

9. Kobrin M. V. Belorusskoe nacionalnoe dvizhenie v Srednej Litve v oktyabre 1920 – marte 1922 g. / Kobrin M. V. // Voprosy istorii. – M., 2009. – №11. – S.146–150.

10. Litva. Kratkaya ehnciklopediya / red. kol.: Y. Antanavichyus [i dr.]. – Vilnyus: Glavnaya redakciya ehnciklopedij, 1989. – 672 s.

11. Brazauskas A. Pyat let prezidentstva: sobytiya, vospominaniya, mysli / A. Brazauskas. – M.: UNIPRINT, 2002. – 623 s.

12. Strong A. L. Novyj put Litvy / A. L. Strong. – M.: Politizdat, 1990. – 112 s.

Petryk A. M., candidate of historical sciences, lecturer, Kherson state university (Ukraine, Kherson), Getmanai@meta.ua

A policy of the Lithuanian state is in relation to national minority in time of the First republic (1918–1940)

The basic aspects of policy of the Lithuanian state are exposed in relation to national minorities in the epoch of restoration of the Lithuanian state system (1918–1940). The features of national relations are reflected in Lithuania in the period of the mode of tautininks and authoritarian dictatorship of A. Smetona (1926–1940). Certainly place of «national question» in a complex state ideological doctrines of the First republic in the years of the corporate state in an intermilitary period.

Keywords: policy, Lithuania, First republic, national minority, authoritarianism, nationalism, tautininks.

* * *

УДК 94(477)94(437.1/2)

Корсак Р. В., доктор історичних наук, професор, завідувач кафедри туристичної інфраструктури і сервісу, факультет туризму та міжнародних комунікацій, Ужгородський національний університет (Україна, Ужгород), korsakr@inbox.ru

Фуртій В. В., магістр туризмознавця факультету туризму та міжнародних комунікацій, Ужгородський національний університет (Україна, Ужгород), vovafurtiy@gmail.com

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У КРАЇНАХ БАЛТИКИ (ЕСТОНІЯ, ЛАТВІЯ, ЛИТВА)

Здійснено дослідження історії розвитку туризму в країнах Балтики (Естонія, Латвія, Литва). Автори розглянули стан розвитку туризму, проблеми, що заважають перетворити її в провідну галузь, обґрунтували рекомендації щодо покращення послуг туристичної галузі. Розкриття теми стало можливим завдяки використанню загальнонаукових методів пізнання: аналізу, синтезу, системності, узагальнення, конкретності, історизму та діалектичного методу. У науковому доробку віддано перевагу історичним методам дослідження: історико-генетичному, історико-порівняльному, історико-синтетичному, історико-діахронному, емпіричному аналізу тощо.

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, Естонія, Латвія, Литва, туристична інфраструктура, туристичний потенціал.

Туризм став одним з найбільш важливих пріоритетів для Естонії, Латвії і Литви. Ці країни розташовуються на перехресті міжрегіональних контактів, через їх територію проходять транспортні шляхи, що дозволяє розвивати міжнародний туризм.

Згідно прогнозам Всесвітньої туристичної організації до 2020 р, зростання туристичного сектора в регіоні Балтійського моря буде вище у порівнянні з іншими регіонами Європи. Розвиток туризму внесе істотний внесок в економічне зростання і добробут регіону.

Необхідно відзначити, що історія розвитку туризму у країнах Балтики, його становлення і перспективи не є предметом широкого кола спеціальних наукових досліджень у вітчизняній бібліографії. У більшості публікацій наводяться загальні факти про найпопулярніші destinations та лікувальні курорти. Серед праць можна виділити дослідження М. Осипчук [10], Г. Бужинскас [1], Ж. Панченко [13], в яких розглядаються історичні відомості балтійських курортів їх стан та розвиток.

І. Естонська республіка. Естонія – країна з унікальною історичною спадщиною, прекрасним Балтійським узбережжям і красивою природою. Естонія приваблює туристів з усього світу. Зокрема з країн бывшего радянського союзу, через її близькість. Велика кількість курортів, які розташовані по всій території країни ваблять туристів, які хочуть покращити здоров'я і набратися сил, а старовинні міста обіцяють цікаву, насичену відпустку у Естонії.

В економічній політиці Естонії реформування і розвиток туристичного сектора став пріоритетним напрямком економічного розвитку. В 1990–х рр. відбулася еволюція функцій туризму від супутньої галузі економіки до провідної. Про це свідчать статистичні дані щодо внеску туристичної індустрії у ВВП країни [15].

19.12.1994 р. було укладено Угоду про співробітництво в галузі туризму між Державним комітетом по туризму України і Державним Департаментом по туризму Естонської Республіки. 06.10.1999 р. Угода між Державним комітетом України по туризму та туристичною фірмою «RKRV Reisid» [10]. Естонія хотіла виконувати все лише «на п'ятірки», стати першою і кращою у Балтійському регіоні, а у деяких питаннях – навіть перевершити Польщу. Наприкінці дев'яностих естонський ВВП на душу населення був \$4000. Зараз для Естонії цей показник складає близько \$20 000 і навіть перевищує польський. Перемовини про вступ до ЄС почалися невдовзі після відновлення незалежності, а угода про Асоціацію була підписана вже у 1995 році. У 2003 році на референдумі за приєднання Естонії до ЄС проголосувало 67%. Вже у 2004 році Естонія стала членом не лише Євросоюзу, але й НАТО. Референдум щодо вступу до Північноатлантичного альянсу не проводився, оскільки участь у ньому не впливає на суверенність держави. У 2007 році Естонія підписала Шенгенську угоду, а у 2011 році стала першою пострадянською країною, яка ввела в обіг загальноєвропейську валюту – євро. Наразі 80% громадян підтримують членство своєї країни у ЄС. У 2018 році Естонія півроку буде головує в Раді Європи [13].

Туристичним Брендом Естонії займається урядова організація «Enterprise Estonia», в якій є маркетинговий і комунікаційний підрозділ. Заснована у 2000 році «Enterprise Estonia» забезпечує виконання довгострокових стратегічних цілей економіки Естонії. Загальною метою організації є допомога у перетворенні Естонії на одну з найбільш конкурентоздатних країн світу, загальна місія – побудувати успішну Естонію. Крім того, завданням «Enterprise Estonia» є забезпечення присутності держави у першій двадцятці Глобальної доповіді конкурентоспроможності до 2020 року (Global Competitiveness Report by 2020). Брендінг держави допомагає позбавитися неправильних уявлень щодо держави та дозволити країні репозиціонувати себе більш сприятливо, як наприклад, зробила Естонія, розвиваючи сильний національний бренд з трьома основними цілями – залученням прямих іноземних інвестицій, привабленням туристів, розширенням ринків для експорту.

Мета комунікаційної стратегії маркетингової концепції Естонії, що була використана під час міжнародного позиціонування Естонії, розпочатого у 2001 році, – це збільшення кількості туристів, залучення іноземних інвестицій та створення сприятливої основи для експорту. Концепція 2001 року мала міцний фундамент, основа

якого ретельні опитування та професійні уміння світового рівня, зокрема, залучення всесвітньо відомого агентства «Interbrand»). У 2008 році розпочалася модернізація естонської маркетингової концепції. Першочерговим завданням «Enterprise Estonia» при плануванні змін було дослідження репутації й іміджу бренду Естонії (включаючи бренд – «Ласкаво просимо в Естонію» («Welcome to Estonia») та прийняття подальших рішень і плану дій. Нова маркетингова концепція повинна була створити загальну основу з метою представлення Естонії як: цікавого місця для відвідання (туризм), гарного місця для бізнесу (інвестиції, експорт), гарного місця для життя, навчання та роботи [18].

Реформування туриндустрії Естонії та її активне рекламування як туристичної дестинації сприяло істотному збільшенню кількості іноземних туристів. Так, у 2009 р. їх обсяг становив 1,9 млн. чол., що вдвічі більше, ніж у 1999 р. За даними Європейської комісії з туризму вона посіла перше місце в Європі зі зростання туризму в 2010 р. У 2011 році Таллінну було присуджено бренд, як культурної столиці Європи. Пріоритетні продукти естонського туризму представлені культурно-пізнавальним, зеленим й активним туризмом. Перспективною ринковою нішею виступають такі сегменти, як спа-туризм, круїзний та конгресовий туризм [17].

У 2011 році було досягнуто домовленості про налагодження співробітництва між Таврійським національним університетом ім. В. І. Вернадського (м. Сімферополь) та Тартуським університетом, на виконання яких у травні 2011 року на базі ТНУ було проведено відео-семинар «Міжнародна інтеграція в освітній сфері» за участю Тартуського Університету. Однією з цілей семінару було презентувати українським студентам освітні програми обміну у туристичній сфері, які фінансуються Міністерством закордонних справ Естонії. За результатами відео-зустрічі студенти факультету управління ТНУ ім. В. І. Вернадського мали унікальну можливість поглибити свої знання, набути досвід Естонії у туристичній сфері та адаптувати його у своїй рідній країні, а саме у Кримському регіоні, де туризм є найпріоритетнішим напрямком розвитку. Наразі, через окупацію Криму, їх робота фактично припинена [10].

У березні 2013 року Всесвітній економічний форум оприлюднив на своєму сайті **рейтинг конкурентоспроможності країн** світу у сфері туризму. За даними ВЕФ серед пострадянських країн найвищі показники продемонструвала Естонія – 30 місце, а також Латвія та Литва – 48 та 49 місця відповідно [11].

Для розвитку туризму, Естонія залучає туристів, створюючи для цього численні виставки, фестивалі, влаштовуючи гучні національні свята та гуляння. Велику увагу приділяють розвитку туристичної інфраструктури, особливо транспортної. Розвиток портового обслуговування став найважливішим чинником економічного зростання, що позитивно впливає і на пожвавлення туристичної активності. Туристична індустрія Естонії продемонструвала найбільшу гнучкість зростання у порівнянні з іншими країнами Європи.

II. Латвійська Республіка. Поїздка до Латвії для пересічного радянського громадянина вважалася своєрідним «вікном у Європу». Згадати у розмові про проведену відпустку в Ризі чи Юрмалі було ознакою доброго тону. Відпочинок на ризькому узбережжі вибирали

шанувальники культурного і водночас оздоровчого відпочинку. Сьогодні Латвія повноправна європейська держава, а ситуація у сфері туризму відрізняється від того, що було в 90-х роках. До Латвії приїждять туристи як із Заходу, так і зі Сходу.

26 серпня 1991 року Україна визнала державну незалежність Латвійської Республіки, а 4 грудня 1991 року Латвія визнала державну незалежність України. Дипломатичні відносини між двома країнами були встановлені 12 лютого 1992 року. З 1993 року у Ризі функціонує Посольство України в Латвії, а у Києві діє Посольство Латвійської Республіки. Для поглиблення двосторонніх відносин та розширення співробітництва між країнами у липні 2005 року відкрила Почесне консульство у Львові. У квітні 2006 року відкрито Почесне консульство України у місті Вентспілсі [8].

Асоціація готелів та ресторанів Латвії (LVRA) створена у 1993 році – є громадською організацією, котра об'єднує готелі, гостьові будинки, мотелі і ресторани з метою професійного співробітництва. Завданням цього проекту є поліпшення якості обслуговування клієнтів, упорядкування ринку готельного бізнесу в Латвії, а також представлення сфери готельного і ресторанного бізнесу Латвії на міжнародному рівні. LVRA уклала договір про співпрацю з Латвійською асоціацією турагентів (ALTA). З 1995 року LVRA є членом Міжнародної асоціації готелів і ресторанів (IHRA) [3]. До Всесвітньої туристичної організації Латвія приєдналася у жовтні 2003 року, а в січні 2005 року стала її повноцінним членом [2]. Латвійське агентство інвестицій та розвитку (LIAA) – це державне агентство, завданням якого є сприяти розвитку підприємницької діяльності в Латвії, сприяючи збільшенню обсягу іноземних інвестицій і збільшуючи конкурентоспроможність Латвійських підприємств на домашньому і міжнародному ринках, а також реалізація політики розвитку туризму в Латвії. LIAA реалізує маркетингові заходи в Латвії та за кордоном з метою рекламування Латвії як туристичного напрямку, забезпечує державно-суспільне співробітництво з метою розвитку туризму, працює на залучення фінансування з метою розвитку туризму [12].

У 2009 році у Ризі було створено туристичну поліцію з метою дотримання туристами правил поведінки, а також допомагати їм у скрутних обставинах [9].

У квітні 2010 року латвійські рекламні фахівці та працівники туристичної галузі, розробили концепцію нового туристичного образу Латвії, виходили з того, що Латвія ніколи не буде продуктом масового туризму. Оцінивши глобальні тенденції розвитку туризму, вони дійшли висновку, що туризм у Латвії має бути особливим – неспішним, але якісним і продуктивним. Нова туристична концепція мала комерційні вигоди. Неспішний відпочинок, зазвичай, довший за часом. Криза для Латвії зіграла добру роль. Туристам почали пропонувати більш різноманітний відпочинок, нові SPA процедури, ярмарки народних умільців, нові туристичні маршрути та страви, зокрема з біологічно чистих продуктів. Новий образ Латвії, як країни неспішного відпочинку, популяризували не тільки в Німеччині, Росії, Швеції, Фінляндії, Литві та Естонії, але й в Україні, яка є одним з пріоритетних для Латвії туристичних ринків [6].

У вересні 2010 р. представники латвійської туристичної галузі та рекламні фахівці розробили нову

туристичну концепцію Риги і Латвії загалом. Відтепер Рига себе рекламує під новим брендом «LIVE RIGA», як місто, до якого легко дістатися, але емоційно важко залишити. Завдяки активній рекламній компанії у 2011 році столицю Латвії відвідало на 20 відсотків більше туристів [9].

З 2011 року, коли економіка Латвії почала своє оздоровлення після кризи, галузь туризму постійно радувала позитивно зростаючими результатами. Таким був і 1-й квартал 2015 року, про що свідчать дані Центрального статистичного управління. У 1-му кварталі 2015 року в готелях та інших місцях проживання туристів, було обслуговано 360,5 тис. гостей, що на 3,4% більше, ніж в 1-му кварталі 2014 року. Число іноземних гостей зросло на 1,0%, а число латвійських туристів – на 8,3% в порівнянні з 1-го кварталом 2014 року.

Хоча дані статистики очікувалися з великою тривогою і число російських туристів в 1-му кварталі 2015 року скоротилося на 40%, все ж скорочення їх числа компенсували туристи із західних держав і гості з сусідніх країн – Литви (+ 19,5%), Білорусі (+ 8%) та Естонії (+ 3,3%). В першій половині 2015 року Латвія була країною, яка головує в Раді ЄС. Саме у першому кварталі особливо зросла кількість гостей з Бельгії (на 141,0%). Значно зросла і кількість гостей із Сполученого Королівства Великої Британії (на 49,3%), Данії (38,2%), Нідерландів (36,7%) і Франції (32,8%) [12].

Розвиток туризму – один із пріоритетних напрямків в економіці Латвії і є одним з найбільш стрімко розвиваючихся галузей. Так, у Латвії спостерігається стабільний приріст зарубіжних туристів, і кількість туристів вже перевищує 4 млн. на рік, що майже в два рази більше населення Латвії.

III. Литовська Республіка. У радянські роки розвитку туризму в Литві перешкоджали численні політичні, економічні, соціальні, ідеологічні та культурні чинники. Після відновлення незалежності Литви сектор туризму, як і все приватне господарство країни, довелося будувати майже на порожньому місці.

Почався бурхливий процес приватизації державних туристських підприємств, правовою базою якої став Закон «Про початкову приватизацію державного майна» від 28 лютого 1991 р. Згідно Закону, була зруйнована монопольна структура з управління туризмом. Стали з'являтися нові приватні туристські компанії. Спочатку спостерігалася тенденція до іншої крайності: в 1992 р. було зареєстровано більше 3 тис. підприємств, які в своїх установчих документах декларували надання туристичних послуг. Однак у дійсності цією діяльністю в 1993 р. займалися менше 100 компаній [1].

З метою створення сприятливих умов для розвитку міжнародних туристичних зв'язків, як фактора збереження та поглиблення дружніх відносин з Україною, бажаючи розвивати ці відносини шляхом широкого співробітництва між Урядовими органами по туризму, національними, регіональними та іншими туристичними організаціями, 11 серпня 1993 року набула чинності Угода про співробітництво у сфері туризму між Департаментом по туризму Литви та Державним комітетом України по туризму. Зазначений договір був підписаний у місті Києві у двох примірниках литовською та українською мовами [16].

14 квітня 1992 року була створена Державна служба туризму. З 26 квітня 1995 року вона була реорганізована

в Державний департамент по туризму при Міністерстві господарства, яка донині є єдиним державним органом, що безпосередньо відповідає за розвиток туризму в Литві. На підставі поправки до Закону Литовської Республіки «Про підприємства», в січні 1994 року було введено в практику ліцензування туристських підприємств. Наприкінці 1994 р. ліцензії мали вже 386 компаній, а наприкінці 1995 року – 342 компанії [1].

Основою сільського туризму в Литві стали так звані традиційні сільські садиби, перша з яких була зареєстрована ще в 1994 р. Зараз Литва пропонує для відвідування більше 500 садиб. Причому держава робить внесок у зміцнення старовинних будівель в сільській місцевості та предметів, що мають етнографічну цінність. Власники таких садиб повинні зберігати народні традиції та звичаї і годувати своїх постояльців натуральними продуктами і національними стравами, приготованими за старовинними рецептами. Фермерам – учасникам програми навіть дозволено робити самогон і міцні настоянки для частування туристів. Литовський уряд відшкодовує до 75% інвестицій на відкриття сільської садиби, особливо заохочуючи відродження традиційних ремесел. Збереження в недоторканності природних ландшафтів також найважливіша умова. В 1997 році була створена литовська асоціація сільського туризму [4; 7].

До 2004 р. проекти туристського сектора отримували підтримку в рамках програми «Phage». Засоби отримували через Міністерство господарства, Міністерство сільського господарства, Міністерство шляхів сполучення, а також через місцеві органи самоврядування. В рамках програми «Phage» спільні проекти розробляли і прикордонні райони сусідніх країн. Один з таких проектів в 2003 році було розроблено в районах Йонишкіс (Литва) і Добеле (Латвія). Проекти по сільському туризму фінансувалися в рамках програми «SAPARD» [1].

Основними сегментами туристичного ринку Литви можна визначити курортний, оздоровчий, сільський, зелений, культурно-пізнавальний. Активно розвивається рафтинг, велосипедний та діловий туризм. Найбільший інтерес традиційно проявляли російські туристи, проте їх кількість помітно знизилася внаслідок приєднання Литви до ЄС. З 2004 р. стабільно зростає обсяг туристів із країн Західної Європи, склавши майже 40% у 2010 році [11].

Структурна підтримка Євросоюзу також позитивно впливала на розвиток туризму і створювала умови для створення привабливої інфраструктури пріоритетних продуктів туризму в сфері активного відпочинку, культурного, ділового (конференції), лікувально-оздоровчого туризму, збільшення різноманітності форм і послуг туризму, підвищення їх якості. Фінансування за період 2007–2013 рр. в рамках структурної підтримки туризму Євросоюзом отримали понад 290 проектів. Для стимулювання сільського туризму в 2007–2013 рр. Європейським сільськогосподарським фондом було виділено 161 млн. літів для розвитку сільських районів [1]. У 2009 р. Литву відвідали 1 800 000 іноземців, серед них переважали туристи з Польщі 16,7%, Німеччини 14,6%, Росії 10,5%, Латвії 8,3%, Білорусі 6,9%, Естонії 4,0%, Фінляндії 4,0%, Великобританії 3,4%, Франції 2,9%, Італії 2,7%, Швеції 2,5%, США 2,3%, Норвегії 2,1% – дані «Lithuanian Tourism». У 2011 р. в Литві побували 1 775 000 іноземців з тривалістю перебування понад 3 днів серед них були туристи з Білорусі 19%, Росії 15%, Польщі 12%,

Латвії 10%, Німеччині 9%, Фінляндії 4%, Великобританії 3%, Швеції 3%, Естонії 3%, Норвегії 2% – дані «Lithuanian Tourism», 2011 р. [14].

Навесні 2013 року передові і найбільші приватні медичні установи Литви: стоматологічні клініки, медичні і оздоровчі СПА центри, готелі, санаторії, туристичні компанії і вчені об'єдналися в Кластер медичного туризму Литви. Мета об'єднання – надання повного спектру високоякісних послуг та формування найкращих пропозицій для медичних туристів [5]. Програма з розвитку туризму в Литовській Республіці на 2014–2020 рр. використовує трохи модифіковану назву – зелений туризм (екотуризм), метою якого є спостереження за дикою природою і місцевими проявами культури безнегативного впливу на навколишнє середовище і забезпечення місцевого населення соціально-економічною діяльністю [1].

Цілеспрямоване використання Литвою структурної підтримки Євросоюзу призвело до розвитку місцевого бізнесу: створені парки, алеї, велосипедні доріжки, пляжі, проведені інші зміни інфраструктури, якими користуються не тільки туристи з-за кордону, а й місцеве населення.

Отже, створення концептуального туристичного іміджу країн Балтії завжди було важливим завданням. Естонія була першою країною, що застосувала «позитивний» бренд: «Відвідаєте Естонію»; у Латвії гасло «Співаюча країна» було змінено на «Кращим насолоджуються не поспішаючи». Литва зазнала деяких труднощів у ході створення туристичного бренду через свою культурну орієнтацію й історичні зв'язки з Центрально-Східною Європою, а також розташування столиці поблизу кордону з Білоруссю. Гасло «Хоробра країна» підкреслює особливе культурно-історичне коложення Литви на перехресті Заходу й Сходу. Між країнами Балтії організована досить плідна взаємодія в розбудові туристичної інфраструктури й надання електронних послуг. За спільною згодою за основу було прийнято скандинавську модель, яка дозволила окреслити не тільки фактичні, але й віртуальні межі між країнами у сфері транспорту, подорожей і готельного бізнесу. Розвиток туризму в країнах Балтії прискорився після їх вступу до Євросоюзу. Таким чином всі три держави сприймаються як єдиний туристичний регіон. Вони створили єдину віртуальну інфраструктуру для одержання туристичної інформації (веб-сайти, брошури, реклама), приєдналися до Шенгенського простору, створили єдину мережу готелів, сформували єдину систему бронювання номерів та авіаційних, автобусних і поромних маршрутів.

Список використаних джерел

1. Бужинкас Г. Внешнеполитические и правовые аспекты развития туризма в Литовской республике. Вестник РМАТ. Выпуск №2 / 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/vneshnepoliticheskie-i-pravovye-aspekty-razvitiya-turizma-v-litovskoy-respublike>
2. Всемирный день туризма в Латвии: за успешный год пришлось побороться [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.sputniknewslv.com/Latvia/20160927/2867955/latvija-vsemirnyj-den-turizma.html>
3. История Ассоциации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lvra.lv/ru/par-mums/par-asociaciju.html>
4. История ЛАСТ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.atostogoskaime.lt/ru/O-LKTA/ob-assotsiatsii>
5. Кластер медичного туризму Литви [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.litcare.com/homeru>
6. Латвія – країна неспішного відпочинку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/1993511.html>

7. Литовская Республика [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geosfera.org/evropa/litva/211-litva-gosudarstvo-u-baltijskogo-morya.html>

8. Мацьків К. Звіт з навчально-ознайомлювальної практики з ЕОМ. Національна академія наук України, Київський університет права [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kul-studio.narod.ru/312.rtf

9. Минуте і сьогодні латвійського туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/2153541.html>

10. Осипчук М. Брендинг як інструмент підвищення ефективності функціонування туристичної дестинації. Збірник наукових праць «Дослідження міжнародної економіки». – 2011. – Вип.2 (67). – С.144–155. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/osypchuk2.htm

11. Осипчук М. Конкурентні позиції України на туристичному ринку центрально-східної Європи. Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України Економічний форум. 3/2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/ekfor/2011_3/7.pdf

12. Отрасль туризма Латвии продолжает успешное развитие [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.latvia.travel/ru/novosti/otrasl-turizma-latvii-prodolzhaet-uspeshnoe-razvitiie>

13. Панченко Ж. Маркетингова концепція бренду Естонії: досвід для України. Збірник наукових праць «Актуальні проблеми міжнародних відносин». ІМВ Київського університету ім. Тараса Шевченка. – 2015. – Вип.126, частина II. – С.15–25. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/175148/>

14. Развитие международного туризма в Литве [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1627&type=news>

15. Рейтинг конкурентоспособности країн у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://acf.ua/news_galuz/rejting-konkurentospromozhnosti-kra%D1%97n-u-sferi-turizmu#

16. Угода про співробітництво у сфері туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/ru/440_044

17. Українсько-естонське співробітництво в галузі культури, освіти і науки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://estonia.mfa.gov.ua/ua/ukraine-ee/science>

18. Чому Естонії вдалося? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://porteuropa.eu.ua/ukraine/ukraine/2288-czomu-estonii-wdalosia>

References

1. Buzhinkas G. Vneshnepoliticheskie i pravovye aspekty razvitiya turizma v Litovskoj respublike. Vestnik RMAТ. Vypusk №2 / 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/vneshnepoliticheskie-i-pravovye-aspekty-razvitiya-turizma-v-litovskoy-respublike>
2. Vsemirnyj den' turizma v Latvii: za uspeshnyj god prishlos' poborot'sja [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.sputniknewslv.com/Latvia/20160927/2867955/latvija-vsemirnyj-den-turizma.html>
3. Istorija Asociacii [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.lvra.lv/ru/par-mums/par-asociaciju.html>
4. Istorija LAST [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.atostogoskaime.lt/ru/O-LKTA/ob-assotsiatsii>
5. Klaster medicinskogo turizma Litvy [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.litcare.com/homeru>
6. Latvija – kraїna nespishnogo vidpochynku [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/1993511.html>
7. Litovskaja Respublika [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://geosfera.org/evropa/litva/211-litva-gosudarstvo-u-baltijskogo-morya.html>
8. Mac'kiv K. Zvit z navchal'no-oznajomljuval'noi' praktyky z EOM. Nacional'na akademija nauk Ukrai'ny, Kyi'vs'kyj universytet prava [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kul-studio.narod.ru/312.rtf
9. Mynule i s'ogodennja latvijs'kogo turizmu [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.radiosvoboda.org/a/2153541.html>
10. Osypchuk M. Brendyng jak instrument pidvyshhennja efektyvnosti funkcionuvannja turystychnoi' destynacii'. Zbiryk naukovyh prac' «Doslidzhennja mizhnarodnoi' ekonomiky». – 2011. – Vyp.2 (67). – S.144–155. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/osypchuk2.htm
11. Osypchuk M. Konkurentni pozycii' Ukrai'ny na turystychnomu rynku central'no-shidnoi' Jevropy. Instytut svitovoi' ekonomiky i

mizhnarodnyh vidnosyn NAN Ukrai'ny Ekonomichnyj forum. 3/2011. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/soc_gum/ekfor/2011_3/7.pdf

12. Otrasl' turizma Latvii prodolzhaet uspeshnoe razvitiye [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupa: <http://www.latvia.travel/ru/novosti/otrasl-turizma-latvii-prodolzhaet-uspeshnoe-razvitiye>

13. Panchenko Zh. Marketynghova koncepcija brendu Estonii: dosvid dlja Ukrai'ny. Zbirnyk naukovykh prac' «Aktual'ni problemy mizhnarodnyh vidnosyn». IMV Kyi'vs'kogo universytetu im. Tarasa Shevchenka. – 2015. – Vyp.126, chastyna II. – S.15–25. [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://dsr.univ.kiev.ua/pub/175148/>

14. Razvitiye mezhdunarodnogo turizma v Litve [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.webeconomy.ru/index.php?page=cat&newsid=1627&type=news>

15. Rejting konkurentospromozhnosti krajin u sferi turizmu [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://acf.ua/news_galuzi/rejting-konkurentospromozhnosti-kra%D1%97n-u-sferi-turizmu#

16. Ugoda pro spivrobotnyctvo u sferi turizmu [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/ru/440_044

17. Ukrai'ns'ko-estons'ke spivrobotnyctvo v galuzi kul'tury, osvity i nauky [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://estonia.mfa.gov.ua/ua/ukraine-ee/science>

18. Chomu Estonii' vdalosja? [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://porteuropa.eu/ua/ukraina/ukraina/2288-czomu-estonii-wdalosia>

Korsak R. V., doctor of historical sciences, professor, faculty of «Tourism», department of tourism infrastructure and services, Uzhgorod National University (Ukraine, Uzhgorod), korsakr@inbox.ua

Furtiy V. V., master, faculty of Tourism and international, communications, Uzhgorod National University (Ukraine, Uzhgorod), vovafurtiy@gmail.com

The history of tourism in the Baltics (Estonia, Latvia, Lithuania)

The article studies the history of tourism in the Baltics (Estonia, Latvia, Lithuania). The authors examined the state of development in tourism, the problems that hinder turn it into a leading industry, grounded recommendations to improve the services of the tourism industry. A study was made possible through the use of scientific methods of knowledge: analysis, synthesis, system, specific, historical and dialectical method. In the preferred scientific heritage historical methods of research: historical and genetic, historical and comparative, historical and synthetic, historical and diachronic, empirical analysis and more.

Keywords: tourism, tourism development, Estonia, Latvia, Lithuania, tourist infrastructure, tourist potential.

* * *

УДК 94(367)

Піковська Т. В.,
кандидат історичних наук, старший викладач
кафедри права факультету менеджменту та права,
Вінницький національний аграрний університет
(Україна, Вінниця), Tetiana261285@i.ua

РОЗВИТОК ЧЕХОСЛОВАЦЬКОГО НАЦІОНАЛЬНО-ВІЗВОЛЬНОГО РУХУ ПІД ЧАС ПЕРШОЇ СВІТОВОЇ ВІЙНИ (1914–1918 РР.)

Розглянуто особливості розвитку чехословацького національного руху під час Першої світової війни (1914–1918 рр.). Під час роботи над статтею були застосовані історико-системний метод, історико-типологічний метод, історико-порівняльний метод. Створенню чехословакізму, як і процесу утворення ЧСР, передувала багаторічна національно-визвольна боротьба чехів і словаків, в процесі якої відбувалася еволюція поглядів чеської і словацької еліти. В статті розкриваються особливі умови, які виникли під час Першої світової війни і сприяли розвитку національного руху чехів і словаків. Визначаються особливості словацького і чеського національного руху, які сприяли об'єднанню двох народів в одну державу. Серед причин важке становище словаків в Угорщині, на невпевненість словацьких політиків у власних силах. Ці умови підштовхнули словацьку національну еліту до ідеї політичного об'єднання з чехами. Контакти між чеськими та словацькими політиками в еміграції були значно інтенсивнішими, ніж на батьківщині. Саме чеські і словацькі політичні емігрантські кола відіграли значну роль в розвитку ідеї політичного об'єднання двох народів. В статті визначається роль Т. Г. Масарика у об'єднанні двох народів, та у розвитку ідеї спільної чехословацької нації. Словацькі політики уявляли майбутній статус Словаччини як рівноправної учасниці федеративного союзу і лише за умов дотримання цієї вимоги погодились укласти союз із чехами.

Ключові слова: Перша Чехословацька республіка, Перша світова війна, національно-визвольний рух, чехи, словаки, нація, державність.

Перша світова війна стала новою сторінкою у національно-визвольному русі чехів і словаків. Вона в значній мірі сприяла остаточному формуванню ідеї створення спільної незалежної Чехословацької держави, а також створенню концепції єдиної політичної чехословацької нації («чехословакізму»).

Серед вітчизняних науковців проблема ідеї єдиної чехословацької нації розкрита в дослідженнях – О. М. Кравчука [1], І. О. Шніцера [2], Ю. В. Юсип-Якимович [3]. Серед російських дослідників варто відзначити працю Е. П. Серапіонової [4; 5]. Найбільш широко проблема дослідження витоки чехословацької ідеї представлена в працях чеських дослідників – Я. Ріхлік [6], Р. Квачек [7], Л. Цабада [8; 9], Я. Гослер [10], В. Олівова [11], Я. Шимов [12].

Метою статті є висвітлити особливості розвитку чеського і словацького національно-визвольного руху в період Першої світової війни, розкрити особливості утворення ідеї спільної чехословацької нації, яка призвела до утворення Першої Чехословацької республіки.

Створенню концепції чехословакізму, як і процесу утворення ЧСР, передувала багаторічна національно-визвольна боротьба чехів і словаків, в процесі якої відбувалася еволюція поглядів чеської і словацької еліти.

Концепція чехословакізму – один із варіантів вирішення чеського і словацького національного питання ще в Австро-Угорській монархії. Вперше ідея об'єднання Чехії і Словаччини була висловлена в концепції чехослованізму. Її автори К. Гавлічек-Боровський і Я. Коллар називали чехів і словаків частиною єдиного чехослов'янського племені [6, с. 25].

На основі цієї ідеї відомий чеський політик Ф. Палацький ще у жовтні 1848 р. оголосив програму федералізації Австро-Угорщини на етнічній основі. Згідно з нею чеські етнічні землі мали бути об'єднані із Словаччиною. Саме ця програма стала першою спробою об'єднати чеську і словацьку політичні програми [6, с. 26].

В 1896 р. в Празі було засноване товариство під назвою «Чесько-словацька єдність». З 1908 р. в моравському курортному містечку Лугачовиці проходили щорічні зустрічі чеської і словацької інтелігенції [12].

Необхідно зазначити що об'єднання чеської і словацької політичних програм значно ускладнювалось відмінностями чеського та словацького національно-визвольного рухів. Якщо чеські політики у своїх вимогах опирались на чеське історичне право, аргументуючи його тим, що чехи у минулому мали власну державу, то словацька політична програма не могла виходити із цього принципу, оскільки словаки ніколи власної державності не мали. Тому словацькі політики свої вимоги обґрунтовували природним правом [6, с. 28].

Словаки в Угорщині перебували під впливом ідеї створення єдиної угорської політичної нації, реалізація якої вимагала повної денационалізації інших народів. Права словацького населення в Угорщині були значно обмеженими, чого не можна сказати про права чехів в австрійській частині імперії. Прошарок словацької інтелігенції був нечисельним, в значній мірі змодаризованим [8, с. 17]. Все це значно обмежувало державотворчі амбіції словацьких політиків. Їхні вимоги на цьому етапі обмежувалися вимогами покращення становища словаків у складі Угорщини [7, с. 721].

Зважаючи на важке становище словацького населення в Угорщині, в середовищі як словацьких так і чеських