

**Державний торговельно-економічний університет**

**Кафедра туризму та рекреації**

**ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

**на тему:**

**«Розроблення військово-патріотичного туру територією  
Тернопільської області та організація його реалізації на ринку  
України»**

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

*(підпис)*

Бондарчука  
Богдана Олеговича

Науковий керівник  
к.геогр.н., доц.

*(підпис)*

Мазурець Роман  
Русланович

Гарант освітньої програми  
к.держ.упр., доцент

*(підпис)*

Кравцов Сергій  
Станіславович

**Київ 2023**

**Державний торговельно-економічний університет**

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**

Бондарчуку Богдану Олеговичу

(*прізвище, ім'я, по батькові*)

**1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:**

«Розроблення військово-патріотичного туру територією Тернопільської області та організація його реалізації на ринку України»

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

**2. Строк здачі студентом закінченої роботи:** до 02.06.2023 р.

**3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:**

**Мета роботи:** обґрунтування теоретико-прикладних засад розроблення продукту військового туризму Тернопільської області та організації його реалізації на ринку України.

**Об'єкт дослідження:** процес розроблення та реалізації продукту військового туризму.

**Предмет дослідження:** теоретичні та практичні аспекти продукту військового туризму Тернопільської області та організація його реалізації на ринку України.



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

**ВСТУП**

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ**

- 1.1. Теоретичний базис військового туризму
- 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку військового туризму
- 1.3. Ресурсний потенціал Тернопільської області для розвитку військового туризму

**РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ**

- 2.1. Розроблення маршруту та програми туру
- 2.2. Заходи з просування туру на ринку України
- 2.3. Економічне обґрунтування туру

**ВИСНОВКИ**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

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	07.20.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023-21.04.2023	20.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023-08.05.2023	07.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023 – 26.05.2023	25.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	27.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	Згідно з розкладом

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

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Мазурець Р.Р.

(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми Кравцов С.С.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент Бондарчук Б.О.

(прізвище, ініціали, підпис)





## ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ.....	9
1.1. Теоретичний базис військового туризму.....	9
1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку військового туризму.....	14
1.3. Ресурсний потенціал Тернопільської області для розвитку туризму.....	22
РОЗДІЛ 2. ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ.....	29
2.1. Розроблення маршруту та програми туру.....	29
2.2. Заходи з просування туру на ринку України.....	35
2.3. Економічне обґрунтування туру.....	39
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45



## ВСТУП

Світові історичні події та сучасні збройні конфлікти залишили по собі багато оборонних споруд, полів битв та зброї різних типів, більшість з яких можна розглядати як потужні ресурси для розвитку туризму. Зростаючий інтерес людей до військової спадщини, такої як військова історія, історичні битви та війни, стимулює розвиток військового туризму. Однак, незважаючи на те, що існує низка досліджень та публікацій, присвячених різним аспектам розвитку цього виду туризму, фундаментальних досліджень, спрямованих на визначення та класифікацію видів військового туризму, не виявлено. Тому своєчасним і доцільним є теоретичне визначення сутності військового туризму як інноваційного напрямку радикального та пізнавального туризму.

Події, що розгортаються в країні сьогодні, все більше привертають увагу світової спільноти. І навіть після закінчення війни інтерес до військової техніки та зброї не згасне.

Вище зазначене зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Тема військового туризму піднімалася в багатьох працях вітчизняних та зарубіжних науковців, проте розкрита недостатньо. Ці питання розглядали О. Любіцева (2008), Р. Шаправский (2010), М. Кляп та Ф. Шандор (2011), А. Мельник (2012), Д. Каднічанський (2013), В. Кушнар'ов, О. П. Оліщук (2018), Н. Корнілова, К. Скупенко (2019) та ін.

*Об'єкт дослідження:* процес розроблення та реалізації продукту військового туризму.

*Предмет дослідження:* теоретичні та практичні аспекти продукту військового туризму Тернопільської області та організація його реалізації на ринку України.

*Мета і завдання дослідження.* Метою цього дослідження є оцінка стану ринку військового туризму в Україні.

Дослідницькі завдання полягають в наступному:

- охарактеризувати передумови виникнення та функції військового туризму;
- виявити та систематизувати підходи до поняття та класифікації

військового туризму;

- описати концептуальні основи формування кон'юнктури ринку військового туризму;
- виявити тенденції розвитку військового туризму в Україні;
- проаналізувати пропозицію туристичного продукту військового туризму в Україні;
- дослідити попит на туристичний продукт військового туризму; 7
- обґрунтувати можливості впровадження зарубіжного досвіду у практику формування військових турів;
- розробити новий військовий тур.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів:

У процесі виконання дипломної бакалаврської роботи були використані сучасні методи аналізу й розрахунку, серед яких є: аналіз, синтез, моделювання, систематизація, порівняння, індукції.

За результатами досліджень було розроблено військово-патріотичний тур по Тернопільській області та обґрунтовано шляхи його ефективного впровадження на туристичний ринок України.

Практичне значення дослідження та наукова новизна полягають в тому, що було розроблено і розраховано маршрут п'ятиденного туру «Фортеці Тернопільщини», який сприятиме успішному розвитку військового туризму на території регіону.

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел з 36 найменувань. Робота викладена на 73 сторінках друкованого тексту.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОДУКТУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ

#### 1.1. Теоретичний базис військового туризму

Розвиток людства завжди йшов пліч-о-пліч з боротьбою. Без цих воєн історія була б неможливою. Наші предки залишили по собі багато оборонних споруд, полів битв і різних видів зброї. Ці об'єкти є потужним ресурсом для розвитку туризму. А сучасні військові об'єкти є дуже привабливим для туристів. З огляду на військовий туризм останнім часом став дуже популярним [1].

Поняття військового туризму є недостатньо дослідженим. У туризмознавстві не існує усталеного та єдиного підходу до визначення цього виду туризму чи його класифікації. Це пов'язано з тим, що військовий туризм є новим напрямком у туризмі, а також з тим, що він є дуже дорогим задоволенням і тому недоступний широкому загалу.

Публікації вітчизняних та зарубіжних науковців містять дуже обмежену інформацію про визначення поняття «військовий туризм». Можна зазначити, що існує кілька різних підходів до класифікації та визначення даного терміну.

На думку Д. Вентера (D. Venter, 2017) у статті «Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context», військовий туризм, який автор іменує як «туризм військової спадщини» (military heritage tourism), може бути віднесений до підгрупи туризму спадщини (ред. у вітчизняній літературі – це історико-культурний туризм). Вчений констатує, що туризм військової спадщини не чітко визначений у літературі, та функціонує поряд із такими термінами, як туризм «на крові» (blood tourism), темний туризм (dark tourism),

дефініції яких відповідно висвітлено різними авторами (Biran & Hyde, 2013; Farmaki, 2013; Foley & Lennon) [35].

В. Л. Сміт у своїй роботі «War and tourism: An American ethnography» досліджує послідовне зростання туризму в США від Першої світової війни до сьогодення та вплив Другої світової війни на основі сучасного масового і чартерного туризму. У цьому дослідженні вивчається вплив на формування військового туризму й військові туристичні атракції є найбільш відвідуваними категоріями туристичних дестинацій, а також розглядається військовий туризм як найбільш емоційно специфічний вид туризму [34].

Р. Цвігенберг (2016) у праці «Атомне місто: військовий туризм та міська ідентичність у повоєнній Хіросімі» зазначає, що військовий туризм є сучасним інструментом для переосмислення трагедій минулого та уникнення помилок сьогодення. Потенційні об'єкти військового туризму мають бути місцями історичної реконструкції та «платформами для діалогу і пам'яті», але водночас автор стверджує, що відвідування об'єктів військового туризму та місць пам'яті завжди буде неоднозначно сприйматися суспільством – для одних воно може бути рекреаційним, а для інших – тісно пов'язаним з трагічним досвідом [36].

У статті «Військовий туризм» М.Грасовскі та К. Ноерес (2011) військовий туризм описується як відпочинок з військовим контекстом. Автори виділяють два компоненти: продукти, пов'язані з військовою технікою, які вважаються галуззю пригодницького туризму. І продукти, зосередженні на історичних подіях, які належать до найбільш освітнього сектору туризму. Ця стаття зосереджується на першому, залишаючи другий на задньому плані [6].

Як і за кордоном, у вітчизняній науковій традиції не існує універсального визначення військового туризму. Існують не тільки різні наукові думки щодо місця цього виду туризму у світовій системі класифікації видів туризму, але й різні підходи до визначення цього поняття як серед науковців, так і серед туристичних об'єднань, які організовують відпочинок в регіоні.



Так наприклад, М. Кляп та Ф. Шандор (2011) у своїй праці «Сучасні різновиди туризму» розглядають військовий туризм як туризм, що передбачає відвідування діючих військових об'єктів та історичних полігонів на полях битв та історичних місцях боїв для всіх зацікавлених осіб, ветеранів та родичів загиблих. Він включає відвідування військових кораблів і підводних човнів, підйом на борт військової техніки, стрільби на полігонах, участь у військових навчаннях і операціях, військові екскурсії, де учасники перебувають як глядачі на полігонах, а також відвідування військових концтаборів і в'язниць. [14]

Військовий туризм також розглядається в контексті спеціалізованого туризму. Наприклад, В. Кіптенко (2010) у «Менеджменті туризму» визначає спеціалізований туризм як туризм, що здійснюється з метою вивчення особливостей певної місцевості, набуття особистого досвіду, виконання спортивних нормативів, активного відпочинку тощо. Автор зазначає, що військовий туризм не можна віднести лише до пригодницького або екстремального туризму, оскільки військовий туризм включає в себе як рекреаційні, так і пізнавальні елементи. Тому військовий туризм найкраще виділяти як окремий вид спеціалізованого туризму [13].

А. Мельник (2012) у своїй праці «Нестандартні види туризму.

Особливості функціонування військового туризму» визначає військовий туризм як вид туризму, мета якого пов'язана з військовою справою та військовими операціями, тобто відвідуванням військових районів [19].

О. Любіцева (2008) у своїй книзі «Туризмознавство» стверджує, що військовий туризм є розважальним, а не бойовим. Авторка зазначає, що військовий туризм пропонує можливість побачити військові навчання та бойові дії, з можливістю для туристів отримати навички володіння бойових машин (танків, бронетранспортерів тощо), політати на надзвукових літаках, стрибнути з парашутом і навіть побувати в районах бойових дій [17].

В. Абрамов та У. Максютя (2019) розглядають військовий туризм як подорожі в зони бойових дій з метою туризму та війни. Це може включати пілотування винищувачів і гелікоптерів, стрільбу з артилерії і танків,

відвідування музеїв військової історії та історичних полів битв, участь у реконструкціях відомих битв [18].

С. Дутчак і М. Дутчак (1999) у книзі «Туристсько-краєзнавчих дослідженнях» розглядають спеціалізований туризм як систему окремих туристичних сегментів, в якій мета подорожі є основою для її визначення.

Автори виділяють пізнавальний, культурно-пізнавальний та відпочинковий туризм як складові спеціалізованого туризму і бачать місце військового туризму в цьому сегменті [8].

Н. Корнілова та К. Скупенко (2019) зазначають, що військово-патріотичний туризм (військовий туризм, мілітарі туризм) – це вид туризму, спрямований на відвідування територій, пов'язаних з військовою справою та військовими діями в країні. Специфіка військового туризму полягає у відвідуванні військових частин, командних пунктів та польових навчань, ознайомленні з військовим життям, набутті навичок поводження зі зброєю та покращення фізично і підготовки. Він передбачає перебування у військових частинах та відвідування тренувань, більш-менш подібних до тренувань кадрових військовослужбовців [15].

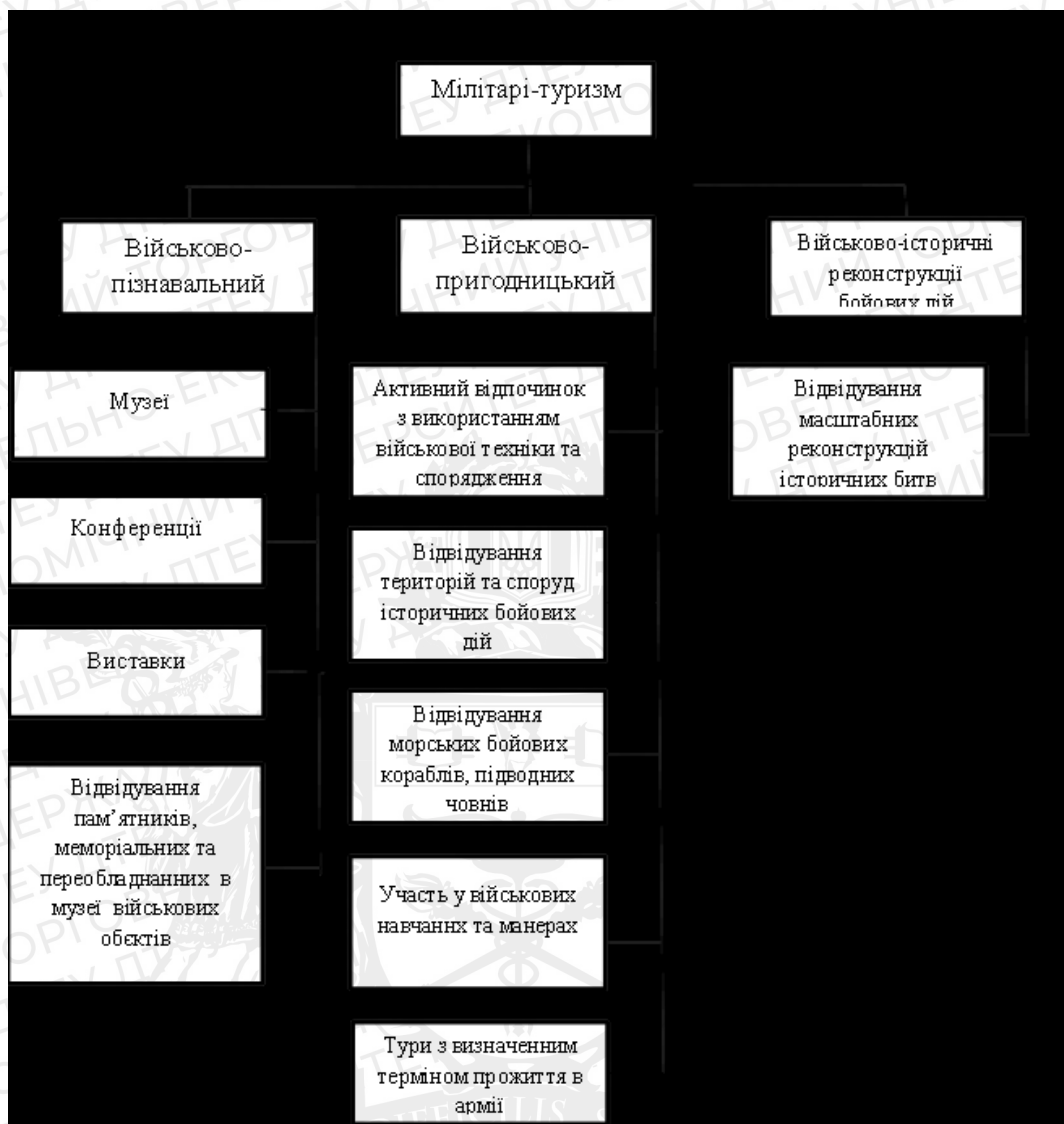
Так як військовий туризм охоплює історичні битви, озброєння та споруди, а також військову справу в цілому, то його можна класифікувати порізно.

Наприклад, Д. Каднічанський та М. Каднічанська (2020) вивели свою класифікацію військового туризму, яка представлена на рисунку 1.1.

Тому автори пропонують загальний термін для позначення туризму, пов'язаного з відвідуванням військових об'єктів та об'єктів військової історії – військовий (мілітарі) туризм. Крім того, автори вважають, що військовий туризм слід розділити на три групи: військово-історичний туризм, військовий туризм (військово-пригодницький) та військово-подієвий туризм.

Основним завданням військового туризму є розвиток особистості у загальному сенсі та підтримка зацікавленості до минулого держави та народу, синтезування моральних принципів та основ й формування розуміння подій, щодо трагічного минулого народу, котрий проживає на території держави, де відбувалися воєнні дії різної інтенсивності та масштабу загалом.





*Рис.1.1. Класифікація видів військового туризму за*

*Д. та М. Каднічанськими*

*Джерело: [11,10, 12].*

Іншим видом туризму є нелегальні тури, які прямують без посередньо до зони бойових конфліктів. Такі поїздки характеризуються високим ризиком для туристів, оскільки вони є нелегальними, безпеку клієнтів повинна гарантувати відповідальна компанія, а витрати на них є високими. Під час югославських конфліктів на початку 1990 -х років у такі зони можна було потратити. У Росії любителі гострих відчуттів їздили до Чечні. Сьогодні в США існують туристичні компанії, які спеціалізуються на цьому напрямку, наприклад, Warzone Tours Borders. Вони організують тури до Сирії, Афганістану та Лівану.

## 1.2. Аналіз стану та тенденцій розвитку ринку військового туризму

Військовий туризм в Україні є відносно новим сектором туризму та розваг. Проте, цей вид туризму набув чимало прихильників. Існує кілька тенденцій у розвитку цього виду активного туризму в Україні, відповідно до вподобань мандрівників. Розглянемо їх більш детально, оскільки вони впливають на продуктивний мікс військового туризму.

До них відносяться:

1. зростання попиту на тури на військову тематику в освітніх цілях;
2. високий інтерес мандрівників до наземних турів , які включають стрільбу зі зброї;
3. зростання ролі військово-ігрового туризму , зокрема страйкболу та пейнтболу;
4. збільшення кількості турів з використання військової техніки;
5. підвищений інтерес до повітряного транспорту, в тому числі до військових літаків;
6. створення туристичних позицій , орієнтованих на жінок;
7. підвищення інтересу до військової підготовки та підтримки збройних сил [1].

Розвиток військового туризму пов'язаний з певними економічними та історичними умовами розвитку країни та зрілістю самої туристичної галузі. В Україні розвиток та організація військового туризму визначається наступними цілями:

1. підтримка національного патріотизму та національних ідеалів;
2. ефективне використання наявного туристичного потенціалу;
3. удосконалення умов ведення бізнесу в туристичній галузі;
4. гармонізація розвитку з урахуванням історичних особливостей нашої країни;
5. підвищення надійності та прибутковості туристичної мережі;
6. збільшення відсотку зайнятих відсотків;
7. підвищення прибутковості туристичних підприємств;



8. залучення клієнтів шляхом пропозиції широкого асортименту продуктів та послуг;
9. надання послуг, що реагують на зміну споживчих уподобань;
10. сприяння співпраці між організаціями, що займаються розвитком послуг, залучених до розвитку військового туризму [2].

Розвиток військового туризму потребує значних зусиль, фінансових інвестицій та підтримки з боку центральних та місцевих органів влади. На жаль, наразі лише кілька туроператорів пропонують програми, орієнтовані на військовий туризм. Це пов'язано з низьким попитом на високою вартістю створення і просування таких туристичних продуктів.

Тому ми простежили тенденції розвитку військового туризму, яка з'явилася в Україні в останні роки. Ця тенденція позитивно впливає на пропозицію військового туристичного продукту в Україні, оскільки вона формується на основі попиту туристичного ринку. Водночас є проблеми, які необхідно вирішувати, і нові цілі, які необхідно ставити перед собою.

Так, основні проблеми розвитку військового туризму представлені в таблиці 1.1. «Проблеми та перспективи розвитку військового туризму в Україні»

Туристичні пропозиції є важливим елементом ринку військового туризму. Розглянемо, які саме тури пропонують українські туроператори.

Наразі в Україні існує лише кілька компаній, як туристичних агентств, так і спеціалізованих компаній, які організовують військові тури. Зазвичай українські туристичні компанії пропонують три види військових турів:

- наземні (поїздки на бронетехніці, бойові стрільби, відвідування музеїв);
- повітряні (польоти на винищувачах і спортивних автомобілях, стрибки з парашутом);
- морські (військові) тури;
- річкові;
- патріотичні;
- пізнавальні;

Таблиця 1.1

### Проблеми та перспективи розвитку військового туризму в Україні

Проблеми розвитку військового туризму	Перспективи розвитку військового туризму
Обмеження або заборона для відвідування окремих не функціонуючих об'єктів, слабе технічне оснащення об'єктів, відсутність фінансових засобів та інвестицій для розвитку галузі, відсутність законодавства у сфері військового туризму, зруйнованість деяких пам'яток, низька якість дорожнього покриття.	Збереження військових об'єктів, які становлять інтерес для розвитку військового туризму, наявність та можливість використання полігонів, військової техніки і т.д.
Відсутність законодавчої політики та державного регулювання розвитку цієї галузі, конкуренція інших держав, збереження несприятливих норм податкової політики для ведення малого бізнесу у країні.	Зростання зацікавленості в розвитку військового туризму в країні, підтримка військового туризму колишніми військово-службовцями та місцевими туристичними компаніями, надання туроператорами спеціальних послуг з військового туризму.

*\*Джерело: розроблено автором на основі [5]*

У багатьох випадках компанії не поділяють свої тури за військовою тематикою, а пропонують комбіновані варіанти. Найпростіші сценарії турів поєднують відвідування військових об'єктів або музеїв з польовою кухнею або військовими спортивними змаганнями.

Так наприклад, вже кілька років в Україні працює компанія «Консул Тревел», провайдер послуг військового туризму. Юридичний статус компанії підтверджує її співпраця з такими організаціями, як Державна компанія з експорту-імпорту, Міністерство оборони України та командування Сухопутних військ і Повітряних сил. Наземні програми проводяться на будь якому полігоні. Програма реалізується на одному з полігонів у Деснянському (50 км від Києва), Ужгородському (20 км від Ужгорода) та Яворівському [22].



Таким чином, автор О. Поліщук провів ґрунтовні дослідження туристичної пропозиції військового спрямування ще у період проведення антитерористичної операції на сході України. Популярними туристичними destinations він визначає такі області як Київську, Черкаську, Кіровоградську, Закарпатську, Івано-Франківську, Чернівецьку та Львівську. Серед організаторів автор відзначає компанію «Консул Тревел», туроператорів «Voyage Organization Group» та «Wonder&Holiday», клуб активного відпочинку «Тяжкий дощ», молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста», громадську організацію «Всеукраїнський військово-патріотичний центр-музей «Шампаньтранс», військовий готель «Грінгоф», Назара Думу (який розробив авторську програму) [22].

Нами систематизовано пропозицію військового туризму за регіональною ознакою та складом послуг (таблиця 1.2).

Сучасні маркетингові дослідження показують, що половина респондентів знали про поняття «військовий туризм» (54%), але не мали чіткого уявлення коли купували військовий тур, при цьому лише 4% купували військовий тур, а 11 % брали участь у самостійно організованому турі на військову тематику. Однак фактична кількість людей, які брали участь у поїздках на військову тематику, 31% відвідали військові музеї, 25% користувалися послугами військової техніки та 29% брали участь у військових стрільбах.

На думку турагентів, військовий туризм орієнтований на офісних працівників та мешканців великих міст, які хочуть відпочити. Інтерес з боку простих робітників, молодих і радикально налаштованих туристів. Великий інтерес до українських військових об'єктів ви являють іноземці (угорці, іспанці, канадці). Великою популярністю серед європейців користуються тури, присвячені історії Другої світової війни.

Часто туроператори пропонують комбіновані варіанти, не виокремлюючи подорож з воєнної теми. Найпростіший сценарій туру включає відвідування військових об'єктів і музеїв у поєднанні з польовою кухнею і військово-спортивними іграми. Якщо клієнти ходять покататися на військовій техніці, то, наприклад, у Києві є не одна бойова розвідувально-дозорна машина, що

здається воренду.

Таблиця 1.2.

**Пропозиція військового туризму**

Найменування фірми	Цінова політика	Область, місто	Туристичні об'єкти	Додаткові послуги
Компанія «Тревел Консул»	-	Київська, Закарпатська, Львівська області, Миргород, Умань, Івано-Франківськ	Полігонів: Деснянському, Ужгородському або Яворівському	Участь у стрільбі та веденні танка, а також бойових машин піхоти, політати винищувачах на діючих штурмових
Туроператор «Voyage Organization Group»	1331-2497 грн.	Київська	Київський стрілецький полігон	Стрільба, супровід персонального інструктора, користування зброєю та патронами згідно з обранною програмою, страхівка, прохолодні напої після закінчення туру
Туроператор «WonderSHoliday»	500-1600 грн. \ на людину	Кіровоградська, Київська	Секретний об'єкт «Скеля» та ставка Гімлера, музею ракетних військ	Екскурсія, стрільба, катання на БТР та БРДМ
Клуб активного відпочинку «Тяжкий дощ»	-	Львівська	-	Умовах, наближених до служби в армії
Молодіжний оздоровчий спортивно-туристичний функціональний центр «Садніста»	-	Чернівецька	-	Військових турів на бронетранспортерах у гірській місцевості
Громадська організація «Всеукраїнський Військово-патріотичний музей «Шампаньтранс»	-	Черкаська	Патріотичний центр музей «Шампаньтранс»	Рольові ігри, стрілянина холостими патронами, екскурсії, катання на військовій техніці
Військовий готель «Грінгоф»	-	Закарпатська	-	Історичні екскурсії, анімативні ігри, військова кухня

\*Джерело: розроблено автором на основі [22-28]

Україна має велику кількість військових меморіалів, більшість з яких є недоступним. У 2022 році Україна покращила свій рейтинг з 23-го на 15-те



місце з списку країн з найбільшою воєнізовано. Економікою за індексом милітаризації [30].

У ворожих районах між Росією та Україною на українській території збудовано багато оборонних споруд, які захищають життя солдатів і відіграють важливу роль у битві. Варто зазначити, що кожна з цих оборонних споруд супроводжувалася і буде супроводжуватися історією битви та життя і побутом населення, в тому числі тих, хто не був військовими. Ці оборонні споруди мають увійти в історію як фортеці, а після війни стати історичними пам'ятниками, пам'яті про силу та мужність українських захисників, які твердо стояли на захисті не тільки однієї фортеці, а всієї України!

Такими оборонними об'єктами є блокпости, окопи та укриття, які відіграють важливу роль в обороні населених пунктів та стратегічних об'єктів і відіграли важливу роль в історії воєнних дій.

Ще одним важливим оборонним об'єктом, про який не варто забувати, є Донецький аеропорт, оборона якого розпочалася 26 травня 2014 року, після того, як збройні формування захопили інфраструктуру, а українська армія провела спецоперацію із зачистки території. Згодом армія захищала об'єкти аеропорту протягом 242 дні, оборона ДАП тривала лише на тиждень менше, ніж оборона Севастополя під час Другої світової війни, і набагато довше, ніж оборона Брестської фортеці. З січня 2015 року обвалилася вежа Донецького аеропорту з українським прапором, і з'явився вираз: «Люди вистояли – не вистояв бетон» [7].

1000-річною оборонною спорудою, яка також була задіяна в російсько-українській війні, є Зміїв вал біля Білогородки (Бучанський район, Київська область), який був неприступним для російських ворожих військ. Під час українсько-російської війни Зміївський вал був названий давньоруською антиординською оборонною системою з гарантією на 2000 років [20].

У війні між Росією та Україною з 2014 року особливе місце посідають бої за Дебальцеве, Донецький аеропорт, Іловайськ, Маріуполь, Слов'янськ та Краматорськ. Географія цих боїв розширилася у 2022 році, коли Росія серйозно вторглася в Україну, і сьогодні такі бої можна простежити в Київській,

Чернігівській, Харківській, Донецькій, Луганські , Миколаївській, Херсонській та Запорізькій областях. Чорнобаївка також посідає важливе місце, адже вона сповнена легенд та історій про українські (козацькі) військові перемоги ще з часів російсько-української війни, і до сьогодні є місцем перемог, в яких українська війська розгромили війська та боєприпаси окупаційних сил.

Звичайно, всі війни, а отже, і всі великі війни, завжди супроводжуються людськими жертвами, тому тут завжди є пам'ятники, братські могили, кладовища і меморіали. Вони є особливо важливими через їхнє історичне значення для збереження та вшанування пам'яті про загиблих і поранених, а також про події, які тут відбувалися, загалом.

Крім того, створення музеїв пам'яті про російсько-українську війну (деякі з них створюються з 2014 року) має бути продовжено і вони повинні існувати по в сій Україні, а не лише в місцях , де відбувалися активні бойові дії. Це пов'язано з тим, що за перемогу боролися всі українці, а серед жертв є воїни та мешканці всіх регіонів України.

Майбутнє несправедливих вбивств , створення таких меморіалів в Бучі, Ірпені, Бородянці, Гостомелі, Охтирці, Ізюмі, Маріуполі та інших місцях, покаже всьому світові жахи війни всупереч цивілізованому світу та його розвиненості, а також подальші наслідки розвитку авторитарних режимів у країнах по всьому світу. Оскільки велика кількість населених пунктів досі перебуває під окупацією, повний статус постраждалого населення невідомий, що дозволяє припустити, що таких населених пунктів і жертв може бути набагато більше. Музеї пам'яті про українсько-російську війну мають продовжувати створюватися та існувати по в сій Україні, а не лише в місцях , де відбуваються активні бойові дії. Адже всі українці насправді воювали заради перемоги. Патріотичне виховання молоді та дорослих також має здійснюватися через історичну пам'ять про події війни для формування особистостей з політичною відповідальністю, національною ідентичністю, високими духовними цінностями , родинною любов'ю та патріотизмом.

Після закінчення війни з Росією, за умови правильної комунікаційної політики уряду, в Україні відкриваються великі можливості для розвитку



військового туризму: досвід країн, які пережили війни у 20 столітті, показує, що після завершення бойових дій частка туристів почне зростати. По-перше, особливого значення набудуть маршрути, пов'язані з війною, та знакові повоєнні об'єкти, оскільки туристи будуть більш зацікавлені та зможуть побачити все на власні очі. [5]

Для післявоєнного розвитку військового туризму в Україні пропонуємо провести наступні заходи:

1. створення меморіалів за підтримки органів державної влади у місті Буча, військовому аеропорту Гостомеля, де знаходиться розбитий літак "Мрія" та інших, які стали символами війни;
2. створення військових музеїв, які мають безпосередній вплив на туристів та відіграють важливу роль у формуванні прямого зв'язку з минулим шляхом збереження історичних ресурсів і спогадів про минуле для майбутніх поколінь;
3. розробка туристичних маршрутів для того, щоб вітчизняні та зарубіжні туристи змогли побачити, що відбувалось у зоні військових дій;
4. забезпечити транспортну доступність до меморіалів, військових музеїв тощо, оскільки транспортна інфраструктура, стан доріг, відповідна періодичність автобусного та залізничного сполучення між місцями їх розташування є одним із вирішальних факторів розвитку військового туризму;
5. залучення великого туристичного бізнесу з метою створення спеціальних туристичних зон або маршрутів шляхом зниження певних видів податків, маркетингової підтримки тощо. Це дасть змогу створювати робочі місця та розвивати туристичну галузь;
6. розробка та впровадження галузевих стандартів з надання послуг у військовому туризмі, що сприятиме інтенсивному розвитку туризму [6].

Таким чином, в Україні є пропозиції військового туризму. Здебільшого, існують однотипні пропозиції відвідати військовий музей чи стрільбище.

Пропозиція військових турів надана навіть не у всіх обласних центрах. Вважаємо за необхідне вдосконалення пропозиції товару військового туризму та її просування.

Можна з упевненістю сказати, що кількість людей, які цікавляться військовою тематикою, набагато більша, порівняно з тими, хто брав участь у військовій екскурсії. Виходячи з цього передбачається, що популярністю користуватимуться комбіновані тури (комбіновані наприклад в гастрономічному та історичному туризмі). Крім того, великий інтерес міжнародної спільноти до подій в Україні в майбутньому стане передумовою більшого попиту на іноземний туризм. Враховуючи зміни на ринку, туристичні оператори повинні діяти на випередження, а саме розглянути можливість розширення своєї пропозиції військового туризму привабливими турами.

### **1.3. Ресурсний потенціал Тернопільської області для розвитку військового туризму**

Передумови розвитку туризму є туристичний потенціал, який можна оцінювати в різних масштабах – глобальному, національному та регіональному. Туристичний потенціал – це сукупність органічно взаємопов'язаних природних в матеріальних ресурсів, здатних у процесі взаємодії давати продукти або товари.

Використання туристично-рекреаційних ресурсів, тобто природних, лікувальних, оздоровчих, культурно-історичних та рекреаційних об'єктів, доступних для організації туристичної діяльності, сприяє збільшенню економічних і матеріальних надходжень від туристичних, оздоровчих та рекреаційних послуг для внутрішніх й зовнішніх споживачів та ефективному функціонуванню подальшого розвитку потенціалу території, відновленню і забезпеченню умов розвитку туризму.

Тернопільська область має значний туристичний потенціал, що зумовлено наявністю на її території важливих ландшафтних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів. Необхідні умови для високого рівня туристичного потенціалу створюють вигідне географічне розташування області, багатство флори та фауни, численні фестивалі й ви ставки, історико-пізнавальна



спадщина та достатня кількість колективних засобів розміщення. Крім того, регіон має досить сприятливі екологічні умови та відносно низьку концентрацію промисловості [31].

Регіон має великий потенціал для туризму та відпочинку, включаючи транспортне сполучення, культурну спадщину та зростаючу туристичну індустрію. Цей потенціал є конкурентоспроможним, спираючись на природні, історичні, кліматичні, медичні та курортні можливості. Область має запаси мінеральної води, блакитної глини, торфу та лікувальних грязей, які сприяють розвитку туризму.

На території області, окрім великої кількості природно-рекреаційних ресурсів, міститься доволі значна частка пам'яток історії минулого. Сюди можна віднести пам'ятки архітектури, що слугували як оборонна споруда, музеї пам'яті певних подій, історичних постатей, місця захоронення і т.д.

Історико-культурна спадщина є одним з найцінніших надбань людства, важливим чинником розвитку історичної свідомості та фактором, що впливає на формування національної ідентичності та формування об'єднуючих цінностей у суспільстві. Історико-культурна спадщина є свідченням економічного, соціально-політичного, науково-технічного та культурного розвитку кожної країни. Цю спадщину необхідно зберігати, розумно використовувати, вивчати, відтворювати і передавати як естафету майбутнім поколінням.

Ефективне збереження, реставрація та належне використання культурно-історичної спадщини потребує спеціальних дослідницьких підходів, наукових досліджень під цим кутом зору, науково обґрунтованої державної політики у цій сфері та чіткої діяльності всіх органів влади щодо її реалізації, а також тісної взаємодії між суб'єктами громадянського суспільства (неурядовими) організаціями, засобами масової інформації, благодійними організаціями та ін.). [29].

Так наприклад, до архітектурних пам'яток Тернопільщини належать замки XIV–XVII ст., православні і католицькі храми, унікальні сакральні дерев'яні споруди, ратуші, палаци, старовинні кам'яниці тощо, хоча на Тернопільщині збереглося найбільше в Україні замків, проте практично всі перебувають на

різній стадії руйнування. Одним із небагатьох винятків є Збараський замок. Він розташований на княжій горі, біля центру старого Збаража. Першу кам'яну фортецю тут заклав князь Дмитро Корибут. Цю споруду двічі руйнували татарські орди, згодом замок був відновлений за проектом італійського архітектора під керівництвом інженера Андреадель Аква. Першопочатково перебуваючи у не кращому стані, порівняно з іншими замками, він був фахово відреставрований, і на сьогодні перетворився у першокласний музей та туристичний комплекс.

До Списку історичних населених місць України включено 30 населених пунктів Тернопільської області: Бережани, Борщів, Бучач, Вишнівець, Гримайлів, Гусятин, Залізці, Заліщики, Збараж, Зборів, Золотий Потік, Козова, Копичинці, Коропець, Кременець, Ланівці, Мельниця, Подільська, Микулинці, Монастирська, Підволочиськ, Підгайці, Почаїв, Скала-Подільська, Скалат, Теремовля, Тернопіль, Товсте, Хоростків, Чортків, Шумське.

Найбільше фортифікаційних споруд, з огляду на особливості історико-регіонального розвитку, збереглося на заході України. Одним з найвідоміших регіонів серед туристів по кількості архітектурних ансамблів є Тернопільська область. Варто зазначити, що історико-архітектурний спадок Тернопільської області включає у себе поєднання унікальних українських мотивів та етнокультурних особливостей сусідніх країн, як так чи інакше впливали на формування культури Західного Поділля.

Замки Тернопільщини – укріплені осідки володарів, що служили одночасно за житло і фортецю; виникли в середньовіччі для захисту перед ворожими нападами.

Щоб захистити Галицьку державу Волинь, князі (особливо Данило Романович) відновили та розбудували багато міст, зокрема Данилів та Кременець. Постійні загрози змусили їх прийняти рішення про будівництво оборонних зон на території сучасної Тернопільської області, особливо в Дністер, Зубрів, Серет, Нікулава, Стрипа та Золота Райпа. Ці замки також захищали своїх власників не лише від зовнішніх ворогів, але й від внутрішніх, таких як повсталі селяни та міщани. Вони також захищали



сусідніх феодалів, а всього на території країв налічувалося понад 100 замків. Лише на території сучасної Тернопільської області налічується понад 100 замків. Замки відрізнялися за формою, розмірами та обороноздатністю [20].

Культурна спадщина минулого, зберігається в музейних закладах Тернопільської області, в таких як: Тернопільський художній музей, Борщівський краєзнавчий музей, Велеснівський етнографічно-меморіальний музей В. Гнатюка, Меморіальний музей-садиба Леся Курбаса, Меморіальний музей Богдана Лепкого (Бережани), Літературно-меморіальний музей Юліуша Словацького та інші.

Збараський замок - це укріплена оборонна споруда в місті Збараж, що в Тернопільській області. Він розташований неподалік від центру міста, у парку Замкова гора. Замок був побудований між 1621 і 1631 роками за проектом італійського архітектора Вінченсо Скаммоці. Скаммоці вперше описав проект замку у своєму трактаті «Про ідею універсальної архітектури» (інший переклад «Про ідею універсальної архітектури».

Венеція, 1615, який пізніше застосував до Збаража. 1675 року замок був захоплений турками і спалений. Замок має квадратну форму і з усіх боків оточений болотами. Укріплення замку відображають останні досягнення європейської фортифікаційної техніки і складаються з круглого бастіону, чотирьох бастіонів і рову, що оточує весь замок. Прямокутний палац колись був внутрішнім двором. Палац складається з двох поверхів і має типову ренесансну форму. Головний вхід підкреслений балконом на кам'яній консолі. Фасад замку також збудований у ренесансному стилі [9, с.204].

Микулинецький замок – у 1550 році власниця Микулинців Йорданова наказала побудувати кам'яний замок для захисту від набігів татар, як щороку неодноразово нападали на місто. Замок був побудований на місці дерев'яної оборонної споруди. Замок давав відносно відчуття без пеки. Він витримав кілька облог, а на його стінах досі збереглися сліди гарячої смоли, якою обливали голови нападників. 1672 року він був сильно пошкоджений військами Ібрагіма Сішмана, а до 18 століття занепав і втратив свою оборонну функцію, аж поки 1815 року його не купив австрієць Конопка.

Барон облаштував у фортеці текстильну фабрику, а з початку 20 століття замок перебуває в занедбаному стані. Ніяких реставраційних робіт не проводилося. Однак до 900 -річчя Микулинців проектний інститут

«Укрпроектреставрація» (Львів) підготував матеріали для реставрації замку. Замок має форму квадрата зі стінами довжиною 75 метрів і оборонними мурами товщиною 2 метри. У трьох кутах замку стояли триповерхові круглі вежі з гарматними отворами. І з західного боку стіни знаходиться глибокий рів і брама з розсувним мостом. В середині замку розташовані житлові будівлі, під якими є підземелля та підземні ходи [21].

Скала-Подільський замок – оборонна споруда в селищі Скала Подільська Борщівського району Тернопільської області. Є пам'яткою архітектури національного значення. Розташований на високій скелі на правому березі річки Збруч, має витягнуту форму, зумовлену рельєфом місцевості. Річка Збруч та її круті скелясті береги забезпечують природний захист з трьох боків. З єдиного доступного південного боку – глибокий рів і кам'яний мур з напівкруглою пороховою вежею, що виступає з нього. Поруч в'їзна брама, до якої можна дістатися лише підвісним мостом. На думку багатьох дослідників, перший дерев'яний замок був побудований на місці давньоруського городища і був зруйнований під час монголо-татарської навали; у 1331 році литовський князь Коліатович, тодішній власник Поділля, збудував кам'яний; у 1393 році замок придбав литовський князь Вітольд. З 1515 року власник замку був кам'янецький староста С. Лянцколонський, який згодом перебудував і укріпив воєвода Сан -Меш.

Зруйнований татарами у 1516 році і замінений кам'яним замком бастионного типу з міцними стінами, який був майже повністю зруйнований волохами у 1538 році; здобутий військом Агротоко шака у 1648 році; у 1657 році – князем Трансільванського королівства Дьордем Ракоці. Був зруйнований внаслідок нападів; з кінця 18 століття до 1939 року замок належав родині Горчовських, які збудували в місті ще один палац і розбили навколо замку парк; у 1930-х роках влада забезпечила збереження руїн замку, провела фотофіксацію та архітектурні обміри. Пізніше замок розібрали для



виробництва будівельних матеріалів. До сьогодні зберігся чотириповерховий пороховий склад.

Окрім цього, на території Тернопільщини знаходиться достатня кількість місць присвячених важливим історичним подіям:

- будинок, у якому знаходився уряд Західно Української Народної Республіки, працював голова уряду ЗУНР Сидір Голубович;
- будинок житловий, в якому проживав керівник національної партії Кшиштоф Савицький;
- будинок, у якому була тюрма, де ув'язнювались жертвитоталітарного режиму;
- будинок, у якому була СШ №1, у якій органами НКВС були заарештовані учні 10 -го класу та розташовувався штаб Пд.-Зх.Фронту і тд.

Основні передумови розвитку туристичної галузі області найбільш об'єктивно відображає SWOT-аналіз.

Таблиця 1.3

### SWOT-аналіз туристичного потенціалу Тернопільської області [29]

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Вигідне геополітичне розташування, автомобільні, залізничні та повітряні сполучні шляхи міжнародного значення;</li> <li>- велика кількість унікальних туристично-рекреаційних об'єктів</li> <li>- наявність особливих територіальних особливостей</li> <li>- наявність значних рекреаційних територій</li> <li>- наявність різноманітного туристичного продукту;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Незадовільний стан пам'яток природи, історії, культури;</li> <li>- низький рівень розвитку туристичної інфраструктури</li> <li>- незадовільний стан доріг та відсутність під'їздів до багатьох популярних туристичних об'єктів</li> <li>- недостатня кількість розроблених туристичних маршрутів в межах області;</li> <li>- нераціональне розміщення об'єктів готельного господарства в області та низький рівень розвитку сфери обслуговування;</li> <li>- низький рівень матеріально-технічної бази рекреаційної сфери;</li> <li>- недостатня кількість спеціалістів для реконструювання та відновлення історико-культурних пам'яток ;</li> <li>- невідповідність якості рекреаційних послуг міжнародним стандартам</li> </ul>

## Продовження таблиці 1.3.

Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Дослідження та ефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу області;</li> <li>- проведення масових заходів з метою ознайомлення з унікальними пам'ятками без розвиненої інфраструктури;</li> <li>- проведення активної рекламно-інформаційної роботи щодо заохочення інвестування туристичної сфери;</li> <li>- зробити туристичну діяльність однією з пріоритетних галузей економіки області;</li> <li>- вихід туристичного потенціалу області на міжнародний ринок.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Велика конкуренція з потужним сусіднім курортним регіоном;</li> <li>- недооцінка значення туризму для розвитку регіону;</li> <li>- потреба в ремонті локальної транспортної інфраструктури;</li> <li>- зміни в потребах і перевагах потенційних споживачів послуг, як наслідок - втрата клієнтів ;</li> <li>- ймовірний відтік кваліфікованих кадрів</li> <li>- висока конкурентність європейських ринків.</li> </ul>

*\*Джерело: розроблено автором на основі [29]*

З точки зору туристичного потенціалу, тут є історичні, архітектурні, маніфестаційні ресурси.

Дослідження історико-культурного потенціалу Тернопільської області використовується з метою визначення основних напрямків раціонального його використання:

- залучення інвестицій для розвитку регіону та сприяння оцінці інвестиційної привабливості регіону в цілому;
- визначення заходів щодо збереження, охорони та реставрації пам'яток історико-культурної, архітектурної та природної спадщини в регіоні;
- відновлення історичних об'єктів ;
- збереження традиційної культури шляхом організації нових фестивалів, що відображають самобутню культуру місцевих громад.

Тернопільщина має можливості для розвитку військового туризму.

Цей вид туризму включає екскурсійні заходи з відвідуванням існуючих архітектурних та історичних елементів.



## РОЗДІЛ 2

# ПРОЄКТ ПРОДУКТУ ВІЙСЬКОВОГО ТУРИЗМУ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЙОГО ПРОСУВАННЯ НА РИНКУ УКРАЇНИ

### 2.1. Розроблення маршруту та програми туру

Екскурсійна програма сформована з урахуванням всіх необхідних технологій та чинників, що є ключовим моментом у задоволенні туриста. Тур - це одиниця туристичного продукту, яка створена туристичним оператором з попередньо сформованим маршрутом та у визначених термінах виконання. Розробка туру є складним поетапним процесом, який виконується освіченими у туристичній сфері спеціалістами.

Програма є щоденним розпорядком, призначеним для реалізації мети подорожі.

При розробці програми слід враховувати наступні моменти:

— загальний ліміт часу програми повинен становити залежно від контингенту туристів, 12-14 годин залежно від стану мандрівника (молодші та старші групи повинні мати більше часу для відпочинку вночі та можливостей для відпочинку вдень), а також програма повинна передбачати щонайменше 8 годин відпочинку вночі та деякий час після їжі;

— при складанні програми рекомендується використовувати приблизний розрахунок часу, необхідного для проживання (включаючи транспорт), харчування (сніданок – 30 хвилин, обід 60 хвилин, вечеря 45 хвилин), огляду визначних пам'яток (тривалість екскурсій коливається від 1 до 3 годин, залежно від змісту, тематики і використовуваного транспорту) і дозвілля (час, витрачений на вистави, концерти, тощо);

— витрати часу на транспортування між основними пунктами маршруту визначаються відповідно до умов обраної схеми;

- програма повинна бути варіативною: включати екскурсійні програми вільного вибору та інші форми вільної організації дозвілля [8].

Розробка даного військово-пізнавального туру розрахована на ознайомлення з культурою і традиціями Тернопільської області та відвідування визначних історико-культурних пам'яток регіону. Патріотична складова туру проявляється через знайомство зі справжньою багатовіковою історією української нації та яскравими історичними подіями та особистостями, якими пишається Україна впродовж екскурсій замками та палацами.

Ми створюємо груповий тур, який полягає у спільній поїздки декількох осіб по єдиному маршруту в однакових умовах. Кількість осіб у групі повинна становити не менше 15 чоловік. Тривалість туру 5 дні.

Оскільки даний маршрут розроблено в одному регіоні, він передбачає комфортність, достатність вільного часу для туристів та цікавість для кожної особи зокрема. Маршрут нашої екскурсійної програми є тематичним, оскільки переважає екскурсійне обслуговування, військова та пізнавальна спрямованість. Перевагою даного туристичного продукту є те, що він не є сезонним.

Розширення пропозиції військового туризму в Україні можливе шляхом розробки нового військового туру «Фортці Тернопільщини», маршрут якого виглядає наступним чином: Кременецький замок – Вишнівецький палац – Збаражський замок - Бережанський замок – Язловецький замок - Скала-Подільський замок – Теребовлянський замок – Скалатський замок.

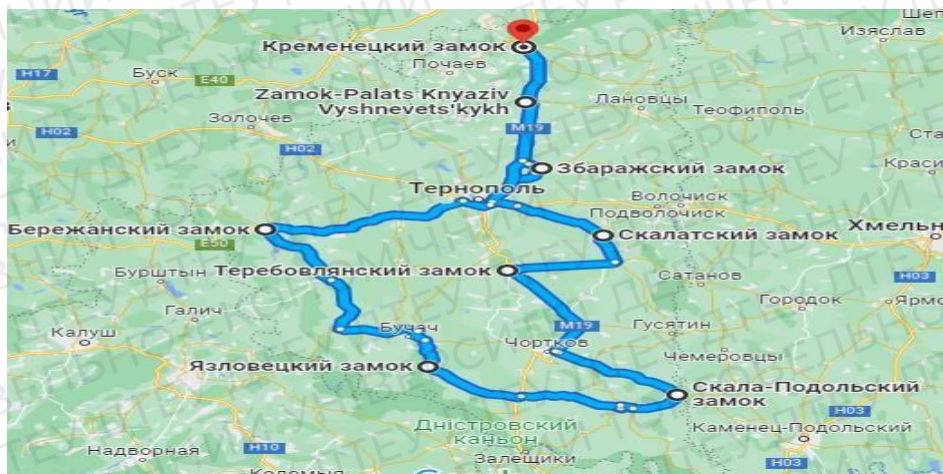


Рис. 2.1. Схема маршруту туру

\*Джерело: складено автором

Розміщення туристів проводить ся в готельно-ресторанних комплексах



«Гетьман», «Надія», «Юність», що знаходиться у межах Тернопільської області, у двомісних номерах. Всі номери обладнані ванною кімнатою, телевізором, супутниковим ТВ, телефоном. Гаряча і холодна вода—цілодобово.

Опис маршруту:

– Кременецький замок: Кременець на горі Бона ще до татаро - монгольської навали мав міцну фортецю із земляних і дерев'яних стін . Вона змогла протистояти угорському королю (1226), великому війську хана Батия (1241) і хан а Кремса ( 1254): була розібрана князем Василем на вимогу монголів у 159 році; відбудована литовськими правителями у 14 столітті, зі стінами і вежами з пісковика, а не з дерева. Сьогодні замок є частиною Кременецько-Почаївського національного культурно-архітектурного заповідника. Однак замість неприступної фортеці на замковій горі ( 100 метрів над містом) стоять руїни, серед яких вежа над брамою, в'їзна арка в готичному стилі та частина оборонного муру. На замку встановлено дві охоронні дошки, архітектурну дошку і ще одну меморіальну дошку на честь битви з петровськими ордами [9].

Таблиця 2.1.

### Програма туру « Фортеці Тернопільщини»

День	Події	Початок, год.	Кінець, год.
1 день	Приїзд до м. Кременець	07:00	09:00
	Сніданок в кафе	09:00	10:00
	Екскурсія по Кременецькому замку	10:00	12:30
	Обід , вільний час	12:30	13:30
	Переїзд до міста Вишневець, екскурсія по палацу	13:30	16:30
	Вільний час	16:30	17:30
	Переїзд до Збаражу, розміщення в готелі «Гетьман»	17:30	19:00
	Вечеря в готелі	19:00	20:00
	Вільний час	20:00	-
2 день	Сніданок в кафе готелю	09:00	10:30
	Екскурсія по території Збаражського замку (стрільба з луку, арбалета)	10:30	13:30
	Обід	13:30	14:45
	Переїзд до Бережан та розміщення в готелі «Надія»	14:45	16:45
	Вечеря, вільний час	16:45	20:00

## Продовження таблиці 2.1.

3 день	Сніданок в кафе готелю «Надія»	09:00	10:30
	Відвідини Бережанського замку та цікавих місць поряд з замком	10:30	13:00
	Обід	13:00	14:30
	Від'їзд з Бережан, переміщення до м. Язловець, заселення в готель «Юність»	15:00	17:30
	Вечеря	17:30	19:00
	Вільний час	19:00	-
4 день	Сніданок в кафе готелю	09:00	10:00
	Екскурсія Язловецьким замком та цікавими місцями поряд	10:00	12:00
	Обід	12:00	13:30
	Вирушення до Скали-Подільської	13:30	15:00
	Відвідування Скала-Подільського замку	15:00	17:30
	Переїзд до м. Теребовля , розміщення в санаторії «Медобори»	17:30	19:00
Вечеря, вільний час	19:00	-	
5 день	Сніданок	09:00	10:20
	Огляд Теребовлянського замку	10:20	12:20
	Відвідування цікавих місць поряд із замком	12:20	13:45
	Обід	13:45	14:45
	Переїзд до м. Скалат	14:45	15:30
	Екскурсія по Скалатському замку	15:30	16:30
	Вільний час	16:30	17:45
Повернення до Києва	17:45	20:00	

*\*Джерело: авторська розробка*

– Вишнівецький палац: Нинішній палац стоїть на місці оборонного замку, збудованого у 1395 році, який був перебудований та укріплений коштом Яреми Вишневецького у 1640 році. Він модернізував укріплення замку і побудував монастир кармелітів, який став частиною повної оборонної системи замку Вишневецьких. Під час монголо-татарського літа імпровізовану оборону Вишневецького замку очолив вишневецький староста Єжи Борковський, співвітчизник, українець за походженням.

Потягом 11 днів невеликі укріплення замку унеможлилювали взяття його переважаючим ворогом, замок був захоплений, а всі шляхтичі, що перебували в пастці – вбиті. Після того, як замок був зруйнований наприкінці 17 століття, стіни були відновлені в 1705 році. [32].

Збаражський замок: Плани замку на замовлення Кшиштора Збараського виконав італійський архітектор Вінченцо Скамоцці. 1627 року Генріх ван Паа н



змінив плани, зробивши їх більш оборонними, і замок перейшов до брата Кшиштора Юлія. 1649 року замок взяв в облогу Богдан Хмельницький, а 1675 року його захопили та спалили турки. Пізніше Дмитро Вишневецький відновив замок і зробив його своєю резиденцією. З 1682 року замок контролював Станіслав Потоцький, а його нащадки володіли ним до середини 19 століття.

Сьогодні Збараський замок є національною культурною та архітектурною спадщиною. Він був визнаний одним із семи чудес України і містить краєзнавчий музей з понад 25 виставковими залами (археологія, етнографія, регіональні артефакти, зброя, сакральне мистецтво, нумізматика, органний зал, живопис, скульптура та вишивка).

– Бережанський замок: Бережанський замок – пам'ятка оборонної архітектури в містечку Бережани Тернопільської області (Галиччина), збудована між 16 і 18 століттям родиною Сенявських. Костел Святої Трійці (1554) всередині замку є усипальницею родини Сенявських. Бережанський замок, відомий як «Східний Вавилон», вважається найважливішою оборонною спорудою епохи Відродження. Його велика територія, яка є частиною міського парку, була оточена кам'яними стінами. На відміну від інших фортець, замок Бережани був побудований не на високій горі, а в глибокій болотистій річковій долині на острові, утвореному двома притоками річки Золота Липа. Замок будувався не як військова чи оборонна споруда, а як оборонно-житлова будівля. У 1570 році замок був розширений і укріплений. [9].

– Язловецький замок: Перша згадка про замок датується 14 століттям, коли його будівництво розпочала королівська родина Бучацьких-Язловецьких. Замок продовжували добудовувати та модифікувати різні власники, а в 1643 році його придбав спадкоємець престолу Станіслав Конєцпольський. Разом зі своїм сином Олександром він добудував напівкруглу вежу з північного боку і оточив фортецю нижчими стінами, утворивши оборонне коло. Це дозволило споруді пережити кілька нападів, але вона не витримала турецької атаки 1672 року та ординського нападу 1675 року. 1747 року новий власник фортеці, Станіслав Понятовський, перебудував нижній замок на палац.

Сьогодні Язловецький замок входить до складу національного природного заповідника «Тернопільський замок». Замок має великі, добре збережені та імпозантні ворота і вали, що досягають 4 метрів у висоту. В середині замку знаходиться монастир і санаторій, а на другому поверсі – костел і музей Блаженної Марселіни Даровської [32].

– Скала-Подільський замок: давня назва цього замку та прилеглого поселення – Скала над Збручем. На думку багатьох дослідників, перший дерев'яний замок був побудований на місці давньоруського городища, яке було зруйноване під час монголо-татарської навали; у 1370-х роках литовський князь Коріятович, тодішній власник Поділля, збудував кам'яний замок; у 1394 році литовський князь Вітовт зайняв місто. Після 1443 року Скала стала адміністративним центром староства, а замок – королівським поселенням, як оборонний і поселенський центр та потужна фортеця, згідно з історичними документами, представленими Михайлом Грушевським. Після 1515 року замок перебував у володінні кам'янецького старости Станіслава Лянцкоронського, був перебудований і укріплений.

– Тербовлянський замок : Дерев'яна фортеця на Замковій горі була збудована 11 столітті князем Васильком Тербовлянським, у 1241 році була захоплена і зруйнована великою армією хана Батия . В середині 14 століття відновлена та укріплена як форпост Польського королівства . Однак його не оминули спустошливі татарсько-турецькі набіги, і в 1594 році замок захопив повсталий Северин Наливайко. 1631 року на замковому пагорбі місцевий староста Олександр Балабан збудував нову, імпозантну кам'яну фортецю.

Фортеця пережила кілька нападів: у 1648 році війська Богдана Хмельницького та з 1673 по 1688 рік орденського клану [9].

Сьогодні Тербовлянський замок входить до складу природного заповідника «Тернопільський замок» . Фортеця загалом добре збереглася, хоча її кам'яні стіни ледве видно з центру міста через густу рослинність на вершині пагорба. У замку також знаходиться пам'ятник Софії Хшановській, яка очолювала оборону замку під час турецько-польської війни, який був



відновлений у 2012 році.

– Скалатський замок : Перший камінь у фундамент замку заклав Кшиштоф Віхровський у першій половині 117 століття. Пізніше, як придане за донькою Кшиштофа, замок перейшов у власність родини Філаїв, був сильно пошкоджений під час Визвольної війни 1648 -1657 років та татарсько-турецьких набігів 1670-х років, відбудований родиною Вожицьких наприкінці 18 століття і залишався у власності родини до 1930 -х років. Пізніше вона була зруйнована під час Другої світової війни. В існуючій вежі зараз розміщені експонати музею. Тут можна побачити середньовічну зброю, картини та різьблення по дереву. Підвал відкритий для відвідування. [32].

У вартість туру входить:

1. Проживання у готелях;
2. Екскурсії та послуги гіда;
3. Вхідні квитки;
4. Транспорт.

Під часу маршруту туристи зупиняються на ночівлю у двох готелях: готель «Black Sea» у Скадовську та «Santa Monica» на острові Бірючий.

По всьому маршруту будуть доступні заклади для харчування, але їх відвідування не входить у вартість путівки. Сніданок, обід та вечеря у готелях надаються за додаткову плату відвідувача.

## 2.2. Заходи з просування туру на ринку України

Реклама – це самостійна галузь індустрії, в якій каналами поширення називають ті реальні засоби, які використовуються для популяризації та просування на ринок продукції та послуг. До каналів поширення відносять:

- засоби масової інформації;
- спеціалізовану друковану продукцію;
- зовнішню рекламу;
- засоби "директ мейл";

- фантазійну рекламу;
- товарну рекламу;
- інші засоби просування реклами.

Туристична реклама – це активний спосіб реалізації маркетингової політики туристичної фірми, просування туристичного продукту, зміцнення зв'язків між виробниками та споживачами, засіб поширення інформації та переконання, створення іміджу продукту, формування довіри та готовності до купівлі [20].

Маркетингові методи дуже різноманітні. Розповсюдження реклами має бути цілеспрямованим і стратегічно продуманим, оскільки навряд чи листівки будуть роздаватися в травматологічному відділенні лікарні, щоб продавати велосипедні тури.

Якщо тур є сезонним, рекламну кампанію слід розпочинати за кілька місяців до початку туру. Якщо ж тур не є сезонним, то важливим фактором є цільова аудиторія.

Рекламна кампанія повинна включати в себе відео та аудіо ролики (можливо навіть застосування матеріалів з попередніх екскурсій, які уже відбулись та позитивними відгуками туристів, які приймали у ній участь), рекламні листівки, участь фірми, яка організовує дану екскурсію, у різногороду профільованих виставках, семінарах тощо [19].

Постійно проводити акції для зацікавлення туриста та періодично вносити зміни для урізноманітнення екскурсії. Інформація реклами повинна бути максимально стисла, легка для швидкого усвідомлення (якщо це радіо), повинна привертати увагу та запам'ятовуватися (якщо це телебачення або рекламна листівка) та містити тільки саму необхідну інформацію: короткий маршрут, або саме визначне місце на маршруті, вартість та контакти за якими турист зможе отримати додаткову необхідну йому інформацію.

Для того, щоб підвищити ефективність продажів конкретного туру та забезпечити збільшення прибутку, необхідно провести маркетингове дослідження українського туристичного ринку.



Для цього слід розробити анкету:

- 1) Визначте, які дані ви хочете отримати (середня ціна, яку сплачують клієнти, найпопулярніші курорти серед населення, мотивація клієнтів, які категорії населення є потенційними клієнтами).
- 2) Сформулюйте питання, що відповідають необхідним вам результатам.
- 3) Визначити порядок запитань.
- 4) Провести опитування на основі анкети.
- 5) Обчислити результати опитування.

У ході дослідження було розроблено анкету для виявлення потенційних клієнтів, яка має наступний вигляд (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

#### Анкета для визначення потенційних клієнтів

Питання	Варіанти
1) Вкажіть вашу стать	А) Жіноча Б) Чоловіча
2) Вкажіть ваш вік:	а) до 18 років; б) 18-25 років; в) 25-35 років; г) 35-55 років; д) понад 55 років.
3) Вкажіть ваш рівень освіти?	а) середня; б) середня професійно-технічна; в) вища; г) інше (вкажіть свій варіант).
4) Вкажіть Ваш рівень доходу протягом місяця?	а) до 6000 грн.; б) 6000–9000 грн.; в) 9000–12000 грн.; г) понад 12 000 грн.
5) Чи вважаєте ви цікавим та перспективним військовий туризм в Україні?	а) вважаю перспективним та цікавим; б) цікавий, але перспектив не бачу; в) цікавий лише для разового відпочинку; г) мало цікавий, хіба що постріляти; д) нецікавий та неперспективний.

## Продовження таблиці 2.2.

6) Якому виду військового туризму ви надасте перевагу: активному чи пасивному?	а) пасивний; б) активний.
7) Якому напрямку пасивного військового туризму ви надали б перевагу?	а) екскурсійному; б) розважальному; в) неорганізованому
8) Якому з видів активного військового туризму ви надасте перевагу?	а) ігровому; б) тури із застосуванням військової техніки; в) сухопутні тури зі стрільбиною зі зброї; г) водний та підводний військовий туризм.
9) Яку мету Вам би хотілося б досягти підчас військового туру?	а) пізнавальну; б) навчальну; в) екстремальну.

*\*Джерело: авторська розробка*

Розробка реклами полягає в тому, щоб до споживача різної категорії донести всю суть.

Рекламу туру слід розмістити у журналі «Туризм в Україні», тому що така реклама перш за все представлена оголошенням з текстом та малюнком, а також рекламними статтями. Перевагами журналів є їх виразність, багатоколірність, якість друку та паперу та загальна привабливість оформлення. Така реклама коштуватиме значно дорожче ніж в газеті, але й ефект буде очікуваний. Реклама в журналах націлена на постійного читача, та на окрему цільову аудиторію [4].

Для того, щоб реклама в пресі досягла потенційних споживачів, необхідно вибрати відповідне видання. При аналізі видань звичайно вивчають наступні аспекти:

1. зміст друкованих матеріалів та їх цінність для потенційних споживачів;
2. читацька аудиторія;
3. тираж – дає уявлення про можливе охоплення цільової аудиторії;



4. періодичність випуску;
5. розцінки на рекламу.

Також доцільним є використання фірмових календариків із зображенням одного з туристичних об'єктів та вказаного номера телефону. Така реклама є ненастирною, приємною і тому ефективною.

### 2.3. Економічне обґрунтування туру

Розрахунок вартості туру є складною багатофакторною процедурою.

На ціноутворення впливає характер попиту, розвиненість ринку туристичних послуг, місце туристичної фірми на ньому та оцінка конкурентного середовища, обрана маркетингова стратегія тощо.

Ціна туру відтворює економічний бік діяльності суб'єкта господарювання і відбиває його комерційну політику на ринку туристичних послуг. Ціноутворення ускладнюється також введенням до складу турпродукту туристичних ресурсів, тоб то різноманітних пам'яток, що за економічною сутністю є результатами вкладеної колись праці, або туристичних благ, що взагалі не є продуктами праці (клімат, мальовничі ландшафти тощо) [5].

Ціна туру залежить від класу обслуговування, терміну та сезону подорожі, її виду та форми. На неї впливає кон'юнктура ринку та характер обраної маркетингової стратегії (реклама, канали реалізації тощо). Ціна на турпродукт обраховується методом нормативної калькуляції (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

#### Розрахунок вартості запропонованого туру

№п/п	Стаття видатків	Сума грн. на одного туриста
1.	Проживання і харчування	700
2.	Транспортне обслуговування	259,08
3.	Екскурсійне обслуговування	450

4.	Страховка	310
5.	Додаткові послуги	30
6.	Видатки на керівника групи	64,5
6.	Прибуток(15%)	203,3
7.	Податок на прибуток(23%)	46,75
8.	ПДВ(20%)	321,04
9.	Всього	2384,63

*\*Джерело: авторська розробка*

Розрахунок вартості проживання:

Проживання і харчування:

Збараж – Проживання в готелі "Гетьман " - 250 грн/доба.

Бережани – Проживання в готелі "Надія" - 350 грн/доба (сніданок включено в вартість проживання).

Язловець – Проживання в готелі "Юність" - 300 грн/доба. Терехівля – Проживання в санаторії «Медобори» - 250 грн.

Всього: 250 грн. + 350 грн. + 300 грн. + 250 грн. = 1150 грн. - вартість проживання на одного туриста.

Харчування в основному включено у вартість проживання, або ж оплачується самостійно туристом.

Транспортне обслуговування здійснюється туристичним автобусом, який є власністю турфірми. Отже, вартість транспортних послуг встановлює турфірма-власник.

Відповідно до тарифів, загальна вартість транспортних послуг на групу з тридцяти людей становитиме 7775,46 гривень.

Вартість на одну особу:  $7775,46 : 30 = 259,19$  грн. Екскурсійне обслуговування на одну дорослу людину: Екскурсія до Кременецького замку – 10 гривень Екскурсія «Місто легенд» - вхід 120 гривень Екскурсія в Вишнівецький палац - вхід 80 гривень Екскурсія До Збаражського замку – 80 гривень Екскурсія в Бережанський замок - вхід 20 гривень Екскурсія в Язловецький замок - вхід 50 гривень Екскурсія в Скала-Подільський замок-



вхід 40 гривень Експерсія в Тербовлянський замок – вхід 20 гривень Експерсія до Скалатського замку - вхід 30 гривень

Всього:  $10 + 120 + 80 + 80 + 20 + 50 + 40 + 20 + 30 = 450$  грн - вартість експерсійного обслуговування на одну особу.

Додаткові послуги:

Загальна сума за послуги експерсовода під час всього туру становить 900 гривень.

Отже, вартість на одну особу становить -  $900 : 30 = 30$  грн.

Страховання на одну людину становить 310 гривень. Видатки на керівника групи:

$((700 \text{ грн.} + 259,19 \text{ грн.} + 450 \text{ грн.} + 30 \text{ грн.} + 310 \text{ грн.}) * 5\%) : 100 = 64,5$  грн.

одна особа сплачує на керівника групи.

Собівартість:

$259,19 + 30 + 310 + 450 + 64,5 = 1355,18$  грн.

Прибуток:

$18 * 15\% / 100\% = 203,3$  грн.

Податок на прибуток:

$3 * 23\% / 100\% = 46,75$ .

ПДВ:

$((1355,18 + 203,3 + 46,75) * 20\%) / 100\% = 321,04$  грн.

Загальна вартість туру:

$700 + 259,08 + 450 + 30 + 310 + 64,5 + 203,3 + 46,75 + 321,04 = 2384,6$  грн.

В кінцевому результаті загальна вартість туру для одного туриста становить 2384,6 грн.

Отже, запропонований нами тур може стати маленьким поштовхом для розвитку туризму в регіоні. Але для цього необхідно вжити усіх заходів для підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках, стимулювати розвиток перспективних видів туризму, активно використовувати інформаційні технології для просування туристичного продукту Тернопільщини на внутрішньому та зовнішньому

ринках, сприяти перетворенню туристичної сфери у туристичний бізнес, що дасть змогу підняти економіку регіону, створити робочі місця та забезпечити значні надходження до бюджету.





## ВИСНОВКИ

За результатами проведених досліджень можна зробити наступні висновки.

Сьогодні військовий туризм починає відігравати важливу роль у суспільстві, виконуючи пізнавальну, виховну, об'єднуючу та культурну функції, а також спортивну, естетичну та психо-емоційну функцію.

Наукова література свідчить, що військовий туризм має різні концепції та підходи до його ролі в системі класифікації. У цьому контексті пропонується під військовим туризмом слід розуміти спеціалізований вид туризму, історичні військові об'єкти та сучасні пам'ятки, долучення до реальності сучасного військового життя, брати участь у безпечних військових заходах та історичних подіях, історичної та військової історії.

Військовий туризм в Україні є відносно новим сектором туризму та розваг. Проте, це вид туризму здобув багато прихильників. Попит зумовив різні тенденції розвитку цього виду активного туризму в Україні, які впливають на збільшення пропозиція продуктів військового туризму. Серед основних тенденцій – тури на військову тематику з освітньою метою, наземні тури зі стрільбою, військовий туризм з іграми, зростаючий інтерес до військової підготовки та підтримки збройних сил, а також участь жінок у чоловічих видах відпочинку. Ці тенденції позитивно впливають на пропозицію продуктів військового туризму в Україні, оскільки вони формуються під впливом попиту туристичного ринку.

Військовий туризм недостатньо розвинений в Україні. Здебільшого, існують однотипні пропозиції відвідати військовий музей чи стрільбище. Пропозиція мілітарі-турів надана навіть не у всіх обласних центрах. Необхідне вдосконалення пропозиції товару військового туризму та її просування.

Також було проаналізовано туристичний потенціал Тернопільської області на наявність ресурсів, що сприятимуть успішному розвитку військового туризму на території регіону.

Для того, щоб такий військовий туризм був успішним, необхідно враховувати досвід зарубіжних країн. Так, з урахуванням тенденцій, використовуваних зарубіжними країнами, було розроблено і розраховано маршрут п'ятиденного туру «Фортеці Тернопільщини». Він виглядає наступним чином: Кременецький замок – Вишневецький палац – Збаражський замок – Бережанський замок – Язловецький замок – Скала – Подільський замок – Тербовлянський замок – Скалатський замок. Цільова аудиторія пропонованого туру мандрівники різного віку, які цікавляться історією, і які хочуть поєднати пізнавальну та активну цілі подорожі, забезпечивши себе розвагами, а також фізичною та військовою підготовкою.

При правильному підході до управління попитом і пропозицією ця поїздка може стати моделлю успіху в містах по всій країні.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Військовий туризм: все, що треба знати про відпочинок із автоматом. ТСН. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://tsn.ua/tourism/viyskoviy-turizm-vse-scho-trebaznati-pro-vidpochinok-iz-avtomatom-353384.html>.
2. Військовий туризм як один з перспективних напрямків післявоєнного розвитку туризму в Україні. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://scholar.googleusercontent.com/scholar?>
3. Голова ДАРТ: після війни туризм зміниться в будь-якому випадку [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://interfax.com.ua/news/interview/826803.html>.
4. Головка Г. Святині мальовничої Тернопільщини.. 2006. 14-15. с. 37.
5. Городинський Ю. Проблеми і перспективи розвитку туризму у Тернопільській області. *Вісник львівського університету. Серія: міжнародні відносини*. 2012. с. 211.
6. Гуржій, О., Пилявець, О. Сучасна воєнно-історична та воєнна термінологія: проблемні питання. *Сторінки воєнної історії України: Збірник наукових статей*, 12. 2009. С. 19–24.
7. Дударчук К.Д. Історико-культурні туристичні ресурси тернопільської області: стан збереження та використання [монографія]. Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2013. С. 26-27.
8. Дутчак С., Дутчак М. Деякі аспекти виділення сегментів спеціалізованого туризму та їх стан на території Чернівецької області. *Туристсько-краєзнавчі дослідження*. 1999. С. 123-136.
9. Замки Тернопільщини [Електронний ресурс]. Режим доступу: [https://dity.te.ua/castles\\_for\\_children](https://dity.te.ua/castles_for_children).
10. Каднічанський Д., Каднічанська М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. *Географія, економіка і туризм*:

національний та міжнародний досвід: матеріали XIV Міжнародної наукової конференції. (Львів, 9 жовтня 2020 р.). Львів, 2020. С. 132-138.

11. Каднічанський, Д. Історична спадщина УПА і туризм. *Географія і туризм: європейський досвід*. 2009. С. 63-66.
12. Кіптенко В. Менеджмент туризму. Київ: Знання. 2010.
13. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. К.: Знання, 2011.
14. Корнілова Н., Скупенко К. Військово-патріотичні тури – сучасний напрямок внутрішнього туризму. *Матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання»*. Черкаси: ЧДТУ. 2019.
15. Кушнар'ов В., Поліщук О. Мілітарі-туризм як інноваційний напрямок екстремального та пізнавально-розважального туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2018. №1. С. 107–118.
16. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху. Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». 2008. Київ.
17. Мартиновська А. А. Активний туризм: специфіка продукту. *Науково-методичний електронний журнал «Концепт»*. К. 2016. С 86–89.
18. Мельник А. Нестандартні види туризму. Особливості функціонування військового туризму. *Краєзнавство, географія, туризм*. 2012. С. 3-5.
19. Петранівський В.Л. Туристичне краєзнавство: [навч. посіб. за ред. проф. Ф.Д. Заставного] В.Л. Петранівський, М.Й. Рутинський. К.: Знання, 2006. 575 с.
20. Розвиток туристичного потенціалу Тернопільської області [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3396/3356>.
21. Сайт компанії Консул Тревел [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.cts-tours.com/consul-travel-service/ua>.



22. Сайт мілітарі-готелю Грингоф [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://grun-hof-militraysadyba-hotel-huklyvyuu.hotelmix.com.ua/>.
23. Сайт молодіжного оздоровчого спортивно-туристичного функціонального центру «Садниста» [Електронний ресурс ]. Режим доступу: <https://sadnysta.com.ua/>.
24. Сайт громадської організації «Всеукраїнський воєнно-патриотический центромудей «Шампаньтранс» [Електронний ресурс ]. Режим доступу: <http://military-tour.com/>.
25. Сайт СВІМ [Електронний ресурс]. Режим доступу: : <http://www.svim.com.ua/>
26. Сайт туроператора Voyage Organization Group [Електронний ресурс ]. Режим доступу: <http://www.vog.com.ua/>.
27. Сайт туроператора Wonder&Holiday [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://wondersholidays.com/uk/>.
28. Стецько Н.П. Формування стратегії розвитку туризму тернопільської області. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://geography.tnpu.edu.ua/>.
29. Укрінформ. Глобальний індекс мілітаризації: Україна піднялася на 15 місце [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2131434-globalnijindeks-militarizacii-ukraina-pidnalasa-na-15-misce.html>.
30. Хелловей Дж.К. Туристичний бізнес / Дж. Кристофер Хелловей; при содействии Нейла Тейлора; пер. з 7-го англ. изд. Т.А. Черной, А.А. Кожевниковой, К.: Знання, 2007. 789 с.
31. 10 місць та замків Тернопільщини, які варто відвідати [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://moemisto.ua/te/blog/top-5-zamkiv-ternopilschini-yaki-var-to-vidvidati-172.html>
32. Hrusovsky, M., Noeres, K. Military Tourism. The Long Tail of Tourism: Holiday Niches and their Impact on Mainstream Tourism. Wiesbaden. 2011. Gabler. pp.87-94.

33. Smith V.L. War and tourism: An American ethnography. *Annals of Tourism Research*, 25 (1). 1998. C. 202-227.
34. Venter, D. Examining military heritage tourism as a niche tourism market in the South African context. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. Volume, 6 (1). 2017.
35. Zwigenberg R. The Atomic City: Military Tourism and Urban Identity in Postwar Hiroshima. *American Quarterly*. Johns Hopkins University Press, 68 (3). 2016. C. 617-642

