

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання: денна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

Завідувач кафедри Г. П. Скляр
(підпис, ініціали та прізвище)

«__» _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: **«Перспективи післявоєнного розвитку
культурно-пізнавального туризму у Львівській області»**

*зі спеціальності 242 «Туризм»
освітня програма «Туризм» ступеня бакалавра*

Виконавець роботи: Кіреєв Максим Олександрович
(прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Науковий керівник: д. геогр. н., доц. Шуканов Павло Васильович
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по батькові)

(підпис, дата)

Полтава – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	6
1.1. Поняття та характеристика культурно-пізнавального туризму	6
1.2. Культурні цінності та їх вплив на розвиток культурно-пізнавального туризму України.....	13
1.3. Аналіз факторів, що впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму України.....	22
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	29
2.1. Організація туристичної діяльності в регіоні.....	29
2.2. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в регіоні в умовах війни.	41
2.3. Основні напрями післявоєнного розвитку туризму в Львівській області.....	56
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	71
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

Актуальність. Сьогодні туризм набуває особливої важливості як сектор економіки, який генерує значні доходи, у різних країнах світу. Загальні тенденції розвитку туристичної галузі займають ключове місце у глобальній економічній активності за рахунок створення додаткових робочих місць та посилення експорту послуг. За останні півстоліття (до пандемії) туризм розширював межі географічної експансії за рахунок охоплення нових країн та регіонів та поглиблював диверсифікацію за рахунок розширення та оновлення туристичних послуг.

Україна має багато туристичних дестинацій відомих не тільки внутрішнім туристам, а і іноземцям, чільне місце серед яких займає Львівська область та саме місто Львів. Місто з жвавою історією, Львів, знаходиться на заході України, було засноване в 13 столітті і багато разів змінювало прапори протягом багатьох років, будучи частиною Польщі, Австро-Угорщини та Радянської імперії. Історичний центр міста, який добре зберігся, є об'єктом Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та має такі пам'ятки, як площа Ринок. Культурними осередками також є вежа ратуша, яка дає можливість побачити чудовий вид на місто. Львівська опера вражає своєю красою та приймає вистави світового рівня. Львів – одне із найкрасивіших, але недооцінених міст Європи. Старе місто Львова виглядає як історичні декорації, що додає задоволення та створює незабутній досвід від його відвідування. Незалежно від пори року місто завжди готово приймати гостей. Крім, того вся Львівська область насичена значною кількістю культурних та історичних пам'яток, замків, релігійних об'єктів тощо. Саме Львівський регіон дозволить Україні якнайшвидше інтегруватися до глобального туризму та світового розвитку туристичної індустрії після перемоги, що відкриває безліч можливостей для внутрішнього бізнесу. Крім цього, сьогодні туризм стає визначним та важливим фактором не тільки соціально-економічного розвитку

для вітчизняної економіки, а й основою інформаційної політики і безпеки держави у частині формування її іміджу. Сьогодні розвиток культурно-пізнавального туризму повинен бути націлений не тільки на зовнішні туристичні потоки як елемент економічної перспективи задля відновлення української економіки після перемоги та формування позитивного іміджу країни з огляду на українську культуру та характерні для нації традиції; а і на внутрішнього користувача із метою розкриття усього історичного здобутку культури та її потужного потенціалу. Означені аспекти роблять дослідження перспектив післявоєнного розвитку культурно-пізнавального туризму у Львівській області актуальним та таким, який сьогодні потребує поглибленого дослідження через потужний потенціал Львівської області, як одного із провідних культурних осередків України.

Дослідженням розвитку туристичної галузі та туристичного потенціалу Львівської області займалися численні вітчизняні і зарубіжні науковці, серед яких необхідно відмітити наступних: Благун І. І., Папп В. В., Бошота Н. В., Завадовський Т., Незюлик О., Каднічанський Д., Маноленко К.М., Назарук М.М., Тимошенко О.В., Мельник А.О., Шевченко А.В., Сава Є.В., Нагірняк А. та інші.

Роботи наведених науковців у цілому зосереджуються на визначенні впливу культурно-пізнавального туризму на економічне зростання й загальний розвиток туристичної індустрії. У той же час сучасні реалії ставлять об'єктивну необхідність проведення наукового дослідження стану розвитку культурно-пізнавального туризму із окресленням напрямів його подальшого розвитку у Львівській області у післявоєнній перспективі.

Метою роботи є дослідження особливостей та післявоєнних перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму у Львівській області.

Відповідно до обраної мети роботи визначимо наступні **завдання** для дослідження:

- визначити соціально-економічні чинники розвитку туризму у регіоні;
- вивчити природно-ресурсну базу розвитку туризму в регіоні;

- розкрити історико-культурні ресурси регіону як чинник розвитку туристичної діяльності;
- охарактеризувати організацію туристичної діяльності у регіоні;
- дослідити особливості туристичної діяльності в регіоні;
- розкрити основні напрями післявоєнного розвитку туризму у Львівській області.

Об’єкт дослідження – розвиток туристичної індустрії Львівської області.

Предметом роботи є дослідження стану та післявоєнних перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму в Львівській області.

У кваліфікаційній роботі використані наступні **методи дослідження**: критичний аналіз літературних джерел щодо теми роботи; ретроспективне вивчення та аналіз економічних показників розвитку культурно-пізнавального туризму; статистико-економічні (прийоми групування, порівняння, табличний) щодо аналізу теми дослідження, синтезу та дедукції, узагальнення при визначенні проблем та післявоєнних перспектив розвитку культурно-пізнавального туризму у регіоні.

Інформаційною базою дослідження стали нормативно-правова база, літературні джерела та статистичні матеріали щодо розвитку туризму, спеціальні монографічні й періодичні джерела, Інтернет-ресурси, офіційні сайти тощо.

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання результатів у післявоєнному розвитку культурно-пізнавального туризму Львівської області.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота містить вступ, 2 розділи, висновки й список використаних інформаційних джерел, що включає 62 найменування. Ілюстративний матеріал складається із 15 рисунків та 9 таблиць. Загальний обсяг роботи – 83 сторінки, в тому числі 3 додатки.

РОЗДІЛ 1

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Поняття та характеристика культурно-пізнавального туризму

У сучасному глобальному суспільстві стають важливими національні ідентичності та культурні відмінності, яким дуже важливо виділитися, привертаючи увагу інших культур, залучаючи інвестиції та економічний розвиток, зміцнюючи культуру та національну ідентичність, а також імідж конкретної країни. Між тим, туризм – це галузь економіки, яка, на думку Всесвітньої туристської організації (ВТО) та ЮНЕСКО, матиме високі темпи зростання, особливо сфера культурно-пізнавального туризму [60]. При цьому, відповідно до визначення Всесвітньої туристичної організації, у найближчі десятиліття туризм залишиться одним із найбільших та найважливіших джерел нових робочих місць у низці регіонів світу. Цей ринок може в майбутньому істотно вплинути на більшість сфер ділової активності [7].

Відповідно до пункту 2 статті 7 Рамкової конвенції Всесвітньої туристської організації про етику туризму, «політика та діяльність у сфері туризму повинні здійснюватися з повагою до мистецької, археологічної та культурної спадщини, яку вони мають охороняти та передавати майбутнім покоління. Особливу увагу слід приділити збереженню пам'ятних місць, культових споруд, археологічних та історичних пам'яток, а також модернізації музеїв, які мають бути широко відкриті та доступні для туристичного відвідування» [48].

Сьогодні гостро постає питання зміцнення діалогу між туризмом та культурою та прийняття зважених рішень у сфері культурно-пізнавального туризму шляхом обміну передовим досвідом, демонстрації інклюзивних систем

управління та інноваційного досвіду культурного туризму. Культурно-пізнавальний туризм є основним пріоритетом для більшості країн світу, беручи участь у туристичній політиці 90% країн за даними глобального дослідження ВТО [60]. Більшість країн включають матеріальну та нематеріальну спадщину у своє визначення культурно-пізнавального туризму, і понад 80% включають сучасну культуру, у тому числі кіно, виконавське мистецтво, дизайн, моду та нові медіа. Проте існує велика потреба у сильнішій локальній політиці, що ґрунтується на просуванні та зміцненні місцевих культурних цінностей, таких як спадщина, їжа, фестивалі та ремесла. Наприклад, у Франції в долині Луари між Сюллі-сюр-Луар та Шалон, об'єкт всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, було створено міждисциплінарну групу, яка захищає культурні цінності цього місця та консультує органи, відповідальні за територіальний розвиток 300 км долини [14]. ВТО до визначення культурного туризму включає такі аспекти, як кулінарна спадщина, література та вірування та традиції, пов'язані з різними культурами [53].

Зростання культурного споживання (мистецтво, кухня, мода, музика) та пов'язаних з ним галузей сприяло розвитку «символічної економіки» міста. У той самий час попит на споживчого/користувацького туриста характеризується зростанням значення нематеріального виміру, що відбиває «душу міста», і навіть є важливим елементом побудови його майбутнього. Посилення конкуренції на ринку означає, що культурної спадщини та послуг недостатньо і виробникам доводиться диференціювати свої пропозиції, перетворюючи їх на «пригоди/життєвий досвід», які можуть залучити споживача. Цей процес також відбувається у містах по всьому світу, особливо у туристичних містах, які конкурують за залучення місцевих жителів та гостей. Глобалізація, демографічні зміни, технологічний розвиток та зміна системи цінностей споживачів створили попит на новий туристичний продукт за доби постматеріалізму. Так званий туризм, що базується на досвіді (туризм, заснований на життєвому досвіді/пригоді) – це нова концепція, спрямована на задоволення нової потреби [4].

Характеризуючи культурно-пізнавальний туризм з урахуванням перелічених вище ознак, можна дати комплексне визначення, що відповідає сучасному розумінню культурно-пізнавального туризму і поєднує найбільш відомі підходи. Культурно-пізнавальний туризм – це переміщення осіб за межі їхнього постійного місця проживання, мотивоване повністю або частково інтересом відвідування культурних пам'яток, до яких відносяться культурні заходи, музеї та історичні пам'ятки, художні галереї та музично-драматичні театри, концертні майданчики та традиційні проведення часу місцевого населення, історична спадщина, сучасна художня творчість та виконавське мистецтво, традиційні цінності, види діяльності та повсякденний спосіб життя мешканців з метою отримання нової інформації, набуття досвіду та вражень для задоволення своїх культурних потреб [4].

Хоча культурно-пізнавальний туризм займає чільне місце у політиці економічного зростання, він має безліч переваг, що охоплюють весь спектр розвитку – економічний, соціальний та екологічний. Культурно-пізнавальний туризм розширює можливості для бізнесу та працевлаштування за рахунок використання культурних ресурсів як конкурентної переваги на туристичних ринках. Культурно-пізнавальний туризм все частіше використовується країнами та регіонами як стратегія збереження традиційних культур, залучення талантів, розробки нових культурних ресурсів та продуктів, створення творчих кластерів та розвитку культурних та творчих індустрій. Культурно-пізнавальний туризм, особливо через музеї, може сприяти культурній освіті. Туристичний інтерес також допоможе забезпечити передачу практики нематеріальної культурної спадщини молодому поколінню. Культурно-пізнавальний туризм може сприяти визнанню та гордості за місцеву спадщину, викликаючи тим самим більший інтерес та інвестиції у його збереження. Зростання культурно-пізнавального туризму змінило глобальний міський ландшафт за останні десятиліття, сильно вплинувши на просторове планування у всьому світі. У багатьох країнах культурно-пізнавальний туризм використовувався для стимулювання відродження міст або стратегій брендингу

регіонів: від великих мегаполісів в Азії або арабських держав, що будують пам'ятки культури та сучасну архітектуру для стимулювання розвитку туризму, до малих та середніх міських поселень, їх культурних цінностей. для стимулювання місцевого розвитку. На національному рівні культурний туризм також вплинув на рішення щодо планування, заохочуючи розвиток прибережних районів в одних районах і пожвавлюючи внутрішні поселення в інших територіях, а також відновлення суспільних просторів. Розширення культурних мереж міста, включаючи Програму міст всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та Мережі творчих міст ЮНЕСКО, також відбиває цей імпульс. Так само розширення культурних маршрутів, що з'єднують кілька міст чи селищ навколо культурних спільнот, стимулювання туризму також породило нову солідарність, що впливає на економічний і культурний обмін між містами у різних країнах і регіонах [46].

При розвитку культурно-пізнавального туризму у населених пунктах, які часто відвідують туристи, збільшується зайнятість мешканців та стає легше утримувати людей у регіоні, що позитивно впливає на розвиток країни та регіону. Це покращує демографічну ситуацію, оскільки у молоді з'являється більше можливостей. Крім того, культурно-пізнавальний туризм сприяє створенню нових ідей та запрошує місцевих жителів до співпраці, що у свою чергу сприяє економічному та соціальному розвитку країни.

У той же час культурно-пізнавальний туризм є одним із каналів, через який країни можуть розкрити свою ідентичність міжнародному співтовариству. Так, Європейська комісія підтримує культурно-пізнавальний туризм як основну галузь, яка приносить економічний прибуток. Туристи, як правило, купують більше місцевих продуктів. При цьому «культурно-пізнавальні» туристи подорожують довше за місцеві і витрачають більше грошей; таким чином, культурно-пізнавальний туризм створює дохід для самої культури та підтримує її. Враховуючи всі ці переваги культурно-пізнавального туризму, можна сказати, що цього неможливо досягти без належного управління та державного регулювання. Тому кожна країна має вкладати значні кошти у управління

культурно-пізнавальним туризмом. Мета такого менеджменту – створити та представити унікальний продукт та запропонувати туристу-споживачеві такий досвід, який привернув би його увагу, виходячи з наступних трьох основних принципів: збереження, використання та просування. Насамперед вона може заохочувати консервативне використання цінностей і розвивати і вдосконалювати особистість, тобто новий турист, що належить до постмодерного, споживчого суспільства, повинен розуміти, що культурні цінності треба не лише споживати, а й зберігати для майбутніх поколінь.

Тож, розвиток культурно-пізнавального туризму є важливим напрямком розвитку держави та її туристичного сектор. За визначенням Паньків Н. та В. Сагайдак культурно-пізнавальний туризм є важливим напрямком розвитку сучасного туризму, який має на меті служіння ідеалам людської інтелектуальної та моральної солідарності, утвердження в суспільстві ідеалу толерантності, прийняття та правильного розуміння різноманітності культур нашого світу.

Сьогодні гостро стоїть питання щодо зміцнення діалогу між туризмом і культурою та прийняття обґрунтованих рішень у сфері культурного туризму за рахунок обміну передовим досвідом, демонстрування інклюзивних систем управління та інноваційного досвіду культурного туризму.

На думку, В. Сущенко та Л. Мельник виділення культурно-пізнавального туризму як особливого сектору системі туризму ґрунтується на трьох ознаках, які представлені на рис. 1.1. Тож, культурно-пізнавальний туризм – як особливий вид діяльності висуває певні вимоги до ресурсного забезпечення процесу обслуговування споживачів, оскільки для формування певного туристського продукту необхідна більша різноманітність ресурсів на відміну від інших видів активності. Розширення спектру туристичних послуг потребує інтенсивного пошуку для створення якісно нових та цікавих туристичних пропозицій. Взаємини між туристськими компаніями та установами культури є основою формування та просування туристського продукту культурно-пізнавального туризму, а саме: установи культури є носіями, зберігачами та

творцями культурної спадщини та культурних цінностей кожного окремого регіону; туристичні фірми є посередниками, які просувають культурний продукт певним категоріям споживачів [36].

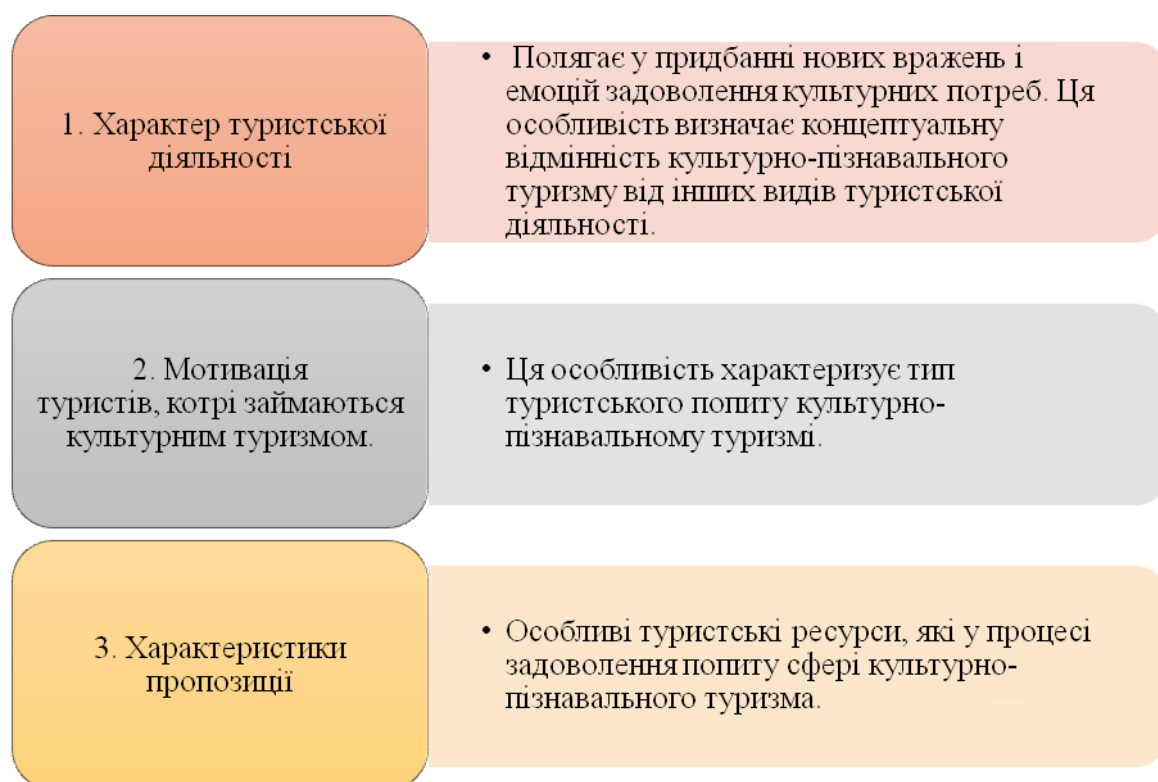


Рис. 1.1. Ознаки культурно-пізнавального туризму

Джерело: складено за [36].

Туристичні фірми дають рекомендації, що дозволяють адаптувати діяльність установ культури до вимог ринку. Цей тандем дозволяє врахувати дві важливі складові – економічну вигоду та культурний розвиток – у майбутньому створюваному продукті культурного туризму. Отже, культурно-пізнавальний туризм проявляється у взаємозв'язку та взаємовпливі культури та туризму, що створює додаткові стимули для розвитку кожної з галузей і, як наслідок, забезпечує зростання загального позитивного ефекту[36].

В. Г. Грановська та Т. М. Стукан визначають, що вперше дефініція «культурно-пізнавальний туризм» була використана на Всесвітній конференції із культурної політики, а активне використання даного терміну розпочалося із 1982 року. За визначенням авторів під цією категорією необхідно розуміти «згруповану сукупність популярних історичних, пам'ятних, географічних

місць, що становлять культурне надбання регіону, країни, що є доступною до широкого кола людей при цьому веде до реалізації освітньої функції туризму» [8].

На рис. 1.2 представимо основні напрями культурно-пізнавального туризму.

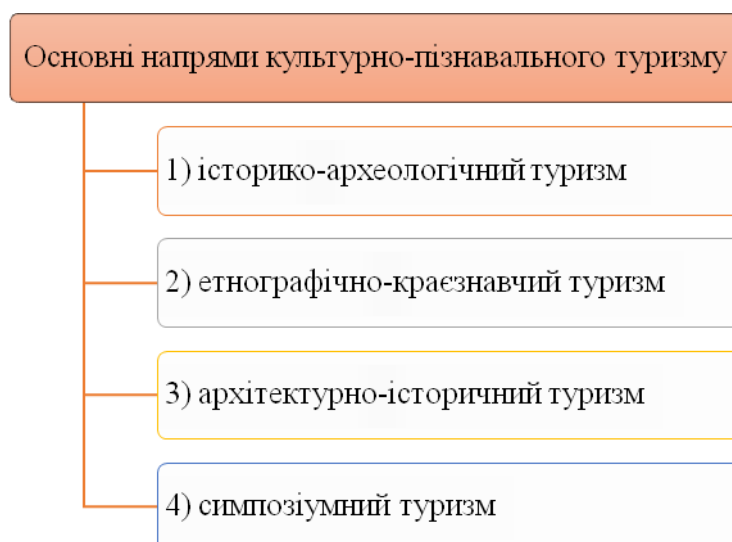


Рис. 1.2. Ознаки культурно-пізнавального туризму

Джерело: складено за [52].

Культурно-пізнавальний туризм особливо тісно пов'язаний з особливими запитами туристів, оскільки важливим мотивом є прагнення дослідити, «спробувати» інші автентичні культури, вивчити артефакти культур, що пішли, а також основна мета – познайомитися з «іншим» культурами [13]. Це спонукає туроператорів культурного туризму до цілісного погляду розробку турпродуктів: сам об'єкт неспроможний функціонувати без цільової середовища, оскільки вони утворюють культурний ландшафт. Водночас культурно-пізнавальний туризм не менш важливий для збереження культурно-історичної спадщини: чим більше туристів цікавиться культурною спадщиною, тим більшу фінансову підтримку вона приваблює. Крім того, культурний туризм залишається важливим у створенні позитивного іміджу країни чи міста у світовому масштабі. Культура завжди була головною метою будь-якої подорожі, починаючи з Великих плавань шістнадцятого століття. На думку Б. МакКерчера, культурно-пізнавальний туризм, безсумнівно, є найдавнішим із

«найсучасніших» видів туризму: люди подорожували з так званих культурних причин ще з часів Римської імперії: паломництва, відвідування історичних місць, спеціальні заходи, фестивалі та ритуали відомі з давніх часів [52].

Тож, метою культурно-пізнавального туризму є ознайомлення та популяризація культурних пам'яток серед населення. До об'єктів культурного туризму слід зарахувати місця культу, цивільної та ландшафтної архітектури, музеї, театри, виставкові зали, пам'ятники археології, сільські етнічні поселення, об'єкти соціально-культурного призначення, замки, фортеці, палаци, місця, пов'язані з історією та історичною спадщиною регіону, предмети етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва [8].

Таким чином, культурно-пізнавальний туризм – це вид туристичної діяльності, в якому основною мотивацією відвідувача є знання, відкриття, досвід та споживання матеріальних та нематеріальних культурних пам'яток/продуктів у туристичній дестинації.

1.2. Культурні цінності та їх вплив на розвиток культурно-пізнавального туризму

Люди здавна подорожували, щоб відкрити та відвідати місця, що мають історичне чи духовне значення, познайомитися з різними культурами, а також дізнатися про різноманітні культурні товари та послуги, обмінятися ними та споживати їх. Культурно-пізнавальний туризм як концепція набув популярності в 1990-х роках, коли з'явилися певні підгалузі, включаючи культурний туризм, мистецький туризм, гастрономічний туризм, кінотуризм і творчий туризм. Це сталося на тлі наростаючої хвилі глобалізації та технологічних досягнень, які сприяли більшій мобільності завдяки здешевленню авіаперельотів, покращенню доступу до різноманітних місць і культурних цінностей, поширенню засобів масової інформації та зростанню незалежних подорожей. Приблизно в цей час туристична політика також зазнавала змін, які відзначалися кількома тенденціями. Вони включали більшу увагу до

регіонального розвитку, екологічних питань, державно-приватного партнерства, галузевого саморегулювання та зменшення прямої участі уряду в забезпеченні туристичної інфраструктури. Оскільки все більше культурних туристів прагнуть досліджувати культуру місць призначення, більше уваги приділено важливості міжкультурного діалогу для сприяння порозумінню та толерантності. Подібним чином, перед лицем глобалізації, країни шукали шляхи зміцнення місцевої ідентичності, і культурний туризм також був задіяний як стратегія досягнення цієї мети. Будучи, по суті, орієнтованим на місце, культурний туризм керується інтересом до досвіду та спілкування з культурою з перших рук. Це підкріплено бажанням відкривати, вивчати та насолоджуватися матеріальними та нематеріальними культурними активами, пропонованими в туристичному напрямку, починаючи від спадщини, виконавського мистецтва, ремесел, ритуалів та гастрономії тощо [45].

Культурно-пізнавальний туризм має свої ресурси. Типи культурно-пізнавальних ресурсів можливо поділити на: предметні, непередметні, а їх характеристика представлена на рис. 1.3.



Рис. 1.3. Характеристика культурно-пізнавальних ресурсів

Джерело: складено за [5].

У той же час до культурних цінностей також відносяться культурно-історичні об'єкти, характеристика яких представлена на рис. 1.4.

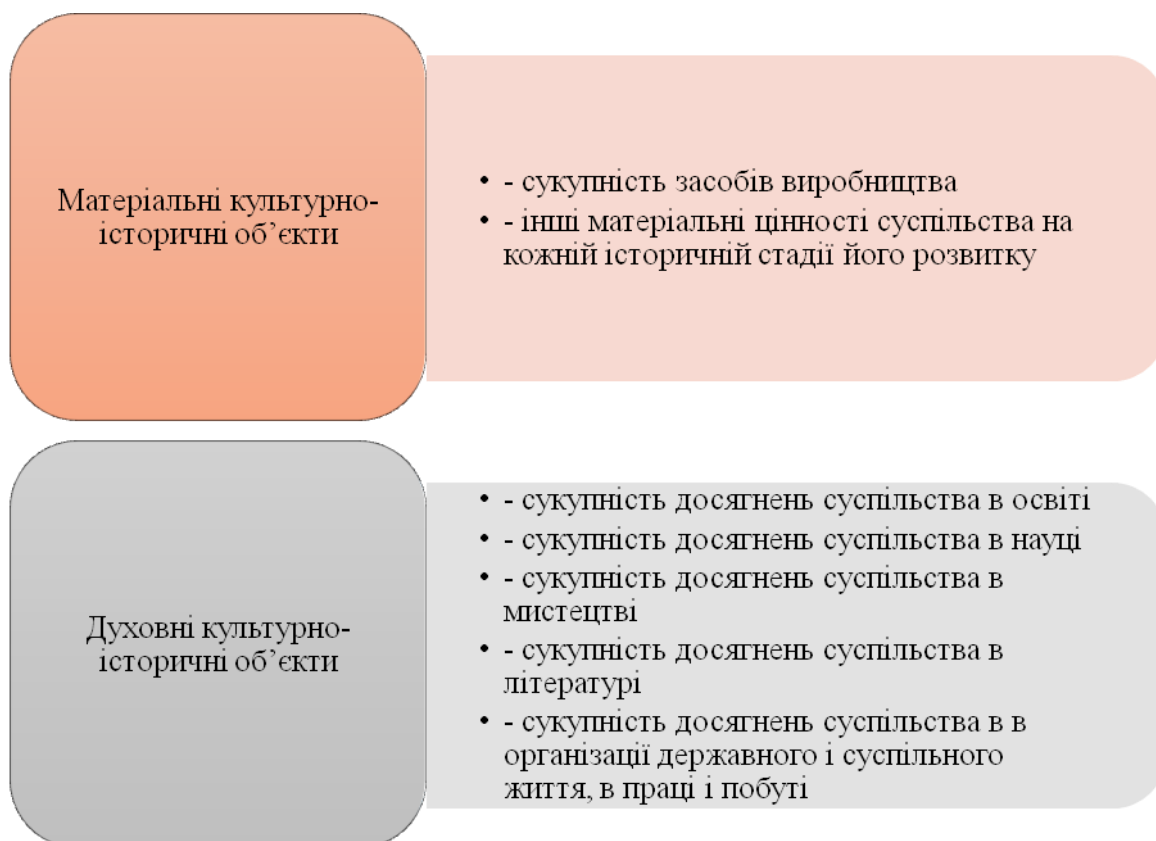


Рис. 1.4. Характеристика культурно-історичних об'єктів

Джерело: складено за [5].

Фактично не вся спадщина минулого відноситься до культурно-пізнавальних ресурсів. До них прийнято зараховувати лише ті культурно-історичні об'єкти, які науковими методами досліджені і оцінені, мають суспільне значення і можуть бути використані при існуючих технічних і матеріальних можливостях для задоволення туристичних потреб деякої множини людей протягом певного часу. Серед культурних цінностей провідна роль належить пам'яткам історії та культури (табл. 1.1), які відрізняються найбільшою привабливістю і на цій основі служать головним засобом задоволення потреб пізнавально-культурного туризму [5].

Таблиця 1.1

Види пам'яток історії та культури

Види пам'яток	Найменування
---------------	--------------

Пам'ятки історії	- будівлі, споруди, пам'ятні місця і предмети пов'язані - з найважливішими історичними подіями в житті народу - з розвитком науки і техніки, культури і побуту народів - з життям видатних людей держави
Пам'ятки археології	- городища - кургани - залишки стародавніх поселень, укріплень, виробництв, каналів, доріг - стародавні місця поховань - кам'яні статуї - наскальні зображення - старовинні предмети - ділянки історичного культурного шару стародавніх населених пунктів
Пам'ятки містобудування і архітектури	- архітектурні ансамблі і комплекси - історичні центри, квартали, площі, вулиці - залишки стародавньої планування і забудови міст та інших населених пунктів - споруди цивільної, промислової, військової, культової архітектури, народного зодчества - твори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного, садово-паркового мистецтва - приміські ландшафти
Пам'ятки мистецтва	До них відносяться твори монументального, образотворчого, декоративно-прикладного та інших видів мистецтва.
Документальні пам'ятки	- акти органів державної влади і управління - письмові і графічні документи, - кіно-, фотодокументи та звукозаписи - стародавні та інші рукописи й архіви - записи фольклору і музики - рідкісні друковані видання

Джерело: [5].

До культурно-історичних цінностей можна віднести й інші об'єкти, пов'язані з історією, культурою та сучасною діяльністю людей: оригінальні підприємства промисловості, сільського господарства, транспорту, театри, наукові та освітні установи, спортивні споруди, ботанічні сади, зоопарки, етнографічні та фольклорні пам'ятки, кустарні промисли, народні звичаї, святкові обряди тощо.

Культурні цінності у певній мірі визначають країну і роблять її унікальною. Побачити мистецтво, відчувати традиції, спробувати кухню та ознайомитися із історією, без сумніву, є найкращими путівниками для відкриття країни, що по своїй суті формує зміст культурно-пізнавального туризму. На відміну від дозвілльового та пляжного туризму, де головною

привабливістю є відпочинок, культурно-пізнавальний туризм в основному переслідує одну мету: розуміння історії та культури країни в широкому сенсі цього слова. Познайомитися з історією, мистецтвом і видатними місцями, скуштувати їжу, відкрити для себе звичаї та традиції іншої країни формує інший погляд на світ.

Хоча туризм, у тій чи іншій формі, завжди був пов'язаний з пізнанням, факт полягає в тому, що з 1970-х років, коли ЮНЕСКО випустило Конвенцію про всесвітню культурну та природну спадщину разом із пропозиціями щодо її збереження та популяризації, культурно-пізнавальний туризм пережив значне поширення по всьому світу, але особливо в Європі. Фактично, наразі існує 1157 об'єкт Всесвітньої спадщини, більшість із яких розташовані в трьох країнах: Італії (57), Китаї (56) та Іспанії (49) – дві з них на Старому континенті [62].

Культура є однією з рушійних сил розвитку туризму. Розвиток культурно-пізнавального туризму формує для країни наступні переваги:

1) Нематеріальні, як-от збереження культурної та мистецької спадщини, місцеве процвітання для нетрадиційних туристичних напрямків встановлення зв'язків між різними культурами.

2) вплив на економіку та робочі місця. Гроші, витрачені мандрівниками у культурно-пізнавальному туризмі, мають у значній мірі позитивний вплив як на фінансовому рівні, так і на створення робочих місць у таких секторах, як готельне господарство та громадське харчування, торгівля та культура [44].

Культурно-пізнавальний туризм, ґрунтуючись на різноманітності культури, може охоплювати практично будь-яку діяльність, пов'язану з країною, територією, містом чи містечком: мистецтво, кіно, мову, спорт, релігію, архітектуру, гастрономію, природу чи будь-яке інший вид фольклору. Але є й інші, набагато менш традиційні, а в деяких випадках дуже альтернативні види культурного туризму. Ось кілька прикладів: так званий надгробний туризм. цвинтарі, як Париж і Лондон, або Реколета в Буенос-Айресі, є одними з місць, які найчастіше відвідують туристи через їхню історію та красу. Дійсно, згідно з Architectural Digest, аргентинське кладовище має

близько 2000 відвідувачів на день, більшість з яких туристи. Ще одним прикладом альтернативного виду культурно-пізнавального туризму є туристичний напрямок для шанувальників саги «Володар перснів», знятої за мотивами книги Дж. Р. Толкіна та перенесеної на екран Пітером Джексоном. Тури включають відвідування місць, де знімалися сцени фільму, більшість із них у Новій Зеландії. Подібний тур пропонується до таких міст, як Дубровник (Хорватія), Белфаст (Північна Ірландія) та Рейк'явік (Ісландія), де знімалися сцени із серіалу «Гра престолів». Ще одним альтернативним видом культурно-пізнавального туризму є військовий туризм, у рамках якого туристи відвідують місця, які були свідками історичних битв тощо.

За матеріалами TotallyMoney [57], який збирає такі дані, як кількість театрів, музеїв, художніх галерей, концертних залів тощо, і порівнює їх із показниками чисельності населення, іноземних туристів та грошей, які вони витрачають, далі наведемо десять міст із найширшою культурною пропозицією:

1. Амстердам: 96 театрів, 81 музей, 54 художні галереї, 2 об'єкти Всесвітньої спадщини, 8 концертних залів і 43 ресторани, які входять до списку путівників Мішлена.

2. Дублін: 127 театрів, 57 музеїв, 32 художні галереї, 6 концертних залів і 5 ресторанів путівника Мішлена.

3. Прага: 129 театрів, 110 музеїв, 201 художня галерея, 1 об'єкт Всесвітньої спадщини, 4 концертних зали та 3 ресторани, які відзначені гідом Мішлена.

4. Маямі :72 театри, 18 музеїв, 27 художніх галерей, 1 об'єкт Всесвітньої спадщини та 1 концертний зал.

5. Париж: 245 театрів, 147 музеїв, 69 художніх галерей, 1 об'єкт Всесвітньої спадщини, 6 концертних залів і 100 ресторанів, які входять до списку Мішлена.

6. Барселона: 80 театрів, 95 музеїв, 46 художніх галерей, 1 об'єкт Всесвітньої спадщини, 3 концертних зали та 25 ресторанів, які входять до списку путівників Мішлена.

7. Мілан: 43 театри, 76 музеїв, 42 художні галереї, 1 об'єкт Всесвітньої спадщини, 4 концертні зали та 17 ресторанів, які входять до списку путівників Мішлена.

8. Рим: 93 театри, 151 музей, 42 художні галереї, 5 об'єктів всесвітньої спадщини, 3 концертних зали та 18 ресторанів, які входять до списку Мішлена.

9. Відень: 55 театрів, 103 музеї, 14 художніх галерей, 2 об'єкти всесвітньої спадщини, 7 концертних залів і 9 ресторанів, які входять до списку Мішлена.

10. Лондон: 878 театрів, 186 музеїв, 125 художніх галерей, 4 об'єкти всесвітньої спадщини, 17 концертних залів і 67 ресторанів, які входять до списку путівників Мішлена [57].

Отже, наведені міста мають потужний потенціал розвитку культурно-пізнавального туризму.

Роль культури в залученні туристів до міст не залишилася поза увагою індустрії туризму. З 1980-х років багато напрямків зосереджуються на культурному туризмі як джерелі економічного розвитку. Особливо це стосується європейських міст. Європейські міста все більше націлюються на туризм як на ключовий сектор для місцевого розвитку та інвестують у культурні пам'ятки та інфраструктуру, щоб забезпечити нішу на туристичному ринку. У деяких містах, які зазнали деіндустріалізації, старі виробничі приміщення були призначені для культурної чи туристичної діяльності. У Більбао, наприклад, будівля музею Гуггенхайма ознаменувала початок регенерації міста, і багато старих промислових об'єктів було перетворено на парки та культурні простори. Тож, маючи значне накопичення культурних цінностей Європейський ринок культурного туризму поступово стає все більш конкурентоспроможним, оскільки все більше міст і регіонів Європейського Союзу розробляють свої туристичні стратегії навколо культурної спадщини [53].

У результаті пандемії COVID-19 світова індустрія туризму сильно постраждала. Обмеження на подорожі призвели до скорочення кількості

туристів у багатьох напрямках. Оскільки країни вступають у стадію відновлення пандемії, вони будуть прагнути стимулювати туристичний попит і сприяти відновленню туристичної галузі. Деякі уряди вже пообіцяли фінансову підтримку для відновлення сектора. Наприклад, в Ірландії в бюджеті на 2022 рік на сектор туризму було виділено рекордний рівень фінансування у розмірі 288,5 млн євро [49]. Певна сума фінансування може бути виділена містам для популяризації та розвитку їхніх культурних закладів. Наприклад, уряди можуть надати фінансову підтримку індустрії туризму для розробки маркетингових кампаній, заснованих на культурних перевагах міст. Фінансування також може бути виділено містам, щоб підтримати їх у проведенні музичного фестивалю чи серії концертів. Проведення концертів і шоу – це шлях, який зацікавлені сторони в індустрії туризму повинні серйозно розглянути як можливість для збільшення туристичного попиту в своїх містах. Хоча очевидно, що для проведення концертів потрібно багато ресурсів, включаючи час, фінансові ресурси та робочу силу, такі заходи можуть стати прибутковим засобом збільшення туристичного попиту в містах. Ті, хто працює в індустрії туризму, можуть контролювати загальну організацію та просування заходу, а також взаємодіяти з власниками та менеджерами сектору розміщення та харчування в місті, щоб організувати різні пакети для потенційних відвідувачів. Враховуючи те, що багато концертів у всьому світі проводяться на спортивних аренах і майданчиках під відкритим небом, цілком можливо, що багато європейських міст матимуть доступ до місць для проведення таких заходів без необхідності робити масштабні капіталовкладення з точки зору будівництва концертів, залів або центрів подій. Таким чином, проведення таких заходів може бути життєздатним варіантом для полегшення відновлення в багатьох європейських містах [53].

Незважаючи на те, що пам'ятки та орієнтири можуть бути пов'язані з історією міста, не всі культурні об'єкти мають цінність із точки зору туризму. З іншої сторони не всі міста мають «достатню масу» культурних активів, і тому активи, якими вони володіють, просуваються разом з іншими туристичними

атракціями, включаючи заходи, гастрономію та якісну інфраструктуру та регіональні мережі. Навіть якщо місто має достатню кількість пам'яток, розвиток альтернативних культурних зручностей є важливим, адже в довгостроковій перспективі однієї популярної пам'ятки недостатньо для підтримки туристичного місця призначення. Скоріше, поєднання додаткових формальних і неофіційних культурних пам'яток потрібне для підтримки прибуття туристів [42].

Культурні цінності мають важливе значення для розвитку пізнавально-культурного туризму, адже їх можливо пропонувати у туристичних продуктах цілий рік. Таким чином, вони стають засобом для залучення туристів у непіковий туристичний сезон. Дані свідчать про меншу сезонність туристичних потоків у культурних напрямках порівняно з іншими напрямками [43]. Більше просування культурних зручностей у своїх містах – це те, що туристична індустрія повинна розглянути, оскільки це може стати прибутковим засобом збільшення туристичного попиту. Це буде особливо важливо після пандемії COVID-19, оскільки багато компаній розробляють стратегії відновлення.

Загалом культурні цінності виступають одночасно рушієм і чинником сталого розвитку. Культурна спадщина країни є цінним ресурсом у сферах туризму, освіти, зайнятості та сталого розвитку. Сталий культурний туризм є важливою частиною регіональних і макрорегіональних стратегій розвитку. У цьому відношенні культура є одночасно рушієм і засобом сталого розвитку. Туризм є чудовим способом заохочення та забезпечення доступу до культурної спадщини, але він також несе з собою проблеми, пов'язані з перенаселеністю, культурним присвоєнням та втратою автентичності. Туризм приносить гроші та робочі місця містам і регіонам, але він також може завдати шкоди повсякденному життю жителів, а також культурі та спадщині регіону. Враховуючи можливі негативні наслідки надмірного туризму та його вплив на культурну спадщину, деякі місцеві громади та експерти зі спадщини часом виступають проти туризму та пов'язаного з ним розвитку. Сталий культурний туризм пропонує нову перспективу, оскільки він ставить культурну спадщину

та місцеві громади в центр процесів прийняття рішень. Залучення місцевих громад та інших зацікавлених сторін до процесів прийняття рішень є ключовим для забезпечення результатів, які приносять користь як культурній спадщині, так і місцевому населенню. Метою сталого культурного туризму є забезпечення належної практики збереження разом із автентичною інтерпретацією, яка підтримує місцеву економіку [56].

Таким чином, на національному рівні існує тісний зв'язок між культурою та туризмом. Конвергенція між туризмом та культурою, а також зростаючий інтерес відвідувачів до культурного досвіду створюють унікальні можливості та нові завдання для сектору туризму.

1.3. Аналіз факторів, що впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму України

Останні статистичні дані щодо розвитку туризму Державна служба статистики оприлюднила за 2020 рік. Тож, у таблиці 1.2. проаналізуємо кількість обслуговуваних туристів протягом 2019-2020 років.

Таблиця 1.2

Кількість обслуговуваних туристів протягом 2019-2020 років

Показник	2019			2020		
	Усього	У тому числі обслуговані		Усього	У тому числі обслуговані	
		Туропера-торами	турагент-ами		Туропера-торами	турагентами
1	2	3	4	5	6	7
Юридичні особи						
Кількість обслугованих туристів,						
Усього	5319952	3134115	2185837	1957410	1412851	544559
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	83703	37896	45807	11773	8369	3404

Продовження табл. 1.2

1	2	3	4	5	6	7
виїзних туристів	4786594	2759735	2026859	1758107	1275653	482454

внутрішніх туристів	449655	336484	113171	187530	128829	58701
Фізичні особи-підприємці						
Кількість обслуговуваних туристів,						
Усього	812145	x	812145	402868	x	402868
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	3137	x	3137	191	x	191
виїзних туристів	738272	x	738272	367595	x	367595
внутрішніх туристів	70736	x	70736	35082	x	35082

Джерело: складено за [39; з]

Тож у 2020 році спостерігаємо значне скорочення кількості обслуговуваних туристів як юридичними особами (у 4,5 рази), так і фізичними особами-підприємцями (удвічі). Найбільшого скорочення зазнав в'їзний потік туристів – удесятеро у 2020 році порівняно із 2019 роком.

Проаналізуємо кількість обслуговуваних туристів культурно-пізнавального туризму протягом 2019-2020 років у табл. 1.3.

Таблиця 1.3

Кількість обслуговуваних туристів культурно-пізнавального туризму протягом 2019-2020 років

Показник	2019			2020		
	Усього	У тому числі		Усього	У тому числі	
		Культурно-пізнавальна мета	Частка%		Культурно-пізнавальна мета	Частка%
Кількість обслуговуваних туристів,						
Усього	5319952	4963974	93,31	1957410	1871767	95,62
у тому числі						
в'їзних (іноземних) туристів	83703	5232	6,25	11773	481	4,09
виїзних туристів	4786594	89260	1,86	1758107	14089	0,80
внутрішніх туристів	449655	173021	38,48	187530	45057	24,03

Джерело: складено за [39]

Тож загалом, культурно-пізнавальна мета, як частина дозвілля та відпочинку загалом формула туристичний потенціал України до пандемії.

З початком повномасштабного вторгнення туризм країни знизив свою активність. Все ускладнюється тим, що Україна, як і багато інших країн світу, ще не повністю оговталася від пандемії коронавірусу. Галузь знову повернулася до збитковості та не змогла вийти на показники 2019 року. Іноземний туризм наразі не є основою розвитку туризму. По-перше, велика кількість громадян збільшила витрати і зменшила доходи. По-друге, призовники не можуть виїжджати за кордон зі своїми сім'ями, навіть якщо вони мають на це кошти. По-третє, є проблеми із логістикою. Також до закінчення війни не планується приїзд великої кількості іноземних туристів, так як в країні небезпечно. А ті, хто сьогодні відвідує Україну, — це передусім представники закордонних ЗМІ та співробітники відомств, які переміщаються країною з робочою метою. У міру продовження війни ситуація погіршуватиметься. Багато компаній, що організовують тури, припинили свою діяльність. Велика кількість працівників малого та середнього бізнесу залишилися без роботи та доходів. Тим не менш, незважаючи на складні обставини, сфера туризму продовжує боротися з труднощами. Наразі вона працює приблизно на 30%, орієнтуючись на поїздки всередині країни – переважно у західноукраїнському напрямку, наприклад мальовничий та затишний край біля озера Синевір та Львів. Захід України всіляко намагається підтримати бюджет своїми податками та своїми послугами населення, яке потребує відпочинку у цей вкрай складний період. Не забувають і про переселенців. Багато компаній займаються волонтерством, підтримуючи армію предметами першої необхідності, а також вимушених переселенців, розміщуючи їх у санаторіях та організуючи їхнє подальше пересування [38].

Україна є великою туристичною країною, яку до війни щороку відвідували мільйони іноземців із культурно-пізнавальною метою. Однак після початку російської агресії туристичний центр почав зазнавати втрат. Загалом у першому кварталі 2023 року Україна зіткнулася зі значним падінням податкових надходжень від туристичної галузі. Падіння податкових надходжень склало 29% порівняно з відповідним періодом минулого року. За

даними Держтуризму, за перші три місяці року представники української туристичної галузі сплатили на 29% менше податків (383 млн 221 тис. грн), ніж за аналогічний період 2022 року, коли до бюджету надійшло 540 грн. млн 406 тис. При цьому порівняно з тим же періодом 2021 року падіння склало аж 39%. Тоді до скарбниці надійшло 629 млн 135 тис. грн. Загальна кількість платників податків у туристичній галузі зменшилася на 34%. Кількість юридичних осіб зменшилася на 35%, а фізичних – на 34%. Порівнюючи цю цифру з першим кварталом 2021 року, загальне зниження склало 38% – юридичні особи на 44%, фізичні особи на 36%. Найбільше до бюджету заплатили готелі – 233 млн 693 тис. грн. Проте ця сума на 22% менша, ніж за аналогічний період 2022 року, коли до казни надійшло майже 300 млн грн. Водночас у 2021 році готелі сплатили податків на суму 394,5 млн грн. Частка податку, сплаченого за перші три місяці 2023 року, зменшилася на 48% від діяльності туристичних баз і таборів відпочинку. Загалом цей сектор сплатив до бюджету 25 млн 652 тис. грн. Порівняно з відповідним періодом 2021 року податкові надходження впали на 78%. Водночас зафіксовано невелике зростання сплачених податків від діяльності кемпінгів і автостоянок – на 20%. Проте порівняно з 2021 роком податки з цих засобів розміщення зменшилися на 67% [38].

Тож основним фактором, який впливає на розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні сьогодні є російсько-українська війна та високий рівень небезпеки. Крім того, негативний фактор впливу на розвитку культурно-пізнавального туризму в Україні є фізичне зниження пам'яток культури та їх розкрадання російськими окупантами

Війна суттєво вплинула на розмаїття та багатство культури та культурної спадщини в Україні, завдавши шкоди культурній інфраструктурі та активам, зменшивши засоби до існування для творців, носіїв та практиків культури, обмеживши доступ до культури та перешкоджаючи здійсненню культурних прав. Історичні міста зі спадщиною та пам'ятниками знаходяться під загрозою, а пошкодження музеїв і розграбування колекцій оголили потребу в кращому

інвентаризації та управлінні колекціями. З початком війни було вжито надзвичайних заходів для збереження рухомих культурних цінностей, хоча через нестабільні умови зберігання знадобляться масштабні консерваційні роботи. Війна також глибоко вплинула на охорону нематеріальної культурної спадщини та творчості, підриваючи соціальну тканину та втручаючись у повсякденну практику та засоби до існування практиків живої спадщини, продюсерів, членів громади, професіоналів культури та митців. Внутрішнє переміщення та відтік митців і професіоналів культури значно скоротили різноманітність культурних практик і проявів, особливо у східних областях, і зменшили здатність установ культури справлятися з надзвичайними потребами. На ранньому етапі війни відбулося серйозне зниження культурної діяльності та туризму. Це призвело до значних втрат прибутку на додаток до фізичної шкоди. З червня 2022 року деякі заходи поступово відновлюються. Ринок митців і працівників культури скоротився, їхні доходи помітно скоротилися. Незважаючи на пошкодження інфраструктури зв'язку та мовлення, багато ЗМІ та журналісти продовжували працювати над забезпеченням доступу до інформації; багато місцевих і гіперлокальних засобів масової інформації стикаються з серйозними фінансовими обмеженнями після значного падіння прибутків від реклами та доходів. Туризм, особливо міжнародний, все ще занепадає в країні, але кілька релігійних місць і культурних закладів знову відкрилися та проводять тимчасові виставки, демонструючи стійкість українського культурного сектору та його важливість для відновлення відчуття нормальності та колективного благополуччя [47].

Через скорочення видатків державного бюджету на культуру багатьом установам культури загрожує закриття, причому найбільше постраждає незалежний сектор. Однак організації громадянського суспільства, волонтери, митці та діячі культури продемонстрували безпрецедентну активність у підтримці збереження культури України під час війни. Крім того, пошкодження культурних цінностей і пограбування колекцій викликали публічні дебати про національні цінності та подальше відновлення [47].

Станом на 24 лютого 2023 року загальна вартість збитків від ідентифікованих активів оцінюється в 2,6 мільярда доларів США, розподілених таким чином:

- історичні міста, будівлі та місця, наповнені визнаними культурними/соціальними цінностями – 1,7 мільярдів доларів США;
- рухомі культурні цінності та колекції, сховища культури – 143 млн доларів США;
- будівлі/майстерні/ательє, присвячені культурним і креативним індустріям (CCI) – 150 мільйонів доларів США;
- туристичні об'єкти – 650 мільйонів доларів США [47].

Найбільш постраждалою областю є Харківська (30 відсотків пошкоджень), за нею йдуть Донецька (16 відсотків) і Луганська (9 відсотків). Загальна збитки оцінюються в 15,2 мільярда доларів США і включають втрати доходів від туризму, мистецтва, спорту, розваг та відпочинку та культурної освіти, а також захист цінних активів. Загальні потреби протягом наступних 10 років у відновленні та реконструкції, включаючи відновлення надання послуг, становлять 6,9 мільярда доларів США, з короткостроковими потребами (2023-2026 рр.) у 2,3 мільярда доларів США та середньостроковими потребами на довгострокові потреби (2027-2033 рр.) на 4,6 млрд доларів США. Очікується, що ранній етап включатиме оцінку шкоди та документування, надзвичайні заходи щодо нерухомих і рухомих культурних цінностей (включаючи видалення сміття), заходи щодо стабілізації та консервації культурних цінностей, управління зберіганням, плани готовності та негайну консервацію для запобігання подальшій втраті та пограбуванню [47].

Настійно рекомендується посилити охорону культурної спадщини та провести превентивну консервацію об'єктів та активів, яким загрожує подальше пошкодження чи знищення. Це передбачатиме ідентифікацію кожного культурного об'єкта, наприклад історичних міст, будівельної спадщини, музеїв, пам'ятників, національних/регіональних театрів і релігійних об'єктів, а також визнання того, що рухомі об'єкти культурної цінності, які

тимчасово зберігаються в таких будівлях, потребують захисту та більш системного управління уповноваженими органами. Що більш важливо, для відновлення сектора потрібен комплексний план відновлення. Цей план має включати узгодження з міжнародними стандартами, посилений правовий захист і управління, розробку протоколів і вказівок щодо захисту та відновлення культурної спадщини, а також комплексну цифрову архітектуру для документування та управління культурними цінностями. Перегляд державної політики необхідний для підтримки збереження та охорони культурної спадщини, розбудови інституційної спроможності та розробки нормативних актів, зокрема для захисту спадщини від руйнування та тиску містобудування.

Вирішальними є стимули та умови для відновлення культурної діяльності на безпечних територіях і повернення в Україну професіоналів сфери культури. Усі ці пріоритети також повинні супроводжуватися розробкою та виконанням інклюзивної програми розбудови потенціалу для сектору культури з метою збереження досягнутих результатів. План оздоровлення потребуватиме значного фінансування зі збільшенням видатків на культуру з місцевих бюджетів; цей процес розпочався у 2019 році, але після війни був зупинений. Децентралізація та локалізація необхідні для делікатного відновлення та реконструкції сектору, і знадобиться стратегічний реінжиніринг архітектури сектору культури. Схеми фінансування також повинні бути переосмислені для сценаріїв післявоєнного перехідного періоду та відновлення.

Таким чином, основними найбільш важливими факторами, які сьогодні впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні – зниження туристичних потоків внаслідок російсько-української війни, розкрадання, знищення та пошкодження культурних цінностей та історичних місць, особливо на сході країни; перспективи плану відновлення.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Організація туристичної діяльності в регіоні

Під час війни Львів у туристичному спрямуванні став найпопулярнішим містом України серед туристів. Навіть незважаючи на війну в Україні, Львів продовжує жити, радо приймає переселенців і туристів. Львів – незвичайне місто, яке несе в собі історію та сучасність водночас. Наразі Львів розвивається у правильному напрямку. Найкращі умови створені в туристичній та ІТ-сфері, які є передовими галузями економіки. Таким чином відбувається диверсифікація економіки Львова. У зв'язку з початком повномасштабної війни на захід України почала виїжджати величезна кількість переселенців. Наразі у Львівській області проживає приблизно 250 тисяч внутрішньо переміщених осіб, більшість із них у м. Львові. Але в піковий період, наприкінці березня, у Львівській області було навіть 500 тисяч переселенців. У Львові ситуація з електропостачанням дещо краща, ніж у багатьох інших містах України. Але, звичайно, відключення світла відбуваються регулярно. Міська влада пропонує підприємцям і мешканцям субсидії на придбання генераторів. За бажанням мешканців у підвалах будинків можуть бути встановлені печі на дровах. Встановлюються так звані «Точки нескореності», де під час можливого повного знеструмлення можна буде зігрітися, підзарядити телефон, отримати доступ до води, туалету тощо [29].

Незважаючи на початок війни, туристи продовжують відвідувати Україну. До м. Львова все одно приїжджає певна кількість туристів. Для деяких з них туристичний напрямок не є основною метою візиту (іноземні волонтери і меценати, або ті вітчизняні українські туристи, які приїхали у справах,

наприклад, взяти участь у медичній конференції чи познайомитися з містом, куди планують віддати свою дитину на навчання), але також приїжджають невеликі групи польських туристів [29].

У таблиці 2.1. проаналізуємо місце туристичних послуг в структурі зовнішньої торгівлі Львівської області

Таблиця 2.1

Зовнішня торгівля туристичними послугами Львівської області за видами у 2022 році

Показник	Експорт			Імпорт		
	тис.дол. США	у % до 2021р.	у % до загального обсягу	тис.дол. США	у % до 2021р.	у % до загального обсягу
Усього	800844,6	92,9	100,0	129235,7	112,3	100,0
Послуги, пов'язані з подорожами	8389,2	45,1	1,0	10240,6	66,5	7,9
послуги під час ділових подорожей	к	к	к	9691,5	92,4	7,5
послуги, пов'язані з освітньою подорожжю	5411,3	54,6	0,7	к	к	к
послуги, пов'язані з подорожжю з оздоровчою метою	1272,3	23,3	0,2	—	—	—
інші туристичні послуги	478,4	77,8	0,1	505,2	10,5	0,4
Частка туристичних послуг у загальній зовнішній торгівлі послугами області, %	1,05			7,92		

Примітка: Символ (к) – дані не оприлюднюються з метою виконання вимог Закону України «Про офіційну статистику»[11] щодо забезпечення гарантій органів державної статистики щодо статистичної конфіденційності.

Джерело: складено за [35].

Із даних наведених у таблиці 2.1 можемо зробити висновки, що в'їзні туристичні послуги для іноземних туристів у 2022 році скоротилися на 55% порівняно із 2021 роком і склали всього 45% від минулорічного показника. Структура туристичних послуг наданих іноземним туристам за видами представлено на рис. 2.1.

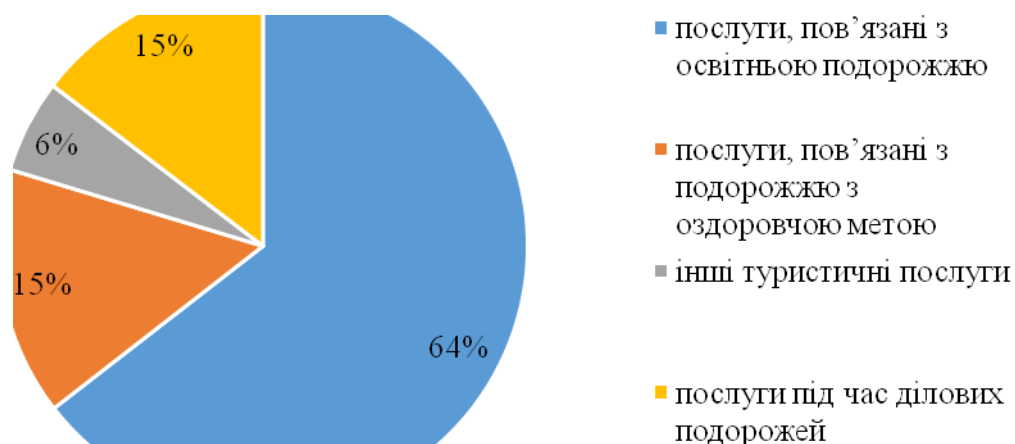


Рис. 2.1. Структура експортованих туристичних послуг Львівської області

Джерело: складено за [35].

Львів завжди приваблював туристів по-особливому, він був містом-магнітом. Туризм був одним із ключових пунктів у стратегії розвитку міста та області. Готелі, ресторани, старовинна архітектура, чудо-поїзди та численні фестивалі були візитною карткою міста. За словами заступника міського голови Львова А. Москаленка, все це щороку приносило до бюджету Львова понад 500 мільйонів гривень до війни. У докарантинні часи за рік Львівські локації відвідувало 2,5 мільйона людей, у 2021 році кількість туристів досягла рівня у півтора мільйона гостей. Під час пандемії Львів став популярним серед туристів із Саудівської Аравії. Проте з початком війни туризм в Україні та Львові суттєво змінився. Україна зараз дешевша, ніж будь-яке місто в провідних країнах, частково через війну [58].

Зараз на Львівщині спостерігається 30-40% від кількості туристів у 2021 році. Якщо порівняти це з ситуацією в інших регіонах України, наприклад, Київщині, Чернігівщині, Шацьких озерах на Волині чи півдні України, де зараз майже відсутня туристична діяльність, то можна сказати, що туристична галузь в Львівському регіоні не припиняє працювати. Перші два місяці Львівщина

активно займалася волонтерством. Вже з травня регіон відновив туристичну діяльність. Зараз туристична індустрія має 30-40% туристів порівняно із 2021 роком. Головним завданням індустрії є збереження персоналу, виплатити зарплату нашим працівникам, допомогти армії та зберегти туристичний бізнес у місцевому середовищі [58].

Зараз в Україні практично немає туристів з-за кордону. Натомість є іноземні журналісти, волонтери, представники міжнародних організацій. Проте це крапля в морі, каже голова Державного агентства розвитку туризму України Мар'яна Олеськів. За її словами, через війну надходження до держбюджету від туристичної галузі за перші чотири місяці 2022 року скоротилися на 18%, порівняно з відповідним періодом минулого року. Сьогодні в Україні практично немає в'їзного туризму. Зараз в Україні працюють іноземні журналісти, волонтери, представники міжнародних організацій, яким туроператори надають певні послуги щодо в'їзду в країну та поселення. А от внутрішній туризм потроху починає відновлюватися. Туроператори, що спеціалізуються на внутрішніх поїздках, почали відновлювати свою діяльність на 20-50% порівняно з 2021 роком. Крім того, зараз знову запрацював Туристично-інформаційний центр, а самі містяни почали активно цікавитися містом, бо не мають можливості кудись поїхати. Спочатку очікувалося, що сюди прийдуть біженці, але Турцентр насправді відвідують українці, які подорожують Україною, наприклад, їдуть на відпочинок на Закарпаття чи в Карпати та зупиняються у Львові. Заходять і ті, хто повертається з-за кордону і зупиняється у місті. Через війну змінилася і специфіка відпочинку вітчизняних туристів. Зараз люди віддають перевагу коротким вихідним – максимум тиждень. Подорожі стали короткостроковими: вони здебільшого розраховані на вихідні, які краще описати не як відпочинок, а як «перезавантаження», яке допомагає відновити сили та знову повернутися до роботи, працювати на перемогу та вносити свій вклад до Збройних Сил [58].

Наразі серед охочих більше дізнатися про Львів є волонтери, які вже певний час живуть у місті. Але зазвичай їх цікавлять безкоштовні послуги, хоча

бувають випадки, коли іноземці приїжджають з конкретною метою фінансово підтримати Україну. Крім того, є люди, які вже певний час у Львові і хочуть більше дізнатися про місто. Є й іноземці, в першу чергу волонтери, які приїхали сюди і мають час познайомитися з містом. Їх цікавлять насамперед безкоштовні послуги, наприклад, парки та музеї. Тури замовляють переважно львів'яни. Частка внутрішньо переміщених осіб у туристичних групах становить 20%. Проте попри відсутність в'їзного туризму, Львів знову став туристичним хабом через призупинення авіасполучення. Серед туристів користуються попитом наразі короточасні та сезонні поїздки на кілька днів у заповідники, а також ті, що допомагають краще зрозуміти історію [58].

Так, територія Львівщини є відносно безпечною порівняно із рештою країни. Проте регіон теж має різкі сліди війни за кожним кутом. Сирени повітряної тривоги – це майже щоденне явище, хоча багато людей у місті та області більше не звертають на них уваги. Згідно з воєнним станом було введено комендантську годину, що трохи послабило нічне життя. Пам'ятники обмотують мішковиною, оббивають фанерою та охороняють протитанковими пастками, щоб захистити їх від можливого ворожого обстрілу. Мішки з піском складені вздовж вікон підвалів, щоб їх можна було використовувати як імпровізовані бомбосховища. Військові блокпости блокують в'їзди до міста. Насправді для туристів немає жодної гарантії, що вони не стануть ціллю російського ракетного обстрілу. Проте, оскільки економіка бореться, і, звичайно, в'їзний туризм може стати одним із джерел відновлення регіону та допомоги у відновленні всієї країни [54].

У рамках підтримки міжнародного туризму залізнична компанія створила мальовничий маршрут поїзда для туристів із Молдови до Києва під назвою «Поїзд Перемоги» та прикрасила кожен вагон так, щоб символізувати окуповану територію країни [54].

У Львові офіс туризму доклав зусиль, щоб вказати на порівняно низьку частоту ракетних обстрілів у регіоні порівняно з іншими частинами країни та на те, наскільки далеко Львівщина знаходиться від лінії фронту: про відстань між

Калгарі та м. Ванкувер. Також почали рекламувати, які готелі міста мають власні бомбосховища. Мер А. Садовий стверджує, що його люди винайшли інноваційні способи адаптації до важких обставин війни – продовжували діяти з «стійкістю, хоробрістю та величезною любов'ю до батьківщини. Коли російські бомби нищили енергетичну інфраструктуру, ресторани та готелі купили генератори, щоб підтримувати свій бізнес. Їх можна побачити вздовж тротуарів біля майже кожного офісу в центрі міста. У підвалах міста відкрилося кілька нових ресторанів. Деякі з нових закладів тримають ресторатори з окупованих територій, які заново розпочали свій бізнес у Львові. Львівщина щодня працює над новими ідеями щодо власної стійкості. Мерія та керівництво області консультуються із іншими туристичними центрами в країнах, які стикаються з конфліктом або воєнними діями, зокрема в Хорватії та Ізраїлі, щодо того, як збалансувати економічне бажання туристів з міркуваннями безпеки війни [54].

У 2023 році після початку війни більшість людей, які приїжджають до міста, – це люди з інших куточків України, які шукають короткого відпочинку. Українці, які тікають зі своїх домівок біля лінії фронту, міжнародні журналісти, гуманітарні працівники та політичні делегації з інших країн також сплачують економіці міста своїм перебуванням. Але тиждень за тижнем кількість міжнародних туристів зростає. Їхня підтримка є важливою для економіки регіону та країни [54].

Тож місцеві органи влади області активно працюють над програми, які сприятимуть залученні, передусім, іноземних туристів. Так, у мерії затвердили Програму розвитку туристичної галузі Львівської міської територіальної громади на 2023-2025 роки. Метою програми охоплює чотири важливі напрямки подальшого розвитку туризму у м. Львів (рис. 2.2).

Ухвалене рішення передбачає стратегічне бачення розвитку туристичної галузі Львівської міської територіальної громади на 2023-2025 роки, враховуючи нові загрози та виклики, оперативні цілі та пріоритетні завдання для розширення та підвищення якості туристичної пропозиції в частині

доступності, цифровізації, безпеності, популяризація туристичних продуктів для внутрішніх туристів та якісне відновлення туристичних потоків [9].

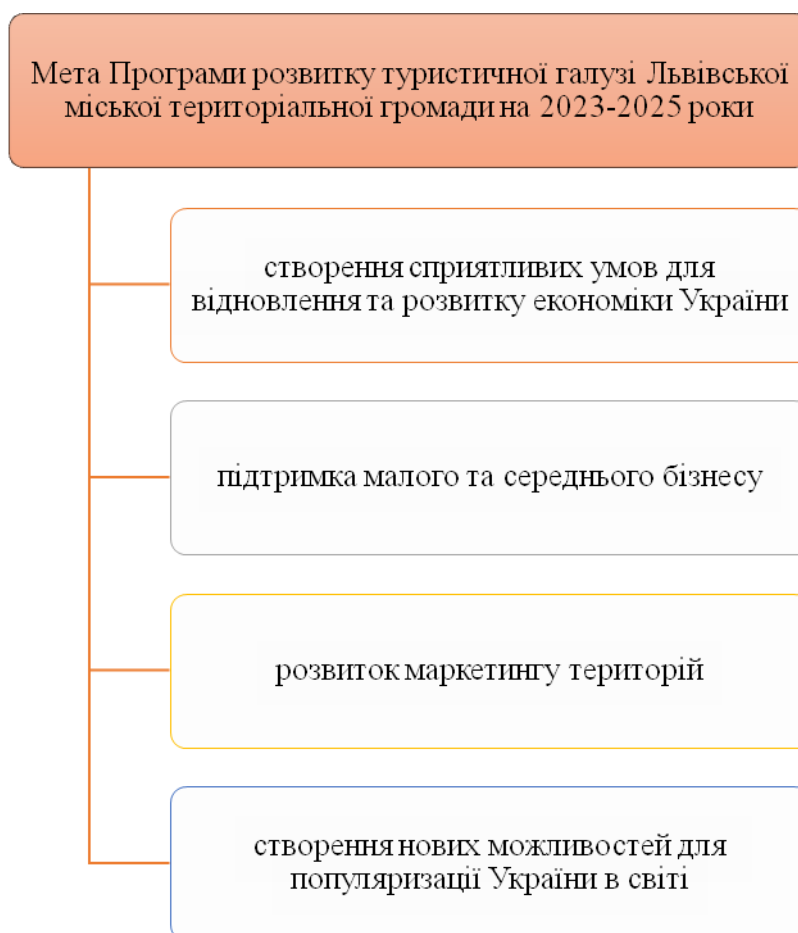


Рис. 2.2. Мета Програму розвитку туристичної галузі Львівської МТГ на 2023-2025 роки. Джерело: складено за [9].

Відповідно до даної програми Львівщина визнана інструментом для зміцнення конкурентоспроможної туристичної галузі як генератора економічного зростання і стимулювання, відновлення та розвитку економіки, зайнятості та валютних надходжень. Три роки активної фази пандемії та початок повномасштабного вторгнення показали необхідність гнучкості туристичного середовища та інноваційного підходу для мінімізації кризи. Тож, у програмі визначено, що необхідно продовжувати шлях диверсифікації, інновацій та підвищення кваліфікації учасників туристичного середовища.

Попри нові виклики та загрози галузь туризму зберігає позитивну динаміку росту. Так, надходження до бюджету міста від галузі у 2021 році становила більше ніж 245 млн. грн, що на 46% більше ніж у 2020 році, та на 23% більше ніж у 2019 році. Розмір туристичного збору, що надійшов за 2021 рік склав 11,3 млн. грн. (що у 12 разів більше, ніж у 2011, коли він вперше почав справлятися), а станом на серпень 2022 року туристичний збір уже склав понад 14 млн. грн [31].

Суб'єкти господарської діяльності у галузі туризму здебільшого є представниками малого та середнього бізнесу, які забезпечують сталий економічний розвиток міста та Львівської області в цілому. Зайняті працівники у туристичній галузі це професіонали закладів розміщення, харчування, культурних та мистецьких закладів, туристичного транспорту та екскурсійної діяльності, туристичних операторів та агентств, закладів дозвілля та атракцій тощо. Управління туризму департаменту економічного розвитку разом з ЛКП «Центр розвитку туризму м. Львова» продовжує співпрацю з європейськими партнерами, учасниками туристичного середовища, органами державної влади, місцевого самоврядування, громадськими організаціями, освітніми закладами з метою реалізації спільних проектів.

Основні завдання програму розвитку туристичної галузі Львівської МТГ на 2023-2025 роки включають:

1. Виконання цілей сталого розвитку у галузі туризму, враховуючи економічну, соціальну, екологічну складові.
2. Співпраця з туристичним середовищем для реагування на їх потреби, реалізації спільних проектів.
3. Впровадження інноваційних рішень у сфері туристичних послуг.
4. Інформування мешканців та гостей міста, суб'єктів господарювання про заходи безпеки під час перебування та роботи на території Львівської міської територіальної громади.
5. Доступний туризм. Розробка рекомендацій для покращення доступності туристичних послуг для мешканців та гостей міста.

6. Дослідження та аналіз ринку в'їзного туризму.
7. Розширення туристичних меж, промоція туристичних об'єктів та маршрутів у межах території Львівської міської територіальної громади.
8. Маркетинг та брендинг Львівської міської територіальної громади.
9. Взаємодія з мешканцями та гостями міста, а також діячами культури у рамках діяльності закладу «Музей Міста».
10. Проведення культурно-освітніх заходів з дослідження міського простору для дітей.
11. Надання туристично-інформаційних послуг.
12. Вивчення, аналіз та впровадження досвіду роботи міжнародних установ, організацій з розбудови сфери гостинності. Моніторинг ринку можливостей у туристичній галузі.
13. Подання заявок для участі у конкурсах за номінаціями у сфері туризму.
14. Промоція Львівської міської територіальної громади як туристично привабливої дестинації, способом участі у міжнародних програмах, проектах, семінарах, конференціях, виставках тощо.
15. Залучення міжнародної експертизи та досвіду для реалізації муніципальних програм способом співпраці з фондами, міжнародними донорськими організаціями та іншими недержавними структурами.
16. Організація співробітництва з регіональними та міжнародними партнерами, а саме: з професійними асоціаціями, організаціями, органами державної влади та місцевого самоврядування в Україні та за кордоном.
17. Організація стажувань, робочих візитів з метою обміну досвідом та посилення партнерських зв'язків.
18. Підвищення фахового рівня працівників сфери гостинності [31].

У результаті виконання зазначених 18 завдань програми очікується досягти значних результатів, серед яких необхідно відзначити:

1. Територія Львівської міської територіальної громади – головнатуристична дестинація, з якої розпочинається знайомство з Україною.

2. Створення доступного, комфортного та безпечного середовища для мешканців та гостей міста.

3. Впровадження цифрових рішень, застосунків, акумулювання органічного трафіку користувачів офіційними цифровими ресурсами.

4. Залучення міжнародного досвіду та підтримки для реалізації спільних проектів з туристичним середовищем спільно з малим та середнім бізнесом.

5. Запровадження правил регулювання діяльності суб'єктів туристичного середовища на території Львівської міської територіальної громади.

6. Формування аналітичних звітів та рекомендацій за результатами системного дослідження ринку в'їзного туризму.

7. Розширена теплова карта туристичних потоків у межах території Львівської міської територіальної громади. Сформована динамічна інтерактивна карта з новими туристично привабливими локаціями за межами історичного ареалу [31].

Успішна реалізація визначених пріоритетів, що сприятиме ефективній діяльності туристичної галузі, підсилить суміжні сектори місцевої економіки та міжнародну співпрацю.

Щодо області, то на рівні Львівської обласної військової адміністрації внесено зміни до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на до 2025 роки [33]. Перелік цілей та завдань даної програми представлено у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Перелік завдань та заходів Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 роки на 2023 рік

№	Назва завдання	Перелік заходів завдання
1	2	3
1	Завдання 1.	Захід 1. Розробка та впровадження комплексних

	Формування позитивного іміджу Львівщини як туристичної та курортної дестинації	інформаційних і промоційних кампаній Захід 2. Розробка та впровадження комплексних діджитал-маркетингових заходів з просування Львівщини та її туристичних продуктів на міжнародному і вітчизняному ринках
--	--	---

Продовження табл. 2.2

1	2	3
		Захід 3. Організація ділових та туристично привабливих заходів сталого розвитку туризму курортів і рекреації в області Захід 4. Організація навчальних тренінгів для представників індустрії гостинності, представників туристично-рекреаційного комплексу, сільського й зеленого туризму, екскурсководів, гідів-перекладачів, гірських провідників, знакувальників тощо
2	Завдання 2. Розвиток та модернізація туристичних магнітів та інфраструктури	Захід 1. Створення і вдосконалення інформаційної, навігаційної, туристичної та рекреаційної інфраструктур (туристично-інформаційні центри, інформаційні стенди, щити, навігація до туристично привабливих об'єктів у місті, селищі, селі, на природних та заповідних територіях Захід 2. Розбудова інфраструктури на туристично-рекреаційних локаціях (санітарні зони, кемпінги, велоінфраструктура тощо) Захід 3. Комплексні аналітичні дослідження туризму в області Захід 4. Облік природно-лікувальних ресурсів Львівщини Захід 5. Розробка інтерактивних туристичних пропозицій
3	Завдання 3. Здійснення комплексу заходів з розвитку туристичного та рекреаційного потенціалу ТГ	Захід 1. Розробка стратегічних документів і дорожніх карт з розвитку туристичного, курортного та рекреаційного потенціалу територіальних громад області із залученням експертів Захід 2. Реалізація розвиткових туристично-рекреаційних проєктів, визначених стратегічними документами для територіальних громад
4	Завдання 4. Підтримка реалізації проєктів, спрямованих на підвищення туристичної привабливості та покращення іміджу Львівщини в Україні і за кордоном	Розробка, подання, співфінансування та впровадження проєктів міжнародної технічної допомоги, грантових проєктів, проєктів, що фінансуються з державного бюджету у сфері туризму, курортів та рекреації

Джерело: складено за [33]

Львівщина співпрацюватиме із Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO) щодо розвитку сталого туризму. Про це сторони домовилися на Міжнародній туристичній виставці у Берліні у березні 2023 року. 7-8 березня у

Берліні відбулась найбільша світова туристична виставка – ITB Berlin 2023. Україна була представлена стендом від Державного агентства розвитку туризму України. До заходу долучилися і представники Львівського туристичного офісу: щоб дослідити сучасні тренди туристичного позиціонування країн і міст на міжнародному ринку і знайти партнерів для розвитку туристичної галузі міста та промоційних можливостей дестинації. Львівським туристичним офісом досягнуто домовленість з компанією Airbnb, яка надаватиме м. Львову аналітичні дані для розуміння сектору короткотермінового розміщення в апартаментах міста. Ресурс UN PlaneTravelMagazine розповсюджуватиме матеріали на своїх платформах про туристичний потенціал м. Львова. R. C. Marketing&Communication допомагатиме вибудувати маркетингову і комунікаційну стратегію для просування дестинації після нашої перемоги. А представники EuropeanCapitalofSmartTourism нададуть консультації та підтримку у розвитку «розумного туризму». Разом з VisitGalicia розробляється маршрути «fromGaliciatoGalicia» [17].

Крім того, у березні 2023 року Львівський центр розвитку туризму спільно з Львівською політехнікою втілюють культурно-просвітницький проєкт «Львів через історії успіху його мешканців», завдяки якому студенти і викладачі вивчають історію міста через біографії відомих львів'ян. У лютому ЛКП «Центр розвитку туризму м. Львова» підписало угоду про співпрацю з Національним університетом «Львівська політехніка». Передбачається, що в межах співпраці студенти кафедри туризму проходитимуть виробничу практику на підприємстві, а викладачі інтегруватимуть в навчальний процес напрацьовані з центром екскурсійні маршрути, які покликані оновити освітні програми в Львівській політехніці. У співпраці з університетом уже реалізують культурно-просвітницький проєкт «Львів через історії успіху його мешканців». Це серія з 10 авторських екскурсій від працівника і водночас гіда Центру розвитку туризму Євгена Гулюка, який вже багато років досліджує історію відомих львів'ян, які створили сучасний образ нашого міста здебільшого через нематеріальну його спадщину [20].

Таким чином, широкомасштабне вторгнення росії зупинило відновлення туристичної індустрії в Львівській області після пандемії та призвела до повної зупинки галузі на початку 2022 року. Проте за рахунок гнучкості туристичні оператори наразі адаптуються до змін у налаштовуються на нові напрямки, серед яких внутрішній туризм та перспективи розвитку галузі після перемоги.

2.2. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в регіоні в умовах війни

Загалом на історико-культурній спадщині та культурно-мистецьких традиціях Львівської області сформовано імідж Львівщини, як у середині країни, так і за її межами. Ці чинники формують потужні туристичні магніти та потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму. Необхідно відзначити, що Львівщина має значну кількість архітектурно-культурних і сакральних пам'яток, які мають важливе значення для України та світу загалом (рис. 2.3).

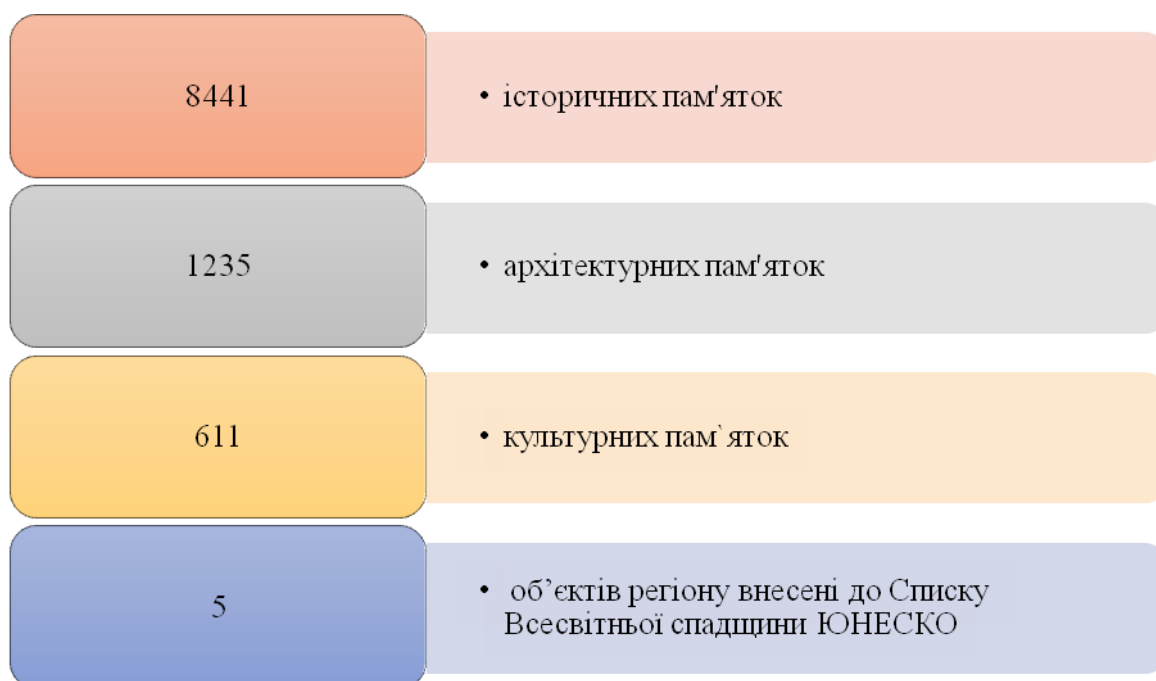


Рис. 2.3. Кількісна характеристика архітектурно-культурних і сакральних пам'яток Львівщини. Джерело: складено за [30].

Місто Львів вдало поєднало середньовічні традиції із сучасною сферою гостинності, що активно приваблює зростаючі щороку туристичні потоки: бруківка, Ратуша, бургомістр, старовинні вулички та провулки, затишні дворики та міські затінки, автентичні кав'ярні та ресторани, тематичні фестивалі, чудові аромати традиційного кави та шоколаду знаменитих у Львові.

Архітектурний ансамбль міста гармонійно поєднує мистецькі традиції, набуті від різних епох й етнічних культур, які успішно міксувалися у культурному ландшафті Львова: ренесанс; бароко; класицизм; австрійський, берлінський й український модерн; конструктивізм; ар-деко тощо. Найбільш насичений культурно-пізнавальними ресурсами насичений історичний центр М. Львова, де зберіглася велика кількість пам'яток архітектура XIV-XVII ст., насамперед монастирі, побудовані монахами різних релігійних орденів.

Найбільш популярні унікальні пам'ятки м. Львова наведено на рис. 2.4.



Рис. 2.4. Найбільш популярні унікальні пам'ятки м. Львова

Джерело: складено за [30].

На території Львівської області розташовано 5 об'єктів, які включені до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, а саме: Ансамбль історичного центру Львова та чотири дерев'яні церкви:

- 1) церква Зіслання Святого Духа в Потеличі 1502 р.
- 2) церква Святого Юра в Дрогобичі XVI–XVII ст.,
- 3) церква Пресвятої Трійці в Жовкві 1720 р.,
- 4) Собор Пресвятої Богородиці в Маткові 1838 р. [15].

Львівська область до того ж є однією з областей України із найбільшою кількістю замків (рис. 2.5).

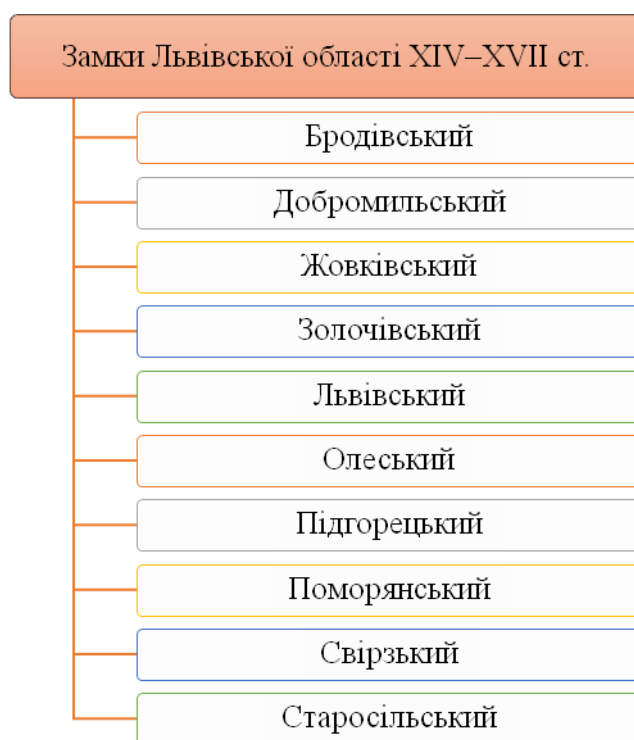


Рис. 2.5. Замки на території Львівської області 14-17 ст.

Джерело: складено за [30].

Львівська область має 10 діючих театрів, серед яких необхідно відзначити Львівський оперний театр як найкрасивіший європейський театр.

До культурних осередків належать 10 історико-культурних заповідників (рис. 2.6).



Рис. 2.6. Історико-культурні заповідники Львівщини

Джерело: складено за [30].

Тож в області функціонують історико-культурні заповідники, які містять пам'ятки архітектури, історії, археології, мистецтва, а також музеї, театри тощо. До них можна віднести і промислові об'єкти, які мають певну туристичну цінність (закинуті шахти, старі місця нафтовидобутку, солеваріння, гутного виробництва тощо) [30].

56 міських та сільських поселень Львівської області, що мають особливу історичну, культурну та архітектурну цінність, внесено до Списку історичних населених місць України [30].

Традиційно впродовж століть вироби майстрів Львівщини славились далеко за її межами. До сьогодні збереглися народні умільці, які через покоління передавали своє ремесло. На Львівщині зосереджені осередки ткацтва, вишивки, гаварецької кераміки, лозоплетіння, писанкарства, ковальства, гончарства, глинянських килимів, яворівської забавки, створення ляльки мотанки та інших. Львівський край, наділений багатовіковою історією

та видатними особистостями, які її творили, притягує своїми традиціями та колоритом. Львівщина є місцем проведення міжнародних фестивалів, різноманітних подій, конференцій, форумів та виставок, що утверджують туристичну привабливість регіону [30].

Львівська область має розгалужену мережу закладів культури, чисельність яких перевищує 2953 об'єктів (рис. 2.7).

1284	бібліотек у т.ч. 1048 у сільській місцевості, крім ОТГ
1390	закладів культури клубного типу у т.ч. 1027 у сільській місцевості, крім ОТГ
175 музеїв	4 музеї зі статусом національного 2 НАН України 5 КЗ ЛОР 2 заповідники КЗ ЛОР 154 громадських 4 міського підпорядкування 4 районного підпорядкування
81	початковий спеціалізований містечківський навчальний заклад у т.ч. 8 у сільській місцевості
5	- вищих містечківських навчальних закладів I-II рівнів акредитації 2 вищі навчальні заклади III-IV рівнів акредитації
2 обласні театри КЗ ЛОР	«Львівський академічний обласний театр ляльок» «Львівський обласний академічний музично-драматичний театр ім.Ю.Дрогобича» (у 2018 році – 914 вистав, 93 158 глядачів)
2 національні театри (Мінкульт України)	- Національний академічний український драматичний театр імені Марії Заньковецької - Львівський національний академічний театр опери та балету ім.С. Крушельницької
5 театрів діють у місті Львові	- Львівський академічний драматичний театр ім.Л.Українки - Львівський академічний театр «І люди, і ляльки» - Перший академічний український театр для дітей та юнацтва - Львівський академічний театр ім.Л.Курбаса - Львівський академічний духовний театр «Воскресіння»

Рис. 2.7. Мережа закладів культури Львівщини

Джерело: складено за [15].

Музейна галузь Львівщини є однією з найпривабливіших в Україні для відвідувачів, чому сприяє багатий музейний фонд та високопрофесійні працівники, розташування музеїв у будівлях, які є пам'ятками архітектури (центральна частина міста Львова, замки так званої «Золотої Підкови»), а також місцях, пов'язаних з визначними постатями. Загалом основний фонд музеїв області налічує понад 1 582 689 предметів, що становить 12,9% всього Музейного фонду України [15].

Усі ці численні пам'ятки архітектури становлять цінний потенціал для стимулювання розширення культурно-пізнавального туризму [10]. Загалом необхідно відзначити, що Львівщина спеціалізується на туристичній індустрії [37].

Динаміка обслуговуваних туристів туроператорами та тур агентами Львівської області представлена на рис. 2.8.



Рис. 2.8. Динаміка кількості туристів, обслуговуваних туроператорами та турагентами

Джерело: складено за [14].

Загалом протягом досліджуваного періоду спостерігаємо зростання туристичних потоків до 2019 року (249,4 тис. клієнтів) із певним просідання протягом 2014-2015 років через російську військову агресію на сході. Також просідання обслуговування туристичних потоків спостерігається у 2020 році внаслідок карантинних обмежень.

Кількість колективних закладів розміщення, за офіційними даними, у 2019 році (без урахування закладів ФОП) становила 130, у т. ч. – 106 готелів та аналогічних закладів розміщення, 24 інших закладів розміщування, місць у колективних закладах розміщення – 13188, кількість осіб, що перебували у закладах – 533878, з яких іноземці – 118204, кількість готелів та аналогічних закладів розміщення – 106 (5677 номерів). Кількість туристів, яких обслужили туроператори та турагенти за видами туризму: 249442, у тому числі в'їзні (іноземні) туристи: 7929, виїзні туристи (громадяни України, які виїжджали за кордон): 159164, внутрішні туристи: 82349. Кількість садиб – 14. За даними з відкритих джерел, послуги розміщення пропонують понад 500 садиб, кількість туристично-інформаційних центрів – 8 [30].

Опираючись на дані закладів розміщення, у 2021 році Львів відвідало 1,5 мільйона туристів, що вдвічі більше за показник 2020 року, однак на 40% менше ніж у доповідний 2019 рік. [41]

Таким чином, на історико-культурній спадщині та культурно-мистецьких традиціях Львівської області сформовано туристичний імідж Львівщини. Львівщина має значну кількість архітектурно-культурних і сакральних пам'яток. Місто Львів вдало поєднало середньовічні традиції із сучасною сферою гостинності, що активно приваблює зростаючі щороку туристичні потоки. Архітектурний ансамбль міста гармонійно поєднує мистецькі традиції, набуті від різних епох й етнічних культур, які успішно міксувалися у культурному ландшафті Львова. Усі ці численні пам'ятки становлять цінний потенціал для стимулювання розширення культурно-пізнавального туризму. Динаміка обслуговуваних туристів туроператорами та турагентами свідчить

про зростання чисельності туристів окрім кризових років 2014-2015 та 2020 років.

Незважаючи на війну туристична інфраструктура Львова розвивається. Так, наприклад, після вторгнення росії готель «Леополіс», який закривався на декілька місяців під час пандемії, працював без перерви. Керівництво готелю закінчило влітку 2022 року розпочату у 2019 році реконструкцію. Через авіаудари ремонт зупинявся на декілька місяців, відновивши роботи. Готель готується до напливу туристів після перемоги. Цей оптимізм не безпідставний. Навіть під час війни рівень заповнюваності 70 номерів у Leopolis загалом перевищував заповнюваність під час більшої частини Covid. За свідченням керівництва рівень заповнення готелю туристами протягом січня і лютого 2023 року мав кращі показники, ніж було заплановано, враховуючи постійну загрозу масових атак і відключень електроенергії. З моменту відкриття в 2007 році «Леополіс» став популярним готелем. Розташований у центрі Старого міста Львова, він є спонсором щорічного Leopolis Jazz Festi є улюбленим місцем відвідувачів Львівського книжкового форуму, найбільшого літературного фестивалю в Україні, а також ділових мандрівників. Готель продовжує користуватися популярністю, активно пропонуючи конференц-послуги для ділових туристів, крім того має бомбосховище. Сьогодні всі діючі львівські готелі обладнали бомбосховища, більшість з них знаходяться в переобладнаних гаражах або давно невикористаних підвалах [55].

У 2022 році започатковано новий сегмент в українській індустрії гостинності – об'єднання. Сім'ї, які живуть у різних містах країни – чи навіть в інших країнах – проводять час разом у готелях Львова. Ключем до виживання українського туристичного ринку сьогодні є гнучкість. У той час як готелі переобладнали існуючі гаражі та кімнати відпочинку під бомбосховища, Львівське туристичне бюро стало медіа-центром для іноземних ЗМІ. У 2022 році було зареєстровано майже 3000 представників іноземних ЗМІ [55].

В готелях також розміщуються внутрішньо переміщені особи (ВПО), які змушені були переселитися через війну. Оскільки західноукраїнські міста

загалом стали безпечнішими, багато хто втік до м. Львова, індустрія гостинності якого прийняла та розмістила тих, хто втік. Здебільшого українські туристичні фірми не мали роботи у 2022 році до літа, потім почали організовувати дитячі табори у Львівській, Закарпатській областях та за кордоном. Що стосується місцевих екскурсів, то, зрозуміло, що попит на екскурсії значно впав. Пізніше для переселенців, які потребували емоційного відновлення та хотіли більше дізнатися про місто, почали організовувати екскурсії. Екскурсії містом також допомогли ВПО з логістикою.

Багато музеїв також відкриті та адаптуються. Незважаючи на відсутність багатьох експонатів, музеї мають нові виставки, наприклад художника Марії Примаченко. Для багатьох людей відвідування музеїв стало своєрідною терапією. Також зростає попит на знання України та її історії. Крім підтримки індустрії туризму та оплати праці персоналу, як і всі в країні, музеї та екскурсоводи використовують свій досвід і ресурси, щоб допомогти у війні, працюючи на інформаційному фронті. Львівська індустрія гостинності забезпечила харчуванням та проживанням переселенців внаслідок війни. Готелі надали безкоштовне проживання та харчування для переселенців, комфортабельні термінальні житла в готелях та приміщення для волонтерських центрів. Ресторани готелів також готували та доставляли їжу до притулків, волонтерських центрів та для сил територіальної оборони. Музеї відіграли певну роль у збереженні української історії та культури, почали допомагати музеям у прифронтовій зоні. Музеї були змушені швидко реагувати на потенційну загрозу і почали зберігати цінні експонати, ховаючи їх у колекції та вивозячи їх за межі України [55].

Готелі, які є визнаними медичними курортами, використовують свої приміщення для допомоги військовим, які були поранені в боях. Після виписки з лікарні деяких відправляють у Львівську область для продовження фізичної та психічної реабілітації. Так, гольф-клуб «Едем» розробив спеціалізовану програму партнерства професіоналів гольфу з лікарями для роботи з

пораненими військових. Він також пропонує йогу та інші програми реабілітації за призначенням медичного персоналу [55].

З липня відновив роботу один із Центрів туристичної інформації на вулиці Руській. Він подавав деталі про відпочинкову пропозицію, роботу закладів культури, безпекові рекомендації [6].

Окрім того у вересні м. Львів відзначим День туризму, запросивши до міста представників культури з міст російської військової окупації, щоб поговорити про культуру, традиції та кухню [55].

У таблиці 2.3. проаналізуємо місце культурних та рекреаційних послуг в структурі зовнішньої торгівлі Львівської області

Таблиця 2.3

Зовнішня торгівля культурними та рекреаційними послугами Львівської області за видами у 2022 році

Показник	Експорт			Імпорт		
	тис. дол. США	у % до 2021р.	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до 2021р.	у % до загального обсягу
Усього	800844,6	92,9	100,0	129235,7	112,3	100,0
Послуги приватним особам, культурні та рекреаційні послуги	555,6	71,2	0,1	к	к	к
Частка культурних та рекреаційних послуг у загальній зовнішній торгівлі послугами області, %	0,07%					

Примітка: Символ (к) – дані не оприлюднюються з метою виконання вимог Закону України «Про офіційну статистику» [11] щодо забезпечення гарантій органів державної статистики щодо статистичної конфіденційності.

Джерело: складено за [35].

Протягом 2022 року Львівська область стала транспортним хабом для туристичної галузі. Так, у значній мірі збільшилися обсяги транспортних послуг, передусім залізничного та автомобільного. Через відсутність авіасполучення автомобільний та залізничний транспорт став основою для

підтримки туристичної галузі. У таблиці 2.4. проаналізуємо місце транспортних послуг в структурі зовнішньої торгівлі Львівської області

Таблиця 2.4

Зовнішня торгівля транспортними послугами Львівської області за
видами у 2022 році

Показник	Експорт			Імпорт		
	тис. дол. США	у % до 2021р.	у % до загальног о обсягу	тис. дол. США	у % до 2021р.	у % до загальног о обсягу
Усього	800844,6	92,9	100,0	129235,7	112,3	100,0
Транспортні послуги	92636,9	101,4	11,6	70592,4	195,7	54,6
послуги повітряного транспорту	1643,7	21,8	0,2	540,7	69,4	0,4
послуги залізничного транспорту	471,7	28,5	0,1	17021,6	1086,6	13,2
послуги автомобільного транспорту	74471,0	131,8	9,3	38763,2	136,9	30,0
послуги поштової та кур'єрської служби	15072,6	60,6	1,9	к	к	к
Частка транспортних послуг у загальній зовнішній торгівлі послугами області, %	11,6%			54,6%		

Примітка: Символ (к) – дані не оприлюднюються з метою виконання вимог Закону України «Про офіційну статистику» [11] щодо забезпечення гарантій органів державної статистики щодо статистичної конфіденційності.

Джерело: складено за [35].

Імпорт послуг залізничного транспорту збільшився у 10 разів, а по автомобільним транспортним послугам спостерігається зростання як експортованих послуг на 131%, так і імпортованих послуг на 136%.

Багато громадян України, які хочуть виїхати за кордон, роблять це через Львів, сідають у туристичні автобуси та їдуть подорожувати Європою. Це відпочинок на морях, паломницькі та екскурсійні тури. Велика кількість львівських перевізників займається виїзним туризмом. Це, звичайно, тимчасове

явище, яке виникло через призупинення авіаперельотів, особливо лоукостерів [58].

Більшість екскурсій Львовом для волонтерів проводять гіді. Деякі з них також помітили феномен: іноземці замовляли екскурсії з-за кордону лише для того, щоб підтримати [58].

У 2022 році найбільш відвідуваними місцями у культурно-пізнавальному туризмі залишилися:

- Площа Ринок,
- Оперний театр,
- Вірменська церква,
- Собор Святого Юра,
- Каплиця Боїмів,
- Італійське подвір'я,
- Личаківський цвинтар,
- Копальня кави,
- Будинок вчених,
- Гарнізонний храм та його підземелля,
- Домініканський костел,
- комплекс Успенського собору,
- Латинський собор,
- костел Св. Андрія,
- найдорожчий ресторан Галичини «Масони»,
- ресторан-музей «Гасова лампа»
- Реберня,
- Криївка [50].

Ці заклади продовжують привертати увагу численних туристів. Натомість недоступні через воєнний стан стали такі популярні культурно-пізнавальні об'єкти, як Висока Замкова гора, сходження на Ратушну вежу, Музей етнографії та художнього промислу та Музей зброї «Арсенал» [50].

Серед доступним безкоштовних місць культурно-пізнавального туристичного напрямку необхідно відмітити:

- новий фонтан перед Оперним театром,
- Арт-центр «Дзига» (виставки сучасного мистецтва),
- Муніципальний мистецький центр,
- органна музика в Латинській катедрі (під час меси),
- Лиса гора (коротке сходження),
- Меморіал Небесної Сотні (оглядові тераси та роздуми про історію України),
- подвір'я бенедиктинського монастиря,
- оглядовий майданчик біля готелю «Цитадель»,
- оглядовий майданчик ТЦ «Вернісаж»,
- Аптека- Музей під «Чорним орлом» (торговий зал),
- Стрийський парк, «Дім врятованих тварин» [50].

Серед платних екскурсій сьогодні популярними є наступні культурно-пізнавальні об'єкти та DESTИНАЦІЇ:

- підземелля Гарнізонного храму,
- етнографічний комплекс «Шевченківський гай»,
- Палац Потоцьких,
- Львівська галерея мистецтв у палаці Лозинського,
- Пивоварня «Львіварня»,
- оновлений Музей історії Львова на Чорній Кам'яниці,
- Музей модерну,
- Океанаріум,
- Музей транспорту «Ретро Гараж»,
- Музей «Стародавній Львів»,
- прогулянка вулицями старого Львова на екіпажі,
- екскурсія містом на «Чудо-поїзді» (екскурсійний трамвай) [50].

Витрати одного гостя у Львівській області можуть суттєво відрізнятись, є бюджетні туристи, а є ті, хто особливо не економить. Але в середньому це 3000 грн за один напружений день у Львові [50].

За неофіційною інформацією на початок 2023 року, заповнюваність готелів впала до 40%. Готелі мали хорошу заповненість у квітні та травні, коли в місті була велика кількість журналістів. Там також залишалися люди, які мали певну фінансову подушку. Там також розселяли біженців і їм надавали допомогу. Зараз ситуація складна. Через зниження попиту на готелі проживання в них значно подешевшало. І це негативне явище, тому що через це їх доведеться закривати. Держава шукає допомоги в міжнародних фондах. Наразі багато українців змогли повернутися додому, а санаторії на заході України, які ще недавно були переповнені, зараз стоять напівпорожні. Якщо так піде й надалі, більшість із цих закладів доведеться призупинити, а працівників відправити у примусові відпустки. Це вкрай негативно позначиться як на самих курортах, які можуть втратити висококваліфікованих спеціалістів, так і на туристичній галузі в цілому. Тому сьогодні уряд займається розробкою спеціальних програм реабілітації як військовослужбовців, так і цивільних, які постраждали внаслідок бойових дій. Також відбувається пошук фінансових донорів, які готові фінансово долучитися до подібних програм [58].

Враховуючи подорожчання пального, суттєво зросла вартість транспорту та, відповідно, вартість турів та екскурсій. У середньому туристичні агенції та туроператори підняли ціни на 10-20. Також у багатьох місцях значно зросла ціна на вхідні квитки, тому туроператори складають маршрути із панорамами, де вхідних квитків немає взагалі. Туристи зараз шукають або дешевшу альтернативу доступному варіанту, або безкоштовну, або те, що робиться за благодійні внески: Зараз туристична індустрія не може говорити про підвищення цін на туристичні послуги, тому що люди не готові на це витратити гроші [58].

І в той же час події останніх місяців стимулюють українців пізнавати країну. На цьому тлі внутрішній туризм, фактично, отримує нове дихання та

має всі шанси стати невід'ємною частиною процесів відновлення. Попри те, що у 2022 році Львів відмовився від проведення традиційних фестивалів, місто не перестало бути насиченим подією. Переважна більшість заходів має чітко виражену соціальну та інтегруючу складову. Важливу нішу роботи з вимушено переміщеними особами взяли на себе також міські екскурсоводи. У межах проєкту «Прогулянки Львовом» безкоштовно або за символічні благодійні внески ними було проведено понад 500 екскурсій. Такий формат взаємодії сприяв тому, що ВПО ставали краще орієнтуватися у громаді, позбувалися стресу від переміщення містом. У максимально ширшому контексті у громаді планують дбати про доступність туризму для різних категорій іноземців та українців – у тому числі місцевих мешканців, які також повинні мати можливість досліджувати власне місто, відпочивати у ньому. Звісно, ж окремої уваги, у темі доступності потребує дослідження того, наскільки сфера гостинності спроможна задовольнити потреби людей з інвалідністю. Вже сьогодні Львівські оператори працюють із готелями, де поселяють людей, які чекають на протезування. На тлі війни та епідемії COVID-19 активно обговорюється також діджиталізація туристичних продуктів для пізнання міста. Розуміння того, що отримати достатнє фінансування з бюджету для туристичної галузі у найближчі роки буде складно., підштовхує до розбудови співпраці з міжнародними партнерами. Упродовж літа представники Управління обмінювалися досвідом з 6 європейськими країнами та ознайомилися з особливостями функціонування центрів туристичної інформації за кордоном. А 7-9 листопада, разом з колегами з Києва, представляли український стенд на WorldTravelMarket у Лондоні. Під час виставки серед іншого велися домовленості із журналістами міжнародних тематичних медіа, туроператорами та зацікавленими компаніями про швидке відновлення туристичних потоків до Львова та України після перемоги [1].

Тож, не зважаючи на складні умови роботи туристична інфраструктуру в регіоні намагається знайти можливості для виживання, використовуючи

потужний культурно-пізнавальний потенціал Львівської області та розміщення у відносній віддаленості від лінії фронти та активного ведення бойових дій.

2.3. Основні напрями післявоєнного розвитку туризму в Львівській області

Міжнародний туризм завжди був дуже чутливим до всіляких світових подій – чи то пандемія, чи політична криза в будь-якому місці. Станом на січень 2022 року, у зв'язку зі збільшенням обсягів повідомлень ЗМІ про можливе вторгнення росії, багато урядів вирішили видавати попередження про небезпечність подорожей до України. Це завдало шкоди туристичному сезону 2022 року. Через повномасштабне вторгнення російських військ на територію України економіка країни та майже всі її галузі були зупинені, у тому числі і туризм – внутрішній, в'їзний, виїзний, закрилося авіасполучення. Зрозуміло, що війна негативно вплинула на весь туристичний бізнес. Наприкінці 2021 року були пристойні бронювання на 2022 рік, туристичні оператори розраховували на вдалий рік та початок відновлення після COVID-19. Але на початку 2022 року, коли напруга зростала, індустрія туризму та гостинності отримували дедалі більше скасування. Потім почалася війна, і туристична індустрія зупинила свою діяльність. До війни Львів був найпопулярнішим містом в Україні у туристів. При плануванні відновлення необхідно усвідомлювати, що міжнародний туризм буде одним із останніх секторів, який відновиться після закінчення війни в Україні. Відновлення інфраструктури, відновлення авіарейсів і зміцнення довіри будуть необхідні для відновлення туризму в Україні.

Дивлячись у майбутнє, українська туристична галузь покладає великі надії. Після того, як рейси розпочнуться, інсайдери з питань туризму очікують, що першими прибудуть бізнесмени, військові та будівельники. Коли відпочивальники повертаються, безумовно, буде значна кількість темного туризму, який зазвичай визначається як відвідування місць трагедій, таких як

війна, геноцид чи інші трагічні події. З цим погоджуються ті, хто працює в сфері туризму в Україні. Багато хто в індустрії вважає, що цікавість спонукатиме людей відвідувати Україну, оскільки тепер вони знають деякі міста та географію країни. Тоді Львівщина зможе продемонструвати свою прекрасні культурні та історичні пам'ятки, свою смачну гастрономію та культуру, за збереження якої боролася Україна.

Для Львівської області аналогічно із всім світом та Україною культурно-пізнавальний туризм продовжує зазнавати найбільших втрат в усьому світі від пандемії COVID-19, посилила цей критичний стан військова агресія російської федерації. Тож перспективи відновлення культурно-пізнавального туризму у Львівщині є надзвичайно невизначеними. У той же час розуміння того, що ця область поки зазначає мінімального впливу військових дій (виключно за рахунок високої загрози ракетних ударів) та надзвичайне світове рекламування DESTINATION у центрі Львова після приїзду Анджеліни Джолі, дружини президента Байдена, світових лідерів, дає підґрунтя для достатньо оптимістичного прогнозу, щодо найшвидшого відновлення туризму у Львівщині, передусім культурно-пізнавального спрямування.

Дійсно, карантин, локдаун та війна в значній мірі призупинили стратегічні плани розвитку та масштабування культурно-пізнавального туризму у Львівській області. Але в той же час всесвітня обізнаність про Україну, яку їй принесла війна та активне інформування про перебіг її подій, створюють для даного виду туризму нове грандіозне вікно можливостей. І Львівщина – це той регіон, який має усі передумови до майбутнього буму туристів із культурно-пізнавальними цілями. І готуватися до цього необхідно вже зараз. До того ж сьогодні область насичена внутрішніми потоками переселенців, значна частка яких може розглядатися як джерело внутрішніх туристів, які ознайомлюються із культурним надбанням регіону.

Це стимулюватиме попит на подорожі культурного туризму. Важливим та невід'ємним фактором цьогорічних подорожей є тотальне урахування безпекових заходів. Тому Львівська область потребує адаптації туристичних

продуктів області з урахуванням рекомендацій міністерства оборони, військових адміністрацій та міністерства охорони здоров'я. Це, в свою чергу, спричиняє необхідність формування нових туристичних маршрутів та формування чіткого та ефективного плану стратегічного розвитку культурно-пізнавального туризму Львівщини. До того ж необхідно зважати на те, що досі залишаються діючими карантинні обмеження, спричиненими коронавірусом.

У першому розділі роботи визначено, що Львівська область має численні переваги щодо розвитку культурно-пізнавального туризму в регіоні. Але сьогодні розвиток даного напрямку Львівщини має цілий ряд проблем (рис. 2.9).

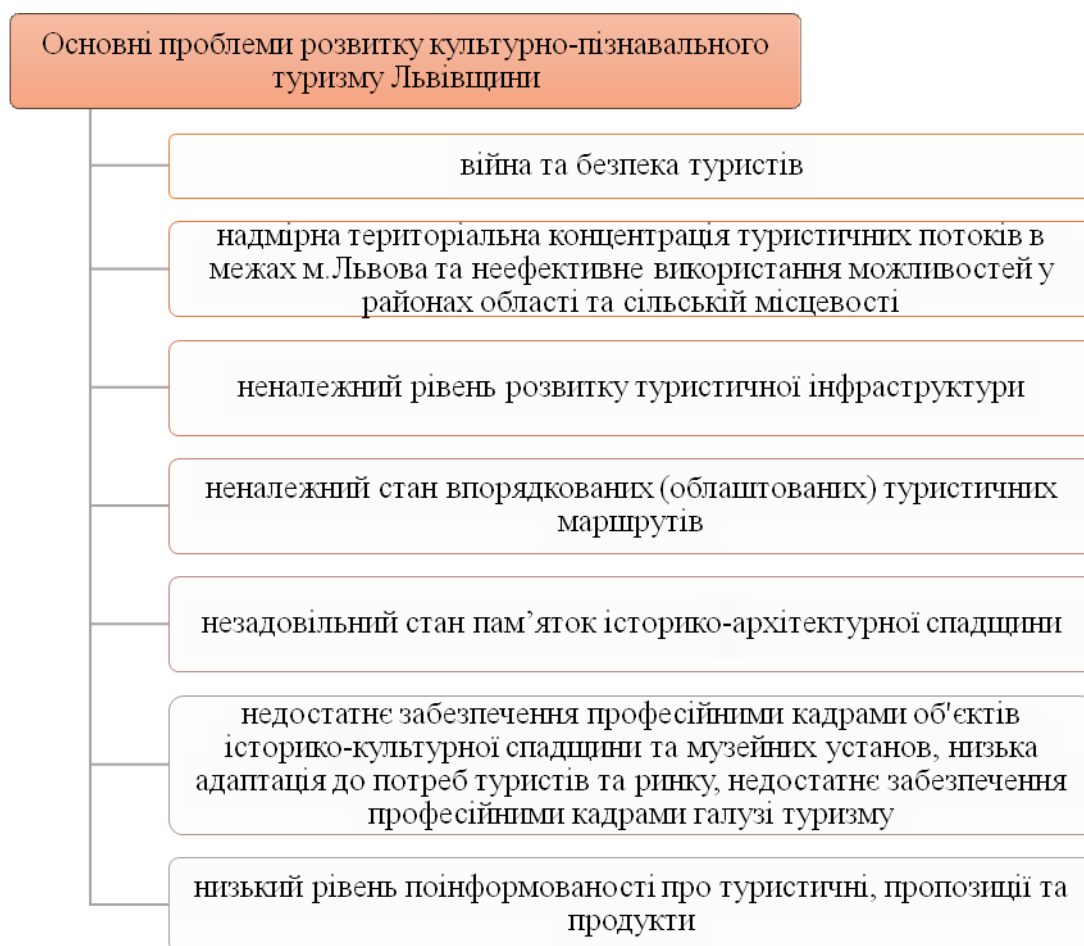


Рис. 2.9. Основні проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму Львівщини (складено автором).

Наведені проблема культурно-пізнавального туризму Львівської області дають можливість визначити перелік загроз та викликів, які визначимо на рис. 2.10.

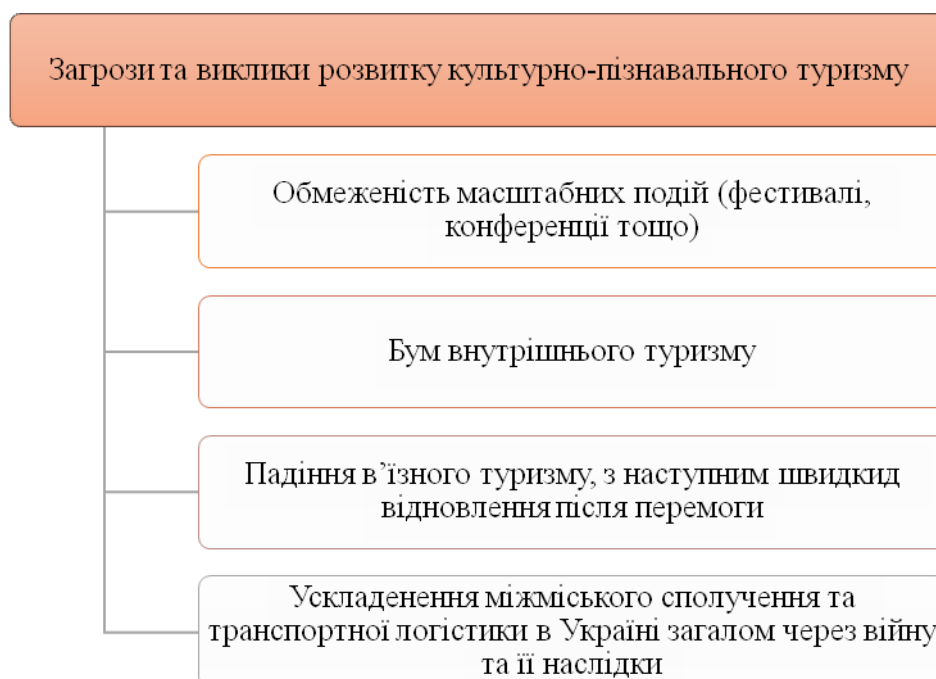


Рис. 2.10. Загрози та виклики розвитку культурно-пізнавального туризму Львівщини (складено автором)

Враховуючи вищенаведене, запропонуємо одноденний тур «Культурний Львів» по визначних місцях культурно-пізнавального туризму у м. Львів.

Такий тур призначений для групи туристів 20 осіб для жителів м. Рівне. На рис. 2.11. представимо схему маршруту із використанням застосунку GoggleMap.

Загальна протяжність маршруту складає 421 км., а тривалість (загальна кількість годин у дорозі) – 5 год. 52 хв.

Місце збору: м. Рівне, майдан Незалежності.

Місце призначення: м. Львів, вул. М. Коперника.

Деталізуємо пункти призначення:

– Рівне – Львів = 210 км – 1 день.

– Львів – Рівне = 211 км – 1 день.

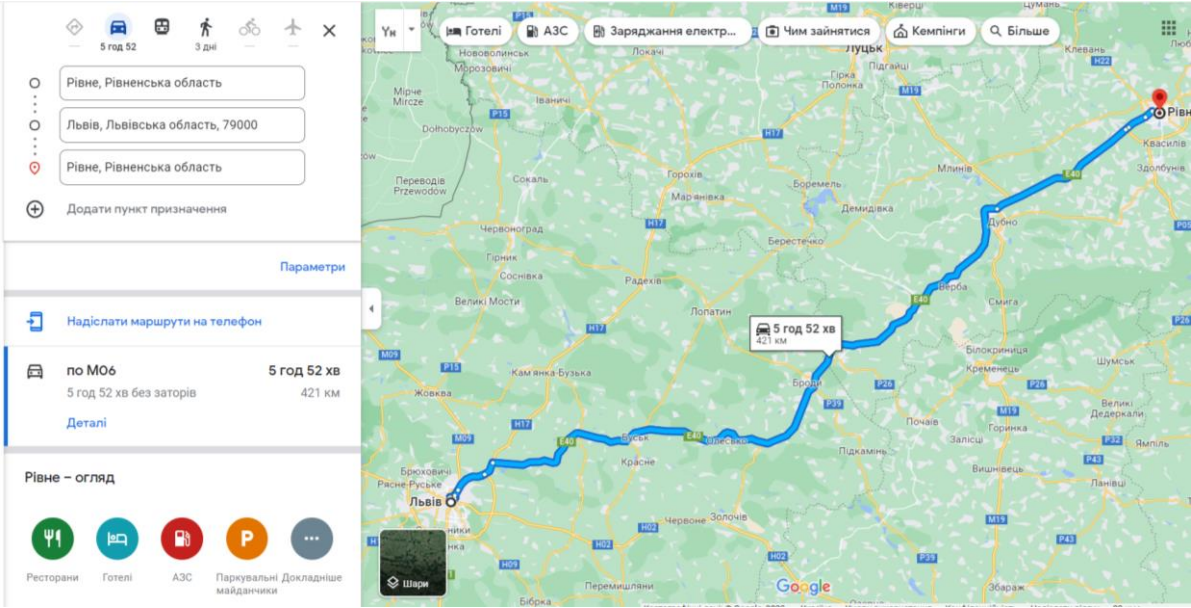


Рис. 2.11. Схема туру «Культурний Львів»

Джерело: складено автором на основі [29].

У таблиці 2.5. сформуємо графік маршруту.

Таблиця 2.5

Графік маршруту програми «Культурний Львів»

Графік руху			Пункт призначення
Час прибуття	Час відправлення	Час зупинки	
1 день			
	7:00		м. Рівне, майдан Незалежності
9:46	20:00	10 год 15 хв.	м. Львів, вул. М. Коперника
22:46			м. Рівне, майдан Незалежності

Джерело: складено автором

Далі сформуємо саму програму туру «Культурний Львів».

Програма туру «Культурний Львів»

1 день

8:00 – Виїзд з Рівне (м. Рівне, майдан Незалежності).

9:46 – Прибуття на місце призначення (м. Львів, вул. М. Коперника).

9:46 – 10:00 – Піша прогулянка до ресторану Green Garden (М. Львів, вул.

Руданського 1).

10:00 – 11:00 – Сніданокресторану Green Garden (М. Львів, вул. Руданського 1), не входить у вартість туру.

11:00 – 12:00 – Відвідування Океанаріуму (м. Львів, проспект Шевченка 8). Вартість квитка 275 грн. – входить у вартість туру.

12:00 – 12:30 – Прогулянка до пам'ятника Адама Міцкевича,

12:30 – 14:00 – Екскурсія МузеємЄвропейського мистецтва (Палац Потоцьких). Тривалість екскурсії – 1 год. 30 хв.. Вхідний квиток 100 грн. – входить у вартість туру. В екскурсію входить: прогулянка мальовничим садом, який можна оглянути, обійшовши будівлю навколо або визирнувши у вікно перебуваючи всередині палацу. Відвідування першого поверху споруди, який був призначений для прийому гостей. Тому саме на першому поверсі найбільше вражає багата ліпнина, позолота, каміни, різнокольоровий мармур, парадні дзеркала тощо.Також відбудеться прогулянка залами другого поверху палацу, де представлено мистецтво Франції, Італії, Нідерландів, Австрії, Іспанії та інших країн.Вартість екскурсії за групу у 20 осіб складає 800 грн. – входить до вартості туру [23].

14:00 – 15:30 – Обід і відпочинок у Криївці (м. Львів, пл. Ринок 14). Не входить у вартість туру.

15:30 – 16:00 – Прогулянка Площею Ринок

16:00 – 18:00 – Пішохідна екскурсія «Підземелля Львова». Тривалість 2 год. Вартість екскурсії 150 грн. з особи, входить до вартості туру. До екскурсії входить відвідування:

1) Келії Домініканського костелу, які були збудовані в тринадцятому столітті – розповідь про життя та побут монахів, почути історії князівської в'язниці, яка функціонувала колись у цих стінах.Вартість входу: 30 грн. – включено до вартості туру;

2) Підземна частина Аптеки-музею. Тут представлена найцікавіша експозиція стародавнього аптекарського обладнання: фармацевтичний посуд, аптечні ваги, зразки ліків та цілющих рослин, найдавніші документи з історії

фармації. Вартість вхідного квитка 40 грн для дорослих – включено до вартості туру;

3) Підземелля Гарнізонного храму святих апостолів Петра і Павла, або ж костелу Єзуїтів. Включено 9 різних експозицій: про історію храму, історію ордену єзуїтів та багато іншого.

4) Кавова шахта Львова – місце, де туристи познайомляться із найцікавішими фактами про найсмачнішу львівську каву та дізнаються про історію її появи в Україні. Вартість відвідування 100 грн. – включено до вартості туру.

18:30-20:00 – вільний час прогулянка по культурному центру м. Львова.

20:00 – Збір на місці призначення (м. Львів, вул. М. Коперника), виїзд до м. Рівне.

Таким чином, розроблена програма включає наступні витрати:

1) Оренда мікроавтобусу Mercedes Sprinter 2015 на 20 пасажирських місць із водієм складе 350 грн./год. із 7.00 до 23.00, тобто на 16 год [25].

$16 \text{ год} * 350 = 5600 \text{ грн.}$

2) Вартість палива. Рівень споживання палива Mercedes Sprinter 2015 – 13,1 л на 100 км.

Ціна дизпалива станом на 09.06.2023 року складає 43,43 грн. [34]

Тож, вартість палива складе:

$43,43 * 13,1 * 550/100 = 3130 \text{ грн.}$

3) Екскурсійна складова (вартість екскурсій та квитків):

– Океанаріум = 275 грн./особа

– Палац Потоцьких = $100 + 800 / 20 = 140 \text{ грн. / особа}$

– Підземелля Львова = $150 + 30 + 40 + 100 = 320 \text{ грн. / особа}$

Загальна вартість екскурсійної складової

$275 + 140 + 320 = 735 \text{ грн. / особа.}$

4) Витрати на заробітну плату супроводжуючого екскурсовода – 1000 грн.

Зважаючи на отриману інформацію у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

Калькуляція вартості туру «Культурний Львів»

№ п/п	Назва витрат	Вартість на 1 клієнта	Загальна вартість у розрахунку на групу із 20 клієнтів
1	Оренда автобусу	280	5600
2	Витрати на паливо	156,5	3130
3	Заробітна плата супроводжуючого, екскурсовода	50	1000
4	Вартість екскурсій	735	14700
5	Страховка	60	1200
6	Загальна собівартість туру	1282	25630
7	Адміністративні витрати туроператора (5%)	64	1282
8	Повна собівартість туру (6р.+7р.)	1346	26912
9	Прибуток туроператора (15% *8р.)	202	4037
10	Податок на прибуток (18% (8р.+9р))		5571
11	Загальна вартість (8р.+9р.+10р.)		36520
11	У розрахунку на 1 клієнта	1826	

Джерело: власні розрахунки

Таким чином, розроблений тур коштуватиме для групи в 20 осіб 36520 грн. Вартість туру для 1 туриста складе 1826 грн. У цю суму включено витрати на перевезення, екскурсії. До туру не включені витрати на сніданки та обіди, які туристи оплачуватимуть додатково, зважаючи на власні уподобання та потреби.

Далі представимо контрольні елементи контролю безпеки даного туру:

- 1) кожному туристу надається перелік бомбосховищ по усьому маршруту пересування;
- 2) автобус має робочу аптечку, перебуває у справному стані, водій допущений медиком, водій має сертифікат проходження курсів первинної допомоги;

Підсумовуючи проведені дослідження визначено, що основними перспективними напрямками розвитку культурно-пізнавального туризму у Львівській області є:

- оновлення туристичних маршрутів та продуктів;

- цифровізація музеїв, театрів та інших культурних закладів;
- підвищення уваги до безпеки туристів;
- відновлення та модернізація інфраструктури туризму.
- формування позитивного іміджу Львівщини як культурно-пізнавальної дестинації;
- збереження, дослідження та реставраційні роботи на об'єктах культурної спадщини Львівщини;
- комплексна реставрація пам'яток Львівщини внесених до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО;
- популяризація культурної спадщини Львівської області у світовому масштабі;
- підтримка проектів охорони та збереження культурної спадщини, що реалізуються на території Львівської області.

Загалом Львівська область має всі необхідні передумови для розвитку різних видів туризму та при професійному використанні туристично-рекреаційного потенціалу, Львівщина може стати стратегічно важливим культурним, політичним та економічним регіоном України.

Туризм є важливою галуззю для економіки Львівської області, оскільки забезпечує багато робочих місць для людей, які займаються суміжними сферами. Робота з міжнародними журналістами, волонтерами та лідерами думок дуже важлива, оскільки вони формують враження про Україну, а коли ми переможемо, вони першими матимуть бажання знову приїхати в Україну. Саме Львів стане «в'їзною брамою» держави, коли Україна виграє війну. Тому досвід, набутий Львовом, знадобиться іншим українським містам.

Після закінчення війни туризм відіграватиме ключову роль у швидкому відновленні України та перезавантаженні її економіки. І хоча війна, яка почалася в лютому минулого року, виглядає далекою від завершення, місцева влада Львівської області та м. Львова вже працює, відвідуючи численні міжнародні туристичні івенти та залучаючи міжнародних партнерів. У той момент, коли країна буде абсолютно безпечною, Львівська область прагне бути

готовою запросити гостей приїхати та відвідати її культурно-пізнавальні дестинації. Таким чином Львівщина прагне мати достатньо партнерів для просування регіону та України в цілому, яка може стати важливим (туристичним) напрямком у глобальному туризмі. Останніми роками Львівщина почала залучати нові ринки, такі як Саудівська Аравія та країни Перської затоки, завдяки безвізовому режиму та новим авіамаршрутам у стратегії, яку можна було б легко розширити. Але з пошкодженою залізничною мережею та знищеними історичними та культурними будівлями Україні доведеться зіткнутися з проблемою іміджу, враховуючи її асоціацію з війною. І коли закінчиться війна, настане час почати просувати інший образ України, сказала вона: Імідж хороброго народу, народу, який продовжує боротися, незважаючи ні на що.

Таким чином, відновлення культурно-пізнавального туризму у Львівщині є надзвичайно невизначеними. Проте існує підґрунтя для достатньо оптимістичного прогнозу, щодо найшвидшого відновлення туризму до Львівщини, передусім культурно-пізнавального спрямування. Визначені проблеми, виклики та загрози розвитку культурно-пізнавального туризму Львівської області дають можливість визначити перелік основних перспективних напрямів розвитку культурно-пізнавального туризму.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Проведене дослідження дозволило досягти поставленої мети та виконати визначені завдання, і в процесі зроблені наступні висновки та узагальнення.

1) Культурно-пізнавальний туризм розширює можливості для бізнесу та працевлаштування за рахунок використання культурних ресурсів як конкурентної переваги на туристичних ринках. Культурно-пізнавальний туризм все частіше використовується країнами та регіонами як стратегія збереження традиційних культур, залучення талантів, розробки нових культурних ресурсів та продуктів, створення творчих кластерів та розвитку культурних та творчих індустрій. На національному рівні культурний туризм також вплинув на рішення щодо планування, заохочуючи розвиток прибережних районів в одних районах і пожвавлюючи внутрішні поселення в інших територіях, а також відновлення суспільних просторів. Культурно-пізнавальний туризм особливо тісно пов'язаний з особливими запитам туристів, оскільки важливим мотивом є прагнення дослідити, «спробувати» інші автентичні культури, вивчити артефакти культур, що пішли, а також основна мета – познайомитися з «іншим» культурами. Культурно-пізнавальний туризм – це вид туристичної діяльності, в якому основною мотивацією відвідувача є знання, відкриття, досвід та споживання матеріальних та нематеріальних культурних пам'яток/продуктів у туристичній дестинації.

2) Культурно-пізнавальний туризм має свої ресурси. Типи культурно-пізнавальних ресурсів можливо поділити на: предметні, непередметні. До культурних цінностей також відносяться культурно-історичні об'єкти. До культурно-історичних цінностей можна віднести й інші об'єкти, пов'язані з історією, культурою та сучасною діяльністю людей: оригінальні підприємства промисловості, сільського господарства, транспорту, театри, наукові та освітні установи, спортивні споруди, ботанічні сади, зоопарки, етнографічні та фольклорні пам'ятки, кустарні промисли, народні звичаї, святкові обряди тощо.

Культурні цінності у певній мірі визначають країну і роблять її унікальною. Культура є однією з рушійних сил розвитку туризму. Культурно-пізнавальний туризм, ґрунтуючись на різноманітності культури, може охоплювати практично будь-яку діяльність, пов'язану з країною, територією, містом чи містечком: мистецтво, кіно, мову, спорт, релігію, архітектуру, гастрономію, природу чи будь-яке інший вид фольклору. Загалом культурні цінності виступають одночасно рушієм і чинником сталого розвитку.

3) Україна є великою туристичною країною, яку до війни щороку відвідували мільйони іноземців із культурно-пізнавальною метою. Однак після початку російської агресії туристичний центр почав зазнавати втрат. Основними найбільш важливими факторами, які сьогодні впливають на розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні – зниження туристичних потоків внаслідок російсько-української війни, розкрадання, знищення та пошкодження культурних цінностей та історичних місць, особливо на сході країни; перспективи плану відновлення.

4) Охарактеризовано організацію туристичної діяльності у регіоні. Під час війни Львів у туристичному спрямуванні став найпопулярнішим містом України серед туристів. Незважаючи на початок війни, туристи продовжують відвідувати Україну. До м. Львова все одно приїжджає певна кількість туристів. Для деяких з них туристичний напрямок не є основною метою візиту (іноземні волонтери і меценати, або ті вітчизняні українські туристи, які приїхали у справах, наприклад, взяти участь у медичній конференції чи познайомитися з містом, куди планують віддати свою дитину на навчання), але також приїжджають невеликі групи польських туристів. Але в'їзні туристичні послуги для іноземних туристів у 2022 році скоротилися на 55% порівняно із 2021 роком і склали всього 45% від минулорічного показника. Територія Львівщини є відносно безпечною порівняно із рештою країни. Проте регіон теж має різкі сліди війни за кожним кутом. У Львові офіс туризму доклад зусиль, щоб вказати на порівняно низьку частоту ракетних обстрілів у регіоні порівняно з іншими частинами країни та на те, наскільки далеко Львівщина знаходиться від

лінії фронту. У 2023 році після початку війни більшість людей, які приїжджають до міста, – це люди з інших куточків України, які шукають короткого відпочинку. Місцеві органи влади області активно працюють над програми, які сприятимуть залученні, передусім, іноземних туристів. Так, у мерії затвердили Програму розвитку туристичної галузі Львівської міської територіальної громади на 2023-2025 роки. Щодо області, то на рівні Львівської обласної військової адміністрації внесено зміни до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на до 2025 роки. Тож, широкомасштабне вторгнення росії зупинило відновлення туристичної індустрії в Львівській області після пандемії та призвело до повної зупинки галузі на початку 2022 року. Проте за рахунок гнучкості туристичні оператори наразі адаптуються до змін у налаштовуються на нові напрямки, серед яких внутрішній туризм та перспективи розвитку галузі після перемоги.

5) Досліджено особливості туристичної діяльності в регіоні. Незважаючи на війну туристична інфраструктура Львова розвивається. У 2022 році започатковано новий сегмент в українській індустрії гостинності – об'єднання. Сім'ї, які живуть у різних містах країни – чи навіть в інших країнах – проводять час разом у готелях Львова. В готелях також розміщуються внутрішньо переміщені особи (ВПО), які змушені були переселитися через війну. Оскільки західноукраїнські міста загалом стали безпечнішими, багато хто втік до м. Львова, індустрія гостинності якого прийняла та розмістила тих, хто втік. Здебільшого українські туристичні фірми не мали роботи у 2022 році до літа, потім почали організовувати дитячі табори у Львівській, Закарпатській областях та за кордоном. Що стосується місцевих екскурсіводів, то, зрозуміло, що попит на екскурсії значно впав. Пізніше для переселенців, які потребували емоційного відновлення та хотіли більше дізнатися про місто, почали організовувати екскурсії. Екскурсії містом також допомогли ВПО з логістикою. Багато музеїв також відкриті та адаптуються. Готелі, які є визнаними медичними курортами, використовують свої приміщення для допомоги військовим, які були поранені в боях. З липня відновив роботу один із Центрів

туристичної інформації на вулиці Руській. Окрім того у вересні м. Львів відзначим День туризму, запросивши до міста представників культури з міст російської військової окупації, щоб поговорити про культуру, традиції та кухню. Протягом 2022 року Львівська область стала транспортним хабом для туристичної галузі. Так, у значній мірі збільшилися обсяги транспортних послуг, передусім залізничного та автомобільного. Багато громадян України, які хочуть виїхати за кордон, роблять це через Львів, сідають у туристичні автобуси та їдуть подорожувати Європою. І в той же час події останніх місяців стимулюють українців пізнавати країну. На цьому тлі внутрішній туризм, фактично, отримує нове дихання та має всі шанси стати невід'ємною частиною процесів відновлення. Попри те, що у 2022 році Львів відмовився від проведення традиційних фестивалів, місто не перестало бути насиченим подією. Таким чином, не зважаючи на складні умови роботи туристична інфраструктура в регіоні намагається знайти можливості для виживання, використовуючи потужний культурно-пізнавальний потенціал Львівської області та розміщення у відносній віддаленості від лінії фронту та активного ведення бойових дій.

б) Розкрито основні напрями післявоєнного розвитку туризму у Львівській області. Дивлячись у майбутнє, українська туристична галузь покладає великі надії. Після того, як рейси розпочнуться, інсайдери з питань туризму очікують, що першими прибудуть бізнесмени, військові та будівельники. Коли відпочивальники повертаються, безумовно, буде значна кількість темного туризму, який зазвичай визначається як відвідування місць трагедій, таких як війна, геноцид чи інші трагічні події. З цим погоджуються ті, хто працює в сфері туризму в Україні. Львівщина – це той регіон, який має усі передумови до майбутнього буму туристів із культурно-пізнавальними цілями. Це стимулюватиме попит на подорожі культурного туризму.

Основними перспективними напрямами розвитку культурно-пізнавального туризму у Львівській області є: оновлення туристичних маршрутів та продуктів; цифровізація музеїв, театрів та інших культурних

закладів; підвищення уваги до безпеки туристів; відновлення та модернізація інфраструктури туризму; формування позитивного іміджу Львівщини як культурно-пізнавальної дестинації; збереження, дослідження та реставраційні роботи на об'єктах культурної спадщини Львівщини; комплексна реставрація пам'яток Львівщини внесених до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО; популяризація культурної спадщини Львівської області у світовому масштабі; підтримка проектів охорони та збереження культурної спадщини, що реалізуються на території Львівської області.

Загалом Львівська область має всі необхідні передумови для розвитку різних видів туризму та при професійному використанні туристично-рекреаційного потенціалу, Львівщина може стати стратегічно важливим культурним, політичним та економічним регіоном України. Після закінчення війни туризм відіграватиме ключову роль у швидкому відновленні України та перезавантаженні її економіки. У цьому контексті відновлення культурно-пізнавального туризму у Львівщині є надзвичайно невизначеними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. (Не)туристичний Львів: досвід перезавантаження галузі в умовах війни. URL: <https://decentralization.gov.ua/news/15924> (дата звернення 03.04.2023).
2. 7 районів та 73 ОТГ: якою буде Львівщина після реформи децентралізації. URL: <https://www.032.ua/news/2792701/7-rajoniv-ta-73-otg-akou-bude-lvivsina-pisla-reformi-decentralizacii> (дата звернення: 20.03.2023).
3. Благун І. І., Папп В. В., Бошота Н. В. Особливості маркетингової діяльності туристичних підприємств в Україні. БІЗНЕСІНФОРМ. 2021. № 8. С. 210-216. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2021-8_0-pages-210_216.pdf (дата звернення: 23.05.2023)
4. Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. Культура України. 2016. Випуск 52. С. 90-102. URL: https://ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura52/12.pdf (дата звернення 23.05.2023)
5. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг: Х.: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2013. 202 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/velychko9-1.htm (дата звернення 23.05.2023)
6. Волощак М. У 2022 році надходження з галузі гостинності Львова зросли на 15%. Львівська міська рада. 14.02.2023. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/295240-u-2022-rotsi-nadkhodzhennia-z-haluzi-hostynnosti-lvova-zrosly-na-15protsent> (дата звернення 03.04.2023).
7. Всесвітня туристична організація: веб-сайт. URL: <http://www2.unwto.org> (дата звернення 23.05.2023)
8. Грановська В. Г., Стукан Т. М. Культурно-пізнавальний туризм Херсонщини: стан та перспективи подальшого розвитку. Агросвіт. 2020. № 10. С. 37-42. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3196&i=5> (дата звернення 23.05.2023)

9. Для Львова затвердили Програму розвитку туристичної галузі на наступні 3 роки. Пресслужба ЛМР. 06.12.2022. ULR: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/294359-dlia-lvova-zatverdyly-prohramu-rozvytku-turystychnoi-haluzi-na-nastupni-3-roky> (дата звернення 03.04.2023).

10. Завадовський Т., Незюлик О., Каднічанський Д. Культурно-історичні ресурси міста Львова як складова туризму. Матеріали XI наукової конференції з міжнародною участю «Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід». Львів, 2017. С. 74-76. ULR: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/03/Konferentsiia-2017.pdf> (дата звернення: 20.03.2023)

11. Закон України «Про офіційну статистику» від 16.08.2022 № 2524-IX. ULR: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2524-20#Text> (дата звернення 03.04.2023).

12. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995. № 324-95-ВР. ULR: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 20.03.2023)

13. Зовнішня торгівля. Головне управління статистики в Львівській області. ULR: https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/11/theme_11.php (дата звернення: 20.03.2023)

14. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму (2000-2020). Головне управління статистики у Львівській області. ULR: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/inf_2009.php?vid=1&code=24&ozn_news=1&show=1&show2=1 (дата звернення: 20.03.2023)

15. Комплексна програма «Розвиток культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021 – 2023 роки». 2020. ULR: https://lvivoblrada.gov.ua/public/vendor/adminlte/plugins/ckeditor/plugins/kcfinder-master/upload/files/Proekty_rishen/VIII/2020/proekt_27.docx (дата звернення: 20.03.2023)

16. Короткі підсумки соціально-економічного розвитку Львівської області у 2021 році. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/help/report_development%20trend%202021/chapter_0.html (дата звернення: 20.03.2023)
17. Львів співпрацюватиме із Всесвітньою туристичною організацією. Пресслужба ЛМР. 11.03.2023. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/295621-lviv-spivpratsiuvatyme-zi-vsesvitnoiu-turystychnoiu-orhanizatsiieiu> (дата звернення 03.04.2023).
18. Львівська область в Україні у 2021 році. Головне управління статистики в Львівській області. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/help/report_development%20trend%202021/chapter_1.html (дата звернення: 20.03.2023).
19. Львівська область. Децентралізації. URL: <https://decentralization.gov.ua/areas/0322> (дата звернення: 20.03.2023).
20. Львівський туристичний офіс розпочав новий проєкт «Львів через історії успіху його мешканців». Пресслужба ЛМР. 23.03.2023. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/295774-lvivskiyi-turystychnyi-ofis-rozpochav-novyi-proiekt-lviv-cherez-istorii-uspikhu-ioho-meshkantsiv> (дата звернення 03.04.2023).
21. Макроекономічні показники. Головне управління статистики в Львівській області. URL: https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/01/theme_01.php (дата звернення: 20.03.2023)
22. Нагірняк А. Львівщина як складова туристичної галузі України. Економіка та суспільство. 2021. №30. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-39> (дата звернення 03.04.2023).
23. Палац Потоцьких (Львівська картинна галерея). Екскурсія. URL: <https://openlviv.com/palats-pototskih-lvivska-kartinna-galereya/> (дата звернення 09.06.2023).
24. Паньків Н., Сагайдак В. Організація культурно-пізнавального туризму. сучасний стан та тенденції розвитку в Україні. Вісник Хмельницького національного університету 2022, № 5. Том 1. С. 58-71. URL:

<http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/11/2022-310-10.pdf>

(дата звернення 23.05.2023)

25. Пасажирські перевезення. ULR:<https://rentbus.in.ua/passazhirskie-perevozki/rovnno/>(дата звернення 09.06.2023)

26. Паспорт Львівської області. Львівська обласна рада. ULR:<https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 20.03.2023)

27. Пішохідна екскурсія «Підземелля Львова». ULR:<https://www.tirastour.com.ua/ekskursiji-po-l-vovu/pidzemellia-lvova>(дата звернення: 09.06.2023)

28. План заходів щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. Міністерство культури та інформаційної політики України. 03.02.2021. ULR:<https://www.kmu.gov.ua/news/uryad-zatverdiv-plan-zahodiv-shchodo-pidtrimki-sferi-kulturi-ohoroni-kulturnoyi-spadshchini-rozvitku-kreativnih-industrij-ta-turizmu> (дата звернення: 20.03.2023)

29. Платформа Googlemaps. ULR: <https://www.google.com.ua/maps> (дата звернення 09.06.2023)

30. Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 роки, затверджена Львівською обласною радою. Львів. 2021. 19 с. ULR: <https://top20.ua/zh/turizm/turyi/merhaba.html> (дата звернення 20.04.2022).https://loda.gov.ua/upload/users_files/32/upload/Programa%20rozvYtku%20turYzmu%20u%20L_vivs_kiy%20oblasti%20na%202021-2025%20rokY.pdf (дата звернення: 20.03.2023)

31. Програму розвитку туристичної галузі Львівської міської територіальної громади на 2023-2025 роки. Львівська міська рада. ULR:<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1k4ddp0-W1hhFFYkOMvNBqQ5jvqmijqfv> (дата звернення 03.04.2023).

32. Ринок праці. Головне управління статистики в Львівській області. ULR: https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/18/theme_18.php (дата звернення: 20.03.2023)

33. Розпорядження Львівської обласної військової адміністрації «Про внесення змін до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021-2025 роки» від 14.12.2022 № 730/5-22ВА. ULR: <https://loda.gov.ua/documents/50055> (дата звернення 03.04.2023).

34. Середні ціни на пальне по Україні на 9.06.2023 ULR: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/fuel/> (дата звернення 09.06.2023).

35. Структура зовнішньої торгівлі послугами Львівської області за видами у 2022 році. Головне управління статистики у Львівській області. ULR: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/si/oper/2022/t101222_4.doc (дата звернення 03.04.2023).

36. Сущенко В., Мельник Л. Значення та роль культурно-пізнавального туризму в організації туристичної діяльності. eNuftir. С. 529 ULR: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/27708/1/p529.pdf> (дата звернення 23.05.2023)

37. Тимошенко О.В., Мельник А.О. Сучасний рівень розвитку туризму у Львівській області. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. Том 30 (69). № 6. С. 82-86. ULR: http://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2019/30_69_6/30_69_6_2/17.pdf (дата звернення: 20.03.2023)

38. Туризм в умовах війни. 21.07.2022. ULR: <https://www.synevyr.info/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC-%D0%B2-%D1%83%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%85-%D0%B2%D1%96%D0%B9%D0%BD%D0%B8/> (дата звернення: 23.05.2023)

39. Туристична діяльність в Україні. Держкомстат України. ULR: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (дата звернення: 23.05.2023)

40. Шевченко А.В., Сава Є.В. Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. Економіка та управління національним господарством. 2018. ВІПУСК № 5(67). с. 45-50.

41. Як змінився туристичний Львів в 2021 році у цифрах. Львівська міська рада. ULR: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/290625-yak-zminyvsiatourystychnyi-lviv-v-2021-rotsi-u-tsyfrakh> (дата звернення: 20.03.2023)

42. Carey S., Davidson L., Sahli M. Capitalcitymuseumsandtourismflows: anempiricalstudyofthemuseumofNewZealandTepapatongarewa, InternationalJournalofTourismResearch. 2013. Vol. 15. No. 6. pp. 554-569

43. Cuccia T., Rizzo I. Tourismseasonalityinculturaldestinations: empiricalevidencefromSicily. TourismManagement. 2011. Vol. 32. No. 3, pp. 589-595.

44. Culturaltourism, thebestwaytotravelandgettoknowtheworld. ULR: <https://www.iberdrola.com/culture/what-is-cultural-tourism-and-importance> (дата звернення 23.05.2023)

45. CuttingEdge. Bringingculturaltourismbackinthegame. ULR: <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game> (дата звернення 23.05.2023)

46. CuttingEdge. Bringingculturaltourismbackinthegame. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/cutting-edge-bringing-cultural-tourism-back-game> (дата звернення 23.05.2023)

47. DamageandneedsAssessmentofCulturalandTourismsectorinUkraine. ULR: https://articles.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/04/RDNA%20Ukraine%20-%20Culture%20%26%20Tourism%20UNESCO_3.pdf (дата звернення: 23.05.2023)

48. FrameworkConventiononTourismEthics. AdoptedbytheResolution A/RES/722(XXIII) oftheGeneralAssemblyof UNWTO. UNWTO. 2020. ULR: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421671> (дата звернення 23.05.2023)

49. Government of Ireland. Budget 2022: a powerful programme of supports for the department's sectors. ULR: www.gov.ie/en/press-release/86fff-budget-2022-a-powerful-programme-of-supports-for-tourism-culture-and-arts-gaeltacht-sport-and-media-sectors/# (дата звернення 23.05.2023)

50. How Lviv lives during the war and which places are a must-see: an exclusive interview with a local guide. Visit Ukraine. 2022. ULR: <https://visitukraine.today/blog/1296/how-lviv-lives-during-the-war-and-which-places-are-a-must-see-an-exclusive-interview-with-a-local-guide> (дата звернення 03.04.2023).

51. Jones P., Hillier D. The Sustainable Development Goals and the Tourism and Hospitality Industry. Comfort Athens Journal of Tourism. 2017. Volume 4, Issue 1 Pages 7-18. URL: <https://www.athensjournals.gr/tourism/2017-4-1-1-Jones.pdf> (дата звернення 23.05.2023)

52. McKercher B., du Cros H. Cultural tourism – The partnership between tourism and cultural heritage. New York: The Haworth Press; 2002. 250 p. ULR: https://dspace.uef.edu.vn/bitstream/123456789/29129/1/Cultural%20Tourism_%20The%20Partnership%20Between%20Tourism%20and%20Cultural%20Heritage%20Management-338.4r.pdf (дата звернення 23.05.2023)

53. Noonan L. The role of culture as a determinant of tourism demand: evidence from European cities. International Journal of Tourism Cities. 22 April 2022. ULR: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJTC-07-2021-0154/full/html> (дата звернення 23.05.2023)

54. Osman L. Why this Ukrainian city is inviting Canadian tourists: Welcome to Lviv. The Canadian Press. 2023. March 12. ULR: <https://globalnews.ca/news/9545835/ukraine-russia-war-lviv-canada-tourism/> (дата звернення 03.04.2023).

55. Rosenblat C. Fullhotels, busyski resorts: Why Ukraine's tourism sector is having a busy war. CNN. 2023. Sun April 2. URL: <https://edition.cnn.com/travel/article/ukraine-tourism-busy-war/index.html> (дата звернення 03.04.2023).
56. Sustainable cultural tourism. URL: <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/sustainable-cultural-tourism> (дата звернення 23.05.2023)
57. The world's most cultural cities. Totally Money. URL: <https://www.totallymoney.com/cultural-cities/> (дата звернення 23.05.2023)
58. Tyshchenko-Lamanskyi R. A drop in the ocean. Did Lviv manage to preserve its tourism despite the war? Tvoemisto. 2022. URL: https://tvoemisto.tv/news/a_drop_in_the_ocean_did_lviv_manage_to_preserve_its_tourism_despite_the_war_135266.html (дата звернення 03.04.2023).
59. UNESCO. Baltic Cultural Tourism Policy Paper. 2003. URL: https://unesco.lt/uploads/file/failai_VEIKLA/kultura/kulturinis_turizmas/Baltic_Culture_Tourism_Policy_Paper_Full_Document_Final_Checked.pdf (дата звернення 23.05.2023)
60. Virginija J. Tourism and Tourism/ Cultural Heritage Industries. Tourism. 2015. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/50292> (дата звернення 23.05.2023).
61. Vlasenko N. How Ukrainian tourism specialists survive. DW. 2022. URL: <https://www.dw.com/en/war-in-ukraine-tourism-specialists-relate-their-experiences/a-61705114> (дата звернення 03.04.2023).
62. World Heritage List. Unesco. URL: <https://whc.unesco.org/en/list/> (дата звернення 23.05.2023).

ДОДАТКИ

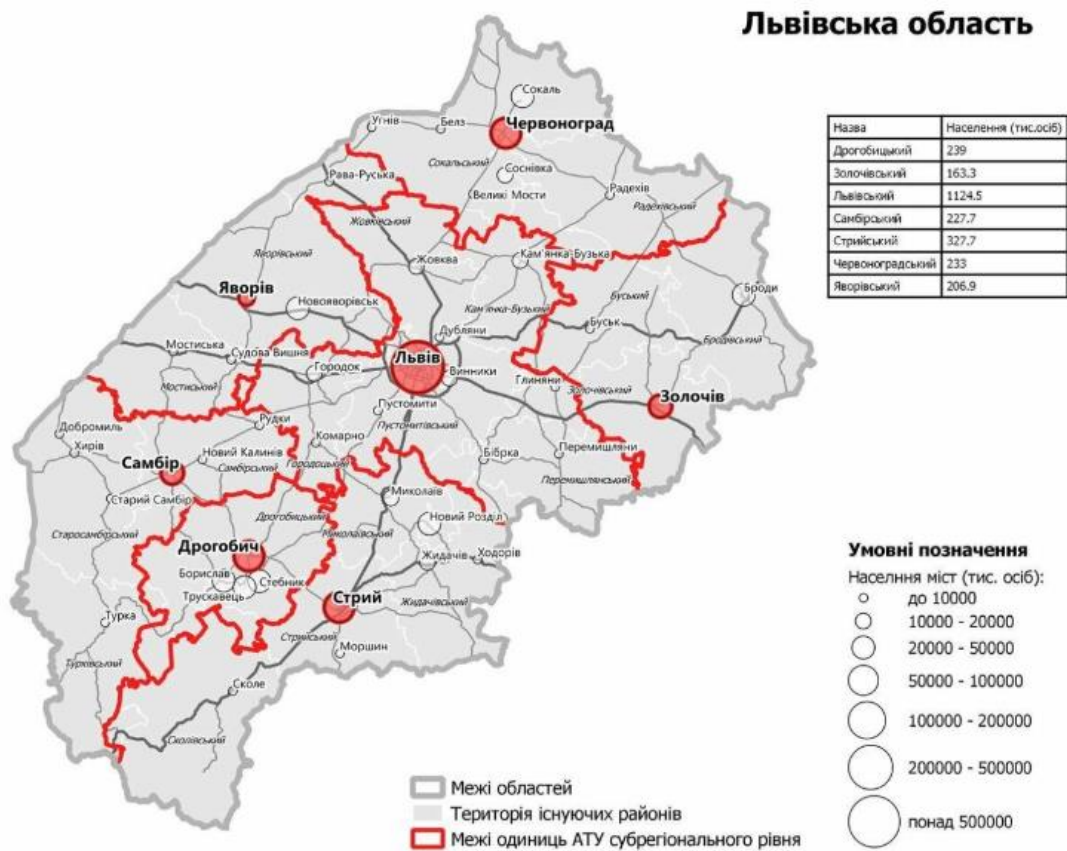
Додаток А

Львівська область в Україні у 2021 році

	Львівська область	Україна ¹	Місце серед регіонів	Україна = 100%
Кількість наявного населення на 1 січня 2022 року, тис. осіб	2478,1	41167,3	5	6,0
Середньомісячна заробітна плата штатного працівника, грн	12530	14014	9	89,4
Індекс реальної заробітної плати, 2020=100%	111,6	110,5	7	x
Індекс споживчих цін у грудні 2021, грудень 2020=100%	108,9	110,0	4	x
Індекс сільськогосподарської продукції, 2020=100%	107,6	116,4	16	x
Виробництво продуктів рослинництва, тис.т				
культури зернові та зернобобові	1827,9	86010,4	18	2,1
ріпак та кольза	177,4	2938,9	8	6,0
буряк цукровий фабричний	848,5	10853,9	6	7,8
картопля	1681,4	21356,3	2	7,9
культури овочеві	829,2	9935,2	2	8,3
Виробництво продуктів тваринництва				
м'ясо (жива маса сільськогосподарських тварин, реалізованих на забій), тис.т	203,5	3391,2	5	6,0
молоко (валовий надій), тис.т	425,3	8713,9	9	4,9
яйця (одержані від птиці свійської), млн.шт	598,8	14071,3	11	4,3
Обсяг реалізованої промислової продукції, млрд.грн	147,0	3589,4	8	4,1
Індекс промислової продукції, 2020=100%	104,8	101,9	11	x
Обсяг виробленої будівельної продукції, млрд.грн	18,6	258,1	5	7,2
Індекс будівельної продукції, 2020=100%	110,4	106,8	10	x
Прийняття в експлуатацію загальної площі нового житла, тис.м ²	1211,5	11433,8	3	10,6
Індекс прийняття в експлуатацію житла, 2020=100%	119,3	135,3	10	x
Капітальні інвестиції ² , млрд.грн	24,0	528,8	5	4,5
Індекс капітальних інвестицій ² , 2020=100%	137,7	113,0	3	x
Експорт товарів, млн.дол. США	2932,5	68072,3	7	4,3
Імпорт товарів, млн.дол. США	4755,3	72843,1	4	6,5
Оборот роздрібної торгівлі, млрд.грн	89,4	1443,8	6	6,2
Індекс обороту роздрібної торгівлі, 2020=100%	117,2	110,7	5	x

Джерело: [18].

Карта Львівської області



Джерело: [2].

Додаток В

Перелік завдань, заходів та показників до обласної (бюджетної) Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021 – 2025 роки на 2023 рік

№	Назва завдання	Перелік заходів завдання	Очікуваний результат
1	Завдання 1. Формування позитивного іміджу Львівщини як туристичної та курортної дестинації	Захід 1. Розробка та впровадження комплексних інформаційних і промоційних кампаній	Розроблення комплексних промоційних заходів і продуктів для цільової аудиторії із просування Львівщини як туристичної дестинації в Україні та за кордоном
		Захід 2. Розробка та впровадження комплексних діджитал-маркетингових заходів з просування Львівщини та її туристичних продуктів на міжнародному і вітчизняному ринках	Популяризація Львівщини як туристичної дестинації шляхом застосування сучасних цифрових технологій, таргетованої реклами у відповідності до підбраної цільової аудиторії; підвищення позитивного іміджу області (таргетингу); супровід сучасного, адаптивного, інформаційно-туристичного веб-сайту про наявні туристичні продукти, події та магніти Львівщини
		Захід 3. Організація ділових та туристично привабливих заходів сталого розвитку туризму курортів і рекреації в області	Формування іміджу Львівщини як території, комфортної для подієвого, наукового, ділового, пізнавального, культурного, природного та інших видів туризму. Збільшення туристичних потоків до області, розширення географії подорожей. Популяризація локальних звичаїв традицій, ремесел, кухні тощо через організацію туристично привабливих подій на історико-архітектурних та природних об'єктах
		Захід 4. Організація навчальних тренінгів для представників індустрії гостинності, представників туристично-рекреаційного комплексу, сільського й зеленого туризму, екскурсоводів, гідів-перекладачів, гірських провідників, знакувальників тощо	Підвищення професійних навичок, суб'єктів господарювання в галузі туризму, якість надання туристичних послуг, підвищення обізнаності щодо використання та поведінки на природоохоронних територіях, створення безпечних умов для подорожей, заохочення громадян України до розвитку підприємництва в галузі туризму
2	Завдання 2. Розвиток та модернізація туристичних магнітів та інфраструктури	Захід 1. Створення і вдосконалення інформаційної, навігаційної, туристичної та рекреаційної інфраструктур (туристично-інформаційні центри, інформаційні стенди, щити, навігація до туристично привабливих об'єктів у місті, селищі, селах, на природних та заповідних територіях	Створення центрів туристичної інформації, підвищення рівня поінформованості туристів про історико-культурні та природно-рекреаційні пропозиції області. Покращення орієнтування в туристично привабливих дестинаціях регіону. Підвищення рівня ознакованості туристичних шляхів, екопізнавальних стежок і маршрутів, туристичних та історико-культурних об'єктів. Покращено інформаційну доступність та підвищено безпеку туристів, збільшено туристичні потоки
		Захід 2. Розбудова інфраструктури на туристично-рекреаційних локаціях (санітарні зони,	Покращення туристичної інфраструктури, створення та облаштування локацій для комфортного культурного, релігійного, активного та інших видів відпочинку.

		кемпінги, велоінфраструктура тощо)	Формування позитивного іміджу області як дестинації, привабливої для подорожей. Створення мережі сервісних зон для відпочинку та короткотермінових зупинок туристів
		Захід 3. Комплексні аналітичні дослідження туризму в області	Формування комплексного портрету туриста області, створення статистики осіб, які подорожують областю, з метою чіткого розуміння потреб туриста. За результатами проведеного аналізу збалансовувати навантаження на туристичні об'єкти шляхом маркетингових заходів та таргетованої реклами
		Захід 4. Облік природно-лікувальних ресурсів Львівщини	Проведення досліджень природно-лікувальних ресурсів, внесення їх у геоінформаційну систему, створення інвестиційно-рекреаційного портфеля області
		Захід 5. Розробка інтерактивних туристичних пропозицій	Створення інноваційних магнітів для туристичних продуктів
3	Завдання 3. Здійснення комплексу заходів з розвитку туристичного та рекреаційного потенціалу територіальних громад області	Захід 1. Розробка стратегічних документів і дорожніх карт з розвитку туристичного, курортного та рекреаційного потенціалу територіальних громад області із залученням експертів	Розроблення стратегічних документів та дорожніх карт з розвитку туристичного, курортного та рекреаційного потенціалу територіальних громад області, визначення вектора і сильних сторін громад у розбудові видів туристичної інфраструктури сервісів та послуг
		Захід 2. Реалізація розвиткових туристично-рекреаційних проєктів, визначених стратегічними документами для територіальних громад	Розширення географії подорожей Львівщиною, створення комплексних туристичних пропозицій; збільшення зайнятості населення; збільшення інвестиційної привабливості; збільшення надходжень до бюджету
4	Завдання 4. Підтримка реалізації проєктів, спрямованих на підвищення туристичної привабливості та покращення іміджу Львівщини в Україні і за кордоном (із залученням МТД, державного та місцевих бюджетів)	Розробка, подання, співфінансування та впровадження проєктів міжнародної технічної допомоги, грантових проєктів, проєктів, що фінансуються з державного бюджету у сфері туризму, курортів та рекреації	Розвиток туризму та курортів в області з допомогою залучення грантів та проєктного менеджменту, підвищення якості сервісів та послуг, промоції області як привабливої території для подорожей

Джерело: [33].