

АНОТАЦІЯ

Чжибо Цуй. Геопросторова організація воєнного туризму в Україні (на прикладі пам'яток Другої світової війни). – *Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.*

Дослідження на здобуття наукового ступеня доктора філософії (кандидата наук) за спеціальністю 242 – Туризм – Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Київ, 2023.

Дослідження присвячено особливостям геопросторового аналізу туристопотоків в Україні та організації туристичного бізнесу та інфраструктури вітчизняного воєнного туризму (на прикладі пам'яток Другої світової війни). У роботі визначено наукові категорії та розглянуто методику дослідження геопросторової організації воєнного туризму. Здійснено географічний аналіз туристопотоків воєнного туризму в Україні в розрізі регіонального вивчення ресурсної бази воєнного туризму на прикладі пам'яток Другої світової війни 1939-1945 рр., а також досліджено рівень її туристичного навантаження. В роботі проаналізовано бізнесовий потенціал використання воєнного туризму в Україні, можливості залучення іноземних туристів з Китайської Народної Республіки, загрози та можливості для його подальшого розвитку.

Вперше окреслено регіональну специфіку воєнного туризму в Україні на прикладі пам'яток Другої світової війни в м. Києві та Київської області, розроблено та запропоновано стратегію розвитку воєнного туризму в Україні, ідентифіковано цільову аудиторію воєнного туризму в Україні та в Китаї, окреслено сфери застосування воєнного туризму та перешкоди у його розвитку.

Основний науковий результат дисертаційної роботи полягає в розробці конкретних пропозицій щодо удосконалення геопросторової організації туристичного бізнесу та інфраструктури воєнного туризму в Україні на прикладі пам'яток Другої світової війни. Робота має на меті вивчення можливостей залучення туристів з Китаю до відвідування пам'яток Другої світової війни в Україні та сприяння міжнародному співробітництву в галузі туризму, а також покращення публічності воєнного туризму в Україні.

У результаті автором було сформульовано стратегію розвитку воєнного туризму в Україні, яка передбачає активне залучення туристів з Китаю враховуючи туристичні тенденції та геопросторовий аналіз ресурсної бази туризму. Автором було узагальнено концептуальне розуміння воєнного туризму внаслідок формулювання його дефініції як нової форми туризму, яка: по-перше, спирається на військові туристичні ресурси, задовольняє всебічний розвиток людей з точки зору військових знань, що забезпечує розвиток, використання та збереження військових туристичних ресурсів; по-друге, сприяє вихованню патріотизму, туристичної освіти та участі громади у використанні наявних переваг військових туристичних ресурсів. Було систематизовано класифікацію воєнного туризму та дано детальну характеристику методиці дослідження геопросторової організації воєнного туризму.

Обґрунтоване значення воєнного туризму для розвитку туризму України. Сформовано понятійний апарат дослідження об'єктів воєнного туризму, визначено відмінності воєнного та військового туризмів. Запропоновано комплексний підхід до розуміння геопросторової організації воєнного туризму в географічному, економічному, соціальному і функціональному аспектах.

Виявлено цільову аудиторію воєнного туризму за допомогою PESTEL, COSMIC, SWOT аналізів, враховуючи культурні аспекти історії України в період Другої світової війни. Проведено аналіз ринку воєнного туризму та окреслення його потреби, зокрема з огляду на потенційний попит серед туристів з України та закордонному. В роботі також було застосовано модель конкурентних переваг М. Портера для висвітлення переваг макросередовища існування воєнного туризму в Україні.

Також було розроблено рекомендації щодо покращення геопросторової організації воєнного туризму в Україні на прикладі пам'яток Другої світової війни та запропоновано шляхи розв'язання проблем, що виникають у процесі організації воєнного туризму в Україні. Для аналізу діяльності окремих суб'єктів воєнного туризму в Україні, динаміки за останні роки було проаналізовано дані Національного музею України у Другій світовій війні, що є найбільшим музеєм

України, діяльність якого присвячена подіям того часу і, який має найбільшу популярність серед як іноземних, так і українських туристів.

Розглянуто перспективи розвитку воєнного туризму в Україні та запропоновано механізми його підтримки та стимулювання, включаючи співпрацю з китайськими партнерами та міжнародними організаціями.

Досліджено перспективні напрямки розвитку воєнного туризму у взаємозв'язку з використанням бізнес і ресурсного потенціалу. Визначено, що ресурсний потенціал детермінують природно-кліматичні, історико-культурні, соціально-демографічні (у тому числі підприємницькі), фінансово-економічні, та рекреаційно-туристичні особливості. Сформульовано концептуальне розуміння бізнес-потенціалу в воєнному туризмі, яке визначено як сукупність людських (інтелектуальних, знанневих, креативних), природно-географічних, економічних, фінансових, інфраструктурних, соціально-культурних ресурсів воєнної території (де буде реалізовано цей потенціал), які сприяють розвитку підприємницької діяльності завдяки впровадженню креативних бізнес-ініціатив та ідей у контексті розвитку воєнного туризму. Обґрунтовано значення інноваційних (креативних) підходів у формуванні бізнес-ідей воєнного туризму взагалі та на певній території, а також впливу специфічних чинників гостинності, мотивації і культури надання послуг. Доведена необхідність державної підтримки у частині реалізації бізнес-ідей воєнного туризму з первинним застосуванням інструментарію стратегічного планування.

Результати дослідження можуть бути корисними для працівників туристичної індустрії України, органів влади, котрі займаються розвитком туризму, а також науковців, які досліджують проблеми розвитку воєнного туризму. Враховуючи глобальні тенденції розвитку туризму та співпраці між країнами, ця робота може стати базою для розробки спільних проєктів з китайськими партнерами у сфері туризму, сприяючи розвитку міжнародного туристичного обміну.

Результати дослідження можуть використовуватися для розробки інноваційних маркетингових стратегій просування, спрямованих на залучення

внутрішніх туристів та туристів з Китаю, адаптації пропозицій воєнного туризму до потреб і інтересів іноземних туристів, а також розробки спеціальних програм навчання для фахівців з туристичної сфери, які працюють чи будуть працювати з воєнним туризмом.

Загалом, дослідження сприятиме розвитку туристичної галузі України, стимулюванню міжнародного співробітництва та підвищенню якості послуг у сфері воєнного туризму для громадян та іноземних туристів, що своєю чергою сприятиме зростанню в'їзному туристичного потоку та покращенню економічного становища країни в цілому.

Крім того, в рамках дослідження було виявлено, що пам'ятки Другої світової війни мають значний потенціал для привернення уваги іноземних туристів, через наявність достатньо-великої їх кількості в Україні, унікальністю експонатів воєнних музеїв, та якісь туристичних послуг. В роботі досліджено можливість популяризація воєнно-історичного туризму, що зосередженим на європейському та китайському ринках, що може сприяти зміцненню культурних зав'язків між країнами та розвитку взаєморозуміння між народами. Автором було проведено геоінформаційне моделювання ресурсної бази воєнного туризму на базі пам'яток Другої світової війни в Україні з метою виявлення найбільш популярних регіонів для розвитку воєнного туризму. За підсумками даного аналізу було запропоновано використання розробленого списку пам'яток Другої світової війни для формування Єдиного національного реєстру пам'яток Другої світової війни, що до цього часу не був затверджений Кабінетом міністрів України.

В роботі також розглянуто можливість залучення іноземних інвестицій для розвитку інфраструктури воєнного туризму в Україні, зокрема з Китаю. Це може включати створення спільних підприємств, спрямованих на розробку туристичних маршрутів та надання послуг, організацію культурних заходів, пов'язаних з військовою історією, та розширення мережі готельного господарства та інших туристичних об'єктів.

У дисертації розглядаються можливості використання сучасних технологій, таких як геоінформаційні системи, доповнена та віртуальна реальність під час

воєнних турів, гейміфікація воєнного туризму загалом для покращення якості навігації та інтерактивності військово-історичних об'єктів та музеїв, що може збільшити цінність туристичного досвіду та залучити більше відвідувачів.

Ключові слова: ВОЄННИЙ ТУРИЗМ, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ТУРИСТОПОТОКИ, ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ, ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ, ПАМ'ЯТКИ ДРУГОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ, ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ, МІЖНАРОДНІ ТУРИСТИЧНІ ВІДНОСИНИ.

SUMMARY

Zhibo Cui. Geospatial organization of military tourism in Ukraine (on the example of World War II monuments). – *Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.*

Research for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy (PhD) in specialty 242 - Tourism - Taras Shevchenko Kyiv National University, Kyiv, 2023.

The study is devoted to the peculiarities of geospatial analysis of tourist flows in Ukraine and the organization of the tourism business and infrastructure of domestic military tourism (on the example of World War II monuments). The paper defines the scientific categories and considers the methodology for studying the geospatial organization of military tourism. The geographical analysis of tourist flows of military tourism in Ukraine in the context of regional study of the resource base of military tourism on the example of the monuments of the Second World War of 1939-1945 is carried out, and the level of its tourist load is investigated. The paper analyzes the business potential of using military tourism in Ukraine, the possibilities of attracting foreign tourists from the People's Republic of China, threats and opportunities for its further development.

For the first time, the regional specificity of military tourism in Ukraine is outlined on the example of World War II monuments in Kyiv and Kyiv region, a strategy for the development of military tourism in Ukraine is developed and proposed, the target audience of military tourism in Ukraine and China is identified, the areas of application of military tourism and obstacles to its development are outlined.

The main scientific result of the dissertation is the development of specific proposals for improving the geospatial organization of the tourism business and military tourism infrastructure in Ukraine on the example of World War II monuments. The work aims to explore the possibilities of attracting tourists from China to visit the monuments of the Second World War in Ukraine and to promote international cooperation in the field of tourism, as well as to improve the publicity of military tourism in Ukraine.

As a result, the author formulated a strategy for the development of military tourism in Ukraine, which provides for the active attraction of tourists from China, taking into account tourist trends and geospatial analysis of the tourism resource base. The author

summarizes the conceptual understanding of military tourism by formulating its definition as a new form of tourism, which: firstly, relies on military tourism resources, satisfies the comprehensive development of people in terms of military knowledge, which ensures the development, use and preservation of military tourism resources; secondly, promotes patriotism, tourism education and community participation in using the existing advantages of military tourism resources. The classification of military tourism is systematized and the methodology for studying the geospatial organization of military tourism is described in detail.

The importance of military tourism for the development of tourism in Ukraine is substantiated. The conceptual apparatus for studying the objects of military tourism is formed, the differences between military and military tourism are determined. An integrated approach to understanding the geospatial organization of military tourism in geographical, economic, social and functional aspects is proposed.

The target audience of military tourism is identified using PESTEL, COSMIC, SWOT analyzes, taking into account the cultural aspects of the history of Ukraine during the Second World War. The military tourism market is analyzed and its needs are outlined, in particular, taking into account the potential demand among tourists from Ukraine and abroad. The paper also applies M. Porter's model of competitive advantage to highlight the advantages of the macro environment for military tourism in Ukraine.

Recommendations were also developed to improve the geospatial organization of military tourism in Ukraine on the example of World War II monuments and ways to solve problems arising in the process of organizing military tourism in Ukraine were proposed. To analyze the activities of individual subjects of military tourism in Ukraine and the dynamics in recent years, the author analyzed the data of the National Museum of Ukraine in the Second World War, which is the largest museum in Ukraine dedicated to the events of that time and is the most popular among both foreign and Ukrainian tourists.

The prospects for the development of military tourism in Ukraine are considered and mechanisms for its support and stimulation, including cooperation with Chinese partners and international organizations, are proposed.

Promising areas of military tourism development in relation to the use of business and resource potential are investigated. It is determined that the resource potential is determined by natural and climatic, historical and cultural, socio-demographic (including entrepreneurial), financial and economic, and recreational and tourist features. A conceptual understanding of the business potential in military tourism is formulated, which is defined as a set of human (intellectual, knowledge, creative), natural and geographical, economic, financial, infrastructural, socio-cultural resources of the military territory (where this potential will be realized), which contribute to the development of entrepreneurial activity through the introduction of creative business initiatives and ideas in the context of military tourism development. The importance of innovative (creative) approaches in the formation of business ideas of military tourism in general and in a particular territory, as well as the influence of specific factors of hospitality, motivation and culture of service provision is substantiated. The necessity of state support in terms of implementing business ideas of military tourism with the primary use of strategic planning tools is proved.

The results of the study may be useful for employees of the tourism industry in Ukraine, government agencies involved in tourism development, and scholars studying the problems of military tourism development. Given the global trends in tourism development and cooperation between countries, this work can serve as a basis for developing joint projects with Chinese partners in the field of tourism, contributing to the development of international tourism exchange.

The results of the study can be used to develop innovative marketing promotion strategies aimed at attracting domestic tourists and tourists from China, adapting military tourism offers to the needs and interests of foreign tourists, and developing special training programs for tourism professionals who work or will work with military tourism.

In general, the study will contribute to the development of Ukraine's tourism industry, stimulate international cooperation and improve the quality of military tourism services for citizens and foreign tourists, which in turn will contribute to the growth of inbound tourist flow and improve the country's economic situation in general.

In addition, the study found that the monuments of the Second World War have significant potential to attract the attention of foreign tourists, due to the presence of a sufficiently large number of them in Ukraine, the uniqueness of exhibits in military museums, and some tourist services. The paper investigates the possibility of popularizing military history tourism, which is focused on the European and Chinese markets, which can help strengthen cultural ties between countries and develop mutual understanding between peoples. The author conducted a geographic information modeling of the resource base of military tourism on the basis of monuments of the Second World War in Ukraine with the aim of identifying the most popular regions for the development of military tourism. Based on the results of this analysis, it was proposed to use the developed list of World War II monuments to form the Unified National Register of World War II Monuments, which has not yet been approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine.

The paper also considers the possibility of attracting foreign investment to develop the infrastructure of military tourism in Ukraine, in particular from China. This may include the creation of joint ventures aimed at developing tourist routes and services, organizing cultural events related to military history, and expanding the network of hotels and other tourist facilities.

The thesis examines the possibilities of using modern technologies such as geographic information systems, augmented and virtual reality during military tours, and gamification of military tourism in general to improve the quality of navigation and interactivity of military history sites and museums, which can increase the value of the tourist experience and attract more visitors.

Keywords: MILITARY TOURISM, GLOBALIZATION, TOURIST FLOWS, GEOGRAPHICAL ANALYSIS, GEOSPATIAL ORGANIZATION, WORLD WAR II MONUMENTS, TOURISM RESOURCES, INTERNATIONAL TOURISM RELATIONS.