

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України»

Студента 4 курсу, 21 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальності 242 «Туризм»
освітньої програми
«Міжнародний туризм»

Синчака Артура
Володимировича

(підпис)

Науковий керівник
д.е.н., професор

Роскладка Наталія
Олександрівна

(підпис)

Гарант освітньої програми
к.держ.упр., доцент

Кравцов Сергій
Станіславович

(підпис)

Київ 2023

Державний торговельно–економічний університет
Факультет ресторанно–готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Освітня програма «Міжнародний туризм»

Затверджую

Зав. кафедри

Тетяна ТКАЧЕНКО

« » 2022 р.

**Завдання
на випускню кваліфікаційну роботу студентіві**

Синчаку Артуру Володимировичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2900.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: обґрунтування теоретико–прикладних засад розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України.

Об'єкт дослідження: процес розроблення та просування продукту «темного» туризму.

Предмет дослідження: теоретичні та практичні аспекти розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України.

4. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО–ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ

- 1.1. Діагностика ринку «темного» туризму
- 1.2. Ресурсний потенціал Польщі для розвитку «темного» туризму
- 1.3. Маршрут і програма нового туру територією Польщі

РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ПОЛЬЩІ НА РИНКУ УКРАЇНИ

- 2.1. План маркетингових комунікацій
- 2.2. Цінова політика та продуктова програма
- 2.3. Економічне обґрунтування ефективності реалізації туру

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

SCIENTIA DIFFICILIS SED FRUCTUOSA

5. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2022– 25.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	28.11.2022– 23.12.2022	23.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	26.12.2022 – 10.02.2023	10.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023– 21.04.2023	21.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023– 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	26.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зпитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «23» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник

випускної кваліфікаційної роботи _____

Роскладка Н. О.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми _____

Кравцов С. С.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент _____

Синчак А. В.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студент Синчак А. В. виконав випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно з календарним планом. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження, методи дослідження, практичну значимість результатів.

У першому розділі «Теоретико-прикладні засади формування продукту «темного» туризму» студентом проведено діагностику ринку «темного» туризму, оцінено ресурсний потенціал Польщі для розвитку «темного» туризму, розроблено маршрут та програму нового туру територією Польщі. У другому розділі «Обґрунтування ефективності реалізації нового туру територією Польщі на ринку України» запропоновано план маркетингових комунікацій, сформовано цінову політику та продуктову програму, здійснено економічне обґрунтування туру.

У цілому поставлена у роботі мета досягнута, сформовані завдання виконані. Робота виконана самостійно, з дотриманням принципів академічної доброчесності. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота студента Синчака А. В. на тему «Розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України» рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Роскладка Н. О.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____
(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Синчак А. В.
(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Кравцов С. С.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО–ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Діагностика ринку «темного» туризму.....	9
1.2. Ресурсний потенціал Польщі для розвитку «темного» туризму.....	15
1.3. Маршрут і програма нового туру територією Польщі.....	25
РОЗДІЛ 2. ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ПОЛЬЩІ НА РИНКУ УКРАЇНИ....	31
2.1. План маркетингових комунікацій.....	31
2.2. Цінова політика та продуктова програма.....	36
2.3. Економічне обґрунтування ефективності реалізації туру.....	40
ВИСНОВКИ.....	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	48

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна туристична індустрія охоплює все більшу кількість об'єктів, які можуть привернути увагу туристів. Саме тому з'являються нові види туризму, які покликані задовольнити потреби подорожуючих зі специфічними бажаннями, що спрямовують свою увагу не на наявні, а на минулі людські ресурси, а також постають певним різновидом турів у межах духовно–культурного сегменту туризму. Так, протягом усієї історії туризму існував «темний» туризм, пов'язаний із відвідуванням могил відомих пращурів особами, які проживають далеко за місцями їх поховання. «Темний» туризм є відвідуванням місць поховань представників етносів, зокрема, пращурів.

Світова та європейська практика свідчить про те, що об'єкти «темного» туризму були і залишаються популярним напрямом туристських маршрутів. Некрополі виступають об'єктивними літописними свідченнями історії певної території, нації, періоду. Ритуали поховання і пам'ять про предків, що часто мають просторовий складник, лежать в основі феномена культури будь–якого народу.

Отже, вибраний напрям дослідження є надзвичайно актуальним у зв'язку з ушануванням пам'яті минулих поколінь, з одного боку, та посиленням ролі історико-культурної спадщини – з іншого.

Актуальність роботи обумовлена, з одного боку, великим інтересом до теми «темного» туризму в сучасній науці і в суспільстві, а з іншого боку, недостатнім вивчення цієї теми, адже в порівняно з іншими видами туризму це питання є достатньо новим.

Огляд останніх джерел, досліджень і публікацій. Уперше термін «темний» туризм використали М. Фоулі та Д. Леннон у 1996 р. Під ним вони розуміли мандрівки по місцях трагічних подій. Ф. Стоун розглядає «темний» туризм як подорож у місця, які пов'язані зі смертю та сумом, а М. Кляп – як різновид туризму, що передбачає переміщення до місць, які пов'язані зі смертю та стражданнями. Окрім самого терміну «темний туризм», до цього феномена

застосовувались інші поняття, зокрема «танатуризм» (1996 рік), «темна пляма туризму» (1993 рік), «хворобливий туризм» (2000 рік). Розгляд питань пов'язаних з даною тематикою носить як теоретичну, так і практичну значимість. «Темний» туризм, будучи невід'ємною складовою частиною туристичної галузі, має свої характерні особливості, в тому числі і в розвитку.

Метою роботи є обґрунтування теоретико–прикладних засад розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України.

Для досягнення мети у роботі були поставлені та виконані такі **завдання**:

- проведено діагностику ринку «темного» туризму;
- досліджено ресурсний потенціал Польщі для розвитку «темного» туризму;
- розроблено маршрут і програму нового туру територією Польщі;
- запропоновано план маркетингових комунікацій;
- сформовано цінову політику та складено продуктову програму;
- проведено економічне обґрунтування ефективності реалізації туру.

Об'єктом дослідження є процес розроблення та просування продукту «темного» туризму.

Предмет дослідження є теоретичні та практичні аспекти розроблення продукту «темного» туризму Польщі та організація його ефективної реалізації на ринку України.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження склали такі загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, індукції, дедукції, аналогії, абстрагування, узагальнення.

Практична значимість результатів дослідження полягає у тому, що рекомендації, запропоновані у випускній кваліфікаційній роботі, можуть бути використані туристичними компаніями для розроблення та впровадження до продуктового портфелю «темного» туру територією Польщі.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ «ТЕМНОГО» ТУРИЗМУ

1.1. Діагностика ринку «темного» туризму

Темний туризм – дуже унікальна та самотня частина туристичного сектора. Темний туризм відноситься до відвідування місць, історично пов'язаних зі смертю та горем. Темний туризм можна розділити на різні підкатегорії, такі як туризм могил, туризм Голокосту, туризм геноциду, паранормальний туризм, туризм поля битв, туризм комунізму, туризм холодної війни, ядерний туризм, туризм у зоні лиха, неприємний медичний туризм та багато інших.

Темний туризм пов'язаний з культурним та історичним туризмом, тому історія грає вирішальну роль в цьому туризмі. Є низка людей, які цікавляться історією, але не читають її. Це ті люди, які відвідують сайти, щоб отримати уявлення про ситуацію, яка мала місце у минулому. Ці туристичні напрямки часто мають минуле, пов'язане зі смертельними випадками чи трагедіями, які зупиняють серце, що пробуджує емоції та почуття туристів, коли вони справді відвідують такі місця. Багато експертів у цьому секторі вважають, що це допомагає стимулювати поведінку людей, щоб мотивувати їх на створення миролюбного суспільства [18].

Найбільшу зацікавленість в темному туризмі викликає цікава історія, пов'язана зі знаковими подіями, масовими трагедіями та війнами. Темні туристичні місця є звичайними туристичними напрямками, але не можна заперечувати, що це місця привертають велику увагу людей. Туризм на полях битв та ядерний туризм є найбільш відвідуваними кращими видами темного туризму. Оскільки більшість людей цікавляться історією та артефактами, пов'язаними зі світовими війнами.

Темним напрямкам переважно віддає перевагу молодь. Цей вид туризму

дуже своєрідний та цікавий людям. Основне цільова аудиторія – студенти. Отже, основна вікова група, яка надає перевагу темному туризму, — це молодь, що належить до вікової групи 15–25 років і 26–35 років, які захоплені такими темами.

Прихильники темного туризму віддають перевагу відвідуванню темних місць групами. Напрямки темного туризму часто являють собою покинуті місця з дуже невеликою кількістю інформації, доступною простим мандрівникам. В результаті люди, які подорожують темними місцями, вважають кращим ходити в групах, щоб забезпечити безпеку і дізнатися більше про місце призначення та пов'язану з ним історію [30].

Використовуючи дані американського дослідження за 2022 рік, в якому взяли участь 900 громадян США, можна побачити, що, виявляється, 82 % американців відвідали хоча б один напрямок темного туризму у своєму житті: 83 % чоловіків та 81 % жінок.

1) Порівняння різних демографічних показників:

- покоління Z (25 років та молодше) – 91 %;
- міленіали (26–38 років) – 83 %;
- представники покоління X (39–54) – 80 %;
- бекі-бумери (55+) – 71 %.

2) Мотиви участі в темному туризмі:

- освітній аспект темного туризму – 52 %;
- віддати шану людям, які постраждали від горя – 47 %;
- емоційне занурення у місце трагедії – 46 %;
- відкриття для себе місце з історією, а не просто відвідати модний напрямок – 45 %.

3) Види темного туризму які вважаються найбільш привабливими:

- військовий/бойовий туризм – 56 %;
- катастрофічний туризм – 56 %;
- цвинтарний туризм – 53 %;
- примарний туризм – 52 %;

- ядерний туризм – 50 %;
- туризм Голокосту/геноциду – 49 %;
- туризм у в'язницях та місцях переслідувань – 48 %.

4) Респондентам було надано список найпопулярніших темних напрямів та попросили їх обрати місце які вони б хотіли відвідати найбільше:

- Національний меморіал Перл–Харбор, Гаваї – 45 %;
- Ground Zero, Нью–Йорк – 44 %;
- Катакомби Парижа, Франція – 43 %;
- Хіросіма і Нагасакі, Японія – 42 %;
- Крах Титаніка, Північна Атлантика – 41 %;
- Федеральна в'язниця Алькатрас, Каліфорнія – 40 %;
- Концентраційні табори Освенцим, Польща – 39 %;
- Замок Бран, Румунія – 39 %;
- Чорнобильська АЕС, Україна – 37 %;
- Фукусіма, Японія – 35 %;
- Ухань, Китай – 34 %;
- Чоєнг Ек, Камбоджа – 32 %;
- Меморіальний центр геноциду в Кігалі, Руанда – 32 %;
- Ліс Аокігахара, Японія – 32 %;
- Завод «Азовсталь» у Маріуполі, Україна – 31 %.

Як і очікувалося, місце, історично близькі та дорогі американцям, піднялися на перше місце: Національний меморіал Перл–Харбор (45 %) та Світовий торговий центр (44 %) посіли перші два місця.

Також було включено завод «Азовсталь» у Маріуполі (Україна), як варіант, який обрали 31 % американців.

Незважаючи на те, що війна між росією та Україною триває, ми сподіваємося, що людям буде цікаво відвідати це місце після перемоги України, щоб з перших рук дізнатися про хоробрість українських воїнів та віддати шану тим, хто загинув, захищаючи свою Батьківщину [6].

За регіонами ринок «темного» туризму поділяється на:

- Північна та південна Америка;
- Європа;
- Азія та Океанія;
- Африка.

Найважливішим та найперспективнішим регіоном для розвитку «темного» туризму є Європа, адже ця територія має багату історію, яка пронизана містичними подіями та різноманітними традиціями. Крім цього, Європа завжди була місцем активних воєнних дій, про що свідчить проведення двох світових війн у XX столітті на її території. Ці події залишили після себе велику кількість ресурсів, яку можна використовувати для розвитку «темного» туризму.

Найбільш популярними та відомими DESTИНАЦІЯМИ темного туризму в Європі вважаються: Колізей, Помпеї, Лондонський Тауер, меморіал і музей Освенцим, Стоунхендж, будинок Анни Франк, замок Брана, Паризькі катакомби, Меморіал жертвам Голокосту в Берліні та наш Чорнобиль.

Більшість з цих місць мали зростаючу кількість відвідувачів з кожним роком, але з появою пандемії COVID–19, позитивна статистика зменшилась, як і в інших секторах туризму, ринок «темного» туризму також був припинений через обмеження пандемії. Туристичні відвідування темних напрямів значно скоротилися, і різні гравці, наприклад, такі як «Чорнобильські тури», були змушені припинити свої тури, що підірвало економіку цих компаній, орієнтованих на «темний» туризм [27].

Війна між росією та Україною, яка розпочалася після пандемії, додала темних напрямів, залучаючи людей із цим унікальним смаком темної історії до таких регіонів, як столиця України, Київ та інші місця, які сильно постраждали через війну. У даний час «темний» туризм більш–менш повертається в нормальне русло, привертаючи увагу все більшої кількості людей.

Динаміку впливу пандемії на «темний» туризм можна побачити на прикладі кількості відвідувачів меморіалу і музею Освенцим (рис. 1.1).

Другим регіоном за різноманітністю об'єктів «темного» туризму є Північна та Південна Америка. Тут знаходиться відносно велика кількість дестинацій для «темного» туризму.

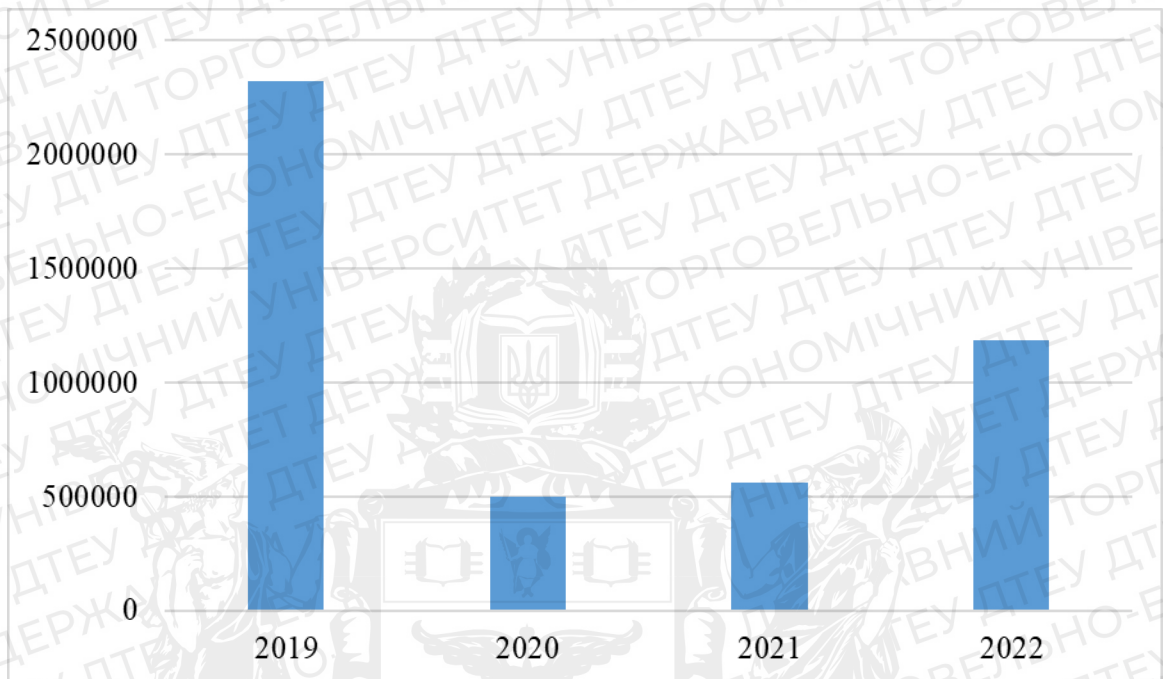


Рис. 1.1. Кількість відвідувачів меморіалу і музею Освенцим за 2019–2022 рр.

Джерело: складено автором за даними [2]

У Південній (латинській) Америці провідними країнами, які відвідують любителі «темного» туризму є: Мексика, Аргентина та Колумбія. Найбільш цікавими місцями являються: кладовище Реколета, музей мумій Гуанахуато, місто Медельїн, колишня тюрма та морський музей Ушуайї, Острів ляльок.

Але у зв'язку з неймовірним рівнем злочинності в Латинській Америці вона вважається дуже небезпечною для середньостатистичного туриста. Подорожуючи в цей регіон потрібно усвідомлювати всі ймовірні ризики цієї місцевості та пам'ятати про заходи власної безпеки. Життя – важливіше вражень, тому перш ніж прибути в одну з цих країн краще подумайте двічі, якщо не хочете стати частиною темного туризму «буквально» [19].

Порівняно з Південної, Північна Америка має напрями «темного» туризму лише в одній країні, і це США. Найбільш відомими дестинаціями

«темного» туризму тут є: меморіал Ground Zero, Музей на місці вбивства президента США Джона Кеннеді, меморіальний музей Голокосту, Алькатрас, Національний меморіал Перл–Харбор, Національний музей Військово–повітряних сил США. [20]

Наступними регіонами за кількістю темних DESTINAЦІЙ виступають Азія та Океанія. Найбільш відомими місцями є: Поля смерті в Камбоджі, музей геноциду «Туол Сленг» в Пномпені, міжнародний музей цунамі в Таїланді, Хіросіма та Нагасакі в Японії, музей присвячений ядерній катастрофі на АЕС Фукусіма, ліс Аокігахара, Військовий музей Пенангу в Малазії, готель Pondok Indah Bedegul в Індонезії [21].

У «темному» туризмі присутні місця, які краще не відвідувати, адже на даний момент вони являються небезпечними для життя. Прикладом можуть бути деякі країни близького сходу, такі як: Афганістан, Сирія та Ірак.

Наприклад, Афганістан є країною, яка завжди мала не стабільну політичну ситуацію, де і досі відбуваються масові теракти, через ті чи інші політичні та релігійні причини, під час яких регулярно помирає неймовірна велика кількість мирного населення.

Сирійська війна триває більше 10 років, але навіть це не зупиняє безстрашних туристів відвідувати це місце. Відносно маленька кількість туристичних компаній і туристичних блогерів, які обслуговують англомовних клієнтів, організують індивідуальні тури в країну, щоб поспілкуватися з місцевим населенням, та подивитись на зруйновану місцевість [22].

До списку можна також включити столицю Іраку, місто Багдад, адже на зараз це місто, як і більша частина Іраку, закрита для туризму, хоча деякі туристичні агентства стараються організувати туди подорожі, але все ж це дуже небезпечно для життя.

Можливо, в досить віддаленому майбутньому часі ця ситуація зміниться, і сфера туризму в різних напрямках зможе повернутися до цих країн, але зараз подорожувати туди смертельно небезпечно [23].

Африка. Даний регіон має лише 2 популярні напрямки «темного

туризму». Перший, острів Роббен – тюремний острів в бухті недалеко від Кейптауна (ПАР). Другий напрям – країна Руанда, в якій знаходиться меморіальний центр геноциду Кігалі [24].

Отже, підсумовуючи, можна зробити висновок що найбільше «темний» туризм розвивається в 3-х регіонах, це Америка, Азія та особливо Європа. В Австралії він не розвивається зовсім, а країни Африки мають всього два об'єкта, які є відносно популярними.

Таким чином можна визначити найбільш цікаві та актуальні основні напрями темного туризму:

- Польща – країна, яка має найбільшу кількість об'єктів Холокосту, концтаборів та все що пов'язано з Другою світовою війною;
- Німеччина – об'єкти також пов'язані з темою Першої та Другої світових війн, але крім цього тут все більше розвивається містичний туризм;
- США – різноманітні об'єкти «темного» туризму, від пов'язаних з війною до масових терористичних актів;
- Японія – дестинації пов'язані з Другою світовою війною або «війною в Тихому океані», техногенною катастрофою, також має великий потенціал в розвитку містичного туризму;
- Франція – країна, яка є головним туристичним напрямом з багатьох причин і має значну частку темних напрямів, в особливості некропольний туризм;
- Україна – об'єкт ядерної катастрофи, який нині залишається популярним, достатня кількість напрямів містичного туризму та дуже великий потенціал розвитку темного туризму в воєнному напрямі після перемоги в війні.

1.2. Ресурсний потенціал Польщі для розвитку «темного» туризму

Історичні причини трагічно похмурої історії Польщі стають трохи очевиднішими, якщо взяти до уваги географічне положення країни: вона

затиснута між Німеччиною і колишньою російською, а потім радянською імперією. Польщу штовхали з обох боків більше, ніж будь-яку іншу країну.

Під час ВВВ напади йшли навіть з обох боків (майже) одночасно. Польща стала першою жертвою власне Другої світової війни, коли нацистська Німеччина почала наступ на країну 1 вересня 1939 р. (з нападу на Вестерплатті). Недостатньо оснащена польська армія була швидко розбита. Великобританія та Франція негайно оголосили війну Німеччині у відповідь, і таким чином Друга світова війна офіційно розпочалася. У той же час СРСР анексував східні частини Польщі (як було погоджено з Гітлером у пакті Молотова–Ріббентропа) і приступив до знищення польської офіцерської еліти під час різанини в Катині. Трохи згодом Німеччина просунулась далі на схід і напала на сам Радянський Союз, окупувавши при цьому всю територію Польщі.

За довгі роки нацистської окупації Польща також стала головною ареною найжахливішого «індустріального» геноциду в історії Голокосту. Більшість польських євреїв систематично знищувалися разом із депортованими євреями з інших європейських країн, завойованих нацистами. З цією метою у східній Польщі були створені деякі з найбільших концентраційних таборів (зокрема, Освенцим) і всі спеціально побудовані табори смерті операції «Рейнхард». Потім прийшла радянська «допомога», коли німців відтіснила Червона Армія. Однак і проти поляків вони робили свої звірства або демонстрували відверту відсутність підтримки, особливо у Варшавському повстанні [17].

На Ялтинській конференції Польща була «віддана» радянській сфері впливу, яка незабаром стала Східним блоком. Багато поляків побачили в цьому зраду своїх західних союзників, особливо враховуючи той факт, що багато вигнаних поляків билися разом із союзниками у Другій світовій війні, наприклад, служили льотчиками–винищувачами в Королівських ВПС під час Битви за Британію. І замість того, щоб повернути послугу, Захід просто покинув Польщу та віддав її до рук радянської імперії.

Однак Польща завжди зберігала фундаментальне ядро опору комуністичному правлінню зсередини. Протести і, зокрема, страйки траплялися

часто – так само часто придушувалися. Однак у 1980–х роках страйковий та протестний рух набрали такої сили, що сформувалася перша незалежна профспілка «Солідарність» (з опорними пунктами у Гданську та Кракові). Зрештою, це призвело до істотного ослаблення хватки комунізму і ознаменувало початок кінця епохи в цілому. Його часто вважають іскрою, яка призвела до подальшого падіння комунізму у всіх колишніх радянських державах–сателітах Варшавського договору, руйнації залізної завіси та закінчення холодної війни.

Таким чином, Польща відіграла ключову роль (принаймні) у двох найбільш визначальних історичних подіях 20 століття. І це відображено у тому, що сьогодні пропонує Польща щодо темного туризму. Насправді існує мало країн з такою кількістю темних місць, які можна відвідати. Серед них одні з найтемніших та найемоційніше складних сайтів у світі. Найбільш відомо, що це включає те, що, можливо, є напрямом темного туризму № 1 у світі з усіх: Аушвіц–Біркенау.

Загалом величезна кількість темних місць вимагає або дуже довгої подорожі Польщею туди і назад, або кількох повторних відвідувань, щоб охопити все це [7].

Польща – східноєвропейська країна з дуже різнобарвною історією, більша частина якої знаходиться на темній стороні, особливо в 20–му столітті, і, що не дивно, вона також пропонує безліч напрямків для темного туризму:

1) Варшава – столиця Польщі та головний напрямок темного туризму. В основному це пов'язано з долею міста у Другій світовій війні від рук нацистів, з нелюдськими умовами життя в гетто та депортаціями під час Голокосту, гестапівським терором, жорстоким придушенням повстань та масштабною руйнацією майже всіх старих будівель. А потім були репресії та позбавлення комуністичної епохи.

Варшава – столиця Польщі, архітектура якої відбиває довгу та складну історію міста. Тут можна побачити готичні церкви та неокласичні палаци, типові будинки радянського періоду та сучасні хмарочоси. Варшава являється

одним з найпривабливіших міст для темного туриста. Це також завдяки деяким недавнім розробкам у галузі перетворення темніших аспектів міських туристичних пропозицій на товар.

Об'єкти варіюються від простих пам'яток до сучасних інтерактивних музеїв (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Дестинації для розвитку «темного» туризму в м. Варшава (Польща)

<i>Дестинації</i>	<i>Характеристика</i>
Стежка Варшавським гетто	Ряд пам'яток і меморіальних каменів у районі, який колись був єврейським гетто.
Музей історії польських євреїв (POLIN)	Для темного туриста там описуються тема Голокосту, повоєнна та комуністична епоха.
Єврейське кладовище	Величезний єврейський цвинтар у Варшаві, який не тільки винятково великий, а й дуже атмосферний.
Дитячий будинок Корчака	Оригінальна будівля єврейського притулку, створеного відомим педагогом та письменником Янушем Корчаком на заході Варшави.
В'язниця Пав'як	Музей у частково реконструйованому підвалі колишньої будівлі в'язниці, яка сьогодні є однією з найважливіших пам'яток польському опору у Варшаві під час Другої світової війни.
Шуха, колишня в'язниця гестапо	Підвал будівлі, яка під час окупації Польщі нацистською Німеччиною під час Другої світової війни використовувалась гестапо як слідчий ізолятор.
Пам'ятник Варшавському повстанню та музей повстанців	Пам'ятник, встановлений на вшанування учасників Варшавського повстання 1944 року
Музей Варшавського повстання	Присвячений напрочуд складній темі Варшавського повстання 1944 року.
Палац культури та науки	Є хмарочосом у радянському стилі, побудований у 1950–х роках. Це був «подарунок» Радянського Союзу (тобто нав'язаний ним) і він є яскравим прикладом типових сталінських хмарочосів.
Катинський музей	Досить новий музей у Варшаві, присвячений Катинській різанині Радянським Союзом значної частини польських офіцерів та інтелігенції навесні 1940 року.
Музей життя за комунізму	Невеликий музей у Варшаві про комуністичне минуле Польщі, з акцентом на повсякденне життя, житло, продукти, розваги, спорт. Також щодо руху опору.
Маршалківська	Одна з головних вулиць столиці Польщі Варшави, довжиною понад 3,5 км, одна з найдовших.

Джерело: складено автором за даними [8, 17, 25]

2) Гданськ – портове місто на узбережжі Балтійського моря на півночі Польщі. Історія міста налічує понад 1000 років, його ідентичність формувалася під впливом різних культур. Гданськ відомий як місто, з якого почалася Друга світова війна і розпочався занепад комунізму в Центральній Європі. Саме тут пролунали перші постріли Другої світової війни, і кілька місць у місті увічнюють роль Гданська у війні у різних формах. Інший великий слід, який місто залишив у сучасній історії, полягав у тому, що він був місцем народження руху «Солідарність» та профспілки, які до кінця 1980–х років повалили комуністичне правління у Польщі. Потім це викликало ефект доміно аналогічних подій в інших країнах Східного блоку, які закінчилися падінням інших комуністичних режимів і, зрештою, розпадом Радянського Союзу. Досягнення «Солідарності» відзначені великою сучасною виставкою на старих верфях Гданська, частина якої була відкрита для публіки. Тож темному туристові є на що подивитися, та й не темному туристові теж.

У місті Гданськ є дві основні категорії темних місць:

- а) пов'язані з Другою світовою війною;
- б) пов'язані з «Солідарністю» та кінцем комунізму (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Дестинації для розвитку «темного» туризму в м. Гданськ (Польща)

<i>Дестинації</i>	<i>Характеристика</i>
Музей Другої світової війни	Відрізняється від більшості музеїв війни тим, що замість звичайних нескінченних експозицій військової техніки основна увага приділяється різним темним людським аспектам, які несе з собою війна взагалі та Друга світова війна.
Вестерплатте	Місце, де першого вересня 1939 року пролунали перші постріли Другої світової війни, а саме польський військовий склад у порту Гданськ.
Пошта Польщі	Місце славетного героїзму в Гданську, а саме з боку поляків, які захищали це поштове відділення від німецького нападу на самому початку Другої світової війни 1 вересня 1939 року.
Площа солідарності	Район за головною брамою гданських верфей, відомий як фон для найважливіших частин висвітлення у ЗМІ боротьби профспілкового руху «Солідарність» за свободу у 1980–х роках.

Продовження таблиці 1.2

<i>Дестинації</i>	<i>Характеристика</i>
Європейський центр солідарності	Гігантський музей–бібліотека–культурний центр поруч із площею Солідарності, прямо на території старих верфей Гданська.
Старі верфі	Район колишніх старих верфей Гданська, де розігралася більша частина важливої історії, пов'язаної з рухом «Солідарність».
Вітальня БХП	Будівля на території старих верфей Гданська, що стала історичним місцем у 1980 році, оскільки саме тут була заснована профспілка «Солідарність» і складено їхню відому 21 вимогу.

Джерело: складено автором за даними [8, 17, 25]

3) Лодзь – третє за величиною місто в Польщі (після Варшави та Кракова) та одне з наймолодших. Лодзь переважно народився в результаті промислової революції, особливо текстильного виробництва. Під час Другої світової війни місто було захоплене Німеччиною, і тут було створено друге за величиною єврейське гетто, а більшість його мешканців було вбито під час Голокосту.

Специфічні об'єкти темного туризму в основному належать до цього періоду, але є й кілька інших аспектів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Дестинації для розвитку «темного» туризму в м. Лодзь (Польща)

<i>Дестинації</i>	<i>Характеристика</i>
Меморіал станції Радегаст	Великий меморіал Голокосту в Лодзі, який включає станцію, з якої євреї місцевого лицманштадтського гетто були відправлені в основному в табір смерті Хелмно.
Радогоська в'язниця	Колишній заводський комплекс на околиці Лодзі, перетворений нацистами на в'язницю під час окупації країни Німеччиною.
Музей Традицій Незалежності	Музей у будівлі колишньої в'язниці царської епохи.
Гетто Літцманштадт	Маленькі маркери, встановлені на тротуарі, показують місце, де раніше була стіна гетто, а також є кілька меморіалів/меморіальних дошок.

Джерело: складено автором за даними [8, 17, 25]

4) Вроцлав – місто в Нижній Сілезії, в південно–західній частині Польщі, яке до кінця Другої світової війни входило до складу Німеччини (тоді він

називався Бреслау). Він був сильно пошкоджений під час війни і став свідком майже повного обміну населенням наприкінці війни, але з того часу був перебудований та відроджений, щоб стати одним із найжвавіших міст сучасної Польщі. Місто є ідеальною відправною точкою для екскурсій в Гросс–Розен, але сам Вроцлав має лише невеликі пам'ятки для темних туристів, такі як: ринкова площа Старого міста, Катинський меморіал, Меморіал на площі Тяньаньмень, Партизанська гірка, Пам'ятник зниклій синагозі, Вціліла синагога, Скульптура «Анонімні пішоходи», Меморіал Бонхеффера, Радянське військове кладовище, Зал Століття, торговий зал, головний вокзал.

Гросс–Розен – хоча він менш відомий, ніж, скажімо, Дахау або Бухенвальд, Гросс–Розен також був одним із основних великих концентраційних таборів у тодішній нацистській Німеччині. Меморіал сьогодні знаходиться на території, яка після Другої світової війни опинилася у складі Польщі, а саме неподалік Вроцлава, колишнього німецького міста Бреслау, у Нижній Сілезії.

5) Краків – головне місто південної Польщі та місце з особливо багатою історією. Для темного туриста це особливо важливо як звичайна база для одноденних поїздок в Освенцим, туристичне місце №1 у світі, присвячене Голокосту. Але сам Краків може багато чого запропонувати і в темному відділі, починаючи від (колишнього) єврейського кварталу/гетто і закінчуючи слідами ролі міста в комуністичну епоху та його падінням (табл. 1.4).

Концентраційний табір та табір смерті Освенцим (Аушвіц–Біркенау) – комплекс німецьких концентраційних таборів і таборів смерті, що розташовувався в 1940—1945 роках у гау Верхня Сілезія (нім. Gau Oberschlesien) на захід від Генерал–губернаторства, біля міста Освенцим, яке в 1939 році указом Гітлера було приєднано до території Третього рейху, 60 км на захід від Кракова. У світовій практиці прийнято використовувати німецьку назву «Аушвіц», а не польську «Освенцим», оскільки саме німецька назва використовувалася нацистською адміністрацією.

6) Люблін – місто на сході Польщі, яке представляє особливий інтерес

для темних туристів, тому що на його околиці знаходиться Майданек, меморіал концтабору з деякими з оригінальних будівель, що добре збереглися. Люблін також є гарною базою для одноденних екскурсій у більш віддалені місця у східній Польщі, такі як Собібор або Белжец, а також має декілька додаткових невеликих темних місць, таких як: Староміська площа, Люблінський замок і музей, Старий єврейський цвинтар, Єшива Чачмей, Новий єврейський цвинтар та Меморіальний зал люблінських євреїв, Пам'ятник Солідарності, Головний вокзал.

Таблиця 1.4

Дестинації для розвитку «темного» туризму в м. Краків (Польща)

<i>Дестинації</i>	<i>Характеристика</i>
Старий єврейський квартал Казімеж	Фантастично недоторканий і досі може похвалитися кількома синагогами, будинками, прикрашеними зірками Давида, досить великим єврейським цвинтарем.
Музей Галіції	Розповідається про історію та руйнування краківського гетто та винищення його єврейського населення під час Голокосту.
Район Підгуже	Де розташовувалося створене нацистами гетто.
Фабрика Шиндлера	Музей німецької окупації Кракова, який на рівні з Вавелем є найбільш популярним у польському місті.
Меморіал на площі Богатерів–Гетта	Звідки десятки євреїв були депортовані до таборів смерті. Складається з рядів сталевих стільців, є найяскравішою особливістю сьогодні. Це символ меблів, які нацисти викидали на вулицю, коли виселяли євреїв із їхніх будинків.

Джерело: складено автором за даними [8, 17, 25]

7) Майданек – колишній концтабір та табір смерті під Любліном – перший у своєму роді на цій окупованій території. Майданек також був одним із перших таких місць, оголошених меморіалом, відразу після його звільнення влітку 1944, тобто. Під час Другої Світової війни. Значна частина початкових споруд та території табору все ще не пошкоджені. Незважаючи на це, це одне з найменш відвідуваних місць Голокосту (але все ще приваблює близько 100 000 відвідувачів щорічно) просто тому, що воно розташоване набагато далі від прокладених туристичних стежок, ніж, скажімо, більш доступні місця в

Освенцимі, Дахау або Заксенхаузені. Однак, Майданек, можливо, є найбільш вражаючим меморіалом Голокосту.

8) Белжець – один із трьох таборів смерті, спеціально побудованих нацистами на сході Польщі в рамках операції «Рейнхард», що було кодовою назвою «індустріальної» частини Голокосту. Ці табори, набагато менші за розміром, ніж «звичайні» концтабори, служили виключно для масового знищення (майже виключно) євреїв, тобто «остаточного рішення», як його охрестили цинічною бюрократичною мовою нацистів. Знаходиться у самому південно–східному кутку Польщі, недалеко від кордону з Україною дорогою на Львів, приблизно 50 км на південь від Замостя або 160 км на південний схід від Любліна.

9) Собібор – місце на сході Польщі, де розташовувався один із трьох таборів смерті під час операції «Рейнхард» у 1942–1943 роках, найкривавішої фази Голокосту. Довгий час надто занедбаний меморіал, останніми роками він став свідком масштабної програми археологічних досліджень та реконструкції, і, що найважливіше, наприкінці 2020 року на цьому місці нарешті відкрився справжній сучасний музей. У музеї докладно розповідається про скоєні тут зловісні злочини та їхній історичний контекст, а також розповідається про повстання 14 жовтня 1943 року, про яке також було знято кілька книг і два фільми. Знаходиться у дуже віддаленому місці в лісі на дальньому сході Польщі, недалеко від річки Буг, прикордонної з Україною та Білоруссю, 16 км дорогою на південь від Влодави і 110 км на схід від найближчого транспортного вузла, Любліна.

10) Треблінка – один із трьох таборів смерті у Польщі (разом із Белжецем та Собібором) нацистської операції «Рейнхард»: «Остаточне рішення», тобто: систематичне промислове вбивство європейських євреїв. І Треблінка була безумовно, найбільш смертоносною з цих таборів [17].

Насправді, це одне з найпохмуріших місць за всю історію людства! Число загиблих у Треблінці, що становить близько мільйона людей, «перевищує» тільки Освенцим–Біркенау. Останній, проте, діяв значно довше – тож у зв'язку з

короткими тимчасовими рамками свого існування Треблінка має бути місцем найбільшого систематичного масового вбивства за історію.

Як і два інших табори смерті, які були просто фабриками смерті (тобто не концентраційними таборами), Треблінка була повністю стерта з землі після виконання свого жахливого завдання і засаджена рослинами для додаткового маскування. Таким чином, сьогорнішнє меморіальне місце значною мірою є символічним і абстрактним. Але з огляду на його значення, це одне з найскладніших місць для відвідування темним туристом або будь-ким.

Розташований у східній Польщі, приблизно 110 км на північний схід від Варшави, осторонь дороги на Білосток [17].

11) Концтабір Штутгоф – створений нацистами на початку Другої світової війни в районі міста Гданськ, як перший такий табір на території сучасної Польщі. Нині на цьому місці меморіал та музей. Він розташований неподалік приморських курортів Балтійського моря, що може призвести до непарного змішування відвідувачів у високий сезон.

12) Хелмно – місце колишнього табору смерті в Польщі, яке набуло особливої популярності, тому що це було місце, де нацисти проводили «експериментальні» отруєння газом, які пізніше були перетворені на масове винищення, все в рамках підготовки, а потім в рамках операції «Рейнхард». Розташований приблизно 70 км на захід від районного центру Лодзі, який сам по собі знаходиться у 120 км на південний захід від Варшави.

13) Вольфшанце (вовче лігво) – комплекс напівзруйнованих бункерів на півночі Польщі, сумно відомий як місце, де Адольф Гітлер мав у своєму розпорядженні свою штаб-квартиру протягом більшої частини Другої світової війни. Однак це також місце невдалого замаху Штауффенберга на Гітлера, яке могло так різко змінити хід історії, якби воно було успішним. Тож це свого роду подвійно темне місце — і суто зловісне нацистське місце, і водночас місце дуже сумної трагедії. Місце розташування: на північному сході Польщі, у північній частині Мазур, біля озера Мамри біля села Герлоз приблизно 8 км на схід від Кетшина (колишній Растенбург).

14) Пальміра – місце, де нацисти під час окупації Польщі Німеччиною під час Другої світової війни втратили близько 2000 поляків, переважно інтелігенцію та політиків, а також євреїв. Наразі це Національний меморіал, і нещодавно до нього додали невеликий, але ультрасучасний музей. Місцезнаходження: прямо посеред великого лісу, приблизно 20 км на північний захід від центру столиці Польщі, Варшави (по прямій) і приблизно 5 км на південь від села Пальміра.

15) Ізбиця – село/невелике містечко на сході Польщі неподалік Любліна, яке колись було важливим єврейським центром, поки німецькі нацисти не прийшли і не знищили все та не вбили практично все єврейське населення. Сьогодні на колишньому єврейському цвинтарі в затишному місці залишилося лише кілька пам'яток. Але тут варто зробити зупинку на шляху між Любліном і Белжецем. Місце розташування: на крайньому південному сході Польщі, приблизно 65 км на південний схід від Любліна і на такій же відстані на північний захід від Белжеца [17].

1.3. Маршрут і програма нового туру територією Польщі

Польща – один із найпопулярніших напрямків «темного» туризму в світі, який має неабиякий потенціал для подальшого розвитку регіону в галузі туризму – довга, войовнича та загалом трагічна історія разом з різноманітними об'єктами архітектури Польщі спровокували розроблення темного туру «Shadows of Poland» по території цієї країни.

Маршрут туру «Shadows of Poland»: Київ – Варшава – Люблін – Белжець – Ряшів – Краків – Освенцим – Вроцлав – Лодзь – Хелмно – Гданьск – Штутово – Герлиць – Білосток – Треблінка – Пальміри – Варшава – Київ.

Загальна довжина маршруту туру по Польщі – 2211,7 км.

Детальний маршрут туру наведений в таблиці 1.5.

Маршрут темного туру «Shadows of Poland» територією Польщі

<i>Точки маршруту</i>	<i>Відстань та час</i>
Київ – Варшава(автобусом)	Відстань: 794 км Час: 16 годин 25 хв
Варшава – Люблін(автобусом)	Відстань: 173 км Час: 1 година 52 хв
Люблін – Белжець(автобусом)	Відстань: 134 км Час: 2 години 1 хв
Белжець – Ряшів(автобусом)	Відстань: 140 км Час: 1 година 59 хв
Ряшів – Краків(автобусом)	Відстань: 168 км Час: 1 година 53 хв
Краків – Освенцин(автобусом)	Відстань: 68,9 км Час: 1 година 10 хв
Освенцин – Вроцлав(автобусом)	Відстань: 228 км Час: 2 години 41 хв
Вроцлав – Лодзь(автобусом)	Відстань: 225 км Час: 2 години 25 хв
Лодзь – Хелмно(автобусом)	Відстань: 227 км Час: 2 години 45 хв
Хелмно – Гданьск(автобусом)	Відстань: 127 км Час: 1 година 26 хв
Гданьск – Штугово(автобусом)	Відстань: 55,3 км Час: 43 хв
Штугово – Герліц(автобусом)	Відстань: 207 км Час: 2 години 48 хв
Герліц – Білосток(автобусом)	Відстань: 195 км Час: 3 години 12 хв
Білосток – Треблінка(автобусом)	Відстань: 117 км Час: 1 година 35 хв
Треблінка – Пальміри(автобусом)	Відстань: 117 км Час: 1 година 37 хв
Пальміри – Варшава(автобусом)	Відстань: 29,5 км Час: 46 хв
Варшава – Київ(автобусом)	Відстань: 794 км Час: 15 годин 25 хв

Джерело: складено автором

У додатку Б наведено програму розробленого темного туру «Shadows of Poland» територією Польщі.

Початок туру відбувається в Києві на Центральному автовокзалі, куди туристи повинні дістатися самостійно. Перший день туру виділений на переїзд з Києва до Варшави, під час переїзду буде п'ять зупинок (тривалість однієї

зупинки – тридцять хвилин) для відпочинку туристів, в місцях, де буде можливість похарчуватися.

Проживання туристів протягом всього туру буде відбуватися в різних готелях міст включених в тур. Сніданки включені в вартість готелів, обіди та вечері відбуватимуться в зручних місцях в кожному з міст маршруту, де туристи матимуть можливість похарчуватися за власний рахунок.

Другий день відпочинку туристи проведуть в Варшаві, де познайомляться з містом та відвідають такі об'єкти: піша екскурсія вулицею Маршалівська для ознайомлення з загальною історією міста, піша екскурсія стежкою варшавського гетто: Умшлагплац, бункер ЗОБ, пам'ятник повстанню у головному гетто, фрагмент стіни гетто (ряд пам'ятників і меморіальних каменів у районі, який колись був єврейським гетто у Варшаві, найбільшим з усіх єврейських гетто в Європі), екскурсія в музеї історії польських євреїв POLIN, екскурсія в Дитячому будинку Корчака, екскурсія в в'язниці Пав'як та екскурсія в Музеї Варшавського повстання.

Третій день відбуватиметься в місті Люблін та селі Белжець, де туристи відвідають такі місця, як: загально ознайомча екскурсія в центрі міста біля Люблінського замку, екскурсія в концентраційному таборі «Майданек» та екскурсія по території винищувального табору «Белжець». В кінці дня переїзд до міста Ряшів.

На четвертий день туристи дізнаються історії міст Ряшів, Краків та їх пам'яток, а саме: в місті Ряшів – ознайомча екскурсія в центрі міста біля Ряшівського замку та екскурсія маршрутом «Ряшівські підземелля». В Кракові – ознайомча екскурсія в центрі міста біля Вавельського замку, екскурсія на Фабриці Оскара Шиндлера та екскурсія в єврейському музеї "Галіція". Наприкінці дня прогулянка площею Героїв гетто та її коротка історія.

На п'ятий день туристи відвідають концентраційний табір (музей) «Аушвіц–Біркенау» в місті Освенцин, а після переїзду в місто Вроцлав буде проведена вечерня ознайомча прогулянка–екскурсія в місті (Зал Століття, Вроцлавський фонтан, Ратуша, Ринкова площа).

Ранком шостого дня туристи переїдуть до міста Лодзь, де познайомляться з Лодзинським гетто та Музеєм Фабрики (2 екскурсії). Ввечері переїзд в місто Хелмно в якому буде прогулянка містом, щоб подивитись: парк мініатюрних тевтонських замків, середньовічне лицарське поселення та камера тортур, Груденські ворота, місто закоханих.

Сьомий день буде присвячений місту Гданськ, де туристи відвідають такі місця, як: музей Другої світової війни, пошта Польщі, Європейський центр солідарності та вітальня БПХ.

Восьмого дня на туристів чекають екскурсія в концтаборі «Штуттгоф» в селі Штутово та екскурсія в «Вольфшанце(вовче лігво)» в селищі Герлоз. Ввечері переїзд до міста Білосток.

На дев'ятий день туристи познайомляться з містом Білосток та селами Треблінка і Пальміри, де вони дізнаються про: ознайомчу екскурсія в центрі міста біля палацу Бараніцького, Музей пам'яті Сибіру, концтабір смерті Треблінка, музей Пальміри та кладовище.

Кінець дев'ятого дня та початок десятого виділені на переїзд з Варшави до Києва, під час переїзду буде п'ять зупинок (тривалість однієї зупинки – тридцять хвилин) для відпочинку туристів, в місцях, де буде можливість похарчуватися.

Загалом програма темного туру Польщею достатньо цікава та різноманітна, під час подорожі туристи матимуть змогу відвідати місця історичних подій та трагедій, дізнатися таємниці місцевих легенд та насолодитися атмосферою країни.

Опис локацій темного туру Польщею наведено в додатку В.

Вибір оптимального сезону та дати проведення туру. Осінь може бути найкращим сезоном для організації темного туру по Польщі з кількох причин:

Атмосфера. Осінь в Польщі характеризується частими дощами, туманами і прохолодною погодою, що створює ідеальну атмосферу для темного туру. Ці погодні умови додають загадковості та містичності до місцевості, а також підкреслюють архітектурні деталі старих будівель та замків.

Менша кількість туристів. Осінь - це період після основного туристичного сезону, коли кількість відвідувачів значно зменшується. Це означає, що ви зможете насолоджуватись місцевими визначними пам'ятками, включаючи замки, церкви та музеї, без натовпів туристів і зайвих черг.

Колоритність. В осінній період листя на деревах набуває різних відтінків - від золотистого до червоного та коричневого. Це створює чарівну палітру кольорів, що додає краси вашому темному туру. Фотографи та любителі природи будуть насолоджуватись красою осінніх пейзажів.

Історична спадщина. Польща має багату історію та культурну спадщину, які можна відкрити під час темного туру. Осінь дає можливість глибше зануритись у цю історію, оскільки туристичні пам'ятки не переповнені іншими відвідувачами. Ви зможете відвідати середньовічні замки, старовинні міста та інші історичні об'єкти, які створять враження покликані до містичного туру.

Щодо дати, краще за все планувати темний тур в осінній період між вереснем та листопадом. Цей період зазвичай має приємну температуру, а також більша ймовірність дощу та туману, які додають загадковості до місцевості.

Враховуючи всі ці фактори, осінь є ідеальним сезоном для організації темного туру по Польщі, а дати варто вибрати в період з вересня по листопад.

Постачальники послуг, такі як: заклади розміщення та харчування, підприємство екскурсійного обслуговування, перевізник, транспортна компанія були обрані наступним чином:

1. Заклади розміщення (готелі): Kolejowa ApartHotel, Dwór Konstancin, Hotel Forum, Great Polonia Kraków Kazimierz, Ibis Styles Wroclaw Centrum, Hotel Karczma Chelmińska, Baltic Gdansk OLD TOWN, ApartHotel Jurowiecka 60. В кожному з цих готелів сніданок включений у вартість. Для обіду та вечері кожного дня під час туру будуть обрані зручні місця та час для харчування туристів (за їх рахунок в тому чи іншому закладі.)

2. Підприємство екскурсійного обслуговування. Dark History Tours - це провідна компанія з організації темних екскурсій в Польщі. Вони пропонують

послуги професійних гідів з високим рівнем знань гарантують цікаві та неперевершені екскурсійні враження.

3. Перевізник (з України в Польщу та навпаки) FlixBus - чи Польщу. Компанія спеціалізується на наданні доступних та комфортних міжміських транспортних послуг. Одним з основних переваг FlixBus є комфортабельність їх автобусів. Вони пропонують сучасні автобуси з великими м'якими сидіннями, безкоштовним Wi-Fi, розетками для зарядки пристроїв, кондиціонерами та туалетами на борту. Пасажири можуть насолоджуватися зручною подорожжю, маючи доступ до Інтернету та інших зручностей під час поїздки.

4. Транспортна компанія. Car Rental Poland - це провідна компанія з оренди автомобілів в Польщі, яка пропонує широкий вибір транспортних засобів для подорожей та бізнесу. Завдяки своєму досвіду та професіоналізму, Car Rental Poland здобула репутацію надійного та якісного постачальника послуг автомобільної оренди. Однією з переваг компанії Car Rental Poland є широкий вибір автомобілів різних категорій і моделей. Вони пропонують малі економічні автомобілі для міських поїздок, комфортабельні седани та кросовери для довгих відряджень, а також великі мінівени та автобуси для перевезення групи пасажирів. Клієнти мають можливість обрати автомобіль, що найкраще відповідає їхнім потребам та бюджету.

Технологічна карта маршруту наведена в додатку Г.

РОЗДІЛ 2

ОБҐРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ НОВОГО ТУРУ ТЕРИТОРІЄЮ ПОЛЬЩІ НА РИНКУ УКРАЇНИ

2.1. План маркетингових комунікацій

Зараз туризм бурхливо розвивається в багатьох країнах світу. У сучасному туристичному бізнесі неможливо обійтися без ефективної мережі маркетингових комунікацій. За останні роки роль маркетингових комунікацій значно зросла, оскільки вони є невід'ємною складовою сучасного маркетингу, який передбачає більше, ніж просто створення продукту і задоволення потреб клієнта.

План маркетингових комунікацій для просування «темного» туру «Shadows of Poland» такий:

1. Для туру важливо створити веб-сайт, який міститиме детальну інформацію про його маршрут, ціни та інші важливі деталі. Сайт повинен бути зрозумілим та привабливим для потенційних клієнтів, оскільки він є головним джерелом інформації про тур для більшості потенційних клієнтів.

Для створення привабливого та ефективного сайту будуть виконані наступні кроки:

- визначення цільової аудиторії, що допоможе зрозуміти, який контент необхідно розміщувати на сайті;
- розробка привабливого дизайн сайту, що буде легким для користування та відповідати бренду;
- зручний інтерфейс – сайт має бути легким та зрозумілим для користувачів, щоб вони могли швидко знайти та взаємодіяти з потрібними елементами. Будуть використовуватись чіткі та інтуїтивно зрозумілі кнопки та пункти меню, щоб допомогти клієнтам знайти потрібну інформацію. Крім того, буде забезпечена оптимізація сайту для різних пристроїв, щоб користувачі могли з легкістю переглядати сайт на своєму комп'ютері, планшеті або

смартфоні;

– розміщення детальної інформації – сайт має містити докладні дані про тур, його маршрут, вартість та інші суттєві деталі. Використовуватимуться зрозумілі та стислі тексти, щоб допомогти клієнтам зрозуміти, що вони отримають з цього туру;

– Використання фото та відео – зображення та відео можуть бути ключовими складовими сайту, які допоможуть потенційним клієнтам краще зрозуміти, що вони можуть очікувати від туру.

2. Реклама (банери, плакати, афіші, оголошення).

Рекламні матеріали, такі як банери, плакати, афіші та оголошення, можуть бути дієвим засобом залучення уваги потенційних клієнтів до туру. Для розміщення таких матеріалів можна скористатись популярними туристичними місцями, а також залізничними та автобусними вокзалами або аеропортами, де перебуває велика кількість людей.

Також ефективним буде розміщення на станціях метро та в приміщеннях громадського транспорту. Розміщення рекламних матеріалів у співпраці з популярними місцями, такими як готелі та ресторани, може також бути ефективною стратегією, оскільки це дозволить залучити цільову аудиторію.

Для досягнення ефективності реклами важливо, щоб рекламні матеріали були привабливими та здатними привернути увагу. На них можна розмістити фотографії та ілюстрації, які відображають унікальність маршруту туру, а також короткий текст, який відзначає основні переваги туру та його унікальність.

3. Соціальні мережі.

Соціальні медіа є ефективним інструментом залучення потенційних клієнтів шляхом створення сторінки/акаунта (розміщення рекламних повідомлень та фото) на популярних платформах, таких як Facebook, Instagram, Twitter та інші. Додатково можна отримати відгуки від клієнтів, які вже брали участь в турах. Для досягнення максимального результату, варто вибрати соціальні медіа, на яких активно користуються ті, хто може зацікавитись туром.

Наприклад, для приваблення молоді можна сконцентруватись на Instagram та TikTok, а для бізнес-сегменту можна спробувати LinkedIn або Facebook.

На сьогоднішній день TikTok є одним з найбільш популярних додатків для мобільних пристроїв. Він має більше мільярда активних користувачів по всьому світу та є особливо популярним серед молоді. Цей додаток буде використовуватися як основний для просування.

Створення аккаунту в TikTok для реклами та продажу турів є вигідним рішенням для бізнесу в сучасному цифровому світі. За даними статистики, більшість користувачів TikTok складається з молодих людей віком від 16 до 24 років, що може бути цікавим та перспективним для туристичного бізнесу, оскільки ця група людей є активними та зі значними доходами на руках.

Також TikTok є потужним інструментом для маркетингу, оскільки платформа має велику аудиторію та відмінну можливість для вірусної реклами. Є можливість створювати короткі та захоплюючі відео про тури, місця відпочинку, визначні пам'ятки тощо, що приверне увагу потенційних клієнтів.

Окрім того, TikTok має великий потенціал для таргетингу аудиторії. Платформа дозволяє налаштувати рекламу на певний віковий та інтересний сегмент, що дозволяє залучати більш вірогідних клієнтів та зменшує витрати на рекламу.

Нарешті, TikTok може допомогти знайти та привернути увагу нових клієнтів, особливо тих, хто відкритий до використання нових технологій та інтернет-платформ.

Отже, створення аккаунту в TikTok для реклами та продажу турів – це ефективне рішення для туристичного бізнесу, особливо для залучення молодих та активних клієнтів.

4. Партнерські угоди з туристичними агентствами.

Укладання партнерських угод з туристичними агентствами може бути дуже ефективним для реклами туру, оскільки така співпраця дозволяє отримати доступ до нових клієнтів та ринків, збільшити свій обсяг продажів та знизити витрати на маркетинг.

Ось декілька переваг, які можна отримати від укладання партнерських угод з туристичними агентствами:

Доступ до нових клієнтів: туристичні агентства мають велику базу клієнтів, які шукають тури для відпочинку, подорожей та інших подібних заходів. Це дозволяє залучати нових клієнтів, які можуть стати вашими постійними клієнтами в майбутньому.

Збільшення продажів: укладання партнерської угоди з туристичним агентством дає можливість отримати додаткові продажі туру, оскільки агентство буде рекламувати ваш тур серед своїх клієнтів. Це допоможе збільшити свій обсяг продажів та заробіток.

Зниження витрат на маркетинг: партнерські угоди з туристичними агентствами дозволяють зменшити витрати на маркетинг.

Взаємовигідність: партнерська угода з туристичним агентством є взаємовигідною для обох сторін.

Підвищення конкурентоспроможності: укладання партнерської угоди з туристичним агентством може допомогти підвищити конкурентоспроможність туру на ринку.

5. Пошукова оптимізація (SEO).

Пошукова оптимізація (SEO) – це важливий компонент ефективного маркетингу туру, який допомагає просувати туристичні послуги в пошукових системах, таких як Google, Yahoo та Bing. Нижче наведені приклади праці з SEO, які допоможуть залучати більше клієнтів та підвищувати продажі:

Ключові слова – це терміни або фрази, які користувачі вводять у пошукову систему, щоб знайти туристичні послуги. Включення цих ключових слів у своїй веб-сторінці, мета-тегах, описах та заголовках, допоможуть підвищити свій рейтинг в пошукових системах.

Створення унікального та цікавого вмісту на своєму сайті, який буде приваблювати увагу користувачів та пошукових систем. Розміщення на сайті фотографії, відео та інші матеріали, які допоможуть привернути увагу клієнтів.

Оптимізація мобільного досвіду користувачів. Більшість користувачів

використовують мобільні пристрої для пошуку туристичних послуг. Оптимізація сайту для мобільних пристроїв забезпечить зручний та ефективний досвід користувачів.

Швидкий час завантаження сторінок – це важливий фактор для SEO. Забезпечення швидкого завантаження сторінок, дасть користувачам змогу швидко знайти необхідну інформацію.

Мапа сайту – це файл, який містить список усіх сторінок на сайті, що допомагає пошуковим системам легко знайти та індексувати весь вміст сайту. Мапа сайту забезпечить оптимальну індексацію в пошукових системах.

Залучення зовнішніх посилань на сайт є важливим елементом SEO. Звернення до інших сайтів, які можуть посилатися на сайт та запропонувати співпраці. Це може допомогти збільшити рейтинг сайту в пошукових системах.

Враховуючи всі ці методи, змога збільшити кількість відвідувань сайту та залучити більше клієнтів для туристичного бізнесу не буде важкою проблемою.

Медіаплан просування туру «Shadows of Poland»:

1. Мета – залучення більшої кількості учасників до темного туру і підвищення інформованості про нього.

2. Цільова аудиторія:

– люди, які цікавляться історією та культурою, можуть відчувати пристрасну цікавість до місць, пов'язаних з трагедіями, війнами або великими історичними подіями;

– фанати містики та місць пов'язаних з дивною історією;

– люди, які зацікавлені в пошуку інтенсивних емоцій. Вони можуть бажати відчути страх, захоплення або смуток, відвідуючи місця, пов'язані зі страшними історичними подіями;

– молодь, яка шукає нові враження та незвичайні пригоди.

3. Медіа:

– пошукова оптимізація (SEO);

– соціальні мережі (TikTok, Twitter, Facebook, Instagram);

4. Засоби комунікації:

- реклама (банери, плакати, афіші, оголошення).
- створення веб-сайту
- партнерські угоди з туристичними агентствами

5. Кошторис:

- розробка та підтримка веб-сайту – 0 грн.
- рекламні банери, плакати, афіші, оголошення - 3285,85 грн.
- партнерські угоди з туристичними агентствами – 0 грн.

6. Графік реалізації:

- розробка веб-сайту – 1 тиждень;
- партнерські угоди з туристичними агентствами – постійно протягом року;
- друк та розміщення банерів, плакатів, афіш, оголошень – 1 тиждень.

2.2. Цінова політика та продуктова програма

«Темний» тур територією Польщі під назвою «Shadows of Poland» дозволить туристам дослідити темну історію країни та ознайомитися з різними подіями, що мали місце в минулому країни.

Калькуляцію туру наведено в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Калькуляція вартості «темного» туру «Shadows of Poland»

Стаття калькуляції	Ціна в USD	Ціна в UAH
1. Транспортні послуги		
Автобус Київ–Варшава (в обидві сторони)	654,40	24085,05
Оренда міні–автобуса (в Польщі) Volkswagen Crafter на 9 днів	1820	66987,99
Витрати на паливо	304,47	11116,01
2. Умовно–постійні витрати		
Заробітна плата гіда	366,56	13382,88
Витрати на рекламу	90	3285,85

Продовження таблиці 2.1

Стаття калькуляції	Ціна в USD	Ціна в UAH
3. Послуги розміщення		
Готель «Kolejowa ApartHotel» в місті Варшава (1 ніч), сніданок включено	581,69	21 236
Готель «Dwór Konstancin» в місті Варшава (1 ніч), сніданок включено	652,36	23 816
Готель «Hotel Forum» в місті Ряшів (1 ніч), сніданок включено	718,29	26 223
Готель «Great Polonia Kraków Kazimierz» в місті Краків (1 ніч), сніданок включено	452,70	16 527
Готель «Ibis Styles Wroclaw Centrum» в місті Вроцлав (1 ніч), сніданок включено	753,99	27 526
Готель «Hotel Karczma Chełmińska» в місті Хелмно (1 ніч), сніданок включено	706,98	25 810
Готель «Baltic Gdansk OLD TOWN» в місті Гданськ (1 ніч), сніданок включено	458,04	16 722
Готель «ApartHotel Jurowiecka 60» в місті Білосток (1 ніч), сніданок включено	409,31	14 943
4. Екскурсійне обслуговування		
Музей історії польських євреїв POLIN	87,44	3192,3
В'язниця Пав'як	34,98	1276,95
Музей Варшавського повстання	62,96	2298,45
Фабрика Оскара Шиндлера	87,45	3192,45
Єврейський музей Галіція	48,97	1787,7
Концентраційний табір (музей) «Аушвіц–Біркенау».	144,57	5277,91
Музей Фабрики	41,97	1532,25
Музеї Другої світової війни	101,23	3725,85
Почта Польщі	34,91	1284,75
Європейський центр Солідарності	87,28	3212,25
Вольфшпанце(вовче лігво)	87,28	3212,25
Музей пам'яті Сибіру	69,81	2569,5
Концтабір смерті Треблінка	24,44	899,4
5. Накладні витрати		
Собівартість туру	6485.61	238713,19
Прибуток (20%)	1297.12	47742,56
Податок на прибуток (18%)	1167.41	42968,38
Податок на додану вартість (20%)	1297.12	47742,56
Всього вартість туру	10208,27	377166,69.
Вартість туру для 1 особи	680.55	25144.44

Джерело: розроблено автором

Ціна туру на одну особу складає 680.55 дол. США або 25144.44 грн.

Витрати на заробітну плату водіїв не були враховані під час розрахунку,

оскільки ці втрати покриває компанія, в якій орендовано туристичний автобус. Крім того, стоянки на території готелю та в місцях екскурсій є безкоштовними, тому їх вартість також не включена до розрахунку. Необхідно врахувати, що під час екскурсій туристичну групу супроводжуватиме гід.

Після підрахунку всієї суми можна стверджувати, що тур є дорогим для більшості українців, враховуючи, що середня заробітна плата в Україні становить 14 857 гривень (станом на 2022 р.), тоді як вартість туру становить 25 144,44 гривень. Однак для іноземних туристів цей тур відносно не дорогий, оскільки доходи в Європі значно вищі, ніж в Україні.

Результати калькуляції дозволяють нам скласти продуктову програму, яка допоможе оцінити ефективність та рентабельність туру.

У табл. 2.2 наведено продуктову програму в натуральному вимірі, в якій було розраховано планову кількість туристів.

Таблиця 2.2

Продуктова програма «темного» туру «Shadows of Poland» у натуральному вимірі, осіб

Тип	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Тип «Shadows of Poland»	-	-	-	-	-	-	2	4	12	8	2	-	28

Джерело: складено автором

У табл. 2.3 розроблено продуктову програму у вартісному вимірі.

Таблиця 2.3

Продуктова програма «темного» туру «Shadows of Poland» у вартісному вимірі, грн.

Тип	Місяці												Всього
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Тип «Shadows of Poland»	-	-	-	-	-	-	50288,9	100577,8	301733,3	201155,5	50288,9	-	704044,3

Джерело: складено автором

Таким чином, було виявлено, що найбільша кількість учасників туру спостерігається у вересні (12 осіб), у серпні - 4 особи, у жовтні - 8 осіб, а в липні та листопаді - по 2 особи. В інших місяцях немає туристів.

У контексті вартості туру помітно, що протягом 7 місяців вартість становить нульову суму, що пов'язано з сезонністю. Максимальна вартість туру спостерігається у вересні (301733,28 грн).

Вартість туру залежить від кількості учасників, а також включених послуг та умов розміщення.

У таблиці 2.4 наведено приклади турів в Польщі для порівняння із розробленим туром.

Таблиця 2.4

Порівняльна таблиця «темних» турів інших туроператорів

Назва туру	Інформація про тур	Кількість діб	Вартість туру (1 особа)
Highlights of Poland	3 Кракова до Варшави (Краків, Високі Татри, Закопане, Аушвіц, Познань, Торунь, Гданськ, Мальборк, Варшава)	10	2751,02 дол. США 101078,97 грн.
Polish Escape	Початок і кінець у Варшаві (Варшава, Лодзь, Познань, Вроцлав, Ополе, Ченстохова, Аушвіц, Краків, Варшава)	9	1303,29 дол. США 47885,95 грн.
Portrait of Poland	Початок і кінець у Варшаві (Варшава, Гданськ, Торунь, Познань, Краків, Закопане, Аушвіц, Варшава)	9	1334,16 дол. США 49020,19 грн.
Gdansk & Masuria with Flair	Початок і кінець у Гданську (Гданськ, Мальборк, Ольштин, Гіжицько, Кетшин, Фромборк, Ельблонг, Гданськ)	8	2314,39 дол. США 85036,15 грн.
Best of Poland	Початок і кінець у Варшаві (Варшава, Гданськ, Торунь, Вроцлав, Закопане, Краків, Аушвіц, Варшава)	11	2100,05 дол. США 77573,68 грн.

Джерело: складено автором за даними [26]

Проаналізувавши п'ять різних турів від різних туроператорів, було доведено, що темний тур Польщею, відносно інших, в дійсності, є доволі дешевим для європейців та достатньо дорогим для українців.

У таблиці 2.5 наведено етапи та тривалість розробки туру.

Таблиця 2.5

Етапи та тривалість розробки темного туру «Shadows of Poland»

Етапи	Дія	Терміни виконання
1.	Розробка продукту	1 місяць
2.	Визначення маршруту туру	1 тиждень
3.	Розробка маркетингової стратегії	2 тижні
4.	Підготовка матеріалів для реклами	1 тиждень
5.	Запуск рекламної кампанії	2 тижні
6.	Бронювання готелів та транспорту	1 тиждень
7.	Видача квитків на відвідування музеїв	1 тиждень
8.	Реалізація туру	10 днів
9.	Оцінка результатів туру	1 тиждень

Джерело: розроблено автором

Ця таблиця сприятиме контролюванню прогресу проекту та вчасному виконанню завдань.

Даний тур пропонує унікальну тематику, зосереджену на відвідуванні різноманітних музеїв та місць, що мають жахливі історії, пов'язані з багатою та трагічною історією Польщі. Він також включає захоплюючі екскурсії до цвинтарів, в'язниць, концтаборів та багато іншого.

У цілому, цей тур може бути ідеальним вибором для тих, хто хоче зануритись всередину багатьох подій, що трапились в Польщі за будь який період її історії. Цільовою аудиторією даного туру можуть бути люди різних вікових категорій, але зазвичай це молоді особи від 18 до 35 років. Також цей тур може бути цікавий групам людей, які хочуть незабутньо провести час.

Слід зазначити, що через тематику, він не рекомендується для людей зі слабкими нервами або дітей, а також, що цей тур може бути напруженим та інтенсивним, оскільки включає в себе відносно багато переїздів та багато екскурсій.

2.3. Економічне обґрунтування туру

Економічне обґрунтування туру – це процес аналізу та оцінки фінансової доцільності туристичного проекту або програми подорожі. Його метою є визначення економічної цілеспрямованості і прибутковості туру з урахуванням різних факторів, таких як витрати, дохід, ризики, ринкові умови та потенційні перспективи.

Під час економічного обґрунтування туру зазвичай враховуються такі основні елементи:

- витрати: аналізується загальна сума коштів, необхідних для організації туру. Це можуть бути витрати на транспорт, проживання, харчування, екскурсії, послуги гідів, рекламу та інші витрати, пов'язані з туристичними послугами;
- дохід: оцінюється потенційний дохід від продажу туру або пакету послуг. Це може включати вартість квитків, готельного проживання, додаткових послуг та інших витрат туриста;
- ризики: враховуються можливі фактори ризику, такі як зміни валютного курсу, економічна нестабільність, природні катастрофи, політичні конфлікти, які можуть вплинути на витрати та дохід туру;
- ринкові умови: аналізуються поточні та прогнозовані ринкові умови, такі як попит на подорожі, конкуренція, тенденції споживання, що можуть вплинути на вартість туру та його прибутковість;
- перспективи: оцінюються потенційні можливості розвитку туристичного ринку, попит на певні види турів, наявність нових ринків або сегментів клієнтів, які можуть позитивно вплинути на успішність туру.

На підставі проведеного економічного обґрунтування туру приймаються рішення щодо рентабельності і фінансової доцільності проекту. Це допомагає приймати обґрунтовані рішення щодо розробки та реалізації туристичних програм.

Цінова політика туристичного суб'єкта господарювання відображається у

вартості туру і відтворює його економічну сутність на ринку туристичних послуг. Ціна туру може коливатися від собівартості до ринкової ціни, відображаючи попит на цей конкретний продукт. Вартість туру визначається залежно від різних факторів, таких як рівень обслуговування, тривалість та сезон подорожі, тип та форма туру. Ціна туру також підпорядковується кон'юнктурі ринку і впливу обраної маркетингової стратегії (реклама, канали реалізації та інші фактори).

Мінімальна вартість туру визначається його собівартістю, яка включає фіксовану ціну основних послуг, встановлену в угодах, з урахуванням параметрів туру, а також поточні витрати на організацію та надання цих послуг. Останній фактор залежить від обраної маркетингової стратегії компанії, такої як характер реклами і рекламної кампанії, широта та географічне покриття мережі, а також різноманітність каналів розповсюдження туристичного продукту.

При плануванні туру створюється програма обслуговування туристів, в якій чітко визначається кількість ночівель у готелях. Рівень та клас готелю мають значний вплив на ціну, запропоновану турагентом. У випадку даного туру основними готелями є чотирьохзіркові, оскільки їм надається перевага. Вартість проживання включає сніданки.

До туру додаються інформаційні та довідкові матеріали, які містять розпорядження для туристів, де описані особливості конкретної подорожі. Наприклад, такі матеріали можуть містити рекомендації з техніки безпеки, тощо.

Також до туру можуть додаватися довідкові та рекламні матеріали, наприклад, буклети, проспекти або кольорові туристичні картосхеми, які містять інформацію про країну, в якій турист перебуватиме. Ці матеріали можуть описувати природно-географічні особливості, історію, культуру та основні історико-культурні пам'ятки цієї країни.

Для здійснення економічного аналізу туру необхідно провести оцінку його рентабельності, щоб визначити, який прибуток буде отриманий за кожну 1

грн. доходу від продажу туристичного продукту (таблиця 2.6).

Таблиця 2.6

**Зведений план доходів, витрат та рентабельності «темного» туру
«Shadows of Poland»**

Показники	Сума в USD	Сума в UAH
Дохід	19055,4	704044,3
Чистий дохід	15879,5	586703,6
Витрати	12106,5	445598,0
Прибуток до оподаткування	3773,0	141105,6
Податок на прибуток	679,1	25399,0
Чистий прибуток	3093,9	115706,6
Рентабельність, %	19,5	

Джерело: розроблено автором

Можна описати показники зведеного плану доходів, витрат та рентабельності туру наступним чином: для реалізації одного туру передбачається витрати в розмірі 445598,0 грн., очікуваний дохід становитиме 704044,3 грн., чистий дохід складатиме 586703,6 грн., прибуток до оподаткування очікується на рівні 141105,6 грн., податок на прибуток складе 25399,0 грн., чистий прибуток очікується на рівні 115706,6 грн., а рентабельність туристичного продукту складе 19,5 %.

Відсоток рентабельності від реалізації «темного» туру складає 19,5 %, що є досить високим показником, дохід від продажу туристичного продукту буде достатнім не лише для покриття витрат та податків, але також приносить прибуток від продажу.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки:

1. Темний туризм – спрямований на відвідування місць, пов'язаних з трагічними історичними подіями, стихійними лихами, катастрофами, епідеміями, війнами, а також місць в'язниць, музеїв війни, меморіалів, кладовищ, археологічних зон тощо.
2. Актуальність туру полягає в тому, що він дає можливість вивчати історію та культуру різних країн, розуміти трагедії та їх наслідки, а також нагадує про те, що людське життя є крихким і неосяжним. Крім того, темний туризм може сприяти розвитку туризму в певних регіонах, підвищувати обізнаність людей щодо найважливіших історичних подій та сприяти збереженню пам'яток культури та історії.
3. Основна цільова аудиторія – молодь та люди середнього віку (18–35 років), які зацікавлені в історії, культурі та соціальних проблемах, пов'язаних з трагічними подіями.
4. Польща, як країна для темного туру, є дуже хорошим вибором, адже більша частина її історії знаходиться на темній стороні, особливо в 20–му столітті, і, що не дивно, вона пропонує безліч напрямків для темного туризму.
5. Маршрут та вибір локацій дає можливість ознайомитись з більшою частиною всіх відомих темних destinations Польщі, що достатньо великою перевагою туру.
6. Цінова політика вказує на те, що тур є достатньо дорогим для потенційних покупців в Україні, але всеодно залишається відносно доступним порівняно з зарубіжними конкурентами.
7. Економічне обґрунтування, в вигляді відсотку рентабельності від реалізації одного темного туру Польщею складає 19,5 %, це є досить високим показником, дохід від продажу туристичного продукту буде достатнім не лише для покриття витрат та податків, але також приносить прибуток від продажу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вовче лігво. URL: <https://wilczyszaniec.olsztyn.lasy.gov.pl/> (дата звернення: 20.04.2023).
2. Головний сайт меморіалу та музею Освенцим (Аушвіц–Біркенау). URL: <https://www.auschwitz.org/en/> (дата звернення: 20.04.2023).
3. Готелі Польщі. URL: <https://www.booking.com/> (дата звернення: 20.04.2023).
4. Дитячий будинок Корчака. URL: https://www.inyourpocket.com/warsaw/The-Korczak-Orphanage_71959f (дата звернення: 20.04.2023).
5. Європейський центр Солідарності. URL: <https://ecs.gda.pl/> (дата звернення: 20.04.2023).
6. Зростання темного туризму (дослідження 2022 року). URL: <https://passport-photo.online/blog/rise-of-dark-tourism/> (дата звернення: 20.04.2023).
7. Історія Польщі 1939–1945 рр. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Poland_\(1939%E2%80%931945\)](https://en.wikipedia.org/wiki/History_of_Poland_(1939%E2%80%931945)) (дата звернення: 20.04.2023).
8. Меморіальні пам'ятники і музеї темного туризму у Варшаві. URL: <https://www.culturaobscura.com/dark-tourism-memorial-sites-museums-in-warsaw-poland/> (дата звернення: 20.04.2023).
9. Музей історії польських євреїв. URL: <https://www.polin.pl/pl> (дата звернення: 20.04.2023).
10. Музей в'язниці Павяк. URL: <http://muzeum-niepodleglosci.pl/pawiak/> (дата звернення: 20.04.2023).
11. Музей Варшавського повстання. URL: <https://www.1944.pl/> (дата звернення: 20.04.2023).
12. Музей-меморіал Белжець. URL: <https://www.belzec.eu/pl> (дата звернення: 20.04.2023).

13. Музей Галіції. URL: <https://galiciajewishmuseum.org/en/> (дата звернення: 20.04.2023).
14. Музей фабрики. URL: <https://lodz.travel/turystyka/co-zobaczyc/lodzkie-muzea/muzeum-fabryki/> (дата звернення: 20.04.2023).
15. Музей другої Світової війни. URL: <https://muzeum1939.pl/> (дата звернення: 20.04.2023).
16. Музей пам'яті Сибіру. URL: <https://sybir.bialystok.pl/ru/> (дата звернення: 20.04.2023).
17. Темний туризм (дестинації) Польщі. URL: <https://www.dark-tourism.com/index.php/poland> (дата звернення: 20.04.2023).
18. Темний туризм. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism (дата звернення: 20.04.2023).
19. Темний туризм Латинської Америки. URL: <https://latinamericanpost.com/27183-dark-tourism-latinamerica-edition> (дата звернення: 20.04.2023).
20. Темний туризм в США. URL: <https://www.dark-tourism.com/index.php/usa> (дата звернення: 20.04.2023).
21. Темний туризм в Азії та Океанії. URL: <https://sea.mashable.com/culture/9385/5-dark-tourism-hotspots-you-should-check-out-in-southeast-asia> (дата звернення: 20.04.2023).
22. Темний туризм в Японії. URL: <https://www.dark-tourism.com/index.php/japan> (дата звернення: 20.04.2023).
23. Темний туризм та його стан в країнах центрального Сходу. URL: <https://www.theguardian.com/world/2019/nov/25/dark-tourism-syria-war> (дата звернення: 20.04.2023).
24. Темний туризм в Африці. URL: <https://www.dark-tourism.com/index.php/south-africa> (дата звернення: 20.04.2023).
25. Темні туристичні місця, які варто відвідати в Польщі. URL: <https://whonearth.net/9-dark-tourism-sites-you-should-visit-in-poland/> (дата звернення: 20.04.2023).

26. Тури та поїздки на 10 днів до Польщі. URL: <https://www.tourradar.com/n/poland-10-day> (дата звернення: 20.04.2023).
27. Топ-10 найкращих міст Європи для темного туризму. URL: <https://www.gonomad.com/197410-dark-tourism> (дата звернення: 20.04.2023).
28. Треблінка. URL: <https://muzeumtreblinka.eu/en/> (дата звернення: 20.04.2023).
29. Фабрика Оскара Шиндлера. URL: <https://www.getyourguide.pl> (дата звернення: 20.04.2023).
30. Що таке темний туризм і чому він популярний. URL: <https://tourismteacher.com/dark-tourism/> (дата звернення: 20.04.2023).
31. GlobeNewswire. URL: <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/10/24/2539757/0/en/Dark-Tourism-Market-is-Estimated-to-Attain-a-Revenue-of-US-36-5-Bn-at-an-Impressive-CAGR-between-the-Forecast-Period-of-2022-32-Future-Market-Insights-Inc.html> (дата звернення: 20.04.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

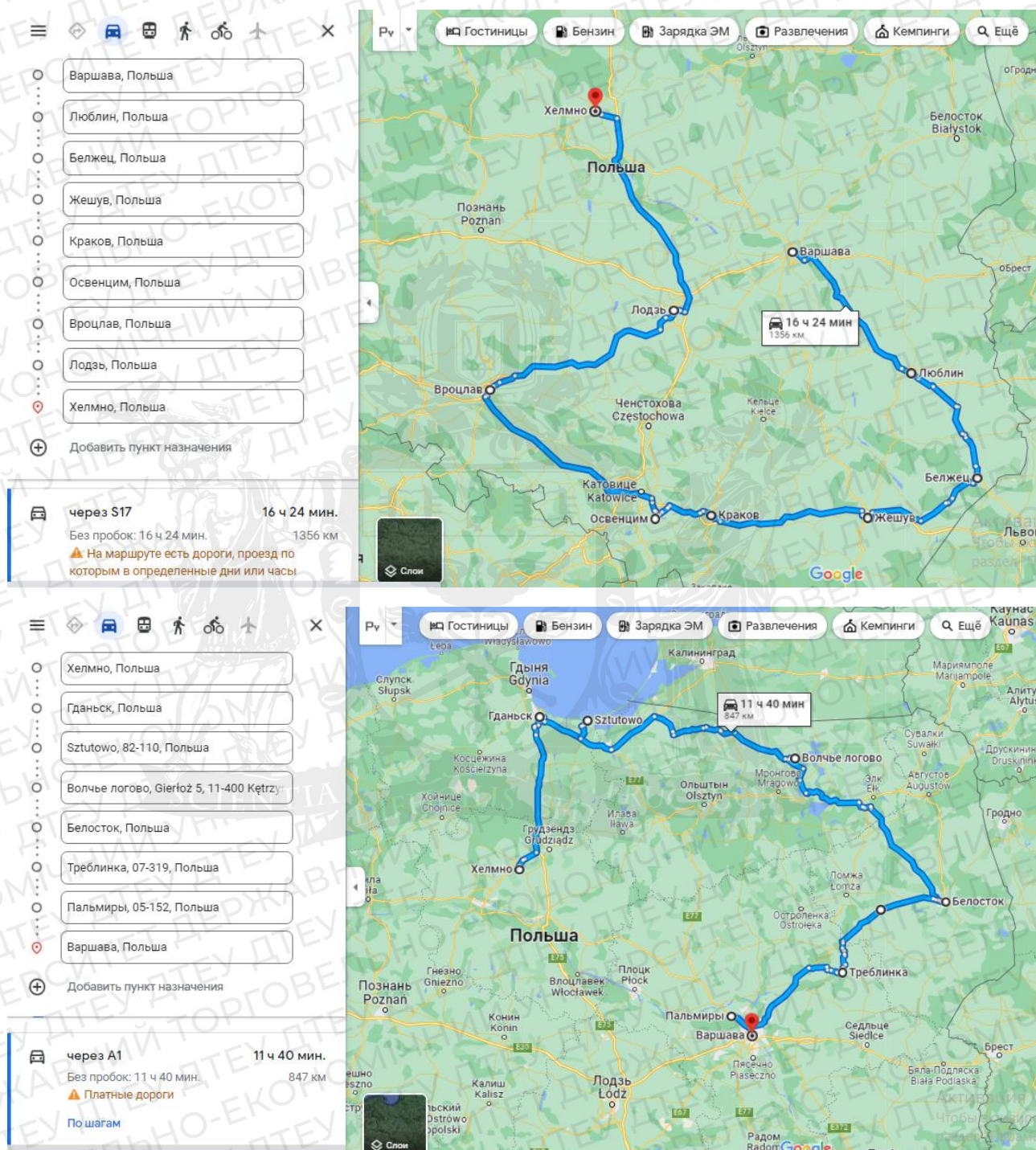


Рис. А.1. Карта маршруту туру «Shadows of Poland»

Джерело: складено автором за допомогою картографічного веб-сервісу Google Maps

Програма туру «Shadows of Poland»

Час	Зміст програмних заходів
<i>День 1</i>	
06:30–07:00	Збір групи на Центральному автовокзалі Києва та виїзд в Варшаву.
08:20–08:50	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Житомир.
09:50–10:20	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Звягель (Новоград–Волинський).
11:10–11:40	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Рівне.
13:00–13:30	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Луцьк.
18:40–19:10	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Люблін.
22:50–23:20	Орієнтовний час приїзду до м. Варшава. Заселення до готелю «Kolejowa ApartHotel». Ночівля.
<i>День 2</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–09:30	Збір групи, зустріч з гідом та виїзд екскурсійним автобусом на ознайомчу екскурсію по м. Варшава.
09:30–11:00	Приїзд на місце екскурсії. Ознайомча екскурсія по вулиці Маршалівська м. Варшава.
11:00–11:30	Орієнтовний час переїзду до «Стежки варшавського гетто» (Умшлагплац, бункер ЗОБ пам'ятник повстанню у головному гетто, фрагмент стіни гетто)
11:30–13:30	Екскурсія «Стежкою варшавського гетто».
13:40–15:00	Екскурсія в «музеї історії польських євреїв POLIN» (10 хвилин їзди від «Стежки гетто»).
15:00–16:00	Вільний час для обіду.
16:00–16:10	Орієнтовний час переїзду до «Дитячого будинку Корчака».
16:10–17:00	Екскурсія в «Дитячому будинку Корчака».
17:00–17:10	Орієнтовний час переїзду до «в'язниці Пав'як».
17:10–18:20	Екскурсія в «в'язниці Пав'як».
18:20–18:30	Орієнтовний час переїзду до «Музей Варшавського повстання».
18:30–20:00	Екскурсія в «Музеї Варшавського повстання».
20:00–21:00	Вільний час для вечері
21:00–21:40	Орієнтовний час переїзду до готелю «Dwór Konstancin». Ночівля.
<i>День 3</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–11:00	Орієнтований час переїзду до міста Люблін.
11:00–12:00	Збір групи, ознайомча екскурсія в центрі міста біля Люблінського замку.
12:10–14:00	Екскурсія в концентраційному таборі «Майданек» (10 хвилин їзди від центра міста).

Продовження таблиці Б.1

Час	Зміст програмних заходів
<i>День 3 (продовження)</i>	
14:00–15:00	Вільний час для обіду.
15:00–17:00	Орієнтований час переїзду до села Белжець.
17:00–18:00	Екскурсія по території винищувального табору «Белжець»
18:00–20:00	Орієнтований час переїзду до міста Ряшів.
20:00–21:00	Вільний час для вечері.
21:00–21:10	Орієнтовний час переїзду до готелю «Hotel Forum». Ночівля.
<i>День 4</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–10:00	Збір групи, екскурсія в центрі міста біля Ряшівського замку.
10:00–10:15	Орієнтовний час переїзду до маршруту «Ряшівські підземелля».
10:15–11:30	Екскурсія маршрутом «Ряшівські підземелля».
11:30–13:30	Орієнтований час переїзду до міста Краків.
13:30–15:00	Збір групи, ознайомча екскурсія в центрі міста біля Вавельського замку.
15:00–16:00	Вільний час для обіду.
16:00–16:15	Орієнтовний час переїзду до «Фабрики Оскара Шиндлера».
16:15–17:15	Екскурсія на «Фабриці Оскара Шиндлера».
17:15–17:30	Орієнтовний час переїзду до «єврейського музею Галіція».
17:30–18:30	Екскурсія в «єврейському музеї "Галіція"».
18:30–19:00	Прогулянка та коротка історія «Площі Героїв гетто».
19:00–20:00	Вільний час для вечері.
20:00–20:10	Орієнтовний час переїзду до готелю «Great Polonia Kraków Kazimierz». Ночівля.
<i>День 5</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–10:20	Орієнтований час переїзду до міста Освенцим.
10:20–14:00	Екскурсія по концентраційному таборі (музей) «Аушвіц–Біркенау».
14:00–15:00	Вільний час для обіду.
15:00–18:00	Орієнтований час переїзду до міста Вроцлав.
18:00–20:00	Ознайомча вечерня прогулянка–екскурсія в місті (Зал Століття, Вроцлавський фонтан, Ратуша, Ринкова площа).
20:00–21:00	Вільний час для вечері.
21:00–21:15	Орієнтовний час переїзду до готелю «Ibis Styles Wrocław Centrum». Ночівля.
<i>День 6</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–11:30	Орієнтований час переїзду до міста Лодзь.
11:30–12:00	Коротка прогулянка–екскурсія «Лодзинським гетто».
12:00–12:15	Орієнтовний час переїзду до «Музей Фабрики».
12:15–14:00	Екскурсія в «Музей Фабрики».
14:00–15:00	Вільний час для обіду.
15:00–17:45	Орієнтований час переїзду до міста Хелмно.
17:45–20:00	Вечірня прогулянка містом (парк мініатюрних тевтонських замків, середньовічне лицарське поселення та камера тортур, Груденські

Продовження таблиці Б.1

Час	Зміст програмних заходів
<i>День 6 (продовження)</i>	
	ворота, місто закоханих)
20:00–21:00	Вільний час для вечері.
21:00–21:20	Орієнтовний час переїзду до готелю «Hotel Karczma Chełmińska». Ночівля.
<i>День 7</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–10:30	Орієнтований час переїзду до міста Гданськ.
10:30–14:30	Екскурсія в «Музеї Другої світової війни».
14:30–15:00	Екскурсія в «Почта Польщі» (знаходиться поруч попереднього об'єкта).
15:00–16:00	Вільний час для обіду.
16:00–16:10	Орієнтовний час переїзду до «Європейському центрі Солідарності».
16:10–20:00	Екскурсія в «Європейському центрі Солідарності»
20:00–21:00	Екскурсія в «Вітальня БХП» (знаходиться поруч попереднього об'єкта).
21:00–22:00	Вільний час для вечері.
22:00–23:10	Орієнтовний час переїзду до готелю «Baltic Gdansk OLD TOWN». Ночівля.
<i>День 8</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–10:00	Орієнтований час переїзду до села Штутово.
10:00–12:00	Екскурсія в концтаборі «Штуттгоф».
12:00–13:00	Вільний час для обіду.
13:00–16:00	Переїзд до «Вольфшпанце(вовче лігво)» в селищі Герлоз.
16:00–18:00	Екскурсія в «Вольфшпанце(вовче лігво)».
18:00–21:00	Орієнтований час переїзду до міста Білосток.
21:00–23:00	Вільний час для вечері. Заселення до готелю «ApartHotel Jurowiecka 60». Ночівля.
<i>День 9</i>	
08:00–09:00	Вільний час для сніданку.
09:00–11:00	Збір групи, ознайомча екскурсія в центрі міста біля палацу Бараніцького.
11:00–11:10	Орієнтований час переїзду до «Музей пам'яті Сибіру».
11:10–12:00	Екскурсія в «Музеї пам'яті Сибіру».
12:00–13:00	Вільний час для обіду.
13:00–14:30	Орієнтований час переїзду до села Треблінка.
14:30–16:00	Екскурсія в «концтаборі смерті Треблінка».
16:00–17:30	Орієнтований час переїзду до села Пальміри.
17:30–19:00	Екскурсія в «музеї Пальміри» та кладовище.
19:00–20:00	Орієнтований час переїзду до міста Варшава.
20:00–21:00	Вільний час для вечері.
21:00–21:30	Збір групи, виїзд з міста Варшава до міста Київ.
23:40–00:00	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Люблін.

Продовження таблиці Б.1

Час	Зміст програмних заходів
<i>День 10</i>	
05:20–05:40	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Ковель.
07:20–07:40	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Сарни.
09:30–09:50	Орієнтовний час проміжної зупинки в м. Коростень.
12:00–12:30	Орієнтований час прибуття до м. Київ, Центральний автовокзал.

Джерело: розроблено автором






Опис локацій туру «Shadows of Poland»

Місце відвідування	Світлина
<p>Варшава – столиця Польщі з 1596 року, адміністративний центр Мазовецького воєводства. Столиця Польщі та головний напрямок темного туризму. В основному це пов'язано з долею міста у Другій світовій війні від рук нацистів, з нелюдськими умовами життя в гетто та депортаціями під час Голокосту, гестапівським терором, жорстоким придушенням повстань та масштабною руйнацією майже всіх старих будівель. А потім були репресії та позбавлення комуністичної епохи.</p>	
<p>Люблін — місто в Польщі, столиця Люблінського воєводства. Люблін є одним з найстарших поселень у Польщі. Ще в VI столітті на схилах пагорбу Чвартек почали осідати поселенці. Сьогодні Люблін — центр Люблінського воєводства, найбільше місто та промисловий, культурний і науковий осередок у Східній Польщі та на правобережжі Вісли. З огляду на велику кількість історичних пам'яток, спортивно-оздоровчих об'єктів та готельну базу місто є важливим туристичним центром.</p>	
<p>Майданек — в часи Другої світової війни німецький концентраційний табір та табір смерті на території Польщі, приблизно 4 км від центру міста Люблін. Створений згідно з наказом Г. Гімmlера від 20 липня 1941 як табір для утримання військовополонених. Через Майданек пройшло близько 300 000 в'язнів з 26 держав, з них багато євреїв, поляків, значну кількість також склали українці, росіяни і білоруси (головним чином радянські військовополонені). Вважають, що у таборі було вбито 80 000 осіб.</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Белжець — село в Польщі, Томашівського повіту Люблінського воєводства. Белжець був одним із трьох таборів смерті, спеціально побудованих нацистами на сході Польщі в рамках операції «Рейнхард», що було кодовою назвою «індустріальної» частини Голокосту. Ці табори, набагато менші за розміром, ніж «звичайні» концтабори, служили виключно для масового знищення (майже виключно) євреїв, тобто «остаточного рішення», як його охрестили цинічною бюрократичною мовою нацистів.</p>	
<p>Ряшів (пол. Rzeszów, Жéшув) — воєводське місто у Польщі, на річці Віслок (Вислок). Певний час було центром Ряшівського воєводства. Існувало за княжих часів, як прикордонне торгово-ремісничє місто Перемишльської землі. На думку істориків, Ряшів існував з XI століття, але питання, ким він був заснований, досі викликає суперечки.</p>	
<p>Краків — місто в Польщі на березі Вісли, Адміністративний центр Малопольського воєводства. Друге за величиною та кількістю мешканців місто в Польщі після Варшави; одне з найстаріших міст Польщі, з тисячолітньою історією, багату культурною та архітектурною спадщиною. У період Австро-Угорщини один з центрів Західної Галичини. Краків може багато чого запропонувати в темному туризмі, починаючи від (колишнього) єврейського кварталу/гетто і закінчуючи слідами ролі міста в комуністичну епоху та його падінням.</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Освенцим (нім. Auschwitz) — місто в південній Польщі, на річці Вісла. Адміністративний центр Освенцимського повіту Малопольського воєводства. Саме слово Освенцим як жодне інше символізує жахи Голокосту. Це був найбільший і смертоносний із усіх нацистських концтаборів/таборів смерті. Це місце на південному сході Польщі було перетворено на меморіал після закінчення Другої світової війни, а в останні роки також стало популярним туристичним напрямком.</p>	
<p>Вроцлав — місто в Польщі, у Нижній Сілезії, столиця Сілезії. Одне з найбільших (четверте за чисельністю населення) і найстаріших міст Польщі, столиця Нижньосілезького воєводства. Це місто понад тисячу років відбивається у водах Одри. Сучасний Вроцлав, який зберіг сліди чеського, німецького і польського панування, є справжнім європейським центром. Це місто, яке неодмінно потрібно побачити.</p>	
<p>Лодзь — місто в центральній Польщі, центр Лодзинського воєводства. Є центром польської електронної промисловості. Засноване в XIII столітті, статус міста з 1423 року. Третє за величиною місто в Польщі (після Варшави та Кракова) та одне з наймолодших. Лодзь переважно народилася в результаті промислової революції, особливо текстильного виробництва. Під час Другої світової війни місто було захоплене Німеччиною, і тут було створено друге за величиною єврейське гетто, а більшість його мешканців було вбито під час Голокосту. Специфічні об'єкти темного туризму в основному належать до цього періоду, але є й кілька інших аспектів.</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Хелмно — місто в північній Польщі, на річці Вісла. Адміністративний центр Хелмінського повіту Куявсько-Поморського воєводства. Місце колишнього табору смерті в Польщі, яке набуло особливої популярності, тому що це було місце, де нацисти проводили «експериментальні» отруєння газом, які пізніше були перетворені на масове винищення, все в рамках підготовки, а потім в рамках операції «Рейнхард».</p>	
<p>Гданськ — місто на півночі Польщі, лежить на березі Гданської затоки Балтійського моря, у гирлі річки Вісла, столиця Поморського воєводства. Портове місто на узбережжі Балтійського моря на півночі Польщі. Саме тут пролунали перші постріли Другої світової війни, і кілька місць у місті увічнюють роль Гданська у війні у різних формах.</p>	
<p>Штутово — село в Польщі, у гміні Штутово Новодворського повіту Поморського воєводства, у північній частині Польщі. В селі знаходиться концентраційний табір, створений нацистами на початку Другої світової війни в районі Данцига/Гданська як перший такий табір на території сучасної Польщі. Нині на цьому місці меморіал та музей. Він розташований неподалік приморських курортів Балтійського моря.</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Вовче лігвище – комплекс напівзруйнованих бункерів на півночі Польщі, сумно відомий як місце, де Адольф Гітлер мав у своєму розпорядженні свою штаб-квартиру протягом більшої частини Другої світової війни. Однак це також місце невдалого замаху Штауффенберга на Гітлера, яке могло так різко змінити хід історії, якби воно було успішним. Тож це свого роду подвійно темне місце — і суто зловісне нацистське місце, і водночас місце дуже сумної трагедії.</p>	
<p>Білосток — місто на північному сході Польщі, на річці Бяла. Адміністративний центр Підляського воєводства. Білосток уперше згадується у 1437 році, тривалий час перебував під володінням впливових польських магнатів: Веселовських, потім Браницьких. Після поділів Польщі впродовж 1795—1807 років у складі Пруссії, потім Російської імперії. У складі Королівства Польського з 1815 року Білосток був центром губернії. У міжвоєнну добу (інтербелум) був адміністративним центром Білостоцького воєводства.</p>	
<p>Треблінка — село, один із трьох таборів смерті у Польщі (разом із Белжецем та Собібором) нацистської операції «Рейнхард»: «Остаточне рішення», тобто: систематичне промислове вбивство європейських євреїв. І Треблінка була безумовно, найбільш смертоносною з цих таборів. Насправді, це одне з найпохмуріших місць за всю історію людства! Число загиблих у Треблінці, що становить близько мільйона людей, «перевищує» тільки Освенцим–Біркенау. Останній, проте, діяв значно довше — тож у зв'язку з короткими тимчасовими рамками свого існування Треблінка має бути місцем найбільшого систематичного масового вбивства за історію!</p>	

Місце відвідування	Світлина
<p>Пальміри — село в Польщі, у гміні Чоснув Новодворського повіту Мазовецького воєводства. Тут знаходиться місце в глибині лісу під Варшавою, Польща, де нацисти під час окупації Польщі Німеччиною під час Другої світової війни втратили близько 2000 поляків, переважно інтелігенцію та політиків, а також євреїв. Наразі це Національний меморіал, і нещодавно до нього додали невеликий, але ультрасучасний музей.</p>	

Джерело: складено автором за даними [17]



Технологічна карта туру «Shadows of Poland»

Маршрут	Київ – Варшава – Люблін – Белжець – Ряшів – Краків – Освенцим – Вроцлав – Лодзь – Хелмно – Гданьск – Штутово – Герлиць – Білосток – Треблінка – Пальміри – Варшава – Київ.
Тип маршруту	Кільцевий
Загальний кілометраж	2211,7 км.
Кількість туристичних груп	1
Кількість осіб у групі	15
Тип туру	Автобусний
Вид туризму	Темний
Тривалість туру	10 днів і 9 ночей

Джерело: розроблено автором