

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-12-76-96>

УДК 338.48(477)

Макар О.П., Дулин І.С., Шубеляк О.В.
Національний університет «Львівська політехніка»

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ МІЖНАРОДНОГО В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ МІСТА ЛЬВОВА

Анотація. Здійснене дослідження теоретичних та аналітичних аспектів в'їзного туризму як один з пріоритетних напрямів розвитку Львова. У статті розглядається роль туризму в економічному розвитку міста. Проаналізовано сучасний стан в'їзного туризму та аналіз туристичних потоків. Виявлено переваги та недоліки в'їзного туризму. Оцінено структуру та обсяги витрат перебування у місті. Досліджено зміни в обсягах і структурі туристичних потоків. Розглянуто тенденції в'їзного туризму за напрямками та метою відвідувань. На основі проведеного аналізу виокремлено основні проблеми, які перешкоджають розвитку туристичних послуг Львова та запропоновано шляхи їх вирішення. На підставі вивчення теорії і практики в'їзного туризму, розроблені рекомендації розвитку та шляхи збільшення потоків в'їзного туризму в умовах Євроінтеграції.

Ключові слова: туризм, туристичні послуги, індустрія туризму, туристичні потоки, фактори розвитку туризму, туристично-рекреаційний потенціал.

Makar Oksana, Dulin Ihor, Shubelak Olena
National University "Lviv Polytechnic"ANALYSIS OF THE DYNAMICS OF INTERNATIONAL TRAVEL TOURISM
OF THE CITY OF LVIV

Summary. The theoretical and analytical aspects of inbound tourism have been investigated as one of the priority directions of Lviv's development. The article deals with the role of tourism in the economic development of the city. The present state of inbound tourism and the analysis of tourist flows are analyzed. The advantages and disadvantages of inbound tourism have been identified. The structure and amount of expenses for staying in the city are estimated. Changes in the volume and structure of tourist flows are investigated. Trends in inbound tourism by destination and purpose of visit. Based on the analysis, the main problems that hinder the development of Lviv tourist services have been identified and the ways to solve them have been proposed. Based on the study of the theory and practice of inbound tourism, the development recommendations and ways to increase the flow of inbound tourism in the context of European integration have been developed. Tourists from more than 130 countries visit Lviv region. Tourists from Poland, Belarus, Germany, Canada, Russia, USA, UK, Azerbaijan, Latvia, Israel, Denmark, Poland, Latvia, Lithuania, Kazakhstan, China, Switzerland, Sweden, Moldova. The dynamics of inbound tourist flows indicates an increase in the number of foreign tourists who come to Lviv to treat, rest and reduce the flows of specialized, business and sports tourism. The city of Lviv is a well-known center of the artistic, literary, musical and theatrical arts. The city's cultural richness is represented by a large number of theaters, temples, concert halls, creative associations and numerous art events. Based on statistical surveys of the State Tourism and Resorts Service and the Tourism and Resorts Council, Lviv has been granted the status of the cultural capital of Ukraine. An indispensable condition for further growth of tourist flows, especially the share of foreign tourists, is the necessity to improve the tourist and recreational infrastructure. This will increase the flow of foreign direct investment in the economy of the country, will develop the infrastructure, the release of new tourism products, in particular, restaurant product, hotel services, the use of new technologies, the improvement of management, the identification of new markets.

Keywords: tourism, tourist services, tourism industry, tourist flows, factors of tourism development, tourist and recreational potential.

Постановка проблеми. В Україні є необхідність поглибленого дослідження перспектив розвитку в'їзного туризму. В'їзний туризм сприяє збільшенню іноземних інвестицій в економіку. В економічно розвинутих країнах туризм забезпечує 6-8% валового внутрішнього продукту, в Україні лише 1%. Для багатьох країн є найприбутковішою галуззю економіки та складником національних бюджетів. Необхідним є сформулювати весь спектр послуг для розвитку в'їзного туризму, проводити аналіз туристичних потоків, це допоможе вивчати попит і пропозицію туристичних послуг та оцінювати особливості туристичних потоків.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність зазначеної проблеми зумовлює великий інтерес до неї з боку вчених і спеціалістів-практиків. Проблеми розвитку туристичного бізнесу в Україні її регіонах розглянуто в роботах В. Кифяка, Н. Гук, О. Любінцева, І. Яковенко,

Л. Дядечко, М. Мальська, Я. Янишин, Н. Кудла, Н. Паньків, О. Шаблій, Н. Чорненька та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на велику кількість публікацій у вітчизняній та зарубіжній літературі необхідним є аналіз динаміки в'їзного туризму міста Львова та характеристика сучасних тенденцій розвитку туристичної діяльності, визначити основні чинники які стримують розвиток досліджуваної сфери й пошук основних шляхів вирішення проблеми.

Формування цілей статті. Метою статті є дослідження стану ринку в'їзного туризму міста Львова та перспектив його розвитку. Виявлення переваг та недоліків в'їзного туризму, визначення основних проблем які перешкоджають розвитку ринку туристичних послуг та шляхи їх вирішення. Розроблення рекомендацій розвитку та шляхи збільшення потоків в'їзного туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. Львівська область входить до п'ятірки найпривабливіших і популярних туристично-рекреаційних регіонів України та характеризується позитивною динамікою в'їзного туризму. Це пояснюється наявністю наступних факторів:

- природно-ресурсний фактор;
- економіко-географічний фактор;
- екологічний фактор;
- культурно-історичний фактор;
- інфраструктурний фактор.

Львівщину відвідують туристи із понад 130 країн світу. Туристи із Польщі, Білорусії, Німеччини, Канади, Росії, США, Великобританії, Азербайджану, Латвії, Ізраїлю, Данії, Польщі, Латвії, Литви, Казахстану, Китаю, Швейцарії, Швеції, Молдови. Динаміка в'їзних туристичних потоків свідчить про зростання кількості іноземних туристів, які приїжджають на Львівщину з метою лікування, відпочинку та зменшення потоків спеціалізованого, ділового та спортивно-оздоровчого туризму. За даними офіційної статистики потік туристів збільшується приблизно на 500 тис., загальна кількість зростає приблизно до двох мільйонів за рік.

Місто Львів є відомим осередком художнього, літературного, музичного й театрального мистецтва. Культурне багатство міста представлене великою кількістю театрів, храмів, концертних залів, творчих об'єднань, а також численних мистецьких заходів. На кожний міський фестиваль, згідно зі статистичними даними, приїжджають приблизно 15 тис. туристів [1]. На основі статистичних досліджень Державної служби туризму і курортів та «Ради з питань туризму і курортів» Львову присвоєно статус культурної столиці України. Основними підставами такого досягнення є понад 100 фестивалів у Львові щорічно, 60 музеїв, 100 храмів різних конфесій та велика зацікавленість Львовом з боку туристів. Ключовими туристичними ринками й надалі залишаються Україна (43,0%), Польща (16,6%), Білорусь (7,1%), спостерігається спад туристів з Туреччини (5,8%) та приріст з Німеччини (4,0%), США (3,0%), Канади (1,0%). У 2018 році вперше спостерігаємо у ТОП-10 лідерів ринок Ізраїлю, що становить 0,9% від загальної чисельності туристів. Загальна кількість туристів, яка відвідала Львів протягом року становить 2,2 млн. Проаналізуємо структуру туристів за країною їхнього проживання (рис. 1).

Більшість туристів перебувають у Львові не більше трьох днів, 82% планують повернутися знову, 97% рекомендують відвідати місто друзям та знайомим. Географія туристів є дуже широкою і представляє майже всі континенти світу [3; 4]. Середні витрати на поїздку до Львова становлять 144 євро, витрати на сім'ю складають 296 євро. Середні витрати туриста за 1 день (74 євро) залишаються незмінними. У 2018 році на 18% зросли надходження в місцевий бюджет від галузі туризму та становлять 151 млн. грн. Туристичний збір зріс на 30% (6536 тис. грн.). Серед опитаних туристів, що подорожують з метою відпочинку (72,8%) та не вперше у Львові (51,0%). Чисельність конференц-делегатів зросла на 3,5% та становить 10,6%. Туристи з кож-

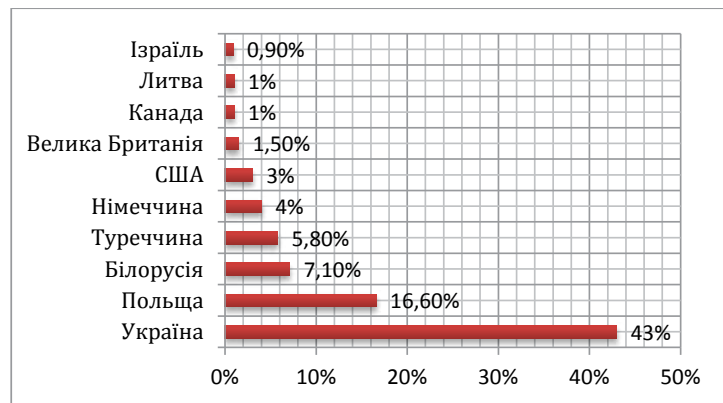


Рис. 1. Географія відвідувачів м. Львова 2018

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [2]

ним роком, все більше віддають перевагу проживанню в хостелах, у 2018 році ця частка зросла на 9,1%, і становила 28,4%. Проте лідером все ще залишаються готелі, які обрали 31,8% туристів (у 2017 році – 37,1%). При плануванні подорожі використовують інтернет ресурси (81,5%), для іноземців також вагомим помічником стають друзі, що відвідували Львів раніше (23,9%) або проживають у ньому (20,5%). Бронювання житла здійснюють, здебільшого, через booking.com (39,6%) або безпосередньо на сайті закладу розміщення (26,1%). Найчастіше подорожують з друзями (43,5%). Іноземці також надають перевагу самостійним поїздкам (29,5%), українці – сімейним (35,4%). Туристи у Львові провести час в закладах харчування (72,5%), прогулятися історичним центром міста (66,9%) і відвідати культурні заклади та події (57,7%) [5; 6].

Проведено аналіз середовища м. Львова як туристичного міста за методом SWOT-аналізу і визначимо сильні і слабкі сторони, сприятливі можливості і потенційні загрози в подальшому розвитку туристично-рекреаційної галузі (табл. 1).

Великою проблемою є концентрація туристів в центрі міста. Завдяки мережі міжнародних трас, навколо Львова можна розвивати транзитний туризм, коли автомандрівники сходять з маршруту і відвідують атракції приміської зони. Це ж стосується питань розвитку екологічного туризму і культурно-історичних парків. За наявності сучасного стадіону не розвинутий є спортивний туризм.

Індекс туристичної привабливості міста становить 4,8, індекс задоволеності туристичними послугами – 4,4 (із 5-ти можливих). Ці показники є високими та свідчать про позитивну динаміку. Основними містами-альтернативами, які туристи розглядали при плануванні подорожі – є Київ, Ужгород, Чернівці, Одеса. Іноземні конкуренти – Краків, Варшава, Прага. За даними Львівської міської ради, якщо у 2016-2017 рр. Львів відвідувало близько 2,6 мільйона туристів щорічно, то в 2018 р. – 2,2 мільйона. Це свідчить про скорочення туристів у Львові. Ситуація змінилася після запровадження «безвізу». Незважаючи на зменшення туристів, надходження за рахунок туристів не знизилися, а навпаки – зросли. За 2018 вони становили 151 мільйон гривень. У 2017 було лише 128 млн. гривень [5; 7]. Це від-

**Критерії для оцінки середовища м. Львова
як туристичного міста за методом SWOT-аналізу**

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
1. Наявність природних та рекреаційних ресурсів. 2. Вигідне транспортно-географічне положення. 3. Визначні історичні пам'ятки (історична частина Львова занесена до світової спадщини ЮНЕСКО). 4. Значна кількість санаторно-курортних закладів. 5. Історичні зв'язки з українською діаспорою у світі.	1. Туристична інфраструктура не відповідає світовим стандартам. 2. Недостатня забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною інфраструктурою. 3. Недосконалість бази даних щодо рекреаційно-туристичних об'єктів. 4. Незадовільний стан утримання пам'яток історико-архітектурної спадщини. 5. Брак фінансування сфери туризму. 6. Незадоволеність дорогами, парковками європейців. 7. Зменшення частки в'їзного туризму.
Можливості (O)	Загрози (T)
1. Забезпечення загальнодержавної та регіональної підтримки туризму; 2. Створення розвиненої туристичної інфраструктури, удосконалення послуг; 4. Забезпечення пріоритетності вітчизняного внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної історико-культурної спадщини міста. 5. Розвиток інформаційно-рекламної та маркетингової діяльності. 6. Розвиток нових видів туризму.	1. Зростаюча конкуренція серед туристичних регіонів України. 2. Занепад архітектурних пам'яток та урбаністичної структури міста. 3. Посилення виїзного туризму в сусідні регіони та за кордон у зв'язку з низьким рівнем надаваних послуг. 4. Недостатнє поліпшення туристичної інфраструктури, розрахованої на різні цільові групи.

Джерело: укладено авторами

булося через зростання цін на послуги, збільшення відпочинкових закладів.

Висновки з даного дослідження і перспективи. Необхідно формувати всі умови для розвитку в'їзного туризму. Столиці Європи вкладають фінансування в рекламу та формування туристичного іміджу. У Львові не визначений набір іміджових туристичних продуктів, який можна рекламувати на міжнародних туристичних ринках. Немає добре розробленої стратегії розвитку туризму на тривалий час. Важливо щоб до розробки програмних документів допускалися фахівці від туристичного бізнесу, громадських організацій, наукових і культурних діячів.

«Комплексна стратегія розвитку Львова 2012-2025 рр.», виділяє пріоритетними сферами інформаційні технології. Управління туризму, спільно з туристичним кластером міста, залучаючи міжнародних експертів, розробили «Стратегію розвитку туризму у Львові до 2020 р.».

Перспективно є розвивати конференц-індустрію. Цей напрямок є фінансово вигідніший. Ще один напрямок, який планують розвивати у Львові – медичний туризм. Основою мають стати приватні клініки, які надаватимуть медичні послуги. Львів у 2018 році посів у рейтингу Euromonitor International 80 місце. Це єдине

місто України, що потрапило до списку випередив ізраїльський Тель-Авів, Франкфурт і Стокгольм. З чого можна зробити висновок, що Львів дійсно перспективне місто в якому можна розвивати різні види туризму, і мати першість в цій галузі з іншими містами світу. Для в'їзних туристичних потоків, на думку іноземців, необхідна активізація маркетингової діяльності в галузі туризму, спрямованої на створення позитивного іміджу Львівщини. Для розв'язання визначених проблем потрібно створити ефективну політику розвитку туристично-рекреаційної галузі регіону. Удосконалити маркетингову систему у туризмі: насичення ринку послугами; вільні ринкові відносини, можливість без адміністративних обмежень вибирати ринки збуту, ділових партнерів, вести комерційну роботу. Необхідною умовою для подальшого зростання туристичних потоків, особливо частки іноземних туристів, обов'язковим є покращення туристично-рекреаційної інфраструктури. Це сприятиме збільшенню потоків прямих іноземних інвестицій в економіку країни, розвиватиметься інфраструктура, випуск нових туристичних продуктів, зокрема, ресторанного продукту, готельних послуг, використання нових технологій, удосконалення менеджменту, виявлення нових ринків збуту.

Список літератури:

1. Путівник та інформація про подорожі Lonely Planet.TOP 17 experiences in Ukraine. URL: <http://www.lonelyplanet.com/ukraine/travel-tips-and-articles/76711> (дата звернення: 23.09.2019).
2. Дані Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 02.10.2019).
3. Мультимедійна платформа іномовлення України Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2617525-u-lvovi-rozpovili-zvidki-do-nih-idut-turisti-i-skilki-vitracaut.html> (дата звернення: 29.09.2019).
4. Забалдіна Ю.Б. Маркетинг туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2002. 196 с.
5. Дані Управління туризму Львівської міської. URL: <http://city-adm.lviv.ua/lmr/authorities-the-city/structure-lmr/management/upravlinna-turizmu> (дата звернення: 02.10.2019).
6. Звіт Департаменту розвитку ЛМР у 2018 році. Львівська міська рада. Львів, 2018. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-lvovi-pidrakhuvai-zvidki-prijizhdzhali-ta-skilki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi> (дата звернення: 02.10.2019).

7. Софія Трошук. Про Львів у світовому рейтингу привабливості для туристів. *Новини ZAXID. NET*. URL: https://zaxid.net/za_5_rokiv_lviv_pidnyavsya_na_51_shodinku_u_svitovomu_reytingu_privablivosti_dlya_turistiv_n1471640 (дата звернення: 03.10.2019).

References:

1. Putivnyk ta informaciya pro podorozhi Lonely Plane. TOP 17 experiences in Ukraine. Available at: <http://www.lonelyplanet.com/ukraine/travel-tips-and-articles/76711> (accessed: 23.09.2019).
2. Dani Golovного upravlinnya statystyky u Lvivskij oblasti. Available at: <http://lv.ukrstat.gov.ua/> (accessed: 02.10.2019).
3. Multymedijna platforma inomovlennya Ukrayiny Ukrinform. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2617525-u-lvovi-rozpovili-zvidki-do-nih-idut-turisti-i-skilki-vitracaut.html> (accessed: 29.09.2019).
4. Zabaldina, Yu.B. (2002). *Marketyng turystychnogo pidpryyemstva* [Marketing of tourism enterprise]. Kyiv: Centr navchalnoyi literatury, 196 p.
5. Dani Upravlinnya turyzmu Lvivskoyi miskoyi rady. Available at: <http://city-adm.lviv.ua/lmr/authorities-the-city/structure-lmr/management/upravlinna-turizmu> (accessed: 02.10.2019).
6. Zvit Departamentu rozvytku LMR u 2018 roci. Lvivska miska rada. Lviv, 2018. Available at: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-l-vovi-pidrakhuvati-zvidki-prijizhdzhali-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi> (accessed: 02.10.2019).
7. Troshhuk Sofiya (2018). Pro Lviv u svitovomu rejtyngu pryvablyvosti dlya turystiv. *Novyny ZAXID. NET*. Available at: https://zaxid.net/za_5_rokiv_lviv_pidnyavsya_na_51_shodinku_u_svitovomu_reytingu_privablivosti_dlya_turistiv_n1471640 (accessed: 03.10.2019).