний продукт, дестинація, маршрут, екскурсія, гід, екскурсовод, туристично-інформаційний центр, сталий туризм, культурна спадщина, рекреаційні ресурси, зелений туризм, гастрономічний туризм, паломницький туризм, подієвий туризм. Неправильне або непослідовне використання цих термінів може створювати плутанину в туристичних матеріалах, проєктних документах і комунікації між партнерами [48].

Окрему складність становить переклад понять, пов'язаних із культурною спадщиною та сакральною архітектурою. Наприклад, терміни, що стосуються церковної архітектури, конфесійної належності, іконопису, дерев'яного будівництва, монастирських комплексів, обрядів і релігійних свят, потребують особливої точності. Їхній некоректний переклад може не лише спотворити зміст, а й бути сприйнятий як неповага до релігійної або культурної традиції.

Для українсько-польського транскордонного туризму актуальною є проблема топонімічного перекладу, тобто передачі назв міст, сіл, річок, гір, історичних територій, вулиць і туристичних об'єктів. Частина назв має українські, польські та історичні варіанти. Наприклад, одне й те саме місто або місцевість може мати сучасну офіційну назву та історичну польську або українську форму. У туристичному контенті важливо дотримуватися балансу: використовувати офіційні сучасні назви, але за потреби подавати історичні варіанти в дужках або поясненнях [14].

Це особливо важливо для ностальгійного, генеалогічного та культурно-пізнавального туризму, коли туристи шукають місця, пов'язані з родинною історією або історичною пам'яттю. Некоректне використання топонімів може ускладнити пошук об'єктів, створити непорозуміння або викликати емоційну

напругу. Тому під час підготовки туристичних матеріалів бажано використовувати офіційні джерела, історичні довідники, карти й консультації фахівців.

Ще однією проблемою є наявність “хибних друзів перекладача” в українській та польській мовах. Через близькість мов деякі слова можуть звучати подібно, але мати різне значення або різні відтінки. Це може призводити до комічних, неточних або навіть небажаних формулювань у туристичних текстах. У сфері туризму такі помилки особливо небезпечні, оскільки текст часто має рекламний і публічний характер.

Проблемним є також переклад рекламних слоганів і назв туристичних продуктів. Слоган не можна перекладати механічно, оскільки він має бути коротким, ритмічним, емоційним і легким для запам’ятовування. Те, що добре звучить українською мовою, може бути невдалим польською, і навпаки. Тому у туристичному маркетингу доцільно застосовувати не просто переклад, а транскреацію - творчу адаптацію змісту з урахуванням мови, культури та очікувань цільової аудиторії.

Наприклад, назва маршруту має бути однаково привабливою українською та польською мовами. Якщо дослівний переклад звучить штучно, краще створити адаптований варіант, який передає основну ідею маршруту, але відповідає мовним нормам іншої аудиторії. Це стосується назв фестивалів, туристичних кампаній, гастрономічних турів, брендів територій і промоційних матеріалів.

Важливим аспектом є адаптація стилю туристичного контенту. Українські та польські туристичні тексти можуть відрізнятися за манерою подачі, рівнем емоційності, структурою, формами звертання до читача. Для однієї аудиторії ефективним може бути більш емоційний стиль, для іншої - стриманий, фактологічний або практично орієнтований. Тому переклад повинен враховувати не лише зміст, а й очікуваний стиль сприйняття [55].

Особливої уваги потребує адаптація історичного контенту. Українсько-польське прикордоння має складну історію, тому тексти про історичні події,

пам'ятки, етнічні спільноти, війни, переселення, меморіальні місця та спільну спадщину мають бути збалансованими й коректними. Надмірно односторонні оцінки, емоційно загострені формулювання або неточний переклад можуть негативно вплинути на сприйняття туристичного продукту.

У цьому контексті важливим є принцип культурної чутливості. Переклад туристичного контенту має враховувати історичну пам'ять, національні символи, релігійні традиції та емоційні реакції аудиторії. Наприклад, опис меморіального місця або складної історичної події потребує нейтральної, поважної та фактологічно точної мови. Такий підхід сприяє міжкультурному діалогу й запобігає конфліктному сприйняттю.

Окремою проблемою є якість автоматичного перекладу. Сучасні онлайн-перекладачі можуть бути корисними для швидкого розуміння тексту, однак вони не завжди забезпечують належну якість туристичного контенту. Автоматичний переклад часто не враховує контекст, стилістику, культурні особливості, термінологію, власні назви та рекламну функцію тексту. Тому тексти, створені за допомогою автоматичного перекладу, обов'язково мають проходити редакторську перевірку фахівцем.

Особливо ризикованим є використання автоматичного перекладу для сайтів, інформаційних стендів, музейних експозицій, офіційних буклетів і промоційних кампаній. Помилки в таких матеріалах стають публічними, впливають на репутацію дестинації та можуть знижувати довіру туристів. Тому для транскордонних туристичних проєктів доцільно передбачати окремий бюджет на професійний переклад, редактуру й локалізацію контенту [39].

Важливим питанням є адаптація цифрового туристичного контенту. Сайти, мобільні додатки, інтерактивні карти та соціальні мережі мають свої мовні й технічні особливості. Тексти для цифрових платформ повинні бути короткими, структурованими, зручними для читання з екрана, адаптованими для пошукових систем і зрозумілими для користувача. Просте перенесення довгих буклетних текстів на сайт не є ефективним.

Для цифрового контенту важливо враховувати ключові слова, заголовки, навігацію, кнопки, підписи до карт, фільтри маршрутів, категорії об'єктів і мікротексти. Наприклад, назви розділів на сайті мають бути короткими й зрозумілими: «Маршрути», «Події», «Де зупинитися», «Як дістатися», «Безпека», «Корисна інформація». У польській або англійській версії такі елементи мають бути не дослівно перекладені, а адаптовані до звичної логіки користувача.

Проблемою є також нерівномірність мовного наповнення туристичних ресурсів. Часто сайт має повну інформацію українською мовою, але польська або англійська версія містить лише короткий опис, застарілі дані або неповний переклад. Це створює нерівні умови доступу до інформації для різних туристів. Для транскордонного туризму важливо, щоб основна інформація була однаково повною й актуальною всіма ключовими мовами [45].

Окрему увагу варто приділити перекладу меню та гастрономічного контенту. Гастрономічний туризм є перспективним напрямом українсько-польської співпраці, однак назви страв, локальних продуктів і кулінарних традицій не завжди мають точні відповідники. У таких випадках доцільно не лише перекладати назву, а й коротко пояснювати склад, спосіб приготування або культурне значення страви. Це робить гастрономічний досвід зрозумілішим і привабливішим для туриста.

Наприклад, локальні назви страв або продуктів можна залишати в оригіналі, додаючи пояснення іншою мовою. Такий підхід зберігає автентичність і водночас забезпечує зрозумілість. Це особливо важливо для страв регіональної кухні, локальних напоїв, традиційної випічки, фермерських продуктів і гастрономічних фестивалів.

Важливою проблемою є адаптація музейного та екскурсійного контенту. Музейні тексти часто містять велику кількість історичних термінів, дат, імен, назв подій, культурних понять і наукових пояснень. Для туриста такий текст має бути не лише точним, а й доступним. Тому під час перекладу музейних

матеріалів важливо уникати надмірної академічності, складних конструкцій і незрозумілих понять без пояснення.

У транскордонному туризмі доцільно створювати різні рівні подачі інформації: короткі підписи для стендів, розширені тексти для буклетів, аудіогіди для глибшого ознайомлення, дитячі або молодіжні версії екскурсій, а також цифрові матеріали для самостійного вивчення. Такий підхід робить контент доступним для різних аудиторій.

Переклад туристичного контенту пов'язаний також із правильним використанням власних назв. Назви установ, музеїв, парків, фестивалів, маршрутів, організацій і програм мають передаватися послідовно. Якщо в різних матеріалах одна й та сама назва перекладається по-різному, це створює плутанину. Тому доцільно розробляти внутрішні глосарії назв і термінів для кожного транскордонного проєкту.

Перспективним рішенням є створення українсько-польського глосарію туристичної термінології. Він може містити основні поняття сфери туризму, назви туристичних послуг, типові фрази для спілкування з туристами, терміни культурної спадщини, сакральної архітектури, гастрономії, екотуризму, подієвого туризму, а також рекомендації щодо використання топонімів. Такий глосарій був би корисним для громад, перекладачів, гідів, студентів, туристично-інформаційних центрів і учасників міжнародних проєктів.

Важливою є також редакторська та фахова перевірка туристичних текстів. Якісний контент має проходити кілька етапів: підготовку оригінального тексту, переклад, мовну редактуру, фахову перевірку історичних і культурних фактів, стилістичну адаптацію та тестування на представниках цільової аудиторії. Особливо це стосується матеріалів, які публікуються у відкритому доступі або використовуються в міжнародних проєктах.

Окремим аспектом є адаптація контенту для різних цільових груп. Один і той самий маршрут може бути представлений по-різному для молоді, сімей із дітьми, людей старшого віку, паломників, іноземних туристів, людей з інвалідністю або дослідників родинної історії. Наприклад, молодіжній аудиторії

потрібен короткий, візуальний, інтерактивний контент, а паломникам — змістовна інформація про сакральне значення об'єктів. Тому адаптація має враховувати не лише мову, а й потреби аудиторії [39].

Інклюзивний аспект перекладу також є важливим. Туристичні тексти мають бути зрозумілими, структурованими, не перевантаженими складними реченнями, доступними для людей із різним рівнем мовної підготовки. Для окремих аудиторій доцільно використовувати просту мову, піктограми, аудіоформати, субтитри, шрифти, зручні для читання, та інші елементи доступності.

Значення має і переклад безпекової інформації. В умовах війни в Україні туристичні матеріали мають містити чіткі інструкції щодо дій під час повітряної тривоги, контактів екстрених служб, медичної допомоги, страхування, офіційних джерел інформації та правил поведінки в конкретних регіонах. Такий контент повинен бути максимально точним, однозначним і зрозумілим, без рекламної стилістики чи двозначності.

Для ефективної адаптації туристичного контенту доцільно дотримуватися кількох практичних рекомендацій. По-перше, переклад туристичних текстів має виконуватися або перевірятися фахівцями, які знають туристичну сферу. По-друге, необхідно створювати єдині глосарії термінів і назв для транскордонних проєктів. По-третє, важливо застосовувати локалізацію і транскреацію для рекламних матеріалів, а не обмежуватися дослівним перекладом. По-четверте, цифровий контент має бути коротким, актуальним і зручним для користувача. По-п'яте, історичні та культурні тексти мають проходити фахову перевірку [65].

Отже, проблеми перекладу та адаптації туристичного контенту в українсько-польському транскордонному туризмі мають комплексний характер. Вони пов'язані з буквальним перекладом, термінологічними неточностями, складністю передачі топонімів, культурно чутливих тем, історичного контексту, рекламних слоганів, гастрономічних назв, музейних текстів і цифрового контенту. Їх подолання потребує професійного перекладу, редакторської

перевірки, міжкультурної компетентності, використання глосаріїв і системної мовної політики в туристичних проєктах.

Таким чином, якісний переклад і адаптація туристичного контенту є важливою умовою ефективного українсько-польського транскордонного туризму. Вони забезпечують доступність інформації, підвищують рівень сервісу, сприяють кращому розумінню культурної спадщини, формують позитивний імідж території та зміцнюють довіру між туристами, громадами й партнерами. У перспективі саме професійна мовна адаптація може стати одним із чинників конкурентоспроможності українсько-польських туристичних маршрутів і брендів.

Висновки до розділу 4

У четвертому розділі було розглянуто філологічні аспекти українсько-польського транскордонного туризму, зокрема мовний фактор, особливості українсько-польської міжкультурної комунікації, проблеми перекладу й адаптації туристичного контенту, а також роль мовного брендингу та туристичного дискурсу у просуванні прикордонних територій.

Проаналізовано, що українсько-польська міжкультурна комунікація має як сприятливі передумови, так і певні виклики. До сприятливих чинників належать географічна близькість, мовна спорідненість, спільна історико-культурна спадщина, подібні традиції гостинності, релігійні й етнографічні зв'язки. Водночас важливо враховувати складність історичної пам'яті, наявність стереотипів, мовні відмінності, різні комунікативні очікування та потребу в культурній чутливості.

Доведено, що у сфері транскордонного туризму міжкультурна комунікація виконує не лише інформаційну, а й соціокультурну функцію. Вона сприяє подоланню стереотипів, формуванню довіри, кращому розумінню спільної спадщини, розвитку діалогу між громадами та зміцненню добросусідських відносин між Україною та Польщею. Особливо важливою є

роль гідів, екскурсоводів, музейних працівників і працівників туристичної сфери, які виступають посередниками між культурами.

Визначено, що однією з важливих проблем розвитку українсько-польського транскордонного туризму є якість перекладу та адаптації туристичного контенту. Буквальний переклад, термінологічні неточності, неправильне використання топонімів, мовні кальки, хибні друзі перекладача, неадаптовані рекламні слогани та автоматичний переклад можуть негативно впливати на сприйняття туристичного продукту. Тому туристичні матеріали потребують професійного перекладу, редакторської перевірки, локалізації та культурної адаптації.

З'ясовано, що особливої уваги потребують тексти, пов'язані з історичною пам'яттю, сакральною архітектурою, релігійною спадщиною, гастрономією, музейними експозиціями, цифровими платформами та безпековою інформацією. Такі матеріали мають бути точними, зрозумілими, культурно коректними й адаптованими до потреб різних цільових аудиторій. Доцільним є створення українсько-польського глосарію туристичної термінології, який сприятиме уніфікації понять і покращенню якості комунікації у спільних проєктах.

Встановлено, що мовний брендинг і туристичний дискурс відіграють важливу роль у просуванні українсько-польського прикордоння. Назви маршрутів, туристичні слогани, рекламні тексти, описи DESTINACIЙ, дописи в соціальних мережах, аудіогіди, відеоконтент і сторітелінг формують емоційний образ території та впливають на рішення туриста щодо подорожі. Ефективний мовний брендинг має бути автентичним, зрозумілим, мультимовним, культурно чутливим і пов'язаним із реальними туристичними продуктами.

Особливе значення має сторітелінг як інструмент туристичного дискурсу. Через історії людей, громад, ремесел, храмів, замків, гастрономічних традицій, спільної спадщини та добросусідства можна зробити туристичний продукт більш емоційним і привабливим. Для українсько-польського

прикордоння це особливо важливо, оскільки ця територія має багатокультурну історію та значний потенціал для формування спільного туристичного образу.

Отже, філологічні аспекти є невід'ємною складовою розвитку українсько-польського транскордонного туризму. Мова, переклад, міжкультурна комунікація, туристичний дискурс і мовний брендинг безпосередньо впливають на якість туристичних послуг, доступність інформації, ефективність просування маршрутів і сприйняття прикордонних територій туристами.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності українсько-польського транскордонного туризму необхідно забезпечити мультимовність туристичної інформації, професійний переклад і локалізацію контенту, підготовку фахівців із мовною та міжкультурною компетентністю, створення глосаріїв туристичної термінології, використання культурно чутливого сторітелінгу і формування цілісного мовного бренду прикордоння. Це сприятиме не лише ефективнішому просуванню територій, а й поглибленню українсько-польського діалогу, зміцненню партнерства та розвитку спільного туристичного простору.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження встановлено, що українсько-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму є важливим напрямом розвитку прикордонних територій, зміцнення міждержавних зв'язків, активізації туристичних потоків та поглиблення європейської інтеграції України. Транскордонний туризм виступає не лише економічним інструментом, а й засобом культурного діалогу, популяризації історико-культурної спадщини, формування позитивного іміджу регіонів та розширення можливостей для місцевих громад.

У першому розділі було розкрито теоретичні основи транскордонного співробітництва в туризмі. З'ясовано, що його сутність полягає у взаємодії прикордонних регіонів різних держав з метою спільного використання природних, історико-культурних, рекреаційних, інфраструктурних та людських ресурсів. Основними принципами такого співробітництва є партнерство, взаємна вигода, добросусідство, сталий розвиток, відкритість, інституційна підтримка та орієнтація на потреби місцевого населення і туристів. Визначено, що нормативно-правове забезпечення транскордонного співробітництва в Україні та Польщі ґрунтується на національному законодавстві, міждержавних угодах, європейських конвенціях і програмах підтримки регіонального розвитку. Особливе значення має досвід Європейського Союзу, де транскордонна взаємодія розглядається як ефективний механізм подолання периферійності прикордонних територій та стимулювання їхньої економічної активності.

У другому розділі проаналізовано сучасний стан українсько-польського транскордонного співробітництва у сфері туризму. Встановлено, що прикордонні території України та Польщі мають значний туристично-рекреаційний потенціал, який охоплює природні ландшафти, національні парки, історико-культурні пам'ятки, сакральну спадщину, етнографічні традиції, гастрономічні особливості та можливості для розвитку активного, екологічного, культурно-пізнавального й подієвого туризму. Водночас цей потенціал

використовується не повною мірою через недостатній рівень інфраструктурного забезпечення, нерівномірний розвиток туристичних послуг, складність перетину кордону, обмежене фінансування, слабку координацію між учасниками туристичного ринку та недостатню промоцію спільних туристичних продуктів.

Важливу роль у розвитку українсько-польської співпраці відіграють програми Interreg, діяльність єврорегіонів, спільні грантові проєкти, ініціативи місцевих громад, партнерство закладів культури, освіти, туризму та органів місцевого самоврядування. Такі програми сприяють модернізації туристичної інфраструктури, збереженню культурної спадщини, розробці спільних маршрутів, проведенню фестивалів, створенню інформаційних ресурсів та налагодженню професійних контактів між українськими й польськими партнерами. Разом із тим ефективність цих проєктів залежить від сталості фінансування, управлінської спроможності громад, якості комунікації між партнерами та здатності перетворювати окремі ініціативи на довготривалі туристичні продукти.

У третьому розділі визначено перспективи та напрями розвитку українсько-польського транскордонного туризму. Доведено, що одним із ключових завдань є впровадження інноваційних підходів до формування туристичних продуктів. Перспективними є цифровізація туристичних сервісів, створення інтерактивних карт і мобільних застосунків, використання QR-кодів, віртуальних турів, мультимедійних гідів, платформ бронювання та спільних онлайн-кампаній. Важливим напрямом також є розвиток тематичних туристичних маршрутів, зокрема історико-культурних, сакральних, гастрономічних, екологічних, веломаршрутів, маршрутів пам'яті, маршрутів дерев'яної сакральної архітектури, замкових і природничих шляхів.

Обґрунтовано, що формування спільних туристичних маршрутів і брендів може стати ефективним засобом підвищення конкурентоспроможності прикордонних територій України та Польщі. Спільний туристичний бренд має базуватися на ідеї культурної близькості, історичної взаємодії, природної різноманітності та європейської відкритості регіону. Для цього необхідно

посилити співпрацю між громадами, туристичними операторами, закладами культури, освітніми установами, громадськими організаціями та органами влади. Доцільним є також проведення спільних промоційних кампаній, участь у міжнародних туристичних виставках, створення двомовних інформаційних ресурсів, підготовка гідів і фахівців з міжкультурної комунікації.

У четвертому розділі розкрито філологічні аспекти українсько-польського транскордонного туризму. Встановлено, що мовний фактор має важливе значення для якості туристичного обслуговування, доступності інформації, формування довіри туристів і забезпечення ефективної міжкультурної взаємодії. Українсько-польська мовна близькість створює сприятливі умови для комунікації, однак не усуває потреби у професійному перекладі, адаптації туристичного контенту та врахуванні культурних відмінностей. Особливої уваги потребують туристичні сайти, буклети, інформаційні стенди, екскурсійні тексти, рекламні матеріали, назви маршрутів і брендів, які мають бути не лише грамотно перекладені, а й адаптовані до сприйняття цільової аудиторії.

З'ясовано, що проблеми перекладу й адаптації туристичного контенту часто пов'язані з неточним передаванням історико-культурних реалій, власних назв, топонімів, етнографічних понять, релігійної лексики та емоційно забарвлених рекламних повідомлень. Тому перекладач у сфері туризму має виконувати не лише мовну, а й культурно-посередницьку функцію. Якісний туристичний переклад повинен бути зрозумілим, привабливим, достовірним і культурно чутливим. Саме це сприяє кращому сприйняттю туристичного продукту, підвищенню рівня сервісу та зміцненню позитивного іміджу прикордонних територій.

Отже, українсько-польське транскордонне співробітництво у сфері туризму має значний потенціал для подальшого розвитку, однак потребує системного підходу, стратегічного планування, фінансової підтримки, інфраструктурного оновлення та якісної комунікації між усіма учасниками процесу. Перспективи цього напрямку пов'язані з розвитком спільних

туристичних продуктів, цифровізацією послуг, активізацією грантової діяльності, розширенням мережі партнерств, підготовкою фахівців і формуванням цілісного транскордонного туристичного простору.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані органами місцевого самоврядування, туристичними підприємствами, громадськими організаціями, освітніми установами та учасниками українсько-польських проєктів для розробки ефективних стратегій розвитку транскордонного туризму. Реалізація запропонованих рекомендацій сприятиме підвищенню туристичної привабливості прикордонних регіонів, посиленню українсько-польського партнерства, збереженню культурної спадщини та інтеграції України до європейського туристичного простору.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 24.04.2026).
2. Про міжнародне територіальне співробітництво України: Закон України від 24.04.2024 № 3668-ІХ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3668-20> (дата звернення: 24.04.2026).
3. Про транскордонне співробітництво: Закон України від 24.06.2004 № 1861-ІV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1861-15> (дата звернення: 24.04.2026).
4. Про місцеве самоврядування в Україні: Закон України від 21.05 1997 № 280/97-ВР <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 24.04.2026).
5. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 5 .02. 2015 № 156-VIII <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text> (дата звернення: 24.04.2026).
6. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 05.08.2020 № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF> (дата звернення: 24.04.2026).
7. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 24.04.2026).
8. Про затвердження Державної програми розвитку транскордонного співробітництва на 2021–2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 14.04.2021 № 408. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/408-2021-%D0%BF> (дата звернення: 24.04.2026).

9. Біланюк О. П. Пріоритети розвитку українсько-польського транскордонного туристичного ринку в умовах активізації євроінтеграційних процесів. *Регіональна економіка*. 2019. № 1. С. 39–46.
10. Біланюк О. Сучасний стан та перспективи розвитку сфери туризму в українсько-польському транскордонному регіоні. *Вісник львівського університету. Серія географічна*. 2013. Випуск 43. Ч. 2. с. 14–19
11. Вус-Столярчук О. Роль транскордонного співробітництва між Україною та Польщею у туристичній галузі. *Міжнародні відносини і туризм: сучасність та ретроспектива* : зб. матеріалів Першої міжнар. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених. 2013. Вип. 3. С. 211–215.
12. Гришко Р. О. Роль транскордонного співробітництва у розвитку українсько-польських відносин в галузі туризму. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. Вип. 2. С. 124–129.
13. Державне агентство розвитку туризму України: офіційний вебсайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua> (дата звернення: 24.04.2026).
14. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/do-byudzhetu-gromad-u-2024-roci-nadiyshlo-mayzhe-273-mln-grn-turistichnogo-zboru> (дата звернення: 24.04.2026).
15. Дубіс Л., Мальська М., Паньків Н. Методологічні підходи до вивчення туристичних дестинацій українсько-польської трансграничної території. *Економіка та суспільство*. 2025. № 77. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6441/6381>
16. Дубович І. А. Особливості та перспективи розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва у галузі туризму. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osoblivosti-ta-perspektivi-rozvitku-ukrayinsko-polskogo-transkordonnogo-spivrobitnitstva-u-galuzi-turizmu> (дата звернення: 24.04.2026).

17. Коваль А. Розвиток транскордонного туристичного співробітництва України та Польщі в умовах євроінтеграції. URL: https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/2356/1/Koval_NZ_stud_Vyp-3_turyzm.pdf (дата звернення: 24.04.2026).
18. Ковач Л. Українсько-польське транскордонне співробітництво: тенденції та проблеми розвитку. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/kovach_ukrainsko_polske.pdf (дата звернення: 24.04.2026).
19. Красовська Г. Cross-Border Cooperation Between Ukraine and Poland in the Conditions of Financial Crisis. URL: <https://www.ur.edu.pl/files/ur/import/Import/2013/5/25.pdf> (date of access: 24.04.2026).
20. Мігущенко Ю. Транскордонний туризм між Україною та Польщею: стан і перспективи розвитку. URL: <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/intrel/article/download/3104/3167> (дата звернення: 24.04.2026).
21. Перспективи розвитку українсько-польського транскордонного співробітництва в галузі туризму. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/news/novyny-nisd/perspektyvy-rozvytku-ukrayinsko-polskoho-transkordonnoho-spivrobitnytstva> (дата звернення: 24.04.2026).
22. Податкові надходження від туризму зросли на третину: за перше півріччя 2025 року індустрія сплатила більше півтора мільярда гривень. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/podatkovy-nadhodzhennya-vid-turizmu-zrosli-na-tretinu-za-pershe-pivrichchya-2025-roku-industriya-splatila-bilshe-pivtora-milyarda-griven> (дата звернення: 24.04.2026).
23. Стрільчук В. В. Транскордонне співробітництво України та Республіки Польща у сфері туризму: особливості та проблеми. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Strilchuk_Vitalii/Transkordonne_spivrobitnytstvo

Ukrainy ta Respubliki Polska u sferi turyzmu osoblyvosti ta problemy/
(дата звернення: 24.04.2026).

24. У 2024 туристична сфера України принесла в бюджет майже 3 млрд грн. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzheth-mayzhe-3-mlrd-grn> (дата звернення: 24.04.2026).
- 25.2 Castles: common history, common promotion, an incentive to strengthen cooperation, tourist flows and economic growth. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/446> (date of access: 24.04.2026).
- 26.4 Seasons – cross-border tourism routes. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/458> (date of access: 24.04.2026).
27. About the Programme. Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027. URL: <https://pl-ua.eu/en/programme/about-the-programme/> (date of access: 24.04.2026).
28. Borderland Museums — Space for Intercultural Dialogue. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
29. Buchko Zh. Cross-Border Ukrainian–Polish Cooperation in the Sphere of Tourism. *Economic and Regional Studies*. 2020. Vol. 13, No. 3. DOI: 10.22004/ag.econ.307269.
30. Carpathian FolkArt Festival — common cultural heritage of the Carpathians. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
31. Carpathian wine heritage academy. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/513> (date of access: 24.04.2026).
32. Cross-border Cooperation Programme Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020 : official website. URL: <https://www.pbu2020.eu/en> (date of access: 24.04.2026).

33. Cross-border Wooden Architecture Route as a chance to preserve unique cultural heritage of Polish-Ukrainian borderland. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/490> (date of access: 24.04.2026).
34. EU tourism nights reached a record level in 2024. Eurostat. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat> (date of access: 24.04.2026).
35. Evaluation of the impact of the Cross-border Cooperation Programme Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020 : final report. URL: https://www.pbu2020.eu/files/uploads/pages_en/Ewaluacja%2014-20/Raport_PBU_EN.pdf (date of access: 24.04.2026).
36. Hrynokh N. V., Dmytruk V. I., Diachenko L. A., Kniazevych A. O. Social and economic aspects of cross-border cooperation of Ukraine and Poland in the field of tourism. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2019. Vol. 28, No. 3. P. 432–444. DOI: 10.15421/111940.
37. Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 : official website. URL: <https://pl-ua.eu/en/> (date of access: 24.04.2026).
38. Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027 Programme Document. URL: https://pl-ua.eu/wp-content/uploads/2025/01/Interreg-NEXT-PL-UA-Programme-doc.-v.-3_05.11.2024.pdf (date of access: 24.04.2026).
39. Interreg NEXT Poland–Ukraine Programme 2021–2027. European Climate Adaptation Platform. URL: <https://climate-adapt.eea.europa.eu/en/mission/funding-inactive/opportunities-inactive/interreg-next-poland-ukraine-programme-2021-2027> (date of access: 24.04.2026).
40. Interreg NEXT Poland–Ukraine Programme 2021–2027. Interreg.eu. URL: <https://interreg.eu/programmes/next-poland-ukraine/> (date of access: 24.04.2026).
41. Kuzyshyn A., Kuczabski A., Poplavska I., Zadvornyi S. Risk assessment of the social sphere development on the example of areas of the Carpathian-Podillia region (Ukraine). *Czasopismo Geograficzne*, 2022. 93(3): 473–493

42. Manual for Small Projects. Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027. URL: https://www.euro-access.eu/media/file/921_MANUAL-FOR-SMALL-PROJECTS-ver.2-002.pdf (date of access: 24.04.2026).
43. Miszczuk A. Directions of Development of Tourism in the Polish-Ukrainian Cross-Border Area in the New European Union Programming Period 2014–2020 in the Context of Regional Planning Documents. *Barometr Regionalny. Analizy i Prognozy*. 2015. Vol. 13, No. 3. P. 49–59. DOI: 10.56583/br.735.
44. Occupancy of tourist accommodation establishments in 2024. Statistics Poland. URL: <https://stat.gov.pl/en/> (date of access: 24.04.2026).
45. Oil cradle of Europe: the forgotten history of Poland and Ukraine. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
46. Pabian B., Kuzyshyn A., Pabian A., Poplavska I., Zadvornyi S. Management in sustainable tourism in Poland and Ukraine. Outline of the problem. Monograph, Publishing House of Częstochowa University of Technology, Częstochowa 2020, 110 p.
47. Pierścieniak A., Puchalska K., Grzebyk M. Characteristics of factors determining international cooperation between Poland and Ukraine in tourism area – Polish vision. *Регіональна економіка*. 2018. № 2. С. 98–104.
48. Plan działań Polskiej Organizacji Turystycznej na rok 2024. Polska Organizacja Turystyczna. URL: https://www.pot.gov.pl/attachments/category/123/Plan_Dzia%C5%82ania_PO_T_2024.pdf (date of access: 24.04.2026).
49. Poland Travel & Tourism Economic Impact Factsheet. World Travel & Tourism Council. URL: <https://researchhub.wttc.org/product/factsheet-poland-travel-tourism-economic-impact> (date of access: 24.04.2026).
50. Poland Travel & Tourism Economic Impact Report. World Travel & Tourism Council. URL: <https://researchhub.wttc.org/product/poland-economic-impact-report> (date of access: 24.04.2026).

51. Polish-Ukrainian cooperation for the development of tourism and preservation of cultural heritage in the area covered by “The Picturesque East” brand. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
52. Polska Organizacja Turystyczna : oficjalna strona internetowa. URL: <https://www.pot.gov.pl> (date of access: 24.04.2026).
53. Program Rozwoju Turystyki do 2020 roku. Ministerstwo Sportu i Turystyki Rzeczypospolitej Polskiej. URL: https://bip.msit.gov.pl/download/2/5752/Program_Rozwoju_Turystyki_do_2020.pdf (date of access: 24.04.2026).
54. Programme Manual. Interreg NEXT Poland–Ukraine 2021–2027. URL: <https://pl-ua.eu/en/programme/documents/> (date of access: 24.04.2026).
55. Projects Database. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
56. Projects Map. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/map> (date of access: 24.04.2026).
57. Statistics Poland : official website. URL: <https://stat.gov.pl/en/> (date of access: 24.04.2026).
58. Strategia zarządzania zintegrowaną komunikacją marketingową turystyki do 2030 roku. Polska Organizacja Turystyczna. URL: <https://www.pot.gov.pl/pl/o-pot/plany-i-sprawozdania-pot> (date of access: 24.04.2026).
59. Sustainable Development. UN Tourism. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (date of access: 24.04.2026).
60. Sustainable tourism development in nature protected areas of the Carpathians. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/505> (date of access: 24.04.2026).
61. Sustainable Tourism for Development Guidebook. World Tourism Organization ; European Commission. URL: https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/%40ed_dialogue/

- [%40sector/documents/publication/wcms_216669.pdf](#) (date of access: 24.04.2026).
62. The ENI Cross-border Cooperation Programme Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. Joint Operational Programme. URL: https://www.funduszeunijne.gov.pl/media/2348/JOP_PBU_ENG.pdf (date of access: 24.04.2026).
63. Tourism and the Sustainable Development Goals — Journey to 2030. UNWTO ; UNDP. URL: https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/publications/UNWTO_UNDP_Tourism%20and%20the%20SDGs.pdf (date of access: 24.04.2026).
64. Tourism Development Programme until 2020. Ministry of Sport and Tourism of the Republic of Poland. URL: <https://www.msit.gov.pl/download/3/12550/TourismDevelopmentProgrammeuntil20201f3c.pdf> (date of access: 24.04.2026).
65. Tourism statistics. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics (date of access: 24.04.2026).
66. Transition Pathway for Tourism. European Commission. 2022. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/49498> (date of access: 24.04.2026).
67. Transition Pathway for Tourism: Taking stock of progress by 2023. Publications Office of the European Union. URL: https://op.europa.eu/publication/manifestation_identifier/PUB_ET0223352ENN (date of access: 24.04.2026).
68. Travel & Tourism in Poland Set to Surpass Economic Records. World Travel & Tourism Council. URL: <https://wttc.org/news/travel-and-tourism-in-poland-set-to-surpass-economic-records> (date of access: 24.04.2026).
69. Ukrainian-Polish lake area — a land of legends: discover and enjoy the untouched. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
70. UNESCO World Heritage List. UNESCO World Heritage Centre. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/> (date of access: 24.04.2026).

71. Ustawa z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021–2027. https://isap.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU20220001079&utm_source=chatgpt.com
72. Wallachian Culture Trail in the Polish-Ukrainian borderland. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020/486> (date of access: 24.04.2026).
73. Wooden Churches — the hidden giants of common tourism destination “Carpathians”. Poland–Belarus–Ukraine 2014–2020. URL: <https://www.pbu2020.eu/en/projects2020> (date of access: 24.04.2026).
74. Wooden Tserkvas of the Carpathian Region in Poland and Ukraine. UNESCO World Heritage Centre. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/1424/> (date of access: 24.04.2026).