

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ШЕВЕЛЮК МИХАЙЛО МИХАЙЛОВИЧ

УДК 338.48-6:7/8(477.83)

**КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЛЬВІВЩИНИ: ТЕНДЕНЦІЇ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

034 – Культурологія
03 – Гуманітарні науки

Подається на здобуття ступеня доктора філософії з культурології.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ М. М. Шевелюк

Науковий керівник: Трач Юлія Василівна, доктор культурології, професор

Київ – 2023

АНОТАЦІЯ

Шевелюк М. М. Культурний туризм Львівщини: тенденції та перспективи розвитку. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 034 «Культурологія» (галузь знань 03 «Гуманітарні науки»). – Міністерство освіти і науки України, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, 2023.

Дисертація присвячена розкриттю специфіки, тенденцій та перспектив розвитку культурного туризму Львівщини у контексті цифровізації та інших викликів сучасності. Звернено увагу на нерозривний зв'язок між культурою і туризмом завдяки підвищенню інтересу до культури, зокрема як до джерела локальної ідентичності в умовах глобалізації, активному розвитку туризму, полегшенню доступу до культурних активів і досвіду та іншим чинникам. Враховуючи, що подорож з метою ознайомлення з іншою культурою обумовлює безпосереднє оцінювання культурного розмаїття, встановлення нових культурних зв'язків та сприяння збереженню культурної спадщини, у дисертації наголошено, що культурний туризм створює не лише економічні, а й соціальні та культурні вигоди: сприяє розвитку креативності, залученню творчих людей і розширенню аудиторії споживачів культурного продукту тощо.

У першому розділі дослідження вивчено стан наукового розроблення проблеми, висвітлено джерельну базу дослідження, проаналізовано теоретичні та методологічні засади дослідження. Констатовано недостатню вивченість, несистематизованість і відсутність узагальнень щодо культурного туризму Львівщини, особливо з урахуванням викликів сучасності, що спонукало до з'ясування науково-теоретичного та методологічного підґрунтя дослідження, стану використання наявного потенціалу культурного туризму

Львівщини, рівня його розвитку, розкриття тенденцій цифровізації у туристичній галузі, а також характеристики культурного туризму Львівщини в умовах пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України. Акцентовано, що наявний науковий доробок не вирішує проблему – розв’язання протиріччя між необхідністю удосконалення культурного туризму Львівщини і дефіцитом відповідних концептуальних засад, що й зумовило потребу з’ясування специфіки, тенденцій і перспектив культурного туризму Львівщини в умовах цифровізації та інших сучасних викликів і на цій підставі вироблення основ його подальшого функціонування. Аналіз підходів до вивчення туризму, зокрема культурного туризму, основних його характеристик, критеріїв оцінювання та чинників розвитку дав підстави констатувати концептуальне різноманіття і водночас фрагментарність у вивченні заявленої проблематики в предметному полі культурології, а також відсутність чіткого уявлення про головні проблеми розвитку культурного туризму Львівщини, специфіку його організації в контексті викликів і можливостей сьогодення.

У другому розділі класифіковано об’єкти культурного туризму Львівщини як складник туристичного продукту, розкрито зовнішні і внутрішні чинники, що характеризують його потенціал та рівень розвитку. Звернено увагу, що унікальні туристичні ресурси у поєднанні із багатою історико-культурною спадщиною, представленою у тривалому періоді часу, та сучасною культурою Львівської області створюють засадничі передумови розвитку культурного туризму, а його успішність залежить від багатьох чинників, які у синергетичному поєднанні дають змогу отримати максимально можливий соціокультурний ефект. Виокремлено проблеми розвитку культурного туризму Львівщини, серед яких: складні соціально-політичні події в Україні, неефективне просування курортних міст на міжнародному рівні та складну екологічну ситуацію через активну роботу міжнародних транспортних коридорів. Також констатовано невідповідність інституційного та законодавчого забезпечення розвитку туризму світовим

стандартам; недостатня кількість фінансових та податкових стимулів для розвитку сфери туризму; незадовільний стан туристичної інфраструктури, зокрема й туристичних об'єктів; невисокий рівень кваліфікації фахівців у сфері туризму та розвитку місцевих та національних туристичних агентств.

Наголошено на необхідності розробки комплексного підходу щодо якнайповнішого використання туристичного потенціалу регіону. Зокрема, для усунення цього недоліку першочерговими завданнями є: створення деталізованого обліку усіх культурних ресурсів регіону (а не лише занесених у Державний реєстр нерухомих пам'яток України), що включатиме достовірну інформацію про місце розташування об'єкту, його опис, історію створення, чи мають елементи пристосування для відвідання туристами тощо; розробка карти розміщення усіх культурних ресурсів регіону; забезпечення усіх об'єктів культурної спадщини Львівщини необхідною документацією (охоронний договір, паспорт об'єкту тощо); підвищення ефективності використання культурних ресурсів області для розвитку туристичного бізнесу; захист і збереження пам'яток культурної спадщини Львівщини; реставрація пошкоджених і зруйнованих об'єктів; розробка заходів по збереженню культурної спадщини у процесі її туристського використання; розробка нормативно-правових і організаційних заходів по ефективному використанню культурних ресурсів для розвитку туризму – як на державному, так і місцевому рівнях; дослідження ринку туристичних послуг Львівщини; розробка та реалізація державних і спонсорських програм, спрямованих на реставрацію, захист і збереження культурної спадщини, а також всебічного розвитку сучасної культури регіону.

У третьому розділі виявлено основні тенденції цифровізації сфери культурного туризму Львівщини у контексті світових тенденцій, охарактеризовано культурний туризм Львівщини в умовах пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України. Звернено увагу, що стрімке і масштабне розповсюдження цифрових технологій суттєво вплинуло на індустрію туризму, надавши можливості для

розширення бізнесу і відігравши вирішальну роль в управлінні відносинами з клієнтами та популяризації культурної спадщини та культурного туризму загалом. Констатовано, що впровадження інноваційних технологій може бути ефективним лише в тому разі, якщо вони враховуватимуть особливості туристичної галузі, яка володіє рядом специфічних особливостей (у туризмі, по суті, продаються послуги, які продаються в одному місці, а споживаються в іншому; прибуток отримується в місці отримання туристичних послуг, а процес споживання регламентується нормами місця тимчасового перебування туриста). Підсумовано, що для ефективного функціонування індустрія туризму повинна бути зосереджена на інноваційному розвитку та цифровій побудові культурного туризму, розробці нових продуктів культурного туризму та нових маркетингових інноваційних моделях.

Наголошено, що туризм, особливо культурний, після закінчення війни варто піднести на рівень пріоритетних галузей розвитку держави, позиціонувати Україну як єдиний бренд. Наголос на потенційних можливостях, а також такі механізми підтримки галузі, як зниження адміністративного регулювання, заходи податкового стимулювання, пряма фінансова допомога та інші форми підтримки повинні допомогти адаптуватися до нової, погано передбачуваної реальності з урахуванням ключових трендів у туризмі та наслідків збройної агресії Російської Федерації проти України. При розробці стратегії відновлення і подальшого розвитку туризму у післявоєнний період необхідно врахувати наявні теоретичні напрацювання і світовий практичний досвід, обрати власний шлях відновлення галузі, а також взяти до уваги, що цифрова трансформація здатна дати поштовх до сталого розвитку туристичної індустрії за умов ефективного використання новітніх технологій.

У висновках культурний туризм визначено як вид туристичної діяльності, в якій основною мотивацією туриста є відкриття й ознайомлення з об'єктами матеріальної (пам'ятки архітектури, історії, мистецтва тощо) і нематеріальної (життєвий досвід, звичаї тощо) культурної спадщини та

сучасною культурою (інтелектуальні і творчі досягнення) у місцях туристичних дестинацій та поза ними, і, врешті решт, одержання туристичного досвіду. Основою культурного туризму є потреба в духовному освоєнні культури світу, задоволенні екзистенційних потреб мандрівної людини.

Виокремлено чинники та водночас особливості формування та функціонування культурного туризму, що характеризують його потенціал та актуальний рівень розвитку, звернено увагу на умову ефективності культурного туризму та якість турпродукту. Для подолання виявлених проблем функціонування культурного туризму Львівщини (невідповідність фінансового забезпечення потребам галузі; наявної туристичної інфраструктури світовому рівню та очікуванням споживачів туристичного продукту; візових, митних та прикордонних процедур загальноприйнятій міжнародній практиці; професійного рівня фахівців туристичного супроводу вимогам сучасних туристів і туристичного ринку загалом; туристичних послуг та їх якості міжнародним стандартам та ін.) вказано на необхідність переорієнтувати діяльність суб'єктів туристичної діяльності стратегії культурного туризму на внутрішніх туристів, поновлюючи їхній зв'язок з їх власною культурою та спадщиною, створювати нові враження, які підживлюватимуть туристичні пропозиції для відновлення взаємодії з місцевою громадою. Необхідно запровадити комплексний підхід до культурного туризму Львівщини: розвивавати туристичний досвід на основі поєднання культурної спадщини, гастрономії та інших форм регіонального культурного самовираження. Такий підхід залучатиме місцевих митців і мешканців та фахівців сфери культури до формування туристичної політики та практики. Також звернено увагу, що українським туроператорам та іншим зацікавленим сторонам варто врахувати, що цифрові технології можуть сприяти одержанню цікавого, незабутнього туристського досвіду, пов'язаного з матеріальною та нематеріальною спадщиною, а також сучасною культурою. При розробці стратегії відновлення і подальшого

розвитку туризму у післявоєнний період врахувати наявні теоретичні напрацювання і світовий практичний досвід, обрати власний шлях відновлення галузі, а також взяти до уваги, що цифрова трансформація здатна дати поштовх до сталого розвитку туристичної індустрії, головне – правильно і вчасно скористатися необхідними технологіями.

Підсумовано, що стратегія реалізації потенціалу культурного туризму Львівщини має передбачати: вироблення туристичної та культурної політики з урахуванням критеріїв оцінювання рівня його функціонування; налагодження зв'язків і співпраці, розбудова потенціалу та навчання; збалансування просування та захисту культури; розробка якісного турпродукту. Необхідно також розвивати інфраструктуру культурного туризму; забезпечувати пріоритетність питань забезпечення безпеки та охорони здоров'я туристів; вдосконалювати систему підвищення кваліфікації спеціалістів туризму, що відповідає сучасним вимогам галузі; поліпшувати поінформованість про туристичний продукт на світовому та внутрішньому туристських ринках для більш активного його просування; більш ефективно використовувати субсидування та грантову підтримку підприємницьких та громадських ініціатив з метою підвищення їхньої активності; розробляти, створювати, впроваджувати та надалі розвивати інформаційно-комунікаційну інфраструктуру туристської галузі; забезпечувати подальшу цифровізацію галузі.

Ключові слова: туризм, культурний туризм, Львівщина, чинники розвитку туризму, культурна спадщина, цифровізація, дестинація, туристична інфраструктура, туристичний продукт.

SUMMARY

Sheveliuk M. M. Cultural tourism of Lviv region: trends and development prospects. – Qualifying scientific work as a manuscript.

Dissertation for the Doctor of Philosophy degree in Speciality (Program Subject Area) 034 “Cultural Studies” (Field of Knowledge 03 “Humanities.”) – Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, 2023.

The thesis is on clarifying the specifics, trends and prospects of the development of cultural tourism in Lviv region in the context of digitalization and other challenges of modern times. Attention is drawn to the inseparable connection between culture and tourism due to the increased interest in culture, in particular as a source of local identity in the conditions of globalization, active development of tourism, easier access to cultural assets and experiences, as well as other factors. Given that traveling for the purpose of cross-cultural experience leads to a direct appreciation of cultural diversity, establishing new cultural ties and promoting the preservation of cultural heritage, the thesis emphasizes that cultural tourism creates not only economic, but also social and cultural benefits: it promotes the development of creativity, attracting creative people and expanding the audience of cultural product consumers, etc.

The first section of the study examines the state of scientific development of the problem, highlights the source base of the study, analyses the theoretical and methodological foundations of the study. Lack of study, non-systematization and lack of generalizations regarding the cultural tourism of Lviv region were found, especially considering the challenges of modern times, which led to clarification of the scientific-theoretical and methodological basis of the study, the state of use of the existing potential of cultural tourism in Lviv region, the level of its development, the disclosure of digitization trends in the tourism industry, as well as characteristics of cultural tourism in Lviv region in the conditions of the Covid-19 pandemic and the armed aggression of the Russian Federation against Ukraine.

It is emphasized that the available scientific heritage does not solve the problem – resolving contradiction between the need to improve the cultural tourism in Lviv region and the lack of appropriate conceptual foundations, which led to the need to find out the specifics, trends and prospects of the cultural tourism in Lviv region in the conditions of digitization and other modern challenges, and, on this basis, developing foundations of its further functioning. The analysis of approaches to the study of tourism, cultural tourism, its main features, evaluation criteria and development factors gave reasons to ascertain conceptual diversity and at the same time fragmentation in the study of the stated issues in the subject field of cultural studies, as well as the lack of a clear idea of the main problems of the development of cultural tourism in Lviv region, specifics of its organization in the context of today's challenges and opportunities.

In the second chapter, the facilities of cultural tourism of Lviv region are classified as a component of the tourist product, its external and internal factors characterizing its potential and level of development are disclosed. Attention is drawn to the fact that the unique tourist resources in combination with the rich historical and cultural heritage presented over a long period of time and the modern culture of Lviv region create the basic prerequisites for the development of cultural tourism, and its success depends on many factors, which in a synergistic combination make it possible to reach the maximum possible socio-cultural effect. The problems of the development of cultural tourism in Lviv region are singled out, including: complex socio-political events in Ukraine, ineffective promotion of resort cities at the international level, and a difficult environmental situation due to the active operation of international transport corridors. The inconsistency of the institutional and legislative support for the development of tourism with world standards; insufficient amount of financial and tax incentives for the development of the tourism sector; unsatisfactory state of tourist infrastructure, including tourist facilities; low level of qualification of specialists in the field of tourism and development of local and national travel agencies.

The need to develop a comprehensive approach to the fullest possible use of the region's tourism potential was emphasized. In particular, to eliminate this shortcoming, the primary tasks are: creating a detailed record of all cultural resources of the region (and not only those entered in the State Register of Immovable Monuments of Ukraine), which will include reliable information about location of the facility, its description, history of creation, whether the elements are suitable for visiting by tourists, etc; developing a map of the location of all cultural resources of the region; providing all facilities of cultural heritage of Lviv region with the necessary documentation (protection agreement, passport of the object, etc.); increasing the effectiveness of the use of the region's cultural resources for the development of the tourism business; protecting and preserving the monuments of cultural heritage of Lviv region; restoring the damaged and destroyed facilities; developing measures to preserve cultural heritage in the process of its tourist use; developing the regulatory and organizational measures for the effective use of cultural resources for tourism development – both at the state and local levels; researching the tourist services market of Lviv region; developing and implementing the state and sponsor programs aimed at restoration, protection and preservation of cultural heritage, as well as comprehensive development of modern culture of the region.

In the third chapter, the main trends of digitization of the area of cultural tourism of Lviv region in the context of world trends are revealed, the cultural tourism of Lviv region is characterized in the conditions of the COVID-19 pandemic and the armed aggression of the Russian Federation against Ukraine. Attention was drawn to the fact that the rapid and large-scale spread of digital technologies significantly affected the tourism industry, providing opportunities for business expansion and playing a critical role in managing customer relationships and promoting cultural heritage and cultural tourism in general. It was established that introduction of innovative technologies can be effective only if they take into account peculiarities of the tourism industry, which has a number of specific features (in fact tourism sells services that are sold in one place and consumed in

another; profit is obtained at the place of receipt of tourist services, and the consumption process is regulated by the norms of the place of temporary stay of the tourist). It is concluded that in order to ensure effective functioning, the tourism industry should focus on the innovative development and digital construction of cultural tourism, the development of new cultural tourism products and new innovative marketing models.

It was emphasized that tourism, especially cultural one, and especially after the end of the war, should be raised to the level of priority sectors of the state's development, and Ukraine should be positioned as the only brand. Emphasis on potential opportunities, as well as mechanisms to support the industry such as reduced administrative regulation, tax incentives, direct financial assistance and other forms of support should help adapt to the new, poorly predicted reality, taking into account the key trends in tourism and the armed aggression of the Russian Federation against Ukraine. When developing a strategy for the recovery and further development of tourism in the post-war period, take into account the available theoretical developments and global practical experience, choose its own way of restoring the industry, and also take into account that digital transformation can give impetus to the sustainable development of the tourism industry, the main thing is that the necessary technologies are applied in a correct and timely manner under the conditions of effective use of the latest technologies.

In the conclusions cultural tourism is defined as a type of tourist activity, where the tourist's essential motivation is to discover and get acquainted with the facilities of tangible (architectural, historical, art, etc.) and intangible (life experience, customs, etc.) cultural heritage and modern culture (intellectual and creative achievements) in places of tourist destinations and outside them, and, in the end, obtaining a tourist experience. The basis of cultural tourism is the need for spiritual development of world culture, satisfaction of the existential needs of a traveling person.

The factors and, at the same time, features of the formation and functioning of cultural tourism that characterize its potential and current level of development

are singled out, attention is paid to the condition of the effectiveness of cultural tourism and the quality of the tourist product. In order to overcome the identified problems of the functioning of cultural tourism in Lviv region (inconsistency of financial support to the needs of the industry; of existing tourist infrastructure to the world level and expectations of consumers of the tourist product; of visa, customs and border procedures to the generally accepted international practice; of the professional level of tourist support experts to the generally accepted international practice; tourist services and their quality to international standards, etc.), the need to reorient activities of the tourism activity entities of the cultural tourism strategy to domestic tourists is pointed out, by renewing their connection with their own culture and heritage, to create new impressions enriching tourism offers to restore interaction with the local community. It is necessary to implement a comprehensive approach to cultural tourism in Lviv region: to develop tourist experience based on a combination of cultural heritage, gastronomy and other forms of regional cultural expression. This approach will involve local artists, residents and experts in the field of culture in the formation of tourism policy and practice. It was also noted that Ukrainian tour operators and other stakeholders should take into account that digital technologies can contribute to an interesting, unforgettable tourist experience related to tangible and intangible heritage, as well as modern culture. When developing a strategy for the recovery and further development of tourism in the post-war period, the existing theoretical developments and world practice should be taken into account, its own path of industry recovery should be chosen, and also the information that digital transformation can give impetus to the sustainable development of the tourism industry should be taken into account; the main thing is to use the necessary technologies correctly and in a timely manner.

It was concluded that the strategy for realizing the potential of cultural tourism of Lviv region should include: development of tourist and cultural policy taking into account criteria for evaluating the level of its functioning; networking and collaboration, capacity building and training; balancing the promotion and

protection of culture; development of a quality tourist product. It is also necessary to develop the infrastructure of cultural tourism; to ensure the priority of ensuring the safety and health of tourists; to improve the system of advanced training of tourism experts that meets the modern requirements of the industry; to improve awareness of the tourist product in the global and domestic tourist markets for more active promotion of it; to use more effectively subsidies and grant support for business and public initiatives in order to increase their activity; to develop, create, implement and further develop the information and communication infrastructure of the tourism industry; to ensure further digitization of the industry.

Keywords: tourism, cultural tourism, Lviv region, factors of tourism development, cultural heritage, digitization, destination, tourist infrastructure, tourist product.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Статті у наукових фахових виданнях України

1. Шевелюк М. М. Особливості розвитку структурних компонентів культурного туризму Львівщини. *Культура і сучасність*. 2019. № 2. С. 222–226.
2. Шевелюк М. М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*. 2020. Вип. 36. С. 99–109.
3. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 226–235.
4. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини перед викликами коронакризи та воєнного конфлікту. *Питання культурології*. 2022. Вип. 39. С. 229–240.

Опубліковані праці апробаційного характеру

5. Шевелюк М. М. Історико-культурний туризм на території Львівщини як один із чинників формування та збереження національної ідентичності. *Розвиток готельно-ресторанної індустрії України: проблеми, перспективи, інновації*: матеріали І Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Львів, 18 квіт. 2019 р. Львів, 2019. С. 112–114.
6. Шевелюк М. М. Провідні види культурного туризму Львівщини. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації*: тези доп. ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю, м. Київ, 14–15 листоп. 2019 р. Київ, 2019. С. 172–176.
7. Шевелюк М. М. Візуальний контент соціальних мереж як чинник просування туристських дестинацій. *Сценічне мистецтво: творчі надбання та інноваційні процеси*: матеріали ІІ Всеукр. наук. конф, м. Київ, 23 квіт. 2020 р. Київ, 2020. С. 116–120.

8. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини як особливий вид культурної діяльності. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі* : матеріали III Міжнар. наук. конф., м. Київ, 14–16 трав. 2020 р. Київ, 2020. С. 70–71.

9. Шевелюк М. М. Новітні ІТ-технології і цифровізація в сфері туризму: огляд основних світових тенденцій. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 8–9 квіт. 2021 р. Київ, 2021. С. 231–234.

10. Шевелюк М. М. Туристична галузь в умовах пандемії: виклики і можливості. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 листоп. 2021 р. Київ, 2021. С. 30–31.

11. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини в умовах кризи і невизначеності. *Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 22–23 берез. 2022 р. Київ, 2022. С. 333–336.

12. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини і глобальні виклики 2000–2022 рр. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі* : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 8–9 квіт. 2022 р. Київ, 2022. С. 163–166.

13. Шевелюк М. Можливості відновлення туризму після воєнного конфлікту. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ., м. Львів, 19 трав. 2022 р. Львів, 2022. С. 428–430.

ЗМІСТ

ВСТУП	17
РОЗДІЛ 1. КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЛЬВІВЩИНИ ЯК ОБ’ЄКТ НАУКОВОГО ВИВЧЕННЯ	23
1.1. Стан наукового розроблення проблеми та джерельна база дослідження	23
1.2. Науково-теоретичні та методологічні засади дослідження	46
Висновки до розділу	66
РОЗДІЛ 2. СОЦІОКУЛЬТУРНА ДЕТЕРМІНАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ	68
2.1. Об’єкти культурного туризму Львівщини як складник туристичного продукту	68
2.2. Потенціал розвитку культурного туризму Львівщини	88
2.3. Рівень розвитку культурного туризму у Львівській області	109
Висновки до розділу	131
РОЗДІЛ 3. ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ	133
3.1. Цифровізація сфери культурного туризму Львівщини у контексті світових тенденцій	133
3.2. Культурний туризм Львівщини в умовах пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України	165
Висновки до розділу	192
ВИСНОВКИ	195
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	202
ДОДАТКИ	242

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Культура і туризм у сучасному світі нерозривно пов'язані завдяки підвищенню інтересу до культури, зокрема як до джерела місцевої ідентичності в умовах глобалізації, активному розвитку туризму, полегшенню доступу до культурних активів і досвіду та іншим чинникам. Культура має незмірну внутрішню цінність для приймаючих громад і є важливішим підґрунтям для туризму. У свою чергу туризм усе наполегливіше стає суттєвим поштовхом для популяризації та збереження матеріальної і нематеріальної спадщини, одночасно заохочуючи розвиток мистецтва, ремесел та іншої творчої діяльності. Враховуючи, що подорож з метою ознайомлення з іншою культурою обумовлює безпосереднє оцінювання культурного розмаїття, встановлення нових культурних зв'язків та сприяння збереженню культурної спадщини, культурний туризм створює не лише економічні, а й соціальні та культурні вигоди: сприяє розвитку креативності, залученню творчих людей і розширенню аудиторії для культури тощо.

Культурний туризм є одним із найбільших затребованих видів туризму, що впливає на розвиток світових туристичних ринків, які швидко розвиваються: приблизно чотири з десяти туристів обирають напрямок на основі його культурних пропозицій¹. Їх дедалі більше приваблюють нематеріальні чинники, такі, як атмосфера місця, його історія і традиції. Однак, унаслідок зміни стилю життя, появи нових форм культури і творчості та масштабному використанню цифрових технологій зв'язок між туризмом і культурою швидко трансформується: культура, пов'язана з туризмом, стає менш відчутною і водночас більш доступною. Динамізм розвитку культурного туризму виявляється й у зростанні ролі місцевих громад як частини досвіду культурного туризму, залученні нових зацікавлених сторін,

¹Cultural Tourism. URL: <https://cutt.ly/M6usNbU> (дата звернення: 12.03.2023).

приміром, туристи беруть активну участь у творенні власного досвіду, тощо. Це провокує певні виклики, але разом створює можливості для країн у всьому світі в розвитку та використанні синергії між туризмом і культурою.

У цьому контексті актуалізується потреба з'ясування тенденцій та перспектив розвитку культурного туризму конкретних територій, щоб визначити можливості та проблеми, які надає взаємодія між культурою і туризмом, а також переосмислити парадигму представлення України та її регіонів у міжнародних культурних відносинах. Це вимагає розробки стратегії реалізації багатогранного потенціалу культурного туризму, раціональної презентації на світовому рівні унікальних регіональних туристичних послуг. Зокрема, Львівська область є одним із ключових напрямків культурного туризму завдяки своїй незрівнянній культурній спадщині, яка включає музеї, театри, археологічні пам'ятки, історичні місця, музику, гастрономію тощо. Культурна спадщина Львівщини не лише надихає культурні і творчі індустрії, а й робить цей регіон і країну загалом одним із найкращих туристичних напрямків, сприяє соціокультурному зростанню та культурній єдності.

Вагомий внесок у дослідження різних видів туризму різних регіонів України та їхніх історико-культурних ресурсів з точки зору різних галузей знання зробили К. Дударчук («Історико-культурні туристичні ресурси Тернопільської області: стан, збереження і використання»²), О. Зараховський («Використання нерухомих об'єктів культурної спадщини Черкащини як туристично-екскурсійного ресурсу»³), І. Кулаковська («Культурні пам'ятки Житомирщини як атракції етнокультурного туризму»⁴), В. Пацюк («Територіальна організація індустріального туризму Криворіжжя»⁵), О. Пендерецький («Збалансований розвиток дестинацій промислового

² Дударчук К. Д. Історико-культурні туристичні ресурси Тернопільської області: стан збереження і використання : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2012. 20 с.

³ Зараховський О. С. Використання нерухомих об'єктів культурної спадщини Черкащини як туристично-екскурсійного ресурсу : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. Київ, 2017. 16 с.

⁴ Кулаковська І. М. Культурні пам'ятки Житомирщини як атракції етнокультурного туризму : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. / Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2013. 20 с.

⁵ Пацюк В. С. Територіальна організація індустріального туризму Криворіжжя : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2022. 24 с.

туризму Карпатського регіону: теорія і практика»⁶) та ін. Віддаючи належне доробку науковців з цього питання, варто відзначити їхню зорієнтованість на об'єкти культурної спадщини певного регіону, особливості територіальної організації та збалансованого розвитку тощо. Серед праць суто культурологічного характеру на увагу заслуговують дисертації Л. Божко⁷, С. Дичковського⁸, О. Світлинець⁹, в яких туризм вивчається як соціокультурний феномен, розглядаються трансформації туристичних практик і технологій у контексті глобалізаційних процесів та становлення цифрового суспільства. Утім, доводиться констатувати відсутність ґрунтовних праць, присвячених безпосередньо культурному туризму Львівщини, особливо з урахуванням сучасних викликів, що й зумовило вибір теми дослідження «Культурний туризм Львівщини: тенденції та перспективи розвитку».

Мета дослідження – розкрити специфіку, тенденції та перспективи культурного туризму Львівщини у контексті цифровізації та інших викликів сучасності.

Досягнення поставленої мети визначило вирішення таких **завдань**:

- розкрити стан наукового розроблення проблеми та джерельну базу дослідження;
- систематизувати основні підходи до вивчення культурного туризму, що стали методологічною основою його опрацювання;
- розглянути об'єкти культурного туризму Львівщини як складник туристичного продукту;
- розкрити зовнішні і внутрішні чинники розвитку культурного туризму Львівщини, що характеризують його потенціал та рівень розвитку;

⁶ Пендерецький О. В. Збалансований розвиток дестинацій промислового туризму Карпатського регіону: теорія і практика : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2014. 37 с.

⁷ Божко Л. Д. Туризм у контексті глобалізаційних процесів: історико-культурологічний аспект : автореф. дис. ... д-ра культурології : 26.00.01 / Харківська держ. академія культури. Харків, 2018. 37 с.

⁸ Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (Digital Society) : монографія. Київ : Вид-во Ліра-К, 2020. 384 с.

⁹ Світлинець О. В. Туризм як соціокультурний феномен: соціально-філософський дискурс : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Нац. акад. пед. наук України, Ін-т вищ. освіти. Київ, 2013. 18 с.

- виявити тенденції цифровізації сфери культурного туризму Львівщини у контексті світових тенденцій;

- охарактеризувати культурний туризм Львівщини в умовах пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України.

Об'єкт дослідження – культурний туризм Львівщини.

Предмет дослідження – стан, проблеми і перспективи розвитку культурного туризму Львівщини.

Методи дослідження зумовлені об'єктом, предметом дослідження, метою і завданнями розгляду культурного туризму як чинника соціокультурного розвитку території. Для досягнення мети та вирішення завдань дослідження на різних його етапах було використано системний, структурно-функціональний і діяльнісний підходи, що дало змогу всебічно розглянути культурний туризм Львівщини як складну і цілісну систему, співвіднести його сутнісні характеристики та виявити форми їх прояву. Аргументація теоретичних положень і висновків здійснювалася на основі застосування факторного аналізу, загальнонаукових методів, принципів і прийомів пізнання закономірностей функціонування культурних систем, що використовуються в культурології. Компаративістський підхід дав змогу визначити культурний туризм як цілісну реальність у контексті цифровізації та інших викликів сучасності.

Новизна одержаних результатів полягає у тому, що:

у перше:

- культурний туризм Львівщини розглянуто як об'єкт культурологічного дослідження;

- виокремлено критерії оцінювання рівня функціонування культурного туризму (мотивація та безпосередньо дії/діяльність туриста);

- виокремлено та охарактеризовано зовнішні і внутрішні чинники та водночас особливості формування та функціонування культурного туризму Львівщини;

- проаналізовано стан культурного туризму Львівщини в умовах пандемії коронавірусу на збройної агресії Російської Федерації проти України;

- систематизовано основні проблеми функціонування культурного туризму та запропоновано шляхи його відновлення (вироблення туристичної та культурної політики з урахуванням критеріїв оцінювання рівня його функціонування; налагодження зв'язків і співпраці, розбудова потенціалу та навчання; збалансування просування та захисту культури; розробка якісного турпродукту та ін.);

набуло подальшого розвитку:

- уявлення про особливості цифровізації у сфері культурного туризму Львівщини у контексті світових тенденцій;

- пропозиції щодо повнішого та ефективнішого використання культурного потенціалу Львівщини у туристичній діяльності;

уточнено:

- дані про основні тенденції розвитку культурного туризму Львівщини на сучасному етапі;

- положення про умову ефективності культурного туризму: оптимальне використання особливостей території для створення оптимальних за якістю туристичних продуктів.

Практичне значення одержаних результатів визначається актуальністю поставлених завдань, їх спрямованістю на вирішення сформульованих проблем. Положення дисертації можуть застосовуватися під час викладання навчальних курсів з культурології, теорії та практики туризму та ін. Результати дослідження можуть бути безпосередньо використані у діяльності суб'єктів туристичної діяльності. Висновки дисертації формують методологічне підґрунтя програм розвитку культурного туризму Львівщини.

Особистий внесок здобувача. Усі результати дослідження є особистими напрацюваннями дисертанта. Наукові праці є одноосібними.

Апробація матеріалів дисертації. Результати досліджень, наведених у дисертації, оприлюднені на міжнародних та всеукраїнських наукових і науково-практичних конференціях: III Міжнародній науково-практичній конференції-фестивалі «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (Київ, 2019); III Міжнародній науковій конференції «Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі» (Київ, 2020); VIII Міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації» (Київ, 2021); II Міжнародній науково-практичній конференції «Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство» (Київ, 2021); I Всеукраїнській науково-практичній конференції «Розвиток готельно-ресторанної індустрії України: проблеми, перспективи, інновації» (Львів, 2019); II Всеукраїнській науковій конференції «Сценічне мистецтво: творчі надбання та інноваційні процеси» (Київ, 2020); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні» (Київ, 2022); Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі» (Київ, 2022); II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика» (Київ, 2022).

Публікації. Основні положення і результати дисертації викладено у 13 публікаціях, із них – 4 статті у виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України за спеціальністю «Культурологія», 9 праць апробаційного характеру.

Структура та обсяг дисертації. Дослідження складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (367 найменувань), додатків. Загальний обсяг дисертації становить 263 сторінки, основного тексту – 185 сторінок.

РОЗДІЛ 1

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЛЬВІВЩИНИ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ВИВЧЕННЯ

1.1. Стан наукового розроблення проблеми та джерельна база дослідження

Питання сутності туризму, зокрема й культурного туризму, перебуває у полі зору українських і зарубіжних дослідників не одне десятиліття. Одне з перших визначень туризму сформулювали ще у 1942 р. швейцарські економісти і дослідники туризму В. Хунцикер та К. Крапф у своїй праці «Нариси загальної теорії туризму»¹⁰, яка аж до середини 90-х років ХХ ст. слугувала основою при підготовці кадрів і здійсненні спеціальних досліджень. Саме їхнє визначення було взято за основу профільними міжнародними організаціями, а результати їхніх туристознавчих досліджень стали теоретичним підґрунтям для функціонування сфери туризму, оскільки давали найбільш повне уявлення про сутність туризму, його види та значення у розвитку країни.

З розвитком сфери туризму почали здійснюватися й більш активні його дослідження, у тому числі й як явища культури. Так, поняття «туризм» як системна наукова категорія, його ознаки, а також теоретичне підґрунтя та особливості розвитку індустрії туризму обґрунтовано у працях українських (А. Антонова та Ю. Краснова, М. Бондаренко, О. Мельниченко та В. Шведун, М. Колосінська, С. Соляник, Ю. Столбова, Л. Ткачук та ін.) та зарубіжних дослідників (Дж. Р. Вокер, Ч. Голднер, Дж. Дженкінс та Д. Дредж¹¹, Р. Макінтош, Д. Маккенел, Б. Рітчі, Дж. Свонсон та Д. Еджел¹², Н. Скот, Д. Фостер та ін.).

¹⁰Hunziker W., Krapf K. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich : Polygraphischer Verlag, 1942. 392 p.

¹¹Jenkins J., Dredge D. Stories of Practice : Tourism Policy and Planning. Ashgate Publishing Ltd., 2012. 402 p.

¹²Edgell D., Swanson J. Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow. Routledge, 2013. 328 p.

Зокрема, М. Колосінською¹³ висвітлено різноманітні трактування сутності категорії «туризм» та виокремлено на основі їх аналізу авторську систематизацію наукових підходів до аналізу поняття та запропоноване його власне визначення. Співвідношення понять «рекреація» та «туризм», основні юридичні ознаки поняття «туризм» висвітлено у статті А. Антонової та Ю. Краснової¹⁴. На підставі здійсненого аналізу дослідницями сформульовано авторське визначення цього поняття. Туризм як нову теорію дозвілєвого класу розглядав свого часу Д. Маккенел¹⁵. Феноменологію туристичного досвіду в умовах переходу суспільного розвитку до моделі «вільного часу» вивчав й Е. Кохен¹⁶.

Багатоаспектність туризму як суспільного явища глобального масштабу розглянуто Л. Ткачук¹⁷. Дослідницею проаналізовано соціальну функцію туризму, охарактеризовано параметри його соціально-культурного впливу, розкрито роль туризму у становленні суспільства постіндустріального типу. Крім того, окреслено внесок туризму у світову економіку, розглянуто особливості туризму як міжгалузевого господарського комплексу, вагомого чинника соціально-економічного та екологічного розвитку країн і регіонів світу. Відзначено роль туризму у формуванні міжнародних економічних зв'язків, підтриманні миру та стабільності у світі. Теоретичні аспекти інституалізації туризму розкрито у статті Ю. Столбової¹⁸. Авторкою також наведено функціональні характеристики інституту туризму, розглянуто суб'єкти та об'єкти туристичної діяльності. Соціально-філософський аналіз туризму як соціального інституту здійснено у праці С. Соляник, також дослідницею розкрита концептуальна сутність та основні форми прояву «відповідального туризму» в сучасних соціальних практиках¹⁹.

¹³ Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2011_2_22.pdf (дата звернення: 20.05.2021).

¹⁴ Краснова Ю. А., Антонова А. В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2014. Вип. 197. Ч. 3. С. 132–140.

¹⁵ MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. N.-Y.: Schocken 1988. 184 p.

¹⁶ Cohen E. Phenomenology of Tourist Experiences. *The Journal of British Sociological Association*. 1979. № 13. P. 179–201.

¹⁷ Ткачук Л. Сутність туризму як багатоаспектного суспільного явища. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43247/1/Ткачук%20Сутність%20туризму.pdf> (дата звернення: 12.08.2022).

¹⁸ Столбова Ю. Теоретичні аспекти інституалізації туризму. *Соціальні виміри суспільства*. 2010. № 2. С. 378–387.

¹⁹ Соляник С. Ф. Туризм як соціоетичний чинник суспільного життя : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 09.00.03 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2010. 20 с.

Основні підходи до розуміння індустрії туризму, а також основних її складових (продукти та ринки, проживання та харчування, транспорт, інфраструктура тощо) викладено у працях Д. Фостера²⁰. Підходи до визначення поняття «індустрія туризму» систематизовано Д. Богатирьовою²¹. У статті М. Бондаренко «Теоретичні засади розвитку індустрії туризму»²² досліджено теоретико-методологічне підґрунтя індустрії туризму, в історичній ретроспективі розглянуто етимологію понять «туризм», «турист», досліджено понятійні категорії «туристична послуга», «туристичний ринок» та «індустрія туризму». Особливості розвитку індустрії туризму в Україні розкрито у монографії О. Мельниченка та В. Шведун²³. Зокрема, авторами розглянуто сутність і складові індустрії туризму, описано її інституціональне та нормативно-правове забезпечення, охарактеризовано її українські реалії та шляхи розвитку, виявлено специфіку окремих видів туризму (за цільовими ринками), узагальнено зміст наукових розробок зазначеної проблематики, наведено складові державної політики у сфері туризму та курортів.

Докладний аналіз викликів та можливостей, які постали перед туристичною галуззю у сучасному суспільстві, докладно розглядаються у ґрунтовній праці Ч. Голднера та Б. Рітчі²⁴. В іншій своїй фундаментальній праці «Туризм: принципи, практики, філософії»²⁵, опублікованій у співавторстві з Р. Макінтошем, дослідники викладають основні принципи та практики туризму. У цій праці представлено не лише теоретичне осмислення туризму, аналіз набутого досвіду в його вивченні, а й погляди на туристські практики та пропозиції авторів щодо вдосконалення туристської діяльності. Сучасні підходи і методи стимулювання розвитку туризму, а також практичні аспекти туристичного менеджменту розглядають у своїх роботах Дж. Дженкінс та Д. Дредж²⁶, Дж. Свонсон та Д. Еджел²⁷, Н. Скот²⁸ та ін.

²⁰ Foster D. Travel and Tourism Management. Palgrave Macmillan, 1985. <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19861829419> (дата звернення: 12.08.2022).

²¹ Богатирьова Д. С. Підходи до визначення поняття «Індустрія туризму» в науковій літературі. Шука ГП, 2010. 15 с.

²² Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис*. 2012. XXI. № 3–4. С. 19–22.

²³ Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 154 с.

²⁴ Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 7th ed. New York : John Wiley @ Sons, Inc., 2012. 494 p.

²⁵ Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B., McIntosh R. W. Tourism: Principles. Practices. Philosophies. Eighth Edition, USA, 1999. 562 p.

²⁶ Jenkins J., Dredge D. Stories of Practice : Tourism Policy and Planning. Ashgate Publishing Ltd., 2012. 402 p.

Дослідження туризму з позицій соціально-філософського та культурологічного підходів здійснено у працях А. Гаврилюк, О. Головащенко, І. Климко, В. Малахова, І. Мініч, О. Орлової, В. Пазенока, Ю. Середи та ін.

Теоретико-методологічні засади історико-філософського осмислення сутності туризму як соціогуманітарного феномену розкрито А. Гаврилюк²⁹. У статті «Теоретико-методологічні аспекти обґрунтування феномену туризму як соціального інституту держави» туризм розглядається дослідницею як складний соціальний феномен, що проявляється як мультикультурний компонент, пов'язаний з розвитком економіки, політики, культура та ін. сфер діяльності³⁰.

Праця І. Климко «Синтез культурних практик туристичної діяльності як фактор гармонізації глобалізаційних процесів сучасності»³¹ – це ґрунтовний аналіз сучасних проблем туризму, проблем синтезу культурних практик у контексті інфраструктури туристичної діяльності. Дослідниця акцентує увагу на тому, що туризм є однією з провідних домінантних культурних практик, на яку в усіх розвинених країнах припадає великий відсоток капіталовкладень, а також надає значну суму коштів для розвитку культури в цілому. У праці Ю. Середи «Туристичні практики як соціокультурний феномен: особливості конструювання в сучасному українському суспільстві»³² туристичні практики розглянуто як систему узвичаєних у повсякденності способів колективних чи індивідуальних дій та комунікацій, опосередкованих певним соціокультурним змістом, введено до наукового обігу та запропоновано визначення понять «туристична репрезентація», «туристична повсякденність», «туристичне спостереження», розроблено модель туристичної репрезентації, використання якої дає змогу

²⁷ Edgell D., Swanson J. *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*. Routledge, 2013. 328 p.

²⁸ Scott N. I. *Tourism Policy: A Strategic Review*. Oxford : Published by Goodfellow Publishers Limited, 2011. 66 p.

²⁹ Гаврилюк А. М. Теоретико-методологічні засади історико-філософського осмислення сутності туризму як соціогуманітарного феномену. *Збірник наукових праць НАДУ*. 2019. Вип. 2. С. 17–25.

³⁰ Гаврилюк А. М. Теоретико-методологічні аспекти обґрунтування феномену туризму як соціального інституту держави. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Державне управління*. 2018. Т. 29 (68). № 3. С. 34–39.

³¹ Климко І. Г. Синтез культурних практик туристичної діяльності як фактор гармонізації глобалізаційних процесів сучасності : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2017. 20 с.

³² Середи Ю. В. Туристичні практики як соціокультурний феномен: особливості конструювання в сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. Харків, 2010. 20 с.

порівнювати особливості конструювання туристичних практик на різних рівнях їх відтворення у часі та просторі.

Спробою своєрідної апології туризму – через розкриття специфічно притаманного саме туризмові життєвого (екзистенційного і морального) значення є стаття В. Малахова «Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування»³³. У праці В. Пазенока, присвяченій філософії та праксеології туризму³⁴, наголошено на тому, що його філософське осмислення передбачає з'ясування гносеологічних, соціальних, аксеологічних, духовно-культурних функцій, а також виявлення праксеологічних його можливостей.

У праці О. Головащенко «Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз» розглядається «методологічний аспект дослідження туризму як певного виду людської активності, як форми прояву свободи сучасної особи, як соціального інституту та чинника суспільного розвитку»³⁵. Автором виявлено та проаналізовано категоріальний ряд, що відображає зміст туризму, наведено його соціальні функції (соціально-демографічна, економічна, екологічна, культуротворча, гуманістична та людинотворча), а також виявлено та проаналізовано чинники оптимізації туристичної діяльності в Україні. Механізми міжкультурного контакту під час туристичних подорожей є предметом вивчення у працях Д. Пірса та С. Бохнера. Вони також розробили теоретичну модель туристської урбанізації, розглядаючи міста як центри організації туристського простору³⁶.

З'ясуванню соціокультурної сутності туризму та його ознак присвячена праця І. Мініч³⁷. Дослідницею визначаються та аналізуються основні методологічні підходи до вивчення туризму як соціального,

³³ Малахов В. А. Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права*. 2008. № 5. С. 6–25.

³⁴ Пазенок В. С. Філософія та праксеологія туризму. *Праксеологія туризму*. Київ : Київський університет туризму, економіки і права, 2009. С. 3–29.

³⁵ Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Запоріжжя, 2002. 18 с.

³⁶ Pearce P., Bochner S. Tourists and Hosts: Some Social and Psychological Effects of Intercultural Contact. *Cultures in Contact: Studies in CrossCultural Interaction*. International Series Experimental Psychology. Oxford : Pergamon Press, 1982. Vol. 1. P. 99–221.

³⁷ Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз : дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Нац. акад. наук України, Ін-т соціології. Київ, 2002. 18 с..

соціокультурного явища, що поєднує в собі соціальні аспекти господарської, соціально-інституціональної, соціокультурної та соціально-психологічної діяльності щодо забезпечення та здійснення туристського подорожування з усіма його формами, різновидами та функціями.

Характеристика туризму в умовах розмаїття культур та глобалізації культури наведена у праці О. Орлової «Туризм в контексті аксіологічної проблематики культури»³⁸. Авторкою опрацьовано й питання культурних цінностей як феномена сприйняття в контексті туристичної діяльності, наведено тенденції розвитку культурного туризму в Україні, а також запропоновано програму розвитку культурного туризму в Україні як системної цілісності.

Вивченням туризму як соціального та економічного явища займаються М. Адамовська, В. Герасименко, Д. Соловійов, С. Шепелюк та ін. У монографії «Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку»³⁹ за редакцією В. Герасименка розглянуто теоретичні засади формування ринку як економічної основи розвитку сфери туристичних послуг, обґрунтовано принципи його ідентифікації та структуризації, проаналізовано підходи до виділення певних спеціалізованих туристичних ринків та визначено їх специфічні ознаки, здійснено всебічний аналіз сучасного стану, проблем та тенденцій розвитку окремих спеціалізованих ринків. У статті Д. Соловійова «Вдосконалення моніторингу функціонування туристичної сфери на основі впровадження системи показників її ефективності»⁴⁰ обґрунтовано доцільність вдосконалення моніторингу функціонування туристичної сфери на основі формування системи показників, які всебічно використовуються при оцінці її ефективності. Класифікація показників ефективності туризму, запропонована автором, дасть змогу, на його думку, більш комплексно та детально підходити до аналізу результатів діяльності туристичної сфери.

³⁸ Орлова О. В. Туризм в контексті аксіологічної проблематики культури : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.02. Київ, 2012. 16 с.

³⁹ Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.

⁴⁰ Соловійов Д. І. Вдосконалення моніторингу функціонування туристичної сфери на основі впровадження системи показників її ефективності. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 1 (25). С. 63–66.

М. Адамовською⁴¹ наголошено на ролі туризму як економічного та соціального явища, проаналізовано статистичні дані Всесвітньої туристичної організації, охарактеризовано основну динаміку зміни туристичних потоків за світовими макрорегіонами. У статті С. Шепелюк⁴² здійснено аналіз туристичної індустрії, розкрито сутність чинників впливу на туристичний бізнес, вказано на основні шляхи перспективного розвитку туризму та його роль в економіці країни. Проблеми розвитку туризму в Україні загалом та вплив внутрішнього туризму на економічну та соціальну сферу проаналізовано у статті Ю. Краснокутської «Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку ринку туристичних послуг та рішення соціально-економічних проблем»⁴³. Проблему соціальних умов розвитку туристичної дестинації, поряд із економічними, розглянуто у праці Ю. Леонтієвої та О. Тимощенкої⁴⁴.

У праці О. Бейдика «Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристичних ресурсів України»⁴⁵ подано комплексний аналіз рекреаційно-туристських ресурсів, розширено та поглиблено уявлення про їхню структуру і методику дослідження. Крім того, автором обґрунтована та проведена оцінка рекреаційно-туристських ресурсів України, визначений та проаналізований ресурсно-рекреаційний рейтинг її регіонів. О. Чеченя у науковій розвідці «Суспільно-географічне дослідження національного туризму України в регіональному вимірі»⁴⁶ здійснила інтегральну оцінку розвитку національного туризму України на основі визначення тенденцій та регіональних особливостей компонентів туристичного процесу. У роботі виявлено регіональну диференціацію національного туризму України, яка

⁴¹ Адамовська М. Вітчизняний туризм у контексті світових тенденцій. *Актуальні питання туризмології та туристичної практики* : зб. матеріалів наук.-практ. конф., присвяченої 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України, м. Київ, 18 квіт. 2019 р. Київ : АПСВТ, 2019. С. 8–9.

⁴² Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2013. № 17. С. 262–268.

⁴³ Краснокутська Ю. В. Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку ринку туристичних послуг та рішення соціально-економічних проблем. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2018. Вип. XIII. С. 74–79.

⁴⁴ Леонтієва Ю. Ю., Тимощенко О. А. Региональная туристская дестинация и её социально-экономическое развитие. *Бізнес Інформ*. 2013. № 6. С. 165–170.

⁴⁵ Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.02 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2004. 36 с.

⁴⁶ Чеченя О. В. Суспільно-географічне дослідження національного туризму України в регіональному вимірі : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2014. 19 с.

ґрунтується на оцінці впливу чинників середовища ринкової діяльності, визначено тенденції та розвиток функціонально-господарської та територіально-господарської складових індустрії туризму, а також удосконалено методику суспільно-географічного оцінювання умов та чинників розвитку національного туризму України в розрізі регіонів шляхом застосування методів математико-статистичного аналізу, що дозволило виявити групи регіонів за подібністю впливу екологічних, економічних та соціально-демографічних чинників; систему показників оцінювання ресурсно-туристичного потенціалу регіону.

У статті О. Кифяка «Туризм як фактор вдосконалення галузевої структури регіональної економіки»⁴⁷ визначено роль туризму як економічної діяльності в регіональному господарському комплексі та розглянуто загальні методологічні підходи до аналізу галузі з точки зору її системного впливу на регіональний розвиток. Автором обґрунтовано й ряд пропозицій стосовно забезпечення ефективної побудови стратегії удосконалення галузевої структури економіки регіону на основі розвитку сфери туризму. Також дослідником на прикладі туристичних дестинацій прикордонних областей Карпатського регіону проаналізовано функціонування регіонального ринку туризму і рекреації⁴⁸. На основі аналізу ресурсного забезпечення визначено ареали туристичних дестинацій для розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, релігійного, спортивного та інших видів туризму. У свою чергу, на основі аналізу можливостей туристичних дестинацій встановлено основні компоненти, що стимулюють попит і пропозицію на туристичному ринку туризму і рекреації у прикордонних областях Карпатського регіону. У статті також запропоновано різні методи та показники визначення значимості туристичних дестинацій та їх впливу на регіональний туристичний ринок⁴⁹.

⁴⁷ Кифяк О. В. Туризм як фактор вдосконалення галузевої структури регіональної економіки. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип. 4. С. 145–152.

⁴⁸ Кифяк О. Туристичні дестинації та їх вплив на функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2018. № 8 (260). С. 68–84.

⁴⁹ Там само.

Безпосередньо культурному туризму присвячені праці В. Антоненка, Л. Божко, А. Гаврилюк, О. Гнаткович та С. Назарової, І. Голубець, С. Дичковського, В. Корнієнка, В. Кулік, А. Парфіненка, Г. Річардса, Л. Устименко, Х. Плецан та ін. Так, у спільній статті В. Антоненка, А. Гаврилюк, Х. Плецан та ін. «Креативні засади розвитку культурного туризму в Україні» на основі попередньо проведеного опитування зроблено висовнок про необхідність широкого використання технологій для більш ефективного розвитку культурного туризму в Україні, звернено увагу на недостатню комунікацію між турфірмами і туристами, що є прогалиною, яка уповільнює його розвиток⁵⁰.

Працю С. Дичковського «Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду» присвячено питанню формування туристичного продукту та туристичної дестинації на основі використання культурної спадщини та іміджу території. Автором розроблено модель «культурного туризму, де виробництво послуг трансформується з технології обслуговування і підвищення комфортності актів знайомства з тими чи іншими об'єктами в технологію забезпечення суми вражень на основі емоційно-чуттєвого і діяльного досвіду осягнення культури дестинації»⁵¹. Теоретичні засади культурного туризму викладено у праці В. Кулік «Теоретичні основи культурного туризму»⁵². Зокрема, дослідниця звертається до світоглядного, гуманістичного, пізнавального, екзистенціального, комунікативного, естетичного початків туризму як феномена загальнолюдської культури. На підставі аналізу теоретичних концепцій українських і зарубіжних вчених обґрунтована провідна роль філософського дискурсу в аналізі феномена культурного туризму.

Засади культурного туризму та умови, які зумовили активний розвиток культурного туризму наприкінці XX – початку XXI ст., розглянуто

⁵⁰ Pletsan K., Antonenko V., Havryliuk A., Motsa A., Izhak T. Creative Principles of Cultural Tourism Development in Ukraine. *WSEAS Transactions on Environment and Development*, 2022, Vol. 18, pp. 1085–1093.

⁵¹ Дичковський С. Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 3. С. 89–95.

⁵² Кулік В. В. Теоретичні основи культурного туризму : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. Сімферополь, 2009. 20 с.

Л. Божко⁵³. Дослідницею простежуються генезис та еволюція поняття «культурний туризм», висвітлюються різні підходи до його розгляду, охарактеризовано роль культурної спадщини в розвитку культурного туризму, зокрема як одного з головних чинників у стратегії міського розвитку на основі туризму. В іншій праці Л. Божко аналізує сучасний стан культурного туризму в Україні й обґрунтовує особливості історико-культурних регіонів України для створення іміджевих брендів та маршрутів за різними історико-культурними напрямками для туристичної галузі України⁵⁴. У статті А. Парфіненка «Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій»⁵⁵ висвітлено роль культурного туризму в соціально-економічному розвитку територій, інструменти капіталізації культури засобами туризму, а також проаналізовано сучасний стан, проблеми та перспективи реалізації проєктів культурного туризму в Україні.

У статті О. Гнаткович та С. Назарової⁵⁶ висвітлені сучасні підходи до визначення поняття культурного туризму та загальні тенденції його розвитку. Визначені основні напрямки культурного туризму. Наведено ознаки, за якими культурний туризм виокремлено як специфічний сектор у системі туризму. Зазначено, що культурний туризм є наслідком еволюційного процесу та чинником формування соціокультурного середовища. Проаналізовані туристські потоки м. Львова та частку культурно-пізнавального сегменту у них.

Взаємозв'язок між історико-культурною спадщиною і туризмом досліджено В. Корнієнком у праці «Історико-культурна спадщина та її використання в туристичній сфері України (1991–2007 рр.)»⁵⁷. На підставі отриманих в ході експедиційних досліджень результатів автором проаналізовано практичний та теоретичний досвід пристосування пам'яток

⁵³ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 90–102.

⁵⁴ Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2010. Вип. 32. С. 169–179.

⁵⁵ Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43 (1). С. 233–242.

⁵⁶ Гнаткович О. Д., Назарова С. В. Сучасні тенденції розвитку культурного туризму. *Наукова думка сучасності і майбутнього* : зб. статей учасників двадцять третьої Всеукр. практ.-пізнавал. конф. Дніпро 2018. С. 24–26.

⁵⁷ Корнієнко В. В. Історико-культурна спадщина та її використання в туристичній сфері України (1991–2007 рр.) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Ін-т історії України НАН України. Київ, 2008. 20 с.

історії та культури України до функціонування в туристичній сфері. У результаті проведеної роботи складено реєстр пам'яток історії та культури національного значення, які є туристичними об'єктами, встановлено загальні чинники впливу на інтенсивність їх залучення до екскурсійних маршрутів. Відповідно до отриманих даних сформовано концепцію найоптимальнішої форми перетворення складових історико-культурної спадщини на екскурсійні туристичні об'єкти. У праці О. Зараховського «Класифікації нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристичного ресурсу»⁵⁸ розглянуто основні класифікації нерухомих об'єктів культурної спадщини та запропоновано авторську класифікацію нерухомих історико-культурних туристичних об'єктів за ціннісним підходом. Є. Бортников у статті «Пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі в Україні» аналізує стан розвитку української туристичної галузі на засадах дослідження особливостей її формування та функціонування з урахуванням аналізу пріоритетних форм та напрямів її розвитку⁵⁹.

Конвергенції культури і туризму як основній тенденції розвитку туризму присвячена стаття Г. Річардса. Дослідник наголошує на потенційній можливості появи нових форм культурного туризму та нових туристичних напрямів, більшій незалежності культурного туриста та перетворення культурного туризму на «узагальнений засіб споживання повсякденного життя»⁶⁰. Значення культурного туризму, соціальний, економічний та політичний контекст його розвитку та безпосередньо стан культурного туризму у різних європейських країнах є об'єктом вивчення у колективній монографії за редакцією Г. Річардса «Культурний туризм в Європі»⁶¹. В іншій праці дослідника «Що таке культурний туризм?»⁶² окреслюється дискусія навколо визначення культурного туризму, а також ставиться

⁵⁸ Зараховський О. С. Класифікації нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристичного ресурсу. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2019. № 31. С. 38–43.

⁵⁹ Бортников Є. Г. Пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі в Україні. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2009. № 13. С. 157–163.

⁶⁰ Richards G. Tourism Trends: The Convergence of Culture and Tourism. 2014. URL: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism (дата звернення: 08.06.2022).

⁶¹ Cultural Tourism in Europe / Richards G.. (ed.). CABI, Wallingford. URL: <http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/cultural%20tourism%20in%20Europe.PDF> (дата звернення: 08.06.2022).

⁶² Richards G. What is Cultural Tourism? *Nationaal Contact Monumenten* / A. Maaren (ed.). 2003. URL: http://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism (дата звернення: 08.06.2022).

питання, чи термін «культурний туризм» охоплює широке різноманіття видів діяльності, які мають відношення до туризму. Автором також розглядаються причини активного розвитку туризму за останні десятиліття.

Л. Устименко досліджено культурно-просвітній потенціал туризму, розроблено структурно-функціональну модель реалізації культурно-просвітньої діяльності в закладах туризму⁶³. В іншій праці дослідницею розкрито культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму⁶⁴. Різні види туризму (сільський, зелений, аграрний, природний, фермерський) у контексті екологічної культури туризму охарактеризовано у праці І. Голубець⁶⁵. Особливу увагу авторкою приділено проблемам екологічно адаптованого туризму, висвітлено його культурологічні аспекти, спрямовані на цілісність природи та людини в її планетарних ознаках людського буття в просторі всесвітньої культури. Дослідниця також торкається питань «пандемічних» проблем розвитку туризму⁶⁶ та післявоєнного його відновлення⁶⁷.

Проблема структурних компонентів розвитку туризму Львівщини порушується у численних дослідженнях, зокрема працях, автори яких аналізують стан і перспективи розвитку туризму в регіоні (М. Бігус⁶⁸ та ін.) та загалом політику розвитку туристичної сфери: О. Белуха⁶⁹ та ін. Значний масив наукових розвідок присвячений аналізу цієї проблеми у контексті питань розвитку окремих видів туристичної діяльності, зокрема культурного (О. Савіцька⁷⁰ та ін.), ділового (П. Романів⁷¹), зеленого (І. Литвин та

⁶³ Устименко Л. М. Реалізація культурно-просвітнього потенціалу туризму в організації дозвілля молоді : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2001. 20 с.

⁶⁴ Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 2. С. 226–229.

⁶⁵ Голубець І. М. Туризм як фактор розвитку екологічної культури України (кін. XX – поч. XXI ст.): автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2011. 16 с.

⁶⁶ Чубрей О., Зарубіна А., Голубець І. Ринок туризму: пандемічні проблеми та новітні перспективи. *Наукові перспективи*. 2022. № 1 (19). С. 391–403.

⁶⁷ Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 68. С. 155–158.

⁶⁸ Бігус М. М. Аналіз сучасного стану туристичного бізнесу Львівщини у контексті глобалізаційних процесів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 14. С. 124–128.

⁶⁹ Белуха О. М., Павліш Л. В. Розвиток туристичної галузі Львівської області в контексті реалізації регіональної туристичної політики. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 7. С. 38–43.

⁷⁰ Савіцька О. П., Марущак М. В. Культурний туризм: реалії та перспективи розвитку у Львівській області. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24 (1). С. 376–383.

⁷¹ Романів П. Діловий туризм у Львівській області проблеми та перспективи організації. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2012. Вип. 29 (2). С. 211–219.

М. Нек⁷²), військово-історичного (І. Голиборода⁷³), подієвого (Д. Каднічанський⁷⁴), ностальгійного (Р. Лозинський, І. Кучинський та Ю. Дорош⁷⁵), приміського (Т. Біла⁷⁶), етно-фестивального (Я. Топорницька⁷⁷) тощо.

Культурний туризм Львівської області є об'єктом вивчення у працях таких авторів, як С. Булатов, О. Гнаткович та С. Назарова, О. Ланда та Г. Батьковець, М. Лущик, А. Мазур, А. Мельник та О. Тимошенко, М. Мирош та ін. Так, особливості сучасного рівня розвитку туризму у Львівській області розглянуто у статті О. Тимошенко та А. Мельник⁷⁸. Дослідницями наведено характеристику географічних, економічних, природних та культурних передумов розвитку туризму Львівщини, визначено перспективи реалізації туристично-рекреаційного та природно-ресурсного потенціалу як одного з пріоритетних напрямів; проаналізовано туристичні потоки Львівської області упродовж останніх кількох років та стан туристичної галузі; висвітлено особливості, проблеми туристичної галузі та відображено ключові тенденції розвитку ринку туристичних послуг, запропоновано рекомендації щодо перспектив розвитку туристичної галузі. У статті М. Мирош⁷⁹ проаналізовано особливості археологічних ресурсів Львівської області, охарактеризовано типові ділянки для потреб археологічного туризму на території Львівщини, а також виокремлено головні проблеми розвитку та популяризації археотуризму в регіоні. Стану розвитку готельного господарства та туристичного потенціалу Львівської області присвячена праця А. Мазур⁸⁰. Автором наголошено на поєднанні

⁷²Литвин І. В., Нек М. О. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 81–88.

⁷³Голиборода І. Перспективи розвитку військово-історичного туризму на Львівщині. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2012. Вип. 29 (2). С. 45–50.

⁷⁴Каднічанський Д. А., Грицюк І. М. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Львівській області. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 174–184.

⁷⁵Лозинський Р. М., Кучинська І. В., Дорош Ю. С. Географія ресурсів ностальгійного туризму Жовківського району Львівської області. *Карпатський край*. 2013. № 1. С. 94–101.

⁷⁶Біла Т. П. Приміський туризм м. Львів. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 19. С. 121–130.

⁷⁷Топорницька М. Я. Територіальна організація та перспективи розвитку етнофестивального туризму у Львівській області. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 21. С. 89–96.

⁷⁸Тимошенко О. В., Мельник А. О. Сучасний рівень розвитку туризму у Львівській області. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 6. С. 82–86.

⁷⁹Мирош М. В. Пам'ятки археологічної спадщини Львівської області як чинник розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 113. 112–118.

⁸⁰Мазур А. В. Аналіз стану розвитку готельного господарства та туристичного потенціалу Львівської області. URL: http://eprints.cdu.edu.ua/3986/1/rodzinka_2018_1-142-143.pdf (дата звернення: 13.05.2022).

вдалого географічного розташування, культурних цінностей та курортно-рекреаційного потенціалу регіону, що є суттєвою передумовою розвитку туризму, орієнтованого на залучення як внутрішніх, так і іноземних туристів.

У статті М. Лушик⁸¹ описано сучасний стан туристичної індустрії Львівської області в умовах підвищених карантинних ризиків. Автором проаналізовано динаміку зміни кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності, охарактеризовано географію прибуття іноземних туристів до України та виявлено особливості трансферу, проживання, середнього часу перебування та мети візиту іноземних громадян, здійснено аналіз розподілу туристів-громадян України за країнами їх подорожі. Крім того, у статті досліджено специфіку екскурсійної діяльності в області, систематизовано інформацію про суб'єкти туристичної індустрії регіону, описано діяльність установ державного регулювання сфери туризму, туристичних громадських організацій та асоціацій, туристичних інформаційних центрів в межах області, а також здійснено моніторинг сучасних проєктів та ініціатив в галузі туризму, які мають безпосередній вплив на функціонування туристичної індустрії Львівщини.

Туристсько-рекреаційний потенціал Львівської області проаналізовано й у праці С. Булатова⁸²: зокрема, зосереджено увагу на природних рекреаційних ресурсах Львівщини, визначено основні об'єктивні передумови щодо входження Львівської області за розвитком туризму до найрозвиненіших регіонів України та світу, проаналізовано позитивні передумови розвитку туризму у Львівській області, з'ясовано недоліки і проблеми, які гальмують розвиток туристичної та санаторно-курортної сфери області. У статті Г. Батьковець та Л. Ланди⁸³ розкрито сутність поняття туристичної інфраструктури та визначено її особливості у Львівській області.

⁸¹ Лушик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 172–183.

⁸² Булатов С. В. Туристсько-рекреаційний потенціал Львівської області. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар.наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 25 листоп. 2022. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 77–79.

⁸³ Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 108–110.

Для цього авторами проаналізовано особливості, проблеми та перспективи розвитку туристичної інфраструктури Львівщини.

Дослідженню тенденцій розвитку туризму Львівської області присвячена стаття О. та Н. Савіцьких⁸⁴. Авторами наведено позитивні тенденції та проблеми розвитку туристичної індустрії регіону, визначено стратегічні пріоритети туристичного бізнесу, узагальнено міжнародні стратегії сталого розвитку туристичної індустрії, обґрунтовано перспективи розвитку туристичної індустрії у Львівській області. Також основні показники розвитку туристичної індустрії Львівської області викладено у монографії Н. Паньків, М. Лушик, О. Роїк «Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області: сучасний стан та перспективи використання для сталого розвитку туризму»⁸⁵.

Окремі аспекти сучасного стану, проблеми та перспективи розвитку туристичної індустрії у Львівській області висвітлені у працях й інших науковців: розвиток туристичної галузі Львівської області в контексті реалізації регіональної туристичної політики – у статті О. Белухи⁸⁶, стан та проблеми розвитку туристичної індустрії у Львівській області – у статті Л. Гірняк та М. Барної⁸⁷, Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області – Ю. Мігущенко⁸⁸, Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації – Л. Павліш⁸⁹, стан та перспективи транспортного забезпечення туристичної індустрії Львівської області – О. Бордун⁹⁰.

Питання впливу цифрових технологій на сферу туризму є сьогодні одним з найбільш обговорюваних у науковому середовищі зарубіжжя, про

⁸⁴ Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 68–74.

⁸⁵ Паньків Н. С., Лушик М. В., Роїк О. Р. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області: сучасний стан та перспективи використання для сталого розвитку туризму. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2018. 256 с.

⁸⁶ Белуха О. М., Павліш Л. В. Розвиток туристичної галузі Львівської області в контексті реалізації регіональної туристичної політики. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Т. 22. № 7. С. 38–43.

⁸⁷ Гірняк Л. І., Барна М. Ю. Стан та проблеми розвитку туристичної індустрії у Львівській області. *Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 24 листоп. 2016 р. Львів : Растр–7, 2016. С. 308–311.

⁸⁸ Мігущенко Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4564> (дата звернення: 13.11.2021).

⁸⁹ Павліш Л. В. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 124–128.

⁹⁰ Бордун О. Ю. Стан та перспективи транспортного забезпечення туристичної індустрії Львівської області. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*. 2011. Вип. 2. С. 147–152.

що підтверджено у дослідженні І. Хатрі⁹¹, який дав огляд публікацій про застосування технологій у туризмі за 2009–2019 роки. Концептуальні аспекти впливу цифрових технологій на індустрію туризму викладені у матеріалах міжнародної конференції, що відбувалася на о. Кіпрі у 2019 році, і виданих під редагуванням Ю. Песонена і Дж. Нейдхардт⁹². Особливостям застосування технологій доповненої реальності в туризмі присвячена розвідка А. Яворнік⁹³. Питання цифрової дискримінації на прикладі платформи Airbnb розглянуто у праці К. Вільямса та І. Городніч⁹⁴. Негативні наслідки впливу цифрових технологій на туризм висвітлено у праці А. Кави і М. А. Фередиуні⁹⁵. Окремим аспектам цифровізації сфери туризму присвячені праці О. Артеменко, В. Пасічника, В. Єгорової⁹⁶, Ю. Трач⁹⁷.

Серед сукупності публікацій, присвячених осмисленню наслідків пандемії коронавірусу для туристичної галузі і виробленню на цій підставі пропозицій і рекомендацій для подальшого розвитку туризму в Україні, варто відзначити статтю О. Графської, О. Підвальної та Х. Боднарчук про тенденції розвитку туристичної сфери в Україні та світі в умовах пандемії COVID-19 та перспективні напрями розвитку внутрішнього туризму, зокрема в Україні⁹⁸. О. Графська розглядає також сучасні виклики та мегатренди розвитку туристично-рекреаційної сфери і наголошує на необхідності фокусування на основних глобальних трендах і викликах розвитку туристично-рекреаційної сфери, що особливо важливо сьогодні для обґрунтування виваженої політики та механізмів виходу українського туристичного бізнесу з кризи, а також виявлення додаткових можливостей і

⁹¹Contactless airport boarding: biometric technology with SITA. URL: <https://www.airport-technology.com/features/contactless-airport-boarding-biometric-technology-with-sita/> (дата звернення: 10.03.2022).

⁹²Information and Communication Technologies in Tourism 2019 : Proceedings of the International Conference in Nicosia, Cyprus, January 30–February 1, 2019 / Pesonen J., Neidhardt J. (eds.). Springer, 2019. 476 p.

⁹³Javornik A. Augmented Reality: Research Agenda for Studying the Impact of its Media Characteristics on Consumer Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2016. Vol. 30. P. 252–261.

⁹⁴Williams C. C., Horodnic I. A. Regulating the Sharing Economy to Prevent the Growth of the Informal Sector in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2018. Vol. 70. P. 95–98.

⁹⁵Kawa A., Fereidouni M. A. Dark Side of Digital Transformation in Tourism. *Intelligent Information and Database Systems*. 2019. P. 510–518. URL: https://www.researchgate.net/publication/332152958_Dark_Side_of_Digital_Transformation_in_Tourism (дата звернення: 30.01.2022).

⁹⁶Артеменко О. І., Пасічник В. В., Єгорова В. В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. URL: http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/may/2615/814ism2015min-3-22_0.pdf (дата звернення: 11.12.2022).

⁹⁷Трач Ю. В. Тенденції цифровізації в сфері туризму. *Мистецтвознавчі та культурологічні дослідження: історія, теорія, практика* : матеріали круглого столу в межах Всеукр. наук.-практ. конф. «Філософія тексту в сучасній культурі», м. Київ, 29 берез. 2019 р. Київ, 2019. С. 28–31.

⁹⁸Графська О., Підвальна О., Боднарчук Х. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 25. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52> (дата звернення: 15.09.2022).

передумов нарощення потенціалу туристично-рекреаційної сфери в територіальних громадах і загалом у країні⁹⁹. Економічні наслідки впливу епідемії COVID-19 на сферу туризму розглянуто у праці З. Двудіт та А. Омелянчук, зокрема автори звертають увагу на необхідність формування основних практичних напрямів для реанімації туристичної індустрії, які б дали змогу зменшити негативні наслідки пандемії COVID-19 та створити базу для підвищення конкурентоспроможності внутрішнього туризму¹⁰⁰.

Оцінюванню втрат вітчизняного туризму від війни Росії з Україною та надання рекомендацій щодо порятунку туристичного бізнесу на основі здійсненого аналізу присвячена колективна стаття О. Бордун, В. Шевчук, В. Монастирського та О. Лучки¹⁰¹. На основі здійснено аналізу авторами запропоновано комплекс заходів поетапного відновлення діяльності туристичної сфери.

Отже, визнаючи напрацювання науковців з питань функціонування туризму, зокрема культурного, доводиться констатувати недостатню вивченість, несистематизованість і відсутність узагальнень щодо культурного туризму Львівщини, особливо з урахуванням викликів сучасності. Це спонукає до з'ясування науково-теоретичного та методологічного підґрунтя дослідження, стану використання наявного потенціалу культурного туризму Львівщини, рівня його розвитку, розкриття тенденцій цифровізації у туристичній галузі, а також характеристики культурного туризму Львівщини в умовах пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України.

Джерельну базу дослідження становлять:

I) документи і матеріали архівів: Центрального державного електронного архіву України (ЦДЕА України), tsdea.archives.gov.ua;

II) нормативно-правові документи:

⁹⁹ Графська О. І. Сучасні виклики та мегатренди розвитку туристично-рекреаційної сфери. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 17–23.

¹⁰⁰ Двудіт З. П., Омелянчук А. Б. Економічні наслідки впливу епідемії Covid-19 на сферу туризму. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/4.pdf (дата звернення: 15.09.2022).

¹⁰¹ Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. С. 178–196.

- закони України: «Про туризм» (1995); «Про курорти» (1995); «Про охорону культурної спадщини» (2000);

- укази Президента України: «Про збереження історичної забудови у центральній частині міста Львова» (1997); «Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму» (2020);

- постанова Ради Міністрів Української РСР: «Про створення Державного історико-архітектурного заповідника в м. Львові» (1975);

- розпорядження і постанови Кабінету Міністрів України: «Комплексна програма збереження історичної забудови м. Львова» (1997); Концепція Державної програми збереження та використання замків на 2006–2011 роки (2005); «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» (2015); «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» (2017); «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі» (2018); «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму» (2019); «Про затвердження Списку історичних населених місць України» (2021); «Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України» (2021);

- накази Міністерства культури та інформаційної політики: «Про занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України» (2021);

- документи місцевих органів влади: Розпорядження Львівської обласної державної адміністрації, Львівської обласної військової адміністрації «Про внесення змін до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021–2025 роки» (2022); Програми 2021–2025 років; Про затвердження комплексної програми «Розвиток культури, підвищення

туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки». Проєкт; Регіональна програма інформатизації «Цифрова Львівщина» на 2022–2024 роки (2021);

III) сайти міжнародних, державних, недержавних і громадських організацій та установ:

- Організації Об'єднаних Націй (un.org);
- Конференції ООН з питань торгівлі та розвитку (JUNCTAD) (unctad.org);
- Організації економічного співробітництва та розвитку (OECD) (oecd.org);
- Міжнародного валютного фонду (International Monetary Fund) (imf.org);
- Всесвітнього банку (data.worldbank.org);
- ЮНЕСКО (unesco.org);
- Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) (unwto.org);
- Міжнародної асоціації наукових експертів з туризму (aiest.org);
- Міжнародної Ради зі збереження пам'яток та визначних місць (icomos.ua);
- Верховної Ради України (rada.gov.ua);
- Кабінету Міністрів України (kmu.gov.ua);
- Міністерства економіки України (me.gov.ua);
- Міністерства культури та інформаційної політики України (mkp.gov.ua);
- Державної служби статистики України (ukrstat.gov.ua);
- Головного управління статистики у Львівській області (lv.ukrstat.gov.ua);
- Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) (tourism.gov.ua);
- Українського центру культурних досліджень (УЦКД) (uccs.org.ua);

- Львівської обласної військової організації (loda.gov.ua);
 - Управління туризму та курортів Львівської ОДА (loda.gov.ua/structural-unit/17067);
 - Львівської обласної ради (lvivoblrada.gov.ua);
 - Львівської обласної державної адміністрації (old.loda.gov.ua);
 - Львівської міської ради (city-adm.lviv.ua);
 - Управління туризму Львівської міської ради (lviv.travel);
 - Львівської асоціації розвитку туризму (lart.lviv.ua);
 - Львівського туристичного альянсу (LvivTourismAlliance);
 - Львівського конференц-бюро (lvivconvention.com.ua);
 - Львівського обласного центру краєзнавства, екскурсій і туризму (loketum.in.ua);
 - Львівського культурного центру (lccporyad.org.ua);
 - Львівського міжнародного форуму індустрії туризму та гостинності (tourexpolviv);
 - ЛКП «Центр розвитку туризму м. Львова» (city-adm.lviv.ua/lmr/utilities/lkp-tsentr-rozvytku-turyzmu);
 - Львівського туристично-інформаційного центру (lviv.tic);
 - міста Львова (032.ua);
 - Інституту стратегії культури (м. Львів) (isc.lviv.ua);
 - The Flight Safety Foundation (Фонд безпеки польотів) (flightsafety.org);
 - Науково-дослідного центру «Рятівна археологічна служба» (ras.gov.ua);
 - Української греко-католицької церкви (map.ugcc.ua);
 - Центру Разумкова (razumkov.org.ua);
- IV) сайти періодичних видань: «Голос України», golos.com.ua; «Українська правда», pravda.com.ua; «Економічна правда», epravda.com.ua;
- V) новинні сайти, аналітичні портали та сайти інформаційних агентств:

– українські: «УкрІнформ», ukrinform.ua; «Радіо Свобода», radiosvoboda.org; «Суспільне. Новини», suspilne.media; «Інформаційне агентство УНІАН», unian.ua; «Еспресо», espresso.tv; «Еспресо Захід», zahid.espresso.tv; «РБК-Україна», rbc.ua; «Громадський простір», prostir.ua; «ZAXID.NET», zaxid.net; «Варіанти» (Новини Львова і Львівщини), varianty.lviv.ua; «То є Львів», inlviv.in.ua; «Daily Lviv» (Щоденний Львів), dailylviv.com; «Leopolis News» (Новини зі Львова), leopolis.news; Львівський портал (portal.lviv.ua); «В24 (Волинь 24 – Новини Волині та Луцька), volyn24.com; «Високий замок», wz.lviv.ua;

– зарубіжні: «Metro», metro.co.uk; «Irish Examiner», irishe Examiner.com; «Vox», ox.com; Болгарське національне радіо, bnr.bg; «PaySpase Magazine», psm7.com; «Travolution», travolution.com;

VI) наукові журнали:

– українські: Journal of International Relations of KNU (Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка «Міжнародні відносини»); Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки; Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм; Збірник наукових праць. Економічні науки (ПВНЗ «Буковинський університет»); Питання культурології; Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету; Причорноморські економічні студії; Торгівля, комерція, підприємництво; Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка; Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління; Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України; Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки; Незалежний культурологічний часопис «І»; Соціальні виміри суспільства; Ефективність державного управління; Економіка. Управління. Інновації; Економічний часопис; Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права; Вісник Бердянського університету

менеджменту і бізнесу; Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому; Бізнес Інформ; Науковий вісник Одеського національного економічного університету; Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв; Культура України. Серія: Культурологія; Вісник Львівського університету. Серія географічна; Вісник Львівського університету. Серія економічна; Вісник Львівського університету. Серія: Міжнародні відносини; Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку; Наукові перспективи; Інфраструктура ринку; Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент; Науковий вісник НЛТУ України; Регіональна економіка; Географія та туризм; Карпатський край; Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління; Ефективна економіка; Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія; Економіка та суспільство;

– зарубіжні: International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research; GeoJournal of Tourism and Geosites; Annals of Tourism Research; Estudios y Perspectivas en Turismo; Journal of Travel Research; Journal of Park and Recreation Administration; Journal of Cultural Heritage; Tourism and Hospitality; Acta Turistica; Sociologia Ruralis; International Journal of Services Technology and Management; Geoforum; The Journal of British Sociological Association; Journal of Retailing and Consumer Services; International Journal of Hospitality Management;

VII) матеріали наукових і науково-практичних конференцій: «ІОН-2016»; «Cultural Heritage and Tourism Development» (2000); «Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля» (2004); «Проблеми формування нової економіки XXI століття» (2011); Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг (2016); «Наукові пошуки у III тисячолітті: соціальний, правовий, економічний та гуманітарний

виміри» (2018); «Наукова думка сучасності і майбутнього» (2018); «Актуальні питання туризмології та туристичної практики» (2019); Information and Communication Technologies in Tourism 2019 (2019); «Розвиток індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: сучасний стан і перспективи» (2020); «Географія та туризм» (2022); «Management, Economics and Accounting» (2022); Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства (2022);

VIII) аналітичні матеріали та статистичні дані: «Звіт управління туризму за 2016 рік»; «Звіт про синергії туризму та культури» (2018); «Туристична статистика України»; «Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації» (2022); «Транспорт і зв'язок Львівської області. Статистичний збірник 2016»; «Statista», [statista.com](https://www.statista.com);

IX) сайти туроператорів, туристичних агенцій, музеїв, готелів: «Marriott International», hotel-development.marriott.com; «Готель Швейцарський», swiss-hotel.lviv.ua; «Hostelworld», hostelworld.com; «Travel Operations», traveloperations.com; «Travel Agent Central», travelagentcentral.com; «Львівський туристичний центр», lvivtc.com.ua; «Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького», nml.com.ua; «Львівська національна галерея мистецтв імені Бориса Возницького», lvivgallery.org.ua; «Музей народної архітектури і побуту у Львові імені Климента Шептицького», lvivskansen.org; «Золотий Лев», golden-lion.com.ua; «Andreolli-Tour», lviv-tourist.com; «Тустань», tustan.com.ua;

X) сайти компаній, які спеціалізуються на розробці програмного забезпечення, та інших компаній: «Stratoflow», stratoflow.com; «Concept3D», concept3d.com; «Adobe», adobe.com; «Grand View Research», grandviewresearch.com; «Indiegogo», indiegogo.com; «Doxee», doxee.com; «Skeiron Group», skeiron.com; «TwoSix Digital», twosixdigital.com; «ForwardKeys», forwardkeys.com; «Digiday», digiday.com;

XI) інформаційні і пошукові сайти і ресурси, туристичні портали та сервіси: «Club Med», clubmed.co.uk; «Dream Big, Travel Far»,

dreambigtravelfar.com; «Viator», viator.com; «Vita Mojo», vitamojo.com; «The Conversation», theconversation.com; «Pegasus», pegs.com; «TravelTech Show», traveltech-show.com; «Phocus Wire», phocuswire.com; «Away», awaytravel.com; «Snaptravel», snaptravel.com; «Future Travel Experience», futuretravelexperience.com; «Sojern», sojern.com; «MZ», martech.zone; «Airport Technology», airport-technology.com; «Booking.com», booking.com; «Schengen Visa Info», schengenvisainfo.com; «DW» – IT в Україні, dev.ua; «Karpatium», karpatium.com.ua; «Дримба», drymba.com; «Zruchno.Travel», zruchno.travel; «Medium», medium.com; «WorldData», worlddata.info; «Via Regia», via-regia.org.ua; «АЗСки» (Автозаправки Львівської області), azski.com.ua; «Misto.Travel», misto.travel; «Дивись Info», dyvys.info; «Work.ua», work.ua; «Planet Hotels», planetofhotels.com.

Емпіричну базу дослідження становлять результати опитування туристів і туроператорів м. Львова, опис сайтів провідних готелів і туроператорів м. Львова та опис IT-рішень у провідних готелях м. Львова за розробленими опитувальними листами (Дод. Б–Е), здійснені у липні–вересні 2021 року.

1.2. Науково-теоретичні та методологічні засади дослідження

Культурний туризм набув значного поширення у другій половині ХХ ст., що пов'язано з рухом культури до всеосяжної «автономізації» особистості і, як наслідок, до індивідуалізації попиту в індустрії туризму, яка оперативно реагує на запити сучасної їй людини. На цю обставину звертає увагу Л. Божко і зазначає, що вплив відбувся на рівні зміни стратегій: масовий, «конвеєрний» туризм, який передбачає дешевизну і простоту «турпакетів», поступився місцем диференційованому з притаманними йому різноманітністю мотивацій туристів, множинністю сегментів, варіативністю пропонуванних послуг¹⁰². Масовому туризму, на переконання дослідниці, властива однорідність подорожуючих, але до кінця ХХ ст., у зв'язку зі

¹⁰² Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 96.

зростанням доходів, розвитком технологій та іншими чинниками, в індустрії туризму сформувався новий тип туриста: достатньо інформований, досвідчений, незалежний, який критично ставиться до пропонованих туристських послуг. Такий турист почав не просто проявляти посилений інтерес до місцевого колориту, особливостей побуту, звичаїв іншої культури, а став більш вимогливим до пропозицій, а головне – орієнтованим на самостійне формування програми своєї подорожі, відхід від стандартів і прояв індивідуальності. Формула «три S» (Sea-Sun-Sand – море-сонце-пляж) поступилася формулі туристських переваг – «три L» (Lore-Landscape-Leisure): традиції-пейзаж-дозвілля¹⁰³.

Уперше поняття культурного туризму згадується в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982), однак люди обмінювалися культурним досвідом завдяки торгівлі та міграції протягом усієї своєї історії. Ця теза акцентує увагу на тривалому прирівнюванні туризму до мандрівок. Правомірність такого ототожнення є дискусійною, що спонукає до з'ясування різниці між туристом і мандрівником: людина з давніх-давен мандрувала по світу з різною метою, а туристи з'явилися порівняно недавно – умовним початком туризму можна вважати середину XVIII ст. з його практикою подорожей Європою для вивчення витончених мистецтв (*grand tours*), у XIX ст. купці подорожували з метою удосконалення своєї майстерності (to develop «class»). Загалом можна виокремити види так званої географічної мобільності залежно від типу суспільного устрою: в епоху премодерну – завоювання нових територій, в епоху модерну – поїздки з освітньою та рекреаційною метою, в епоху постмодерну – свобода пересувань, нові їх способи. Масовий турист у звичному розумінні з'явився лише у середині XX ст. Різниця між мандрівником і туристом, з одного боку, незначна, а з іншого – вказує на принципову відмінність: мандрівник відносно вільний у виборі маршруту і тривалості подорожі, а турист значно більше регламентований терміном, маршрутом, графіком тієї ж подорожі.

¹⁰³ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 96.

Мандрівник шукає те, чого не бачать інші: цікавих особливостей різних культур, занурення в реальне життя місцевого населення тощо. Турист, навпаки, претендує на певний рівень комфорту, здійснює більшість поїздок з міркувань дозвілля, і його враження про відпочинок залежать від зовнішніх чинників: умов розміщення, якості сервісу та ін. Тонку межу між мандрівником і туристом якнайкраще можна простежити на прикладі самодіяльних турів, коли туристи позиціонують себе як самостійних мандрівників, які зрідка користуються послугами туроператорів, але є активними споживачами онлайн-послуг: бронювання готелів, купівля квитків, вибір маршруту та ін.

Культурний туризм у сучасному суспільстві сприймається як вид туризму, призначеного слугувати ідеям інтелектуальної і моральної солідарності людства, утвердженню ідеалів толерантності в суспільстві, прийняттю різноманіття культур світу тощо¹⁰⁴. Культурний туризм охоплює всі аспекти подорожі, за допомогою якої людина пізнає культуру іншого народу. Утім, ряд спроб визначити поняття «культурний туризм» зводиться лише до споживання туристами «культурного продукту», що ставить цілий ряд запитань, залишених без відповіді. Наприклад, що розуміти під «культурним продуктом», які види культури слід розглядати і цілий ряд інших. Пропоновані визначення часто є схожими і різняться лише незначними нюансами, які не завжди відображають зміст поняття.

У цій ситуації найбільш логічним видається підхід, при якому спочатку визначаються самі поняття «туризм» і «культура», а потім шляхом їх зіставлення формується безпосередньо поняття культурного туризму. Це дасть обґрунтовані підстави для визначення самого поняття і, що важливіше, – з'ясування його функціональної специфіки, що необхідно для чіткого з'ясування проблематики культурного туризму. Під культурою прийнято розуміти сукупність матеріальних і духовних цінностей, накопичених суспільством на певному етапі його розвитку, а також діяльність з їх

¹⁰⁴ Декларація принципів терпимості (ЮНЕСКО, 1995). UNESCO [офіц. сайт]. URL: <https://www.unesco.org/en/days/tolerance> (дата звернення: 15.05.2022).

створення, освоєння, збереження і поширення. Культуру можна розглядати ніби з двох сторін: як процес виробництва цінностей, з однієї сторони, і як продукт, тобто самі цінності, з іншої. Культура як продукт – це результат діяльності однієї людини або групи людей, що відображає рівень володіння ними тими нормами і технологіями діяльності, які приписує їм культура, а також уявлень про ті форми продукції, які дозволені їх культурою¹⁰⁵. Подібний погляд на культуру дає можливість ввести і поняття туризму як форми освоєння культурних продуктів. Проте, туризм тривалий час розглядався лише як переміщення і тимчасове перебування людей поза постійним місцем проживання. І лише в середині ХХ ст. із значним збільшенням туристичних потоків та їхнім очевидним впливом на соціокультурну сферу назріла необхідність більш ширшого його тлумачення. Однак, ані на офіційному рівні, ані в науковому середовищі єдиного загальноприйнятого визначення не запропоновано й досі. Так, Всесвітня туристська організація (UNWTO, англ. United Nations World Tourism Organization) зазначає, що за своєю суттю туризм – це досвід, що включає куштування на смак місцевої їжі, ознайомлення з місцевими пейзажами і пам'ятками історичного значення¹⁰⁶. Міжнародна академія з туризму (Academie Internationale du Tourisme, АІТ, Монако) розглядає туризм як «загальне поняття для всіх форм тимчасового виїзду людей з місця постійного проживання з оздоровчою метою, для задоволення пізнавальних інтересів у вільний час або з професійно-діловою метою без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування»¹⁰⁷; Міжнародна асоціація наукових експертів з туризму (АІЕСТ) – як «сукупність відносин і явищ, що виникають під час переміщення і перебування людей у місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і роботи»¹⁰⁸; ООН – як «активний відпочинок, що впливає на зміцнення здоров'я, фізичний розвиток людини, пов'язаний із пересуванням за межами постійного місця

¹⁰⁵ Культура. *Енциклопедія сучасної України*. URL: <https://esu.com.ua/article-51449> (дата звернення: 12.08.2021).

¹⁰⁶ United Nations World Tourism Organization [official site]. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 10.09.2022).

¹⁰⁷ International Academy of Tourism [official site]. URL: <https://uia.org/s/or/en/1100038736> (дата звернення: 10.09.2022).

¹⁰⁸ International Association of Scientific Experts in Tourism [official site]. URL: <https://www.aiest.org/home/> (дата звернення: 10.09.2022).

проживання»¹⁰⁹, а також як «подорожі й перебування в місцях поза межами звичайного місця постійного проживання подорожуючого, на строк не більш дванадцяти місяців з метою одержання задоволення й відпочинку, в оздоровчих, гостьових, пізнавальних або професійно-ділових цілях, але без зайняття оплачуваною там діяльністю»¹¹⁰. Закон України «Про туризм» (1995) визначає це поняття як «тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає»¹¹¹.

Туризм часто або ототожнюють із туристичним туром, тобто з діяльністю туроператорів і турагентів, або розглядають як «вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровчими, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями»¹¹². При цьому одностайною є думка про те, що «туризму, насамперед, належить обов'язковість переміщення людини за межі місця свого постійного проживання»¹¹³. Така різноманітність тлумачень туризму пов'язана з неможливістю уніфікувати формулювання багатогранного поняття, в яке слід включити не лише різні контексти, що залежать від виконуваних туризмом функцій, а й врахувати специфіку дотичних до туризму галузей і сфер діяльності: рекламно-інформаційні послуги, транспорт, будівництво, охорона здоров'я, обслуговування. Відтак, одні з визначень акцентують увагу на окремих аспектах туризму або його видових особливостях, інші ж охоплюють предмет у цілому, або розкривають внутрішній зміст туризму, що дає можливість відрізнити його від подібних явищ. Приміром, Ч. Голднер, Б. Рітчі і Р. Макінтошем виокремлюють такі підходи до визначення туризму: інституціональний; підхід, заснований на вивченні туристичних послуг; історичний; управлінський; економічний;

¹⁰⁹ United Nations [official site]. URL: <https://www.un.org/en/> (дата звернення: 10.09.2022).

¹¹⁰ Там само.

¹¹¹ Закон України «Про туризм». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

¹¹² Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. *Основи туристичного бізнесу*. Київ: Центр навч. літ-ри, 2004. С. 21.

¹¹³ Краснова Ю. А., Антонова А. В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2014. Вип. 197. Ч. 3. С. 134.

соціологічний; географічний; системний¹¹⁴. Загалом можна виокремити такі підходи до його визначення, як: форма рекреації і водночас вид (соціокультурної) діяльності людей; спосіб проведення дозвілля, форма міграції населення; галузь економіки та ін.

Стосовно поняття «культурний туризм», ЮНЕСКО розглядає його як відмінний від інших вид туризму, що «враховує культури інших народів»¹¹⁵. У Хартії з культурного туризму Міжнародної Ради зі збереження пам'яток та визначних місць (англ. International Council on Monuments and Sites, ICOMOS) культурний туризм визначається як «невеликий сегмент ринку, ретельно організований, пізнавальний або освітній і часто елітарного характеру, присвячений представленню і роз'ясненню культурної ідеї», основною метою якого, крім інших цілей, є «відкриття пам'яток та визначних місць»¹¹⁶. Г. Річардс під культурним туризмом розуміє «споживання туристами мистецтва, художньої спадщини, фольклору та цілого ряду інших проявів культури»¹¹⁷. О. Любіцева розглядає туризм як мобільну форму споживання і рекреаційної діяльності, що ґрунтується на доланні простору та пов'язана з територією, характером середовища (не лише природного, а й соціально-культурного та економічного середовища людської діяльності)¹¹⁸. В. Кифяк окреслює туризм як вид економічної діяльності, пов'язаний з обслуговуванням людей, які тимчасово перебувають поза місцем постійного проживання¹¹⁹. На його думку, туристичні підприємства та інші суб'єкти туристичної діяльності працюють на комерційних засадах, створюючи при цьому валову додану вартість шляхом виробництва, просування та реалізації туристичних продуктів, спрямованих на задоволення потреб споживачів¹²⁰. Культурний туризм також визначають як форму туризму, метою якої є ознайомлення з культурою і культурним середовищем місця відвідування,

¹¹⁴ Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B., McIntosh R. W. *Tourism: Principles. Practices. Philosophies*. Eighth Edition, USA, 1999. P. 127.

¹¹⁵ UNESCO [official site]. URL: <https://www.unesco.org/en> (дата звернення: 10.09.2022).

¹¹⁶ International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) [official site]. URL: http://icomos-ua.blogspot.com/p/blog-page_5851.html (дата звернення: 12.09.2022).

¹¹⁷ Cultural Tourism in Europe / Richards G.. (ed.). CABI, Wallingford. URL: <http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/cultural%20tourism%20in%20europe.pdf> (дата звернення: 08.06.2022).

¹¹⁸ Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2005. С. 13.

¹¹⁹ Кифяк В. Ф. Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. 2015. Вип. II (58). С. 69.

¹²⁰ Там само. С. 69–70.

включаючи ландшафт, ознайомлення з традиціями жителів та їх побутом, художньою культурою і мистецтвом, різноманітними формами дозвілля місцевих жителів¹²¹. Культурний туризм може включати відвідування культурних заходів, музеїв, об'єктів культурної спадщини, контакти з місцевими жителями, тому його можна розглядати не лише як один із видів туризму, а й як експортну стратегію розвитку культурної сфери міста, у тісному взаємозв'язку з розвитком міської території¹²².

Отже, як і поняття «туризм», культурний туризм має чимало визначень, що пов'язано з широтою і складністю цього явища. Разом із тим, аналіз наведених визначень дає підстави зробити висновок, що поняття «культурний туризм» може містити в собі ознаки й інших видів туризму, якщо акцентується саме на його культурницькій складовій. Загалом культурний туризм – це вид туризму, метою якого є не просто ознайомлення з культурою певної країни, а осмислення цієї культури, в результаті чого відбувається розширення пізнавальних інтересів особистості щодо історико-культурних традицій, звичаїв, проявів матеріальної культури інших народів, націй і національностей. Основою культурного туризму є культура, а турист під час туристичної поїдки формує культурну компетентність і культурне самовизначення в світовому просторі. Такий взаємозв'язок між туризмом і культурою, і навіть більше – ідентичність шляхів їх історичної еволюції, не випадковий: культура є фундаментальною основою процесу розвитку, збереження, зміцнення суверенітету та самобутності народу, а туризм – одним із визначальних чинників цього розвитку. Невипадково Г. Річардс означає культурний туристичний ринок як останню фазу в давньому процесі зближення між культурою і туризмом¹²³. Усупереч зв'язкам, які можуть виникати між культурою та іншими економічними секторами, відносини, що поєднують туризм і культуру, є настільки складними, наскільки й визначальними. Сприяння культурі може бути здійснено завдяки туризму

¹²¹ Pletsan K., Antonenko V., Havryliuk A., Motsa A., Izhak T. Creative Principles of Cultural Tourism Development in Ukraine. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2022. Vol. 18, P. 1085–1093.

¹²² Там само. P. 1091–1092.

¹²³ Richards G. What is Cultural Tourism? *Nationaal Contact Monumenten* / A. Maaren (ed.). 2003. URL: http://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism (дата звернення: 08.06.2022).

щоразу, коли туризм зміцнює культуру фінансовими та економічними наслідками свого функціонування. Найбільш очевидним прикладом є так званий ремісничий сектор економіки, який отримує вигоду з туристичного попиту. Туризм же отримує істотну користь від культури в тому разі, коли культура становить частину комерційного продукту. Підтвердженням цієї тези є й позиція М. Портера, який зазначає, що «продуктивні аспекти культури стануть визначальними джерелами конкурентної переваги, яку буде складно імітувати»¹²⁴. Культурне підґрунтя туризм має у більшості країн світу. Однак, у зв'язку з тим, що через туризм культура опиняється в становищі комерційного продукту, виникає реальна загроза втрати її автентичності¹²⁵. Як зазначає Л. Божко із посиланням на Дж. Уррі, бар'єри між культурою і туризмом зникають у результаті двох паралельних процесів культуризації (culturisation) 1) суспільства, яке в повсякденному житті більшою мірою характеризуються де-диференціацією раніше різних соціальних і культурних сфер, появою економіки знаків, конвергенцією «високої» й «низької» культур, «мистецтва» і «життя», де об'єкти та люди набувають більшої мобільності, і межі між раніше різними культурами зникають; 2) туристських практик, що означає досягнення туризмом більшого культурного змісту, найочевидніше завдяки зростанню культурного туризму, а також посиленню значущості знаків і символів під час створення туристичних сайтів¹²⁶.

Культурний туризм передбачає взаємодію і взаємовплив чотирьох різних культур. Це: 1) культура регіону, звідки приїжджають туристи; 2) культура відпочинку (стиль життя і норми поведінки туристів під час відпочинку); 3) культура місцевих жителів; 4) культура обслуговування. Міра впливу перших двох культур на культуру місцевого населення залежить від різних чинників, одним із яких є самовизначення місцевих жителів та їх

¹²⁴ Портер М. Настанови, цінності, вірування і мікроекономіка добробуту. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2008. № 53. С. 34–47.

¹²⁵ Титова О. М. Проблеми музеєфікації пам'яток археології України. *Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2004. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tytova.htm (дата звернення: 07.02.2022).

¹²⁶ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 96–97.

відкритість по відношенню до зовнішніх впливів. У тому регіоні, де населення відкрите до всього іншого, а туризм при цьому домінує і сприяє утвердженню чужої культури, місцева культура поступово зникає. При помірному рівні утвердження чужої культури відбувається повільна зміна культури місцевих жителів шляхом запізненого проникнення в неї елементів чужої культури. У регіоні, де населення не сприймає зовнішні втручання, спостерігатиметься свідоме і відкрите відчуження місцевих жителів, що, власне, може призвести до того, що місцеве населення ускладнюватиме втілення нових туристичних проєктів. У процесі розвитку туристичного регіону місцеві жителі можуть переживати й різні фази сприйняття чужої культури: 1) на початковому етапі, коли чужа культура ще істотно не впливає, відбувається впровадження чужої культури чи навіть її імітація (зовнішнє наслідування окремих видів поведінки та елементів привнесеної культури); 2) при зростаючому утвердженні чужої культури і втраті особистої ідентичності відбувається відмова від власної культури чи високою мірою її стилізація; 3) на зрілому етапі розвитку туристичного регіону вдається по-новому (на тлі чужої культури) визначити особисту ідентичність й самоусвідомити національну культуру. Зберегти ідентичність місцевого населення покликана професіоналізація культури туристського обслуговування.

Численні інтерпретації культурного туризму спонукають виокремити два підходи до його розгляду: з точки зору мотивації туристів та в контексті DESTINATION. Згідно з першим підходом, невід'ємною частиною культурного туризму є мотивація туристів. У загальних рисах культурний туризм передбачає відвідування представником однієї культури території іншої культури, досягнення її духовних і матеріальних цінностей, у результаті чого турист виробляє своє «бачення» іншого і на цій основі розвиває, розширює коло своєї культурної ерудиції. Серед особливостей, що визначають мотивації туризму: відпочинок й оздоровлення; культура і гостинність; подорожі; інтерес до нових знань; дослідження культур та ін. Туризм, таким

чином, є важливим засобом створення культурних зв'язків і міжнародної співпраці. Залежно від пріоритету й обсягу споживання культурних благ, у мотивації туриста виокремлюють кілька рівнів культурного туризму: 1) професійний, що ґрунтується на професійних контактах; 2) спеціалізований (основною метою туриста є задоволення культурних потреб); 3) неспеціалізований (споживання культурних благ є невід'ємною й істотною, але не основною метою туризму); 4) супутній (основна мета відвідання – діловий, освітній, науковий, спортивний туризм, коли туристи можуть доповнювати програму перебування споживанням культурних благ); 5) культурний квазітуризм, до якого належить переміщення резидентів місцевості, коли одним з мотивів є споживання культурних благ¹²⁷. Отже, розгляд культурного туризму з урахуванням мотивації туристів свідчить про орієнтацію цього підходу на «процес культури». Закономірно, що чимало визначень історичного туризму включають елементи людського минулого як ресурсу і причини, через які туристи переміщуються (туристи переміщаються з причин, які можуть бути пов'язані з бажанням покращити свою особисту культуру, дізнатися про щось нове, провести час із друзями чи сім'єю, задовольнити цікавість або просто провести вільний час)¹²⁸. Тобто, мотиви туристів тісно пов'язані з прагненням ознайомитися з культурою інших територій¹²⁹.

Відповідно до другого підходу, культурний туризм розглядається в контексті дестинацій, що привертають увагу туристів з культурно-пізнавальними цілями. Така концепція культурного туризму ґрунтується на понятті культури як продукту, отже, розвиток культурного туризму передбачає використання потенціалу культурної спадщини країн і регіонів. Варто відзначити, що поняття культурної спадщини є суб'єктивним, оскільки

¹²⁷ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 97.

¹²⁸ Timothy D. F. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol, UK : Chanel View Publications, 2011. 509 p.

¹²⁹ Chhabra D., Healy R., Sills E. Staged Authenticity and Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*. 2003. Vol. 3. P. 702–719; Pearce P. L., Lee U. I. Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *J. Travel Res.* 2005. Vol. 43. P. 226–237; Tan S. K., Luh D. B., Kung S. F. A Taxonomy of Creative Tourists in Creative Tourism. *Tour. Manag.* 2014. Vol. 42. P. 248–259; Pereira G. A., de Sevilha Gosling M. Los Viajeros y sus Motivaciones. Un Estudio Exploratorio Sobre Quienes Aman Viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2017. Vol. 26. P. 62–85.

вона залежить від панівних у кожному суспільстві цінностей у конкретний відрізок часу, і підлягає захисту та збереженню як спадщина минулого для майбутніх поколінь. Такий підхід відображено у визначенні, запропонованому, наприклад, у Краківській хартії¹³⁰: «спадщина – це той комплекс творів людини, в якому спільнота визнає свої особливі та специфічні цінності та з якими вона себе ототожнює. Таким чином, ідентифікація та специфікація спадщини – це процес, пов'язаний із вибором цінностей». Л. Сміт визначає поняття культурної спадщини як слід пам'яті та забуття, як культурну практику, пов'язану з конструюванням та регулюванням сукупності цінностей та способів розуміння. Цей слід складається з безлічі продуктів людської діяльності, а його залишки, навмисні і ненавмисні, відчутні нематеріальні, представляють історичні та соціальні процеси¹³¹.

Уперше на необхідності заохочувати «виявлення, захист, збереження, подання та передавання майбутнім поколінням культурної та природної спадщини» у всьому світі було наголошено у 1972 р. у міжнародному договорі «Конвенція про охорону всесвітньої культурної та природної спадщини»¹³². Згодом ЮНЕСКО у Декларації про політику в галузі культури (1982) запропонувала одне з перших визначень: «Культурна спадщина народу включає твори його художників, архітекторів, музикантів, письменників та науковців, а також творчість безіменних художників, вираження народної духовності та сукупність цінностей, що надають сенсу життя. Вона включає як матеріальні, так і нематеріальні твори, за допомогою яких виражається творчість цього народу: мова, обряди, вірування, історичні місця і пам'ятки, література, твори мистецтва, архіви і бібліотеки»¹³³. Збереження культурної спадщини, на думку Д. Тімоті та С. Бойда, може

¹³⁰The Charter of Krakow. Principles for Conservation and Restoration of Built Heritage. 2000. URL: https://icomosubih.ba/pdf/medjunarodni_dokumenti/2000%20Krakovska%20povelja.pdf (дата звернення: 13.0.2021).

¹³¹Smith L. Uses of Heritage. Abingdon, UK : Routledge, 2006. 368 p.

¹³² UNESCO. Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Adopted by the General Conference at its Seventeenth Session Paris, 16 November 1972. URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (дата звернення: 23.09.2022).

¹³³ UNESCO. Mexico City Declaration on Cultural Policies World Conference on Cultural Policies Mexico City, 26 July–6 August 1982. URL: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals401.pdf (дата звернення: 23.09.2022).

здійснюватися різними способами: шляхом збереження, реставрації, оновлення товарів та відродження місць¹³⁴.

ЮНЕСКО поділяє культурну спадщину на матеріальну (рухоме та нерухоме майно), яке може бути збережене та відновлене за допомогою будь-якого втручання¹³⁵, та нематеріальну, яка «проявляється серед іншого в таких сферах: а) усні традиції та висловлювання, включаючи мову як засіб нематеріальної культурної спадщини; б) виконавське мистецтво; в) соціальні практики, ритуали та святкові заходи; д) знання та практика, що стосуються природи та всесвіту; е) традиційна майстерність»¹³⁶. У Конвенції ЮНЕСКО про охорону нематеріальної культурної спадщини (2003) визначено, що розуміється під нематеріальною культурною спадщиною: «нематеріальна культурна спадщина означає звичаї, уявлення, вирази, знання, навички, а також пов'язані з ними інструменти, предмети, артефакти та культурні простори, які спільноти, групи та, в деяких випадках, окремі особи визнають частиною своєї культурної спадщини. Ця нематеріальна культурна спадщина, що передається з покоління в покоління, постійно відтворюється спільнотами та групами залежно від оточуючого середовища, їх взаємодії з природою та їхньої історії і дає їм відчуття ідентичності та наступності, сприяючи тим самим повазі до культурної різноманітності та творчості людини...»¹³⁷.

Як зазначає Л. Божко, привернення уваги широкої світової громадськості до проблем збереження культурної спадщини, національних етнокультур, культурної самобутності, культурної різноманітності, взаємодії туризму і культури, туризму та культурного розмаїття, туризму й міжкультурного діалогу, туризму і розвитку сприяло наданню нової місії культурному туризму як інструменту миру, розвитку, зближення народів, виховання поваги, терпимості, взаєморозуміння на основі гуманістичних

¹³⁴ Timothy D. J., Boyd S. W. Heritage Tourism. Harlow, UK : Prentice Hall, 2003. P. 94.

¹³⁵ UNESCO. Mexico City Declaration on Cultural Policies World Conference on Cultural Policies Mexico City, 26 July–6 August 1982. URL: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals401.pdf (дата звернення: 23.09.2022).

¹³⁶ UNESCO. The Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. 2003. URL: <https://ich.unesco.org/doc/src/01852-EN.pdf> (дата звернення: 23.09.2022).

¹³⁷ Там само.

цінностей туризму¹³⁸. ЮНЕСКО навіть ініціювала створення мережі кафедр ЮНЕСКО з культурного туризму задля миру та розвитку в різних університетах і школах світу, зокрема у Києві, Харкові, Сімферополі (наприклад, Міжнародна кафедра ЮНЕСКО «Вища технічна освіта, прикладний системний аналіз та інформатика» при Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»).

З'ясування зв'язку між культурною спадщиною і туризмом уможлиблює розширення розуміння обох цих явищ: культурна спадщина пропонує нові альтернативи розвитку туристичної діяльності, у свою чергу, управління туризмом культурною спадщиною дає змогу перетворити її об'єкти на туристичні ресурси. Поєднання культурної спадщини і туризму зумовлює появу нового явища та концепції: культурно-історичного туризму, або культурного туризму. Обидва терміни часто використовуються як різні, але пов'язані поняття, на що звертають увагу Д. Тімоті та С. Бойд, які також, услід за іншими дослідниками, вказують на взаємозв'язок цих термінів¹³⁹. Д. Тімоті зазначає, що історичний туризм заснований на «старих речах» і зазвичай відбувається в сільській місцевості чи у більш специфічних місцях, тоді як культурний туризм переважає в міських районах та менш специфічних місцях¹⁴⁰. Таким чином, використання культурної спадщини, матеріальної чи нематеріальної, за допомогою туристичної діяльності стає в усьому світі основним засобом розвитку територій, у яких перебуває ця спадщина, а туризм – привабливим варіантом використання наявних місцевих ресурсів, включаючи спадщину¹⁴¹. «Саме культура і культурна спадщина визначають ставлення світової спільноти до країни, її

¹³⁸ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 93.

¹³⁹ Timothy D. J., Boyd S. W. *Heritage Tourism*. Harlow, UK : Prentice Hall, 2003. P. 4–5.

¹⁴⁰ Timothy D. F. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol, UK : Chanel View Publications, 2011. 509 p.

¹⁴¹ Madden M., Shipley R. An Analysis of the Literature at the Nexus of Heritage, Tourism, and Local Economic Development. *J. Herit. Tour.* 2012. Vol. 7. P. 103–112.

привабливості з позицій соціальних відносин і бізнесу. Від цього залежать й інтенсивність туристичного розвитку та масштаби туризму»¹⁴².

Зв'язок між культурною спадщиною і туризмом зумовлює розвиток території у певних напрямках: 1) відновлення чи збереження спадщини; 2) економічне зростання, орієнтоване на комерціалізацію товарів; 3) збільшення туристичних об'єктів за рахунок внутрішніх або зовнішніх інвестицій та покращення іміджу спільноти; 4) соціальна вигода для спільноти з метою покращення умов життя¹⁴³. Таким чином, культурна спадщина стає елементом, здатним приносити користь розвитку суспільства, причому зв'язок із туризмом найчастіше використовується для досягнення цієї мети. Культурний туризм стає важливою стратегічною можливістю розвитку. Цей вид туризму може знизити сезонність сектора та сприяти відкриттю нових ринків. За умов глобалізації сучасного світу туризму відводиться роль сполучної ланки між народами, країнами і континентами, інструмента активного пізнання світу, спілкування і зміцнення дружби між людьми, засобу виховання любові до рідної землі і здорового способу життя. Культура усе наполегливіше визнається одним із пріоритетів соціально-економічного та соціокультурного розвитку. Відповідно, призначення культурного туризму полягає не лише в ознайомленні із туристськими визначними історико-культурними пам'ятками, а й культурному обміні, коли туристи та місцеві жителі взаємодіють між собою.

Разом із тим, головною умовою розвитку культурного туризму став історичний та культурний потенціал країни і водночас рівень забезпечення доступу до нього. Попит на споживання культурних ресурсів спричинив цілеспрямовану актуалізацію минулого, унаслідок чого культурні відмінності територій почали враховуватися при розробці стратегій розвитку багатьох

¹⁴² Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 91.

¹⁴³ Clements C. J., Schultz J. H., Lime D. W. Recreation, Tourism, and the Local Residents: Partnership or Co-existence? *J. Park Recreat. Adm.* 1993. Vol. 11. P. 78–91; Weikert B., Kerstetter D. Resident's Attitudes toward Tourism: An Applied Study in a Historic Community. *Proceedings of the 1995 Northeastern Recreation Research Symposium*, Radnor, PA, USA, 9–11 April 1995. P. 162–166; Tuan T. H., Navrud S. Capturing the Benefits of Preserving Cultural Heritage. *J. Cult. Herit.* 2008. Vol. 9. P. 326–337; Cano M., Garzón E., Sánchez-Soto P. J. Preservation and Conservation of Rural Buildings as a Subject of Cultural Tourism: A Review Concerning the Application of New Technologies and Methodologies. *J. Tour. Hosp.* 2013. Vol. 2. P. 1–23.

міст світу, інакше кажучи, «культ минулого» розглядається в контексті цілком прагматичних бізнесових рішень.

Культурна спадщина та сучасна культура формують специфіку дестинації, змінюють імідж території, стають цікавими і для місцевого населення, і для туристів. У свою чергу туристична дестинація набуває першорядного значення, оскільки її формують функціонально пов'язані елементи (туристичні ресурси, туристична і загальна інфраструктура території, трудовий потенціал й органи управління), розташовані на певній території. Тож міра значущості географічної одиниці як туристичної дестинації визначається трьома основними чинниками: атракції, сервіс і туристична інфраструктура, доступність (як правило, географічна). Ці три чинники іноді означають як «туристські якості дестинації»¹⁴⁴.

Туристська дестинація – це «конкретна територія, яку турист вибирає для відвідування і проводить там певний час, територія, на якій відбуваються основні процеси взаємодії туриста з туристською інфраструктурою»¹⁴⁵. Відтак, туристська дестинація відноситься до географічного району, який відрізняється від постійного місця проживання туриста, де здійснюється туристична діяльність і туристичні продукти користуються попитом. Цю місцевість можна визначити як місце туристського споживання¹⁴⁶. Така дестинація є «гнучким, динамічним простором, межі якого визначаються самим ринком, незалежно від адміністративних обмежень»¹⁴⁷. Туристська дестинація може функціонувати на різних рівнях: національному, регіональному і локальному. Кожна дестинація – це територія обміну, в якій попит і пропозиція постійно задовольняються, їх внутрішня територія представлена ринком, який пропонує безліч окремих продуктів і послуг, призначених для задоволення потреб туристів¹⁴⁸. Туристська дестинація – це певний територіальний простір, що володіє атрактивними туристськими

¹⁴⁴ Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. 2nd edn. Oxford, Butterworth-Heinemann, 1993. P. 148.

¹⁴⁵ Kresic D. Tourism Destination Attractiveness Factors in the Function of Competitiveness. *Acta Turistica*. 2007. Vol. 19. No. 1. P. 45-82.

¹⁴⁶ The Main Plan and Strategy of Tourism of the Republic of Croatia. *Croatian Tourism and Competitive Environment*. Zagreb: The Institute for Tourism, 2013. P. 43.

¹⁴⁷ Bartoluci M. Upravljanje Razvojem Turizma i Poduzetnistva. Zagreb: Školska knjiga, 2013. 479 s.

¹⁴⁸ Там само.

ресурсами, відповідною туристською інфраструктурою і сервісом, здатними залучити туристів і задовольнити їх туристські потреби. Тобто, для того, щоб певну територію можна було вважати дестинацією, необхідне виконання певних умов: 1) наявність на цій території засобів розміщення, харчування туристів, рекреаційної та розважальної інфраструктури, а також достатньо розвиненої транспортної системи; 2) наявність визначних пам'яток, які становлять туристичний інтерес (атрактивність є одним з головних чинників формування та розвитку туристичної дестинації); 3) наявність інформаційних і комунікаційних систем (наприклад, систем пошуку та бронювання турів, інформаційних туристичних порталів тощо)¹⁴⁹. Таким чином, «туристична дестинація є ключовим, вирішальним елементом регіональної туристичної системи, адже саме дестинації та їхній імідж залучають туристів, мотивують візити, активізуючи таким чином туристичний попит»¹⁵⁰.

Саме від здатності залучати туристів і повністю задовольняти їх туристські потреби залежатиме, чи стане певна територія туристською дестинацією чи ні. Вона повинна об'єднувати різні ресурси і створювати певний туристичний продукт, який буде впізнаваним і конкурентоспроможним на ринку туризму. Дестинація змінюється і розвивається, щоб забезпечити збільшення туристичного потоку за рахунок покращення якості обслуговування туристів і довгострокове існування місцевого населення, економічного і соціального зростання, а також екологічної складової стійкого розвитку дестинації¹⁵¹. Для досягнення поставлених цілей і забезпечення конкурентоспроможності окремих дестинацій необхідне управління їхнім розвитком, що передбачає постійне стратегічне планування та аналіз.

Відсутність усталеного визначення поняття «культурний туризм» зумовила й проблеми зі створенням єдиної, загальноприйнятої його класифікації як культурного явища. Уніфікованої класифікації видів

¹⁴⁹ Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 23-24 листоп. 2017 р. Одеса : ОДАБА, 2017. Ч. 1. С. 60.

¹⁵⁰ Там само.

¹⁵¹ Leiper N. *Tourism Management*. Sydney : Pearson Hospitality Press, 2004. P. 324.

культурного туризму, втім, як і багатьох інших видів туризму, на теперішній час немає. Наявні класифікації характеризуються або недостатньою систематизацією об'єктів культурного туризму, або обмеженим вибором критеріїв для класифікування, або види культурного туризму є взаємно проникними, що ускладнює розуміння поділу культурного туризму на види. Зокрема, класифікації виокремлюють види культурного туризму або за цілями поїздки (історичні, географічні, екологічні), або за критерієм діяльності культурного туриста (відвідування архітектурних пам'яток, музеїв, культурних заходів і свят, участь у фольклорній діяльності тощо), що видається сумнівним, оскільки такий поділ не відображає повною мірою особливостей розвитку культурного туризму на сучасному етапі. Однак, спроби розробити класифікацію культурного туризму тривають. Приміром, Г. Річардс у своїх працях поділяє культурний туризм на такі сегменти: 1) освітній туризм; 2) релігійний туризм; 3) відвідування родичів і друзів; 4) гастрономічний туризм; 5) креативний туризм; 6) туризм з метою волонтерства; 7) лікувально-оздоровчий / спа і велнес туризм; 8) туризм з метою вивчення мови; 9) духовний і холістичний туризм¹⁵². Заслуговує на увагу й класифікація, в якій загалом відображено особливості цього виду туризму завдяки його поділу на такі види: 1) культурно-історичний (відвідування історичних місць і пам'яток, участь у тематичних лекціях); 2) культурно-подієвий (відвідування культурних заходів, свят, фестивалів); 3) культурно-релігійний (відвідування святинь, релігійних місць, ознайомлення з релігією і звичаями певної країни); 4) культурно-археологічний (відвідування археологічних розкопок, участь в археологічних експедиціях); 5) культурно-етнографічний (відвідування з метою вивчення культури, побуту, мови і фольклору країн); 6) культурно-етнічний (ознайомлення із культурним надбанням свого народу); 7) культурно-антропологічний (відвідування з метою ознайомлення із сучасною культурою, місцевими жителями, їх традиціями і звичаями); 8) культурно-

¹⁵²Cultural Tourism in Europe / Richards G.. (ed.). CABI, Wallingford. URL: <http://www.tram-research.com/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF> (дата звернення: 08.06.2022).

екологічний (інтерес до особливостей взаємодії природи і культури, участь в екологічних програмах)¹⁵³. Поза сумнівом, ця класифікація є достатньо повною і деталізованою, проте ґрунтується вона на одному критерії – цілі відвідування, що не може відобразити все різноманіття культурного туризму. Утім, ця класифікація чітко корелює з видами об'єктів культурної спадщини, що мають безпосереднє відношення до культурного туризму:

- «археологічні – городища, кургани, залишки стародавніх поселень, стоянок, укріплень, військових таборів, виробництв, іригаційних споруд, шляхів, могильники, культові місця та споруди, мегаліти, наскельні зображення, ділянки історичного культурного шару, поля давніх битв, рештки життєдіяльності первісних людей;

- історичні – будинки, споруди, їхні комплекси (ансамблі), окремі поховання та некрополі, визначні місця, пов'язані з важливими історичними подіями, з життям та діяльністю відомих осіб, культурою та побутом народів;

- монументального мистецтва – твори образотворчого мистецтва: самостійні (окремі) та пов'язані з архітектурними, археологічними чи іншими пам'ятками або з утворюваними ними комплексами (ансамблями);

- архітектурні – історичні центри, вулиці, квартали, площі, архітектурні ансамблі, залишки давнього планування та забудови, окремі архітектурні споруди, а також пов'язані з ними твори монументального, декоративного та образотворчого мистецтва;

- об'єкти містобудування – історично сформовані центри населених місць, вулиці, квартали, площі, комплекси (ансамблі) із збереженою планувальною і просторовою структурою та історичною забудовою, у тому числі поєднаною з ландшафтом, залишки давнього розпланування та забудови, що є носіями певних містобудівних ідей;

- садово-паркового мистецтва – поєднання паркового будівництва з природними або створеними людиною ландшафтами;

¹⁵³ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 94.

– ландшафтні-природні території, які мають історичну цінність»¹⁵⁴.

Таким чином, до об'єктів культурного туризму належать історико-культурна спадщина, матеріальна і нематеріальна (архітектурні споруди, зони археологічних розкопок, музеї, традиції, обряди та ін.), та сучасна культура (виставки, фестивалі, особливості життя населення тощо). Критеріями віднесення об'єкта до категорії об'єктів культурного туризму є його унікальність або принаймні винятковість для культурної традиції чи цивілізації; безпосередня або матеріальна пов'язаність з подіями чи традиціями, з ідеями, віруваннями, з художніми чи літературними творами; виняткова світова важливість. Крім того, об'єктом культурного туризму може бути об'єкт, який є: шедевром людського творчого генія; видатним прикладом конструкції, архітектурного або технологічного ансамблю чи ландшафту, які ілюструють значущий період людської історії; видатним прикладом людської традиційної споруди, з традиційним використанням землі або моря, будучи зразком культури (або культур) або людської взаємодії з навколишнім середовищем, особливо якщо вона стає вразливою через суттєвий вплив незворотних змін; свідченням значного взаємовпливу людських цінностей в певний період часу або в певному культурному просторі, в архітектурі або в технологіях, в монументальному мистецтві, в плануванні міст або створенні ландшафтів¹⁵⁵. Утім, ці критерії є суб'єктивними: культурні комплекси, високо оцінювані фахівцями, не завжди викликають відповідну реакцію у туристів, тобто уявлення туриста про цінність певного об'єкта залежить від рівня його освіченості та інших чинників, наприклад, популярності об'єкта культурного туризму. Важливою характеристикою культурного комплексу є стабільність відповідності ціннісним критеріям, сформованим у населення. Цей чинник пов'язаний із довготривалістю інтересу туристів до конкретного культурного об'єкту: до одних об'єктів культурної спадщини зберігається стабільний інтерес серед

¹⁵⁴ Закон України «Про охорону культурної спадщини»: від 8 черв. 2000 р. № 1805-III. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2000. № 39 [офіц. веб-портал]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 10.06.2022); Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Вид-во «Знання», 2011. 334 с.

¹⁵⁵ Про критерії віднесення об'єктів до списку світової спадщини ЮНЕСКО. *УТОПІК*. 16.03.2021. URL: <https://pamjatky.org.ua/pro-kriteri%D1%97-vidnesennya-obyektiv-do-spisku-svitovo%D1%97-spadshhiny-yunesko/> (дата звернення: 30.03.2022).

туристів, інші об'єкти втрачають свою популярність через зміну різних настанов у суспільстві тощо. Тому одним із основних завдань організаторів туризму є не лише створення культурного комплексу для туризму, а й збереження його на досить тривалий історичний період.

Враховуючи види об'єктів культурного туризму, закономірно, що, крім традиційного культурно-пізнавального, набувають поширення й інші підвиди культурного туризму. Ці тенденції диверсифікації культурного туризму засвідчують, на переконання Л. Божко, «розширення спектра мотивацій у межах культурного туризму та типізацію інтересів міжнародних мандрівників з різних аспектів культур та культурної спадщини відвідуваних ними країн і територій. Крім того, культурний туризм розвивається не лише в напрямі пізнання культури та культурної спадщини, охорони та відродження культури, а й діалогу культур»¹⁵⁶. Тобто культурному туризму притаманні три основні взаємопов'язані гуманітарні функції: культурно-пізнавальна й освітня; культуроохоронна і консерваційна; комунікаційна та миротворча¹⁵⁷. Крім цих, функції культурного туризму можуть бути доповнені функціями туристичної діяльності: рекреаційно-оздоровча, культурологічна, просвітницько-виховна¹⁵⁸ та базовими функціями туризму: соціально-демографічна, економічна, екологічна, культуротворча, гуманістична та людинотворча¹⁵⁹, а також екологічна, освітянська¹⁶⁰, функція соціалізації, виховна, компенсаційна та катарсична, гедоністична та розважальна, гуманістична (що включає ідеологічну та політичну), пізнавальна, естетична та емоційно-психологічна, творча, паломницька, оздоровча й соціально-комунікативна¹⁶¹.

¹⁵⁶ Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 97.

¹⁵⁷ Там само.

¹⁵⁸ Миронов Ю. Б. Туризмологія як напрям наукових досліджень. *Наукові пошуки у III тисячолітті: соціальний, правовий, економічний та гуманітарний виміри* : зб. тез III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 27 квіт. 2018 р. Кропивницький : ПВНЗ КІДМУ, 2018. С. 150–153.

¹⁵⁹ Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз: автореф. дис... канд. філос. наук: 09.00.03. Запоріжжя, 2002. 18 с.

¹⁶⁰ Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреації та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997. 130 с.

¹⁶¹ Столбова Ю. Теоретичні аспекти інституціоналізації туризму. *Соціальні виміри суспільства*. 2010. № 2. С. 378-387.

Висновки до розділу

Дослідниками вивчаються питання сутності туризму як системної наукової категорії, його ознаки та теоретичні аспекти інституалізації (М. Колосінська, Ю. Столбова, Л. Ткачук та ін.), теоретичне підґрунтя та особливості розвитку індустрії туризму обґрунтовано у працях українських та зарубіжних дослідників (Д. Богатирьова, М. Бондаренко, О. Мельниченко, В. Шведун та ін.). Дослідження туризму з позицій соціально-філософського, економічного та культурологічного підходів належать М. Адамовській, Л. Божко, А. Гаврилюк, В. Герасименку, О. Головащенко, С. Дичковському, О. Кицяку, І. Климко, В. Малахову, І. Мініч, О. Орловій, В. Пазенку, Ю. Середі, Д. Соловійову, С. Шепелюк та ін. Безпосередньо культурному туризму присвячені праці Л. Божко, О. Гнаткович та С. Назарової, І. Голубець, С. Дичковського, В. Корнієнка, В. Кулік, А. Парфінєнка, Л. Устименко та ін. Культурний туризм Львівської області є об'єктом вивчення у працях таких авторів, як С. Булатов, О. Гнаткович та С. Назарова, О. Ланда та Г. Батьковець, М. Лущик, А. Мазур, А. Мельник та О. Тимошенко, М. Мирош та ін. Окремим аспектам цифровізації сфери туризму присвячені праці О. Артеменко, В. Пасічника, В. Єгорової, Ю. Трач. Осмисленню наслідків пандемії коронавірусу для туристичної галузі і виробленню на цій підставі пропозицій і рекомендацій для подальшого розвитку туризму в Україні присвячені праці О. Графської, О. Підвальної та Х. Боднарчук, З. Дзуліт та А. Омелянчук. Оцінюванню втрат вітчизняного туризму від війни Росії з Україною та надання рекомендацій для порятунку туристичного бізнесу на основі здійсненого аналізу присвячена колективна стаття О. Бордун, В. Шевчук, В. Монастирського та О. Лучки.

Утім, наявний науковий доробок не вирішує проблему – розв'язання протиріччя між необхідністю удосконалення культурного туризму Львівщини і дефіцитом відповідних концептуальних засад, що зумовлює потребу з'ясування специфіки, тенденцій і перспектив культурного туризму

Львівщини в умовах цифровізації та інших сучасних викликів і на цій підставі вироблення основ його подальшого функціонування.

Джерельною базою дослідження є широке коло різних типів джерел, які переважно вперше вводяться в науковий обіг: нормативно-правові документи міжнародного, державного і відомчого рівня, матеріали новинних сайтів, аналітичних порталів та сайтів інформаційних агентств, українські і зарубіжні наукові журнали і матеріали наукових конференцій, сайти міжнародних, державних, недержавних і громадських організацій та установ, статистичні дані та ін. Багатоплановість джерельної бази і накопичені у науці теоретичні узагальнення у сукупності дають змогу комплексно вивчити культурний туризм Львівщини, його специфіку, тенденції і на цій підставі окреслити перспективи його подальшого розвитку.

Аналіз підходів до вивчення туризму, культурного туризму та основних його характеристик дає підстави констатувати концептуальне різноманіття і водночас фрагментарність у вивченні заявленої проблематики в предметному полі культурології. Наразі відсутнє чітке уявлення про головні проблеми розвитку культурного туризму Львівщини, специфіку його організації в контексті викликів і можливостей сьогодення. З огляду на вищевикладене, питання розгляду культурного туризму Львівщини набувають особливої актуальності і спонукають до з'ясування його специфіки, тенденцій і перспектив в умовах цифровізації та інших викликів сучасності.

РОЗДІЛ 2

СОЦІОКУЛЬТУРНА ДЕТЕРМІНАЦІЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ

2.1. Об'єкти культурного туризму Львівщини як складник туристичного продукту

Об'єктами туристських програм Львівщини є як об'єкти культурної спадщини (матеріальної і нематеріальної), так і об'єкти сучасної культури. Згідно з Законом України «Про охорону культурної спадщини» від 8 червня 2000 року (стаття 2), видами культурної спадщини є: «археологічні, історичні, об'єкти монументального мистецтва, об'єкти архітектури, об'єкти містобудування, об'єкти садово-паркового мистецтва, ландшафтні, об'єкти науки і техніки»¹⁶², які заносяться до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. До сучасної культури відносяться фестивалі, виставки, концерти тощо. Саме «культура минула та сучасна на тлі автентичного архітектурного комплексу творять львівський туристичний продукт»¹⁶³.

Основними культурними ресурсами України, які активно використовуються як об'єкти туризму, є видатні пам'ятки культури та історії. Офіційно, за Наказом Міністерства культури та інформаційної політики України від 18 січня 2021 року, 1831 культурну пам'ятку Львівщини занесено до Державного реєстру нерухомих пам'яток України за видом – об'єкти архітектури, за категорією – місцевого значення у Львівській області¹⁶⁴. Це означає, що ці культурні пам'ятки перебувають під захистом Закону України «Про охорону культурної спадщини», що є актуальним для Львівщини по збереженню культурних цінностей і розвитку туризму. Разом з

¹⁶² Закон України «Про охорону культурної спадщини» : від 8 черв. 2000 р. № 1805-III. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2000. № 39 [офіц. веб-портал]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 10.06.2022).

¹⁶³ Львів туристичний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv03.html> (дата звернення: 10.11.2022).

¹⁶⁴ Про занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України : Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 18.01.2021 № 14. URL: https://city-adm.lviv.ua/lmr/lmrdownloads/!_upravlinnya/VOIS/14%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%2018_01_2020.pdf (дата звернення: 20.02.2023).

тим, варто звернути увагу, що не всі пам'ятки культури області занесені до Державного реєстру. Загальна кількість пам'яток історії, археології, містобудування і архітектури, монументального мистецтва в області, заданими Львівської обласної ради – 3934¹⁶⁵. Значна їх частина (понад 2000) зосереджена у Львові, а також у містах Жовкві, Белзі, Бібрці, Золочеві, Жидачеві, Самборі, Дрогобичі. Крім того, 55 поселень Львівщини включено до Списку історичних населених місць України, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України від 26.07.2001 р. за № 878¹⁶⁶.

Найважливіші об'єкти туризму визначено у Паспорті Львівської області¹⁶⁷:

- Ансамбль історичного центру Львова (Старе місто);
- Львівський державний історико-архітектурний заповідник;
- Державний історико-культурний заповідник «Тустань»;
- Державний історико-культурний заповідник у м. Белзі;
- Державний історико-культурний заповідник «Нагуєвичі»;
- Філія Львівського історичного заповідника у Жовкві;
- Монастирський комплекс у Крехові;
- Давньоруські городища Х–ХІІІ ст. у Звенигороді та Стільському;
- Золота підкова України: Олеський замок, Золочівський замок, Підгорецький замок, Свірзький замок;
- Найдавніші архітектурні пам'ятки Львова – Високий замок, Церква святого Миколая, Вірменський кафедральний собор, костьоли та інші пам'ятки у стилі готики, бароко.

Враховуючи багатовікову історію Львівщини, туристів приваблюють археологічні пам'ятки та результати археологічних розкопок. При прокладанні туристичних маршрутів туроператори використовують перелік об'єктів археологічної спадщини Львівщини. Це може бути як археологічний

¹⁶⁵ Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 22.09.2022).

¹⁶⁶ Про затвердження Списку історичних населених місць України : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. № 878. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.11.2021).

¹⁶⁷ Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 22.09.2022).

туризм – «різновид туризму, метою якого є відвідування місцевості, пов'язаної з археологією та археологічними розкопками»¹⁶⁸, так і складова програми будь-якого туру. Об'єктами археології регіону вважаються «речові пам'ятки від найдавніших часів і до XIV століття (коли Львівщина була включена до складу Польського королівства)»¹⁶⁹.

За даними Науково-дослідного центру «Рятівна археологічна служба» Інституту археології Національної академії наук України, станом на 2002 рік в офіційному реєстрі пам'яток археології Львівщини було лише 488 об'єктів археології¹⁷⁰. У Паспорті Львівської області зазначено, що нині на території області розташовано 886 пам'яток археології (у т.ч. 14 пам'яток національного значення)¹⁷¹. Виявлення та облік об'єктів археологічної спадщини є одним із пріоритетних завдань центру «Рятівна археологічна служба». За останні двадцять років Центр продовжив археологічне обстеження території Львівщини і станом на сьогодні ним запропоновано занести до переліку об'єктів археологічної спадщини дані про 1575 пам'яток археології¹⁷². Отже, Львівщина має значний потенціал для розвитку археологічного туризму або використання окремих об'єктів археологічної спадщини при розробці туристських програм.

У своєму дослідженні М. Мирош наводить дані щодо географічного розподілу пам'яток археології (Рис. 2.1), які свідчать про неоднорідність їх місця знаходження на території Львівської області.

¹⁶⁸ Мирош М. В. Пам'ятки археологічної спадщини Львівської області як чинник розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 113.

¹⁶⁹ Там само.

¹⁷⁰ Об'єкти культурологічної спадщини Львівщини. *Науково-дослідний центр «Рятівна археологічна служба»* [офіц. сайт]. URL: <http://gas.gov.ua/ob-iekty-arkheolohichnoi-spadshchyny> (дата звернення: 10.02.2023).

¹⁷¹ Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 22.09.2022).

¹⁷² Об'єкти культурологічної спадщини Львівщини. *Науково-дослідний центр «Рятівна археологічна служба»* [офіц. сайт]. URL: <http://gas.gov.ua/ob-iekty-arkheolohichnoi-spadshchyny> (дата звернення: 10.02.2023).

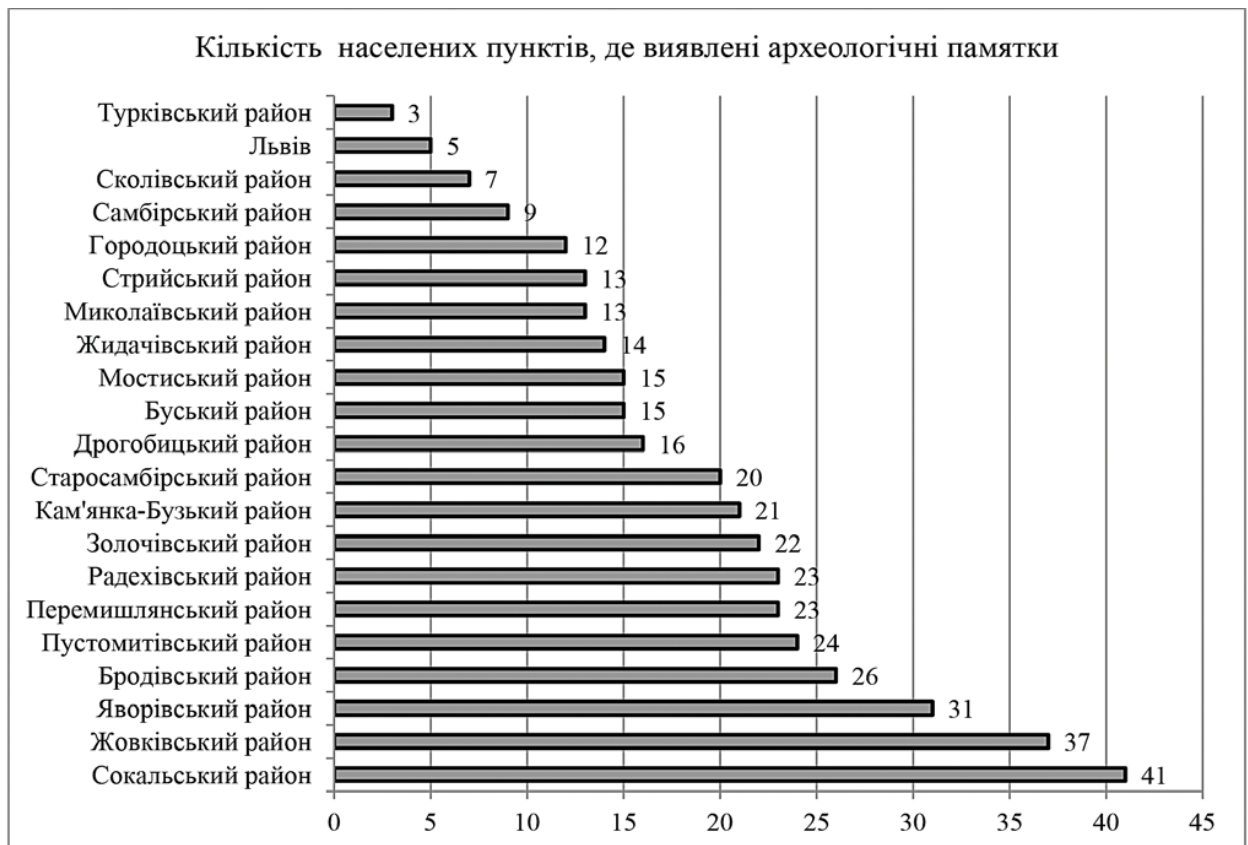


Рис. 2.1. Кількість археологічних об'єктів у населених пунктах Львівської області, станом на 2015 р.¹⁷³.

Найбільше пам'яток археології виявлено у населених пунктах Сокальського, Жовківського та Яворівського районів. Так, у Жовківському районі археологи розкопали поселення бронзового віку, зокрема комарівської культури; у Яворівському районі – кілька поселень раннього залізного віку, зокрема скіфського періоду. Особливо відомими є давньоруські городища і поселення на Львівщині. Прикладом може слугувати місто Белз у Сокальському районі, яке згадується у літописі 1030 року. Значну кількість пам'яток археології виявлено і в інших населених пунктах Львівської області: на території Старосамбірського, Кам'янка-Бузького, Золочівського, Радехівського, Перемишлянського та Бродівського районів. Тут зустрічаються пам'ятки кам'яного віку (мезолітичні стоянки), поселення висоцької, черняхівської та інших культур, залишки слов'янських городищ

¹⁷³ Мирош М. В. Пам'ятки археологічної спадщини Львівської області як чинник розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 115.

X–XIII ст. Найменше археологічних знахідок відомо на Турківщині – гірській малодоступній для проведення археологічних розкопок території. Крім того, археологами виявлено багато цікавих артефактів XV–XVIII століть.

Хоча археологічна карта Львівської області представлена великою кількістю пам'яток різних хронологічних періодів, однак «на сьогодні процес їхньої каталогізації ще не завершений і вимагає детальних досліджень з метою виявлення, опису, систематизації та взяття на облік державними структурами охорони культурної спадщини»¹⁷⁴.

Варто також зазначити, що не всі археологічні об'єкти регіону є туристичним продуктом. Для цього, за дослідженням М. Мироша, необхідні такі основні елементи туристичної інфраструктури та ресурсів:

- географічна місцевість проведення розкопок має бути археологічно обґрунтованою;
- можливість проведення екскурсій, виставок археологічної спрямованості;
- наявність кваліфікованих фахівців у галузі археології;
- наявність значної території поруч з розкопками для встановлення наметового містечка;
- наявність водойми;
- інфраструктура: заклади харчування, стоянки, транспорт тощо¹⁷⁵.

Аналіз туристських програм туроператорів, які організовують тури по Львівщині, свідчить, що найбільш привабливими для сучасних туристів є такі археологічні пам'ятки регіону: християнський некрополь XII–XIII ст. (неподалік від села Підгірці Бродівського району); поселення висоцької культури (біля села Висоцько Бродівського району, звідки походить і назва культури, а також в урочищі Застав'я); Стільське городище білих хорватів, що датується IX–XI ст., аналогу якого немає у Європі; давньоруський курганний могильник (складається з 300 курганів) в урочищі Поруби на

¹⁷⁴ Мирош М. В. Пам'ятки археологічної спадщини Львівської області як чинник розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 115.

¹⁷⁵ Там само.

південно-західній околиці городища Пліснесько. Зауважимо, що у 2015 р., у межах території пам'ятки археології національного значення – городища літописного міста Пліснеська – було створено історико-культурний заповідник «Давній Пліснеськ»¹⁷⁶. Багато археологічних артефактів знаходяться також у музеях міста Львова і області. З метою ознайомлення з результатами археологічних досліджень, що проводилися у Львові за останні 20 років, у 2020–2021 рр. розроблено онлайн-проект «Археологічні знахідки Львова» про таємниці, які приховує львівське середмістя¹⁷⁷. Це спільний проєкт Науково-дослідного центру «Рятівна археологічна служба», «Бюро спадщини» і компанії Skeiron. За допомогою створеної інтерактивної 3D-мапи можна мандрувати історичним центром Львова.

Іншими туристичними ресурсами і об'єктами туристських програм є архітектурні та історичні пам'ятки Львова і Львівської області, які являють собою «переплетення здобутків східної, західної культур та українського народного мистецтва, художній ансамбль, який свідчить про високу шляхетну душу народу, вибагливість його смаків та звичаїв. Неповторність міста гармонує з розмаїттям культурних традицій, стилів різних епох від XIII до XX століття – ренесансом, романським, готикою, бароко, рококо, ампіром, класицизмом, конструктивізмом, сецесією»¹⁷⁸.

Варто зазначити, що більшість архітектурних пам'яток зосереджено у місті Львові, історія якого починається ще з XIII століття, періоду роздробленості Русі, коли Львів стає центром Галицько-Волинського князівства. Ще за радянських часів для збереження культурної спадщини міста постановою Ради Міністрів Української РСР від 12 червня 1975 р. № 297 створено Державний історико-архітектурний заповідник¹⁷⁹. Після проголошення незалежності України питання захисту пам'яток культурної

¹⁷⁶ Історико-культурний заповідник «Давній Пліснеськ» запрошує в гості. *Львівська ОВА* [офіц. сайт]. 20 черв. 2022. URL: <https://loda.gov.ua/news/32259> (дата звернення: 15.08.2022).

¹⁷⁷ У Львові презентували онлайн-проект «Археологічні знахідки Львова». *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 04 берез. 2021. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/284455-u-lvovi-prezentuvaly-onlain-proiekt-arkheolohichni-znakhidky-lvova> (дата звернення: 15.08.2022).

¹⁷⁸ Львів історико-архітектурний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv05.html> (дата звернення: 10.11.2022).

¹⁷⁹ Про створення Державного історико-архітектурного заповідника в м. Львові : Постанова Ради Міністрів Української РСР від 12 червня 1975 р. № 297. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/297-75-%D0%BF#Text> (дата звернення: 12.03.2022).

спадщини стали одними із першочергових завдань культурної політики. З метою захисту старовинного міста на виконання Указу Президента України від 2 липня 1997 року № 603 «Про збереження історичної забудови у центральній частині міста Львова»¹⁸⁰ Кабінетом Міністрів України прийнято «Комплексну програму збереження історичної забудови м. Львова» (Постанова від 15 листопада 1997 р. № 1266)¹⁸¹, що передбачає особливий його статус як міста-пам'ятки. У програмі зазначалося, що у місті Львові нараховується понад 2000 будівель, що перебувають на державному обліку як пам'ятки історії та культури¹⁸². Враховуючи унікальність історико-архітектурного ансамблю міста Львова, на засіданні 22 сесії Комітету Світової спадщини ЮНЕСКО у місті Кіото (Японія) 2 грудня 1998 року було задоволено заявку України, і «Ансамбль історичного центру Львова» занесено до Списку всесвітньої спадщини¹⁸³. Як зазначається на сайті Центрального державного електронного архіву України (ЦДЕА), «територія Ансамблю історичного центру складається зі 120 га середньовічної та ренесансної частини міста Львова та території собору Св. Юра на Святоюрській горі та горою Високий замок. Буферна зона Ансамблю історичного центру визначена межами історичного ареалу і становить близько 3000 га»¹⁸⁴.

Розглянемо більш детально об'єкти історико-культурної спадщини Львова. У місті майже не зберіглося будівель княжих часів у первісному вигляді, здебільшого реконструйовані і перебудовані у більш пізній період. Найдавнішою кам'яною будівлею Львова, крім фрагментів оборонних стін Високого Замку, є церква Святого Миколая, згадка про яку зустрічається у грамоті князя Лева 1292 року. Саме вона була церквою родини Лева. Однак

¹⁸⁰ Про збереження історичної забудови у центральній частині міста Львова : Указ Президента України від 2 липня 1997 року № 603. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/603/97#Text> (дата звернення: 15.03.2022).

¹⁸¹ Комплексна програма збереження історичної забудови м. Львова : Затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 15 листопада 1997 р. № 1266. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1266-97-%D0%BF#Text> (дата звернення: 15.03.2022).

¹⁸² Там само.

¹⁸³ Світова спадщина ЮНЕСКО в Україні. Ансамбль історичного центру Львова. *ЦДЕА України* [офіц. сайт]. URL: <https://tsdea.archives.gov.ua/exhibitions/unesco/?page=lviv> (дата звернення: 15.11.2022).

¹⁸⁴ Там само.

сучасного вигляду церква набула з першої половини XVII століття¹⁸⁵. Іншою архітектурною пам'яткою у давньоруському стилі є храм Іоана Хрестителя, збудований у 1260 р. для дружини князя Лева, який декілька разів руйнували і відновлювали, а наприкінці XIX ст. перебудували у романському стилі. Також з княжих часів існують церква і монастир Св. Онуфрія, де 1573 року Іван Федоров заснував друкарню і пізніше був похований. Найдревнішим львівським костелом вважається костел Марії Сніжної (нині церква Матері Божої Неустанної Помочі), споруджений у XIV ст. німецькою громадою і реставрований у XIX ст.¹⁸⁶

Більше пам'яток зберіглося з періоду польського панування з XIV ст., коли місто укріплюється кам'яними стінами і вежами, із забудовами, центральною площею і ратушею. Особливе місце в архітектурі Львова займає архітектурний ансамбль площі Ринок. Площа майже квадратної форми, з чотирьох сторін її оточують 44 різnorідні за часом і стилем (ренесанс, бароко, ампір) будинки¹⁸⁷. Центр площі увінчує ратуша, яка впродовж віків неодноразово перебудовувалася. Першу ратушу було збудовано ще у XIV ст., сучасного вигляду вона набула вже у середині XIX ст. Приблизно у 1360 році поряд з площею Ринок було закладено Кафедральний (Латинський) собор, будівництво якого тривало майже 100 років¹⁸⁸. Незмінною до нашого часу залишилась вівтарна частина собору. Гордістю міста є ансамбль Успенської церкви, побудований у стилі ренесансу. Збереглися до сьогодні рештки синагоги «Золота Роза», заснованої у 1582 році, яку підірвали німці у 1943 році¹⁸⁹. Прикладами стилю бароко є костел єзуїтів, костел Магдалини, П'ятницька церква, збудована українським братством (XVII–XVIII ст.). Видатними пам'ятками архітектури XVIII століття є собор Св. Юра та Домініканський собор. Зауважимо, Собор Святого Юра – це не лише церква, а цілий архітектурний комплекс із 6-ти будівель. Це храм, який внесений до

¹⁸⁵ Львів історико-архітектурний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv05.html> (дата звернення: 10.11.2022).

¹⁸⁶ Церква Матері Божої Неустанної Помочі. *Українська греко-католицька церква* [офіц. сайт]. URL: <https://map.ugcc.ua/view/260-tserkva-materi-bozhoi-neustanno-pomochi-lviv> (дата звернення: 15.11.2022).

¹⁸⁷ Львів історико-архітектурний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv05.html> (дата звернення: 10.11.2022).

¹⁸⁸ Архітектура Львова : Час і стилі. XIII–XXI ст. / упоряд. і наук. ред. Ю. О. Бірюльов. Львів : Центр Європи, 2008. С. 68.

¹⁸⁹ Руїни синагоги «Золота Роза». *ЛІА. Інтерактивний Львів*. URL: <https://lia.lvivcenter.org/uk/objects/golden-rose-synagogue/> (дата звернення: 18.11.2022).

переліку Світової спадщини ЮНЕСКО та є Головною святинєю УГКЦ.¹⁹⁰ Ця святиня є візитівкою міста Лева.

З входженням Львова до Австро-Угорщини з 1772 року і до середини XIX століття в архітектуру проникає стиль класицизму. Збереглися такі пам'ятки класицизму: будинок Наукової бібліотеки (на вул. Стефаника), Природознавчий музей, новий будинок Ратуші, Палац Потоцьких, будівля міського театру (нині Національний академічний український драматичний театр ім. М. Заньковецької). Пам'ятками стилю еkleктизму другої половини XIX ст. є будівлі нинішніх головних корпусів Львівського Національного університету ім. Івана Франка, НУ «Львівська політехніка», театру опери і балету імені Соломії Крушельницької. Крім того, Ансамбль історичного центру Львова включає і багато інших пам'яток архітектури.

Варто звернути увагу, що визначне місце в історико-архітектурній спадщині Львівщини належить пам'яткам оборонної архітектури. В епоху середньовіччя фортеці перебудовувались на замки-фортеці, набуваючи не лише оборонне, але й житлове призначення. Замкові комплекси являли собою укріплену територію з житловими, господарськими, культовими, військовими та іншими будівлями, зазвичай оточеними об'єктами і спорудами оборонного типу – валами, ровами, мурами, бастіонами, вежами тощо.¹⁹¹ А з XIX ст., у зв'язку із зміною геополітичної ситуації, замки-фортеці поступово зовсім втрачали свої оборонні функції, їх перебудовували на житлові комплекси – замки-палаці, які зберегли лише деякі елементи фортифікацій.

Так, з оборонних споруд Львівщини залишились рештки мурів Королівського і Міського арсеналів та Порохова вежа. Однією з пам'яток оборонного Львова є Високий Замок, споруджений на Княжій горі ще за князя Лева, проте у XIX ст. був повністю розібраний, на сьогодні залишився лише фрагмент стіни замка. У 2004–2005 роках у Львові обговорювалися

¹⁹⁰ Собор Святого Юра (Архітектурний комплекс з 6 будівель). *Львівський туристичний центр*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivtc.com.ua/tourist-places-of-lviv/high-castle/> (дата звернення: 15.11.2022).

¹⁹¹ Орищенко К. Р. Перспективи відродження замків України. *Георгафія та туризм* : матеріали V Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Харків, 28 лют. 2022 р. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2022. С. 146.

питання відновлення на Замковій горі кам'яної споруди замку, однак цей проєкт так і не був реалізований¹⁹². Високий замок – це одна із візитівок Львова, яка приваблює туристів. На Львівщині говорять: «не був на Високому Замку – не був у місті Лева»¹⁹³.

З другої половини 1990-х років замки Львівщини включені до туристської програми туру-маршруту вихідного дня «Золота підкова Львівщини»¹⁹⁴ (Олеський, Підгорецький, Золочівський, Свірзький замки). Тур вихідного дня «Золота підкова Львівщини» – це класика, його пропонує майже кожна туристична фірма в Україні.

Хоча замки Львівщини і мають спільні риси, однак вони відрізняються один від одного. Саме тому екскурсії замками користуються великою популярністю. Так, Олеський замок – самий найстаріший, є пам'яткою архітектури та історії XIII–XVIII століть. Підгорецький замок, який будували ще за Станіслава Конєцпольського – найрозкішніший замок Львівщини, його називають «українським Версалем»¹⁹⁵. Золочівський замок – один із найефективніших замків України, зводився для оборони, тому тут на сьогодні найкраще збереглися фортифікації і гармати на валах. На його території є ще один палац – Китайський, де відбуваються справжнісінькі чайні церемонії. Свірзький замок – місце зйомок багатьох фільмів. Прикладом є екранізація роману Олександра Дюма «Три мушкетери»¹⁹⁶. Багато років замок Свірж стояв закритим, припинення фінансування, негативний вплив погоди зробили його непридатним для відвідування. У 2018 році у цьому замку знову почали проводити екскурсії, хоча періодично. У майбутньому планується у замку облаштувати культурно-мистецький центр. Поморянський замок – чудовий зразок стилю ренесансу, колишня королівська резиденція, теж зазнав значних руйнувань і потребує серйозної

¹⁹² Високий замок. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Високий_замок (дата звернення: 20.01.2023).

¹⁹³ Високий замок у Львові. Історичні факти та загадки. *Львівський туристичний центр* [офіц. сайт]. URL: <https://lvivtc.com.ua/tourist-places-of-lviv/high-castle/> (дата звернення: 15.11.2022).

¹⁹⁴ Топ-10 замків та фортець Львівщини, що полонять увагу середньовічною естетикою, романтикою та легендами. *Karpatium*. URL: <https://karpatium.com.ua/blog/top-10-zamkiw-ta-fortets-lwiwschyny-scho-polonqt-uwagu-serednowichno-estetyko-romantyko-ta-legendamy> (дата звернення: 20.12.2022).

¹⁹⁵ Там само.

¹⁹⁶ Свірзький замок. *Karpatium*. URL: <https://karpatium.com.ua/pamyatky-arkhitektury/svirzkyi-zamok> (дата звернення: 20.12.2022).

реставрації. Добромильський замок – найвищий замок Львівщини, розташований найдалі від Львова, мав виключно оборонне значення, на сьогодні збереглися лише руїни північно-західної частини (залишки багатогранної двоярусної в'їзної вежі та фрагменти мурів). Старосільський замок розташований найближче до Львова, побудований у стилі ренесанс на кошти князів Острозьких наприкінці XVII століття. Цей замок вважається найбільшим на Львівщині, його площа близько 2 га, має трикутну форму, при будівництві його прикрашали щонайменше п'ять веж, більшість із яких на сьогодні зруйновані¹⁹⁷. У 2010 році Старосільський замок передали в концесію з метою реставрації і відкриття тут у 2015 р. туристично-відпочинкового центру. Але роботи так і не почалися¹⁹⁸. Жовківський замок – ідеальна ренесансна фортеця, знаходиться у місті-заповіднику, побудований на замовлення Станіслава Жолкевського у 1594–1606 роках як оборонна споруда, пізніше, наприкінці XVII століття замок стає королівською резиденцією. На відміну від інших замків, він частково відновлений і роботи по реставрації продовжуються. В дуже занедбаному стані знаходиться Бродівський замок.

Варто звернути увагу, що замковий туризм є досить привабливим як для туристів, так і для залучення інвестицій у його розвиток. «На даний час замки знайшли своє нове призначення: стали музеями, готелями, картинними галереями, ресторанами, майданчиками для театральних постановок та музичних концертів, різноманітних шоу та вистав»¹⁹⁹. Посиленню інтересу до замків Львівщини з боку міжнародних і внутрішніх туристичних потоків сприяють як проведення реставраційних робіт, так і поступове перетворення замків на «скарбниці» культурної спадщини регіону.

¹⁹⁷ Орищенко К. Р. Перспективи відродження замків України. *Географія та туризм* : матеріали V Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Харків, 28 лют. 2022 р. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2022. С. 147.

¹⁹⁸ Топ-10 замків та фортець Львівщини, що полонять увагу середньовічною естетикою, романтикою та легендами. *Karpatium*. URL: <https://karpatium.com.ua/blog/top-10-zamkiw-ta-fortets-lwiwshyny-scho-polonqt-uwagu-serednowichno-estetyko-romantyko-ta-legendamy> (дата звернення: 20.12.2022).

¹⁹⁹ Василенко А. В., Василенко В. Ю., Діхтяренко О. В., Перепелиця А. С. Стан та перспективи використання замково-палацового комплексу України в туризмі. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2019. № 9. С. 173.

Проте, використання замків у туризмі залишається дуже обмеженим. На думку К. Орищенко, «замкові та палацові комплекси мають один з найнижчих рівнів використання в Україні, так як значна їх частина, маючи важливе значення в історії країни, розвиткові архітектурно-будівельних традицій, нині не використовується, залишаючись невідомим для туристів»²⁰⁰. Разом з тим, фортифікаційні споруди Львівщини можуть бути не лише цікавими об'єктами туристичної діяльності, але й складовою туристичної інфраструктури, як це відбувається у європейських країнах.

Згідно з дослідженнями О. Суrowого²⁰¹, на сьогодні немає достовірних даних про загальну кількість замків, оскільки багато з них втрачені назавжди, інші знаходяться у стані руїн. Не лише замки Львівщини, а й велика кількість замків по всій Україні знаходяться нині у стані занепаду, або перетворені на руїни. Хоча Кабінетом Міністрів України схвалено Концепцію Державної програми збереження та використання замків на 2006–2011 роки (від 8 червня 2005 р. № 182-р)²⁰² та приймалися й інші програми, однак проблеми залишаються і по сьогоднішній день. Відсутність державної та спонсорської підтримки стають причинами для зносу споруд, які мають історичну цінність.

За оцінками фахівців, більша частина об'єктів культурної спадщини Львівщини перебуває нині у незадовільному або навіть в аварійному стані та потребують негайного проведення реставраційних робіт. З метою залучення громадськості та меценатів до збереження і реставрації архітектурних пам'яток у 2000 році було створено Благодійний Фонд збереження історико-архітектурної спадщини Львова²⁰³. За ініціативи департаменту архітектури та розвитку містобудування Львівської ОДА та підтримки Українського культурного фонду, експерти та фахівці Інституту стратегії культури разом з громадами створюють 16 програм ревіталізації пам'яток Львівщини у проєкті

²⁰⁰ Орищенко К. Р. Перспективи відродження замків України. *Географія та туризм* : матеріали V Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Харків, 28 лют. 2022 р. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2022. С. 150.

²⁰¹ Суrowий О. А. Замки України в системі міжнародного та внутрішнього туризму в Україні. *Розвиток індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: сучасний стан і перспективи* : зб. тез доповідей IX Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 22 трав. 2020 р. Тернопіль, 2020. С. 75.

²⁰² Концепція Державної програми збереження та використання замків на 2006–2011 роки: Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 8 червня 2005 р. № 182-р. *Урядовий портал* [веб-портал]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/17821366> (дата звернення: 09.02.2023).

²⁰³ Львів історико-архітектурний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv05.html> (дата звернення: 10.11.2022).

«Культурна спадщина Львівщини. Перезавантаження» (2021 р.)²⁰⁴. Утім, за свідченням туроператорів м. Львова (Дод. В), конкретних результатів і реальних проєктів по відновленню замків на сьогодні майже не реалізовано, окремі спроби щодо відновлення замків здійснюють меценати та волонтери. Крім того, важливими проблемами сьогодення є збереження і відродження культурної спадщини в процесі їх туристського використання – від охорони об'єктів від туристів до збереження їх автентичності. На думку Г. Терещук, «у Львові відсутній системний підхід до збереження пам'яток. Проблема не стільки у фінансуванні, а у відсутності наукового підходу до збереження пам'яток архітектури»²⁰⁵.

Об'єктами практично усіх туристських програм обов'язковими є музеї Львівщини. Туроператорами активно використовується європейський досвід формування культурологічних турів із відвідуванням музеїв. Статистичні дані щодо кількості музеїв у Львові і області у різних джерелах різняться, в залежності від їх підпорядкування. У Паспорті Львівської області зазначається, що в області діють 17 музеїв²⁰⁶. Крім того, за даними Львівської ОДА, на Львівщині функціонує 153 громадські музеї²⁰⁷. У Львові, за одними джерелами, вказано, що існують понад 40 музеїв, за іншими – понад 60. Це означає, що відсутній Єдиний реєстр усіх музеїв, причому не лише Львівщини, а й по всій Україні. За інформацією Львівської обласної державної адміністрації, станом на початок 2021 року на Львівщині зосереджено близько 16% всієї музейної спадщини України, а в музеях знаходяться близько 1,6 млн музейних предметів²⁰⁸.

Найбільш популярними серед туристів є такі музеї Львова: Національний музей, заснований з ініціативи великого митрополита Андрія

²⁰⁴ Інститут стратегії культури вивчає думку експертів та громад для 16 об'єктів спадщини. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 12 січ. 2021. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=56329> (дата звернення: 14.02.2023).

²⁰⁵ Терещук Г. Стан пам'яток архітектури Львова плачевний. 31 січ. 2011. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/2292468.html> (дата звернення: 30.03.2021).

²⁰⁶ Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 22.09.2022).

²⁰⁷ На Львівщині функціонує 153 громадські музеї, – Олег Синютка. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 07 верес. 2018. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=39106> (дата звернення: 22.09.2022).

²⁰⁸ На розвиток культури області цього року планують скерувати 12 мільйонів гривень. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 13 січ. 2021 р. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=56361> (дата звернення: 26.02.2023).

Шептицького²⁰⁹, серед експонатів якого відома найбільша у світі колекція українського іконопису; Львівський історичний музей – другий за розмірами історичний музей України²¹⁰; Львівська національна галерея мистецтв імені Бориса Возницького²¹¹. Особливо широким попитом серед відвідувачів користується Музей народної архітектури і побуту – унікальний музей під відкритим небом, один з найбільших у Європі – розташований на 50 га Шевченківського гаю, де зібрані найкращі зразки української дерев'яної архітектури²¹². Частина музеїв області входять до складу історико-культурних заповідників Львівщини. Так, при Державному історико-культурному заповіднику у м. Белзі створено історико-краєзнавчий музей. У с. Урич знаходиться музей історії міста-фортеці Тустань. На території Державного історико-культурного заповідника «Нагуєвичі» (Дрогобицький район, батьківщина Івана Франка) розташований Літературно-меморіальний музей Івана Франка. Історико-краєзнавчий музей діє в державному історико-архітектурному заповіднику у м. Жовква. В останні роки музеї Львівщини все більше перетворюються на невід'ємну складову туристичного обслуговування, інтегруються у туристичний бізнес. Цьому сприяють відкриття у музеях розгалуженої сфери послуг для туристів та відвідувачів, сувенірних магазинів, виставкових галерей, антикварних магазинів тощо.

Однак, з початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України з 24 лютого 2022 року музеї Львівщини закрилися для відвідувачів. Більшість музеїв почали здійснювати евакуацію найцінніших музейних колекцій та експонатів. Допомогу у цьому надавав «Центр порятунку культурної спадщини», який був створений у Львові громадськими активістами 2 березня 2022 року.²¹³ Однак пізніше деякі музеї, наприклад Львівський історичний музей та інші, почали організовувати виставки,

²⁰⁹ Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького [офіц. сайт]. URL: <https://nml.com.ua/> (дата звернення: 05.12.2022).

²¹⁰ Мельник Б. В. Вулицями старовинного Львова. Львів : Світ, 2002. С. 69.

²¹¹ Львівська національна галерея мистецтв імені Бориса Возницького [офіц. сайт]. URL: <https://lvivgallery.org.ua/> (дата звернення: 04.02.2023).

²¹² Музей народної архітектури і побуту у Львові імені Климентія Шептицького [офіц. сайт]. URL: <https://lvivskansen.org/> (дата звернення: 05.12.2022).

²¹³ Громадська ініціатива «Центр порятунку культурної спадщини». УЦКД. 03 берез. 2022. URL: <https://uccs.org.ua/novyny/hromadska-initsiatyva-tsentru-poriatunku-kulturnoi-spadshchyny/> (дата звернення: 17.01.2023).

представляти цікаві проєкти²¹⁴, значна частина яких присвячена воєнній тематиці. У Меморіальному музеї тоталітарних режимів організовано виставку оцифрованої повоєнної спадщини Музею української перемоги. «Музей української Перемоги» – воєнно-документальний проєкт, організований ГО Піксельовані реальності²¹⁵. В рамках проєкту громадська організація спільно з воєнними кореспондентами та операторами, які знаходяться в зонах бойових дій, містах, що зазнали пошкоджень під час війни та на деокупованих територіях, сканує 3D-експонати для майбутнього музею.

Разом з тим, варто зазначити, що туристів приваблює не лише культурна спадщина Львівщини, але й сучасна культура регіону. Львів відомий також як осередок художнього, літературного, музичного й театрального мистецтва. В регіоні відбуваються різноманітні культурно-мистецькі події: виставки сучасного мистецтва, театральні дійства, концерти, традиційні свята. В регіоні діють 11 театрів, філармонія, зал органної і камерної музики, кіно-концертні комплекси, 13 концертних організацій²¹⁶ тощо. Лише історія театру у Львові налічує кілька сотень років. Перші з них виникли ще при школах та колегіях – ставропігійській, домініканській та єзуїтській. Професійний український театр «Руська бесіда» розпочав свої вистави у 1864 р. Перший театральний будинок побудований у першій половині XIX ст. на кошти мецената графа Скарбка, нині в ньому розташований Національний драматичний театр ім. М. Заньковецької. З кінця XIX ст. діє оперний театр – один з найкрасивіших в Європі²¹⁷. Щороку восени Львів перетворюється на театральну столицю, приймаючи

²¹⁴ 5 цікавих локацій Львівського історичного музею, відкритих для відвідувачів у січні 2023. *Львівська обласна рада* [офіц. сайт]. 03 січ. 2023. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/news/5-cikavih-lokacii-lvivskogo-istorichnogo-muzeju-vidkritih-dlya-vidviduvachiv-u-sichni-2023> (дата звернення: 20.02.2023).

²¹⁵ У Львові виставка «Музей української Перемоги» продовжена до 20 січня 2023 року. *Громадській простір*. 20 груд. 2022. URL: <https://www.prostir.ua/?news=u-lvovi-vystavka-muzej-ukrajinskoji-peremohy-prodovzhena-do-20-sichnya-2023-roku> (дата звернення: 21.01.2023).

²¹⁶ Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 22.09.2022).

²¹⁷ Львів культурно-мистецький. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv06.html> (дата звернення: 10.11.2022).

Міжнародний театральний фестиваль «Золотий Лев», започаткований у 1989 році²¹⁸, який приваблює туристів з усього світу.

Аналіз туристських програм туроператорів не лише Львівщини, а й інших регіонів України дає підстави стверджувати, що при плануванні турів по Львівщині вони враховують календар культурних і мистецьких заходів, які відбуваються у Львові і області. Так, серед найвизначніших музичних акцій варто відзначити фестиваль класичної музики «Віртуози», фестиваль сучасної музики «Контрасти», фестиваль оперної музики імені Соломії Крушельницької, фольклорні фестивалі «У Галицькому колі» та «Горицвіт», фестиваль патріотичної пісні «Сурми звитяги», фестивалі хорового мистецтва, міжнародний фольклорний фестиваль «Етновир», який збирає у Львові справжніх любителів етномузики. З 2011 року у Львові влітку також проводиться міжнародний джазовий фестиваль Leopold Jazz Fest, відомий раніше як Alfa Jazz Fest²¹⁹.

Львів є центром не лише музичних фестивалів. Причому більшість з них проводяться у певну пору року, що дає можливість враховувати це при плануванні турів по Львівщині. Отже, зимою організовуються такі фестивалі: фестиваль «Спалах Різдвяної Звізди» – щорічне свято-парад Різдвяної Зірки у Львові, яке проходить на центральних вулицях і площах Львова в межах Різдвяних святкувань 7–9 січня, що мають назву «Велика Коляда»; міське Свято Пампуха – щорічний фестиваль львівського пампуха (традиційної різдвяної випічки на Галичині); свято Шоколаду – щорічний фестиваль шоколаду для справжніх гурманів та ласунів, часто його організовують на день святого Валентина. Весною проводяться день Міста; фестиваль Писанок + фестини «Велика Гаївка» – традиційні Великодні фестивалі у Шевченківському Гаю; день Батяра – львівський фестиваль вуличних гульвіс, так званих батярів; міжнародний дитячий фестиваль. Влітку – міжнародний фестиваль короткометражних фільмів «Wiz–Art»; гастрономічний фестиваль «Львів на тарілці» – для справжніх гурманів, коли

²¹⁸ Золотий Лев-2022. [офіц. сайт]. URL: <http://golden-lion.com.ua/> (дата звернення: 15.02.2023).

²¹⁹ Львів культурно-мистецький. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv06.html> (дата звернення: 10.11.2022).

львів'яни та гості міста можуть посмакувати шедеври галицької традиційної кухні, скуштувати закарпатські страви, оцінити вишукану європейську кухню тощо. Також цікавим є міжнародний фестиваль ретро-автомобілів «Леополіс Гран Прі». Приваблює відвідувачів і Львівський тиждень моди «Lviv Fashion Week» – щорічний фестиваль моди у Львові, який проводиться двічі на рік: навесні і восени. Наприкінці вересня проводиться міське свято «На каву до Львова» – щорічне «найароматніше» свято Львова, на якому три дні кава править життям міста. Восени проходять також форум видавців у Львові – найбільша літературна подія не тільки Львова, але й всієї країни, – щорічний фестиваль книговидавців, на якому представлені найрізноманітніші видання, починаючи від дитячої літератури і закінчуючи світовими бестселерами; у другій половині жовтня проходить свято сиру і вина, в рамках якого найкращі бренди і торгові марки представляють свою продукцію; Ніч у Львові – ексклюзивний фестиваль музеїв у Львові, протягом якого кожен охочий може відвідати будь-яку музейну установу Львова чи Львівщини безкоштовно²²⁰. Низку цих львівських фестивалів започатковано вперше в Україні, зокрема – свято Кави, Шоколаду, Пампуха, день батяра, фестивалі «Етновир», «Країна мрій», міжнародний театральний фестиваль «Золотий Лев», молодіжний театральний фестиваль «Драбина», які вже стали традиційними для мешканців та гостей міста. Згідно зі статистичними даними, на кожний фестиваль приїжджають близько 15 тис. відвідувачів²²¹.

Туристи цікавляться також народними звичаями, традиціями, що збереглися в регіоні з давніх часів. Особливе місце у туристських програмах відводиться і знайомству з ремеслами, оскільки саме на Львівщині знаходяться осередки ткацтва, вишивки, писанкарства, ковальства, виготовлення кераміки, гутного скла, художньої обробки металу, шкіри та ін. З метою відродження ковальства проводяться акції «Ковальські імпрези»,

²²⁰ Фестивалі у Львові. *Andreolli-Tour*. URL: <https://lviv-tourist.info/festyvali-u-lvovi/> (дата звернення: 20.12.2022).

²²¹ Там само.

міжнародний фестиваль «Замкові брами», міжнародний симпозіум гутного скла²²² та ін.

Популярними на Львівщині є фестивалі, які проходять в замках, фортецях, історико-культурних та історико-архітектурних комплексах. Прикладом може слугувати історико-культурний заповідник «Тустань» у с. Урич, розташований у Карпатських горах. На сьогодні збереглися лише залишки від давньоруської фортеці «Тустань», яка існувала у XI–XIII століттях і слугувала своєрідною митницею. Звідси і її назва – «тут стати», тобто, зупинитися і сплатити мито²²³. Щороку влітку, починаючи з 2006 р. під Урицькими скелями відбувається фестиваль української середньовічної культури «Ту Стань!», під час якого десятки учасників з точністю відтворюють на очах у туристів військові баталії воїнів-русичів²²⁴. Під час фестивалю туристи можуть також спробувати себе у давніх ремеслах, пізнати особливості побуту, відчути справжній дух епохи середньовіччя.

Отже, завдяки насиченій культурній програмі, розвиненій інфраструктурі Львівщина має найбільший туристичний потенціал в Україні. На основі експертних досліджень Державної служби туризму і курортів та «Ради з питань туризму і курортів» 28 квітня 2009 року місту Львову присвоєно статус культурної столиці України²²⁵. Основними підставами такого досягнення є понад 100 фестивалів у Львові щорічно, 60 музеїв, 100 храмів різних конфесій та велика зацікавленість Львовом з боку туристів.

У 2018 році у Львові вперше підрахували лояльність туристів до міста та враження, з якими вони повертаються додому. Про це свідчать дані маркетингового дослідження, опублікованого управлінням туризму Львівської міської ради. Лояльність туристів у 2018 році становила +73,6%, що свідчить про активні рекомендації своїм рідним і знайомим відвідати Львів та бажання знову сюди повернутися. Індекс туристичної привабливості

²²² Львів культурно-мистецький. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv06.html> (дата звернення: 10.11.2022).

²²³ Історико-культурний заповідник «Тустань» (с. Урич, Львівська обл.): карта, фото, опис. *Дримба*. URL: <https://drymba.com/uk/1033536-istoryko-kulturnyy-zapovidnyk-tustan-urych> (дата звернення: 12.08.2022).

²²⁴ Фестиваль-табір української середньовічної культури «Ту Стань». Новий формат. *Тустань* [офіц. сайт]. URL: <https://tustan.com.ua/> (дата звернення: 12.08.2022).

²²⁵ Львову присвоєно статус культурної столиці України. *Інформаційне агентство УНІАН*. 28 квіт. 2009. URL: <https://www.unian.ua/society/216223-lvovu-prisvoeno-status-kulturnojistolitsi-ukrajini.html> (дата звернення 19.11.2019 р.).

міста становив 4,8 з 5, а індекс задоволеності туристичними послугами – 4,4 з 5²²⁶. Крім того, згідно зі статистичними даними, кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у 2020 році у Львівській області складало 100 824 (на другому місці після Києва)²²⁷.

Компанією «Хьюмен Ресearч» на замовлення Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) на базі застосунку «Lemur» з 12 листопада по 10 грудня 2021 року проведено дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців, за результатами якого опубліковано звіт²²⁸. В опитуванні взяли участь 23 480 респондентів з усіх областей України, з них 1060 зі Львівської області. Виявилося, що Львівська область на другій сходинці після Одеської, яку найчастіше відвідували респонденти²²⁹, а місто Львів – на третій сходинці, уступаючи лише Одесі і Києву²³⁰. Причому, це стосувалося як респондентів, які називали лише одну поїздку Україною, так і тих, хто згадував про кілька поїздок. 13 % українців під час подорожі Україною у 2021 році відвідували Львівську область (порівняно: Одеську – 15 %, Київ – 11 %)²³¹, місто Львів на третій сходинці (8 %) після Києва і Одеси²³². Серед усіх вікових груп, які найчастіше подорожували, була молодь до 24 років. Якщо проаналізувати регіональні особливості відвідування областей, то найбільше Львівщину згадують жителі західних областей. Щодо мети подорожей, то абсолютна більшість респондентів називають відпустку, дозвілля та відпочинок (68 %), участь або відвідування культурних заходів – 2 %, участь у конференціях, конгресах, виставках та ярмарках – 2 % респондентів²³³. Серед видів відпочинку респонденти надали перевагу екскурсійному туризму (ходити по різних цікавих локаціях) – 38 %, на четвертій сходинці – участь або відвідування культурних заходів (8 %

²²⁶ Звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році у Львові. *Високий замок*. 13 січ. 2019. <https://wz.lviv.ua/news/383616-zvidki-prijizhdzhali-ta-skilki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi-u-l-vovi> (дата звернення: 05.09.2022).

²²⁷ Статистичний щорічник України за 2020 рік / ред. І. Є. Вернер. Київ : Державна служба статистики України, 2021. С. 153. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.pdf (дата звернення: 15.01.2023).

²²⁸ Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Листопад/грудень 2021. 214 с. *Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ)*. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkBfAsIVbke9A/view> (дата звернення: 10.03.2023).

²²⁹ Там само. С. 57.

²³⁰ Там само. С. 58.

²³¹ Там само. С. 64.

²³² Там само. С. 69.

²³³ Там само. С. 74.

респондентів), на восьмій сходинці – розважальні тури (відвідування масштабних фестивалів, концертів, футбольних матчів) – 6 %²³⁴. На запитання щодо туристичної привабливості окремих областей України («Чи вважаєте ви область свого проживання привабливою для туристів?»), Львівська область виявилася на другій сходинці (93 % респондентів) після Закарпатської (94 %) ²³⁵. Отже, за результатами дослідження, Львівщина посідає одне з провідних місць щодо відвідування області туристами.

Однак, культурний потенціал регіону ще неповністю і не досить ефективно використовується у туристичному бізнесі, значна кількість історико-культурних пам'яток Львівщини і сучасних культурних ресурсів залишаються не задіяними у туристичній діяльності. Згідно з дослідженнями Н. Мікули і О. Дацко, саме напряму культурного туризму, коли туристичними об'єктами є не тільки історико-культурні надбання, а й сучасні культурні ресурси, приділяється дуже мало уваги. Тому значною мірою необхідно переглянути існуючі підходи щодо формування об'єктів культурного туризму на базі існуючих та новостворених культурних ресурсів²³⁶. Частково ці питання включені до Комплексної програми розвитку культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки, яку було затверджено наприкінці грудня 2020 року на засіданні Львівської ОДА²³⁷.

Отже, дослідження історико-культурного надбання і сучасних культурних ресурсів Львівщини дають підстави зробити висновок, що цей регіон має величезний історико-культурний туристський потенціал, деякі складові якого є унікальними і мають загальносвітове значення. Культурна спадщина, музеї, театри, фестивалі тощо є об'єктами туристських програм,

²³⁴ Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Листопад/грудень 2021. С. 83. *Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ)*. URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view> (дата звернення: 10.03.2023)

²³⁵ Там само. С. 196.

²³⁶ Мікула Н. А., Дацко О. І. Культурні ресурси як джерело унікальних конкурентних переваг регіону. *Зб. наук. праць ПВНЗ «Буковинський університет». Серія «Економічні науки»*. 2010. № 6. С. 111–119.

²³⁷ На розвиток культури області цього року планують скерувати 12 мільйонів гривень. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 13 січ. 2021 р. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=56361> (дата звернення: 26.02.2023).

важливим фактором залучення туристів до Львова і Львівської області. Розвиток культурного туризму регіону має велике значення для формування національної свідомості українського суспільства, особливо в сучасних умовах. Утім, попри те, що Львівська область є одним з найбагатших регіонів України за кількістю історико-культурних ресурсів, представлених у широкому хронологічному періоді (від Княжої доби до середини XX ст.), все ж привабливість території з точки зору культурного туризму не лише включає об'єкти культурної спадщини та сучасну культуру, а й передбачає наявність підприємств з обслуговування сфери туризму, висококваліфікованих трудових ресурсів, транспортного сполучення, певного рівня розвитку соціальної інфраструктури, а також сприятливої державної політики в країні.

2.2. Потенціал розвитку культурного туризму Львівщини

Однією з головних передумов розвитку туризму у Львівській області є природно-ресурсний потенціал у поєднанні з вигідним географічним положенням. Територія Львівської області – це поєднання унікальної історико-культурної спадщини, мистецтва, лікувально-оздоровчих, водних і ландшафтних ресурсів, самобутніх традицій і звичаїв, що є основою для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку (культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськолижного, природничо-пізнавального, науково-освітнього, релігійного, мисливського, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального, активного, екскурсійного туризму). Завдяки своєму розташуванню на перетині давніх сухопутних та водних шляхів, якими пересувалися війська, купці і звичайні подорожні, Львівщина отримала у спадщину розгалужену мережу доріг, однією з найбільш відомих є VIA REGIA – найстаріший та найдовший сухопутний зв'язок між Східною і

Західною Європою, так звана Дорога святого апостола Якова²³⁸. Львівщина перша з регіонів України приєдналася до Європейського проєкту VIA REGIA²³⁹ – культурний шлях Ради Європи, долучивши до цього проєкту паломницьку складову, проклала туристичний маршрут, який з'єднав Україну з дев'ятьма країнами Європи. Цей трансконтинентальний історико-культурний шлях став об'єднуючим елементом для всіх представлених на Львівщині культурних та сакральних об'єктів²⁴⁰. Територією області пролягають міжнародні комунікації, які з'єднують Україну з Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією. Північна частина області розташована у межах Волинської височини, Малого Полісся та Подільської височини, відокремлена долиною Дністра від Передкарпаття. На південному заході області розташовані хребти Українських Карпат. Північна частина області розташована в лісостеповій зоні. Область вирізняють сприятливі умови для розвитку сільського та рекреаційного господарства, крім того на Львівщину туристів і гостей приваблює неповторне поєднання ділової активності та місцевого колориту – самого міста Львова, замків, курортів і гір. Тож закономірно, що Львівська область входить до п'ятірки найбільш привабливих та популярних туристично-рекреаційних регіонів України²⁴¹. Туризм на Львівщині стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію, набуває все відчутнішого значення для місцевого господарства і загалом характеризується позитивною та сталою динамікою. Для туристичної галузі Львівщини характерним є зростання туристичної активності, вдало вибрана маркетингова політика, реалізація політики сприяння розвитку туризму з боку місцевих органів влади. Завдяки таким заходам Львівська область у туристичній галузі України посідає чи не перше місце у системі економіки регіону.

²³⁸ Жукова Т. Дорога святого Якова: прогулянка узбережжям. URL: <https://omore.city/articles/168179/doroga-svyatogo-yakova-progulyanka-vzdovzh-morya-zavdovzhki-v-sotni-kilometriv> (дата звернення: 16.10.2022).

²³⁹ Via Regia Україна. URL: <https://via-regia.org.ua/> (дата звернення: 16.10.2022).

²⁴⁰ Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища у Львівській області в 2015 році / Львівська обласна державна адміністрація Львів, 2016. URL: <https://dostup.pravda.com.ua/request/13952/response/22541/attach/3/ND%202015.pdf> (дата звернення: 30.03.2021).

²⁴¹ Булатов С. В. Туристсько-рекреаційний потенціал Львівської області. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар.наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 25 листоп. 2022. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 77.

Отже, унікальні туристичні ресурси Львівської області у поєднанні із багатою історико-культурною спадщиною, представленою у тривалому періоді часу, створюють засадничі передумови розвитку туристичної галузі. У свою чергу, туризм сприяє пожвавленню виробничо-господарських відносин всередині галузі і за її межами – активізується сільське господарство, легка та харчова промисловість, удосконалюється медична сфера діяльності, зростає будівельна галузь. Утім, успішність здійснення туристичної діяльності залежить від багатьох чинників, які у синергетичному поєднанні дають змогу отримати максимально можливий соціально-економічний ефект. Але «навіть значний туристичний потенціал не дає гарантії успішного розвитку туристичної індустрії»²⁴². Виконання цього завдання потребує вжиття спеціальних заходів з підвищення туристичної привабливості території, що передбачає: 1) оцінювання туристичної привабливості території за допомогою статистично-експертного методу; 2) формування переліку можливих заходів щодо підвищення туристичної привабливості території; 3) проведення маркетингових досліджень з метою прогнозування попиту на послуги туристичних підприємств регіону; 4) оцінювання економічної ефективності функціонування туристичних підприємств регіону; 5) оцінювання рекреаційної місткості та потенціалу туризму регіону; 6) визначення економічної ефективності інвестицій у програмні заходи з підвищення туристичної привабливості території; 7) регулювання туристичної привабливості території шляхом коригування державних програм розвитку туризму у регіоні²⁴³. До цих заходів варто додати й інші: «збільшити обсяги використання інструментів державно-приватного партнерства для просування різноманітних програм з удосконалення транспортної та туристичної інфраструктури, збереження природних ресурсів та реконструкції пам'яток архітектури; сприяти збільшенню інвестицій для реалізації програм у рекреації та туристичній

²⁴² Музиченко-Козловська О. В. Комплексний підхід до економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території. URL: https://vlp.com.ua/files/21_25.pdf (дата звернення: 23.04.2021).

²⁴³ Там само.

галузі на Львівщині»²⁴⁴. Це дасть змогу збільшити потоки іноземних та внутрішніх туристів, і, відповідно, збільшити надходження до бюджету.

Для підвищення туристичної привабливості Львівщини протягом 2020 року було розроблено й виготовлено туристичну презентаційно-довідкову та сувенірну продукцію, яка розповсюджувалась на виставкових і презентаційних заходах: путівник «Мандри Львівщиною: природні та еколокації», путівник «Гастромандри Львівщиною», путівник «Персональний гід Львівщиною» (укр. та англ. мовами), туристичні карти Львівщиною (укр., англ. та пол. мовами), гра «Мандрівка Львівщиною» та «Мандрівка Україною», туристичні буклети Львівщини на івриті, туристичні флаєри «LVIV REGION – MUST VISIT» (укр., англ. та кит. мовами), а також інша сувенірна продукція (парасолі з логотипом «LvivRegion – peopleofaction», горнята, рюкзаки, бафи, екосумки, дощовики та USB флеш-накопичувачі з брендуванням, сувенірні значки «Львівщина – люди дії», крафтові пакети із логотипом Львівщини та інше). Було створено 7 промоційних відеороликів про Львівську область: «Львівщина з неба», «В долині Карпатського зубра», «Гологори», «Львівщина. Подорож. Замки», «Львівщина. Подорож. Здоров'я», «Львівщина. Подорож. Гастромандри» та «Львівщина. Подорож. Активний туризм». Розроблено оновлений дизайн та технічне завдання для ребрендингу туристичного сайту Львівщини www.lviv-region.travel. А також організовано 32 промотури Львівщиною: для представників ЗМІ та блогерів; для туроператорів; для провайдерів медичного туризму; для екскурсоводів та гідів²⁴⁵.

Успішність функціонування туристичної галузі безпосередньо залежить й від ефективної реалізації єдиної державної політики, що ґрунтується не просто на комплексному і послідовному підґрунті з урахуванням особливостей галузі, як зазначено в Гаазькій декларації з

²⁴⁴ Кушнірук Г. В., Солдат О. А. Роль туризму в розвитку економіки Львівської області. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. 2017. № 12. С. 75.

²⁴⁵ Лушик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 180.

туризму²⁴⁶, а на засадах сталого розвитку з його принципами планування та стратегічного управління, щоб зиск отримували всі зацікавлені сторони – туристи, бізнес, держава, місцеві громади. Туризм функціонує за рахунок продуктів і послуг, які не є частиною туристичного сектора, але суттєво впливають на цілу галузь. Йдеться про транспорт, зв'язок, торгівлю, виробництво сувенірної продукції, громадське харчування, сільське господарство, будівництво, послуги колективних засобів розміщення. Відтак, як зазначають фахівці з державного управління, туризм – це «синтетична, складна сфера діяльності й багатогранна економічна система з розгалуженою мережею зв'язків, до якої входить понад 40 суміжних галузей народного господарства»²⁴⁷. Управління такою галуззю вимагає нормативно-правового регулювання за трьома напрямками, кожен з яких передбачає виконання ряду завдань:

- у сфері законодавства: затвердження стратегічних програм розвитку туризму; створення вільних економічних зон і територій пріоритетного розвитку; вдосконалення норм сертифікації та стандартизації послуг, системи ліцензування; оптимізація процедур ведення реєстру територій сфери туризму; налагодження відносин партнерства і співробітництва з іноземними державами; вдосконалення земельного законодавства (відведення земельних ділянок для будівництва об'єктів туристичної інфраструктури, нормативи в орендних відносинах); проведення тендерів на використання в цілях туризму заповідних територій; регулювання процедур візового оформлення і отримання закордонних паспортів;

- у сфері державного управління: розподіл повноважень серед спеціалізованих органів управління туризмом; організація державної аудиторської перевірки туристичних суб'єктів; розробка дієвих програм по залученню іноземних інвестицій; створення баз даних основних діячів вітчизняного туристичного ринку; проведення сучасних статистичних

²⁴⁶ The Hague Declaration on Tourism / Déclaration de La Haye sur le tourisme / Declaración de La Haya sobre turismo. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwto/declarations.1989.03.01> (дата звернення: 11.02.2022).

²⁴⁷ Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. дис... к. держ. у.: 25.00.02. Одеса, 2005. 20 с. URL: https://tourlib.net/aref_tourism/alekseeva.htm (дата звернення: 05.10.2021).

досліджень і аналіз основних показників; підвищення ефективності професійної підготовки спеціалістів у сфері туризму; активізація та фінансування рекламно-інформаційної політики регіонів; розробка нових туристичних маршрутів за умов взаємодії з закладами культури;

– в економічній сфері: забезпечення умов кредитування, субсидування суб'єктів туризму; пільгове оподаткування суб'єктів внутрішнього і в'їзного туризму; фінансування наукових досліджень щодо розробки технологій ефективного використання туристично-рекреаційного потенціалу країни²⁴⁸.

Державна політика у сфері туризму в Україні протягом останнього десятиліття еволюціонувала, на переконання дослідників О. Мельниченка та В. Шведун²⁴⁹, від політики «єдиного центру» не просто до політики ресурсного перерозподілу та мінімізації диспропорцій соціально-економічного характеру, а до прямих стимулюючих інструментів – комплексного регуляторного впливу, коли застосовуються інструменти та механізми, що дають змогу здійснювати всебічне регулювання туристичної індустрії державою з урахуванням особливостей усіх її складових²⁵⁰. Тобто, трансформація державної політики у сфері туризму супроводжується активним впровадженням новітніх принципів, які ґрунтуються на реалізації державної політики у цій сфері не виключно центральним урядом в межах традиційного підходу, а на різних рівнях державного управління та самоврядування²⁵¹. Крім того, активно розвивається співпраця у складі робочих груп з туризму (напр., Українсько-кіпрська робоча група з питань туризму²⁵² та ін.), утворених при спільних міжурядових комісіях з питань економічного та науково-технічного співробітництва (напр., Спільна міжурядова українсько-грузинська комісія з питань економічного

²⁴⁸ Парфіненко А. Ю. Сучасний стан та стратегічні пріоритети розвитку туристичної політики в Україні. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2013. № 1086. С. 158.

²⁴⁹ Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 154 с.

²⁵⁰ Там само.

²⁵¹ Гриценко Н. І., Бурдейний В. А., Степурко Г. П. Організація підготовки фахівців туристичної галузі. Київ : Науковий світ, 2003. 88 с.

²⁵² Відбулось Перше засідання українсько-кіпрської робочої групи з питань туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/vidbulos-pershe-zasidannya-ukrayinsko-kiprskoyi-robochoyi-grupi-z-pitan-turizmu> (дата звернення: 12.03.2022).

співробітництва²⁵³ та ін.), регулярно проводяться їх засідання з метою аналізу та вирішення поточних проблем двостороннього співробітництва, визначення шляхів активізації туристичних обмінів тощо.

Регулювання туристичної діяльності в Україні відбувається відповідно до положень законодавчих актів. Це закони України («Про туризм»²⁵⁴, «Про курорти»²⁵⁵), укази Президента («Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму»²⁵⁶ та ін.), постанови («Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України»²⁵⁷, «Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму»²⁵⁸, «Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туropераторської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі»²⁵⁹, «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туropераторської діяльності»²⁶⁰ та ін.) та розпорядження («Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року»²⁶¹) Кабінету Міністрів України. Ці та інші нормативно-правові документи містять норми організації діяльності туристичних підприємств, механізмів їх об'єднання шляхом налагодження партнерських відносин та ін., утім, як наголошують фахівці з державного управління,

²⁵³ У Тбілісі відбулось 10-е засідання українсько-грузинської комісії з питань економічного співробітництва. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-tbilisi-vidbulos-10-e-zasidannya-ukrayinsko-gruzinskoyi-komisiyi-z-pitan-ekonomichnogo-spivrobitnictva> (дата звернення: 12.03.2022).

²⁵⁴ Закон України «Про туризм». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁵⁵ Закон України «Про курорти». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁵⁶ Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму : Указ Президента України №329/2020 від 18 серпня 2020 р. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/329/2020#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁵⁷ Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 березня 2021 р. № 288. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-poryadku-vikoristannya-koshtiv-peredbachenih-u-derzhavnomu-byudzheti-dlya-rozkrittya-turistichnogo-potencialu-ukrayini-i290321-288> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁵⁸ Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму Постанова Кабінету Міністрів України від 24 грудня 2019 р. № 1162. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-diynosti-derzhavnog> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁵⁹ Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туropераторської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2018 № 747. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-kriteriyiv-za-yakimi-ocinyuyetsya-stupin-riziku> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁶⁰ Про затвердження Ліцензійних умов провадження туropераторської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 № 991. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

²⁶¹ Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 № 168-р. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

процедури ліцензування, сертифікації і стандартизації туристичних послуг потребують удосконалення, «оскільки вони є недостатньо прозорими і об'єктивними, характеризуються наявністю певних обмежень і умовностей, не відповідають міжнародним нормам»²⁶². Доцільним також є «визначення на державному рівні необхідності здійснення ліцензування суб'єктів туристичного ринку відповідно до виду туризму», передбачення норми «щодо видачі суб'єктам ліцензій на право надання послуг виїзного туризму лише за умов досягнення певного обсягу реалізації послуг в напрямках внутрішнього і в'їзного туризму»²⁶³.

Експерти вказують й на суперечливість і неузгодженість окремих положень нормативно-правової бази, «відсутність дієвої державної програми регулювання туризму, ... чітко розроблених методик і механізмів її реалізації», чітко визначеної «взаємодії між державними органами влади і підприємницькими структурами, їх роль і значення в процесах розвитку сфери туризму»²⁶⁴. Наприклад, згадана вище Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року містить вказівку про контрольні показники розвитку сфери туризму та курортів в Україні, проте має декларативний характер щодо джерел отримання ресурсів для здійснення запланованих заходів, відповідальних осіб тощо. Основні напрями та пріоритети загальнодержавної культурної політики, що втілюються шляхом організаційної підтримки та часткового фінансування окремих програм, залишаються практично незмінними, що вказує на їхню невисоку ефективність. Унаслідок цього доводиться констатувати тривалу невідповідність міжнародним стандартам якості надання послуг, що в рази знижує якість туристичного продукту.

Що стосується внутрішнього туризму, як пріоритетного напрямку розвитку галузі з огляду на тривалі карантинні обмеження через пандемію коронавірусу, то його «активізація передбачає диверсифікацію видових

²⁶²Пилипенко О. Є. Сучасна державна політика України в галузі туризму. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/8118> (дата звернення: 30.01.2022).

²⁶³Там само.

²⁶⁴Там само.

субринків та ускладнення територіальної структури внутрішнього ринку за рахунок формування місцевих територіальних ринків на основі інтенсифікації ресурсної бази туризму і розбудови туристичної інфраструктури»²⁶⁵. Йдеться про «проведення регіональної туристичної політики стимулювання малого та середнього підприємництва у внутрішньому туризмі та організацію екскурсійної діяльності»²⁶⁶. Одним із чинників розвитку згаданих місцевих територіальних ринків є якраз культурний туризм, тому державна політика у сфері туризму повинна бути зорієнтована на досягнення не лише соціально-економічного, а й культурного процвітання. Це положення закріплене серед ключових функцій державної політики у сфері туризму: ознайомлення громадян з особливостями спадщини історико-культурного характеру²⁶⁷. Планування діяльності туристичної сфери на законодавчому рівні передбачає, зокрема й збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорону культурної спадщини, врахування державних і громадських інтересів при плануванні та забудові територій.

В якості критерію ефективності державної політики у сфері туризму та курортів прийнято розглядати рівень прибутковості туристичної сфери, її внесок у розвиток національної економіки, а також позицію туристичного ринку в загальному світовому туристичному процесі²⁶⁸. Так, за даними всеосяжної бази даних географічних, кліматологічних та демографічних даних WorldData, у 2020 році Україна зайняла 51 місце у світі за кількістю туристів, які відвідали країну (3,38 млн.)²⁶⁹. Якщо врахувати загальну кількість населення країни, то це становить 0,077 туриста на одного жителя – за цим показником Україна посідає 130 місце у світі. У 2020 році в туристичному секторі Україна отримала прибуток у розмірі близько \$ 687,00

²⁶⁵Пилипенко О. Є. Сучасна державна політика України в галузі туризму. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/8118> (дата звернення: 30.01.2022).

²⁶⁶Чкан А. С. Державне регулювання сфери туризму в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2012. № 2 (18). Т. 3. С. 278.

²⁶⁷Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. С. 53.

²⁶⁸Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ : ЦУЛ, 2007. 344 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo.htm (дата звернення: 13.03.2022).

²⁶⁹Tourism in Ukraine. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php> (дата звернення: 20.01.2023).

млн., що дорівнює 0,34 % її валового внутрішнього продукту та приблизно 2 % усіх надходжень від міжнародного туризму в Східній Європі²⁷⁰. Принагідно варто відзначити, що дані про кількість, доходи та витрати туристів ґрунтуються на інформації Всесвітньої туристичної організації. Однак, щоб забезпечити міжнародну порівнянність, дані за деякі роки або країни досліджуються вручну та виправляються, оскільки, наприклад, у деяких країнах кількість туристів підраховують лише в аеропортах, а в інших – ще й на прикордонних переходах або навіть у готелях²⁷¹. Попри наявність офіційних повідомлень відповідних національних туристичних органів, повна та надійна індикація навряд чи можлива в будь-якій країні, і це треба враховувати при аналізі туристичної галузі.

Однією із складових комплексної державної політики у сфері туризму є інноваційна політика, безпосередньо пов'язана з такими ключовими чинниками інноваційного розвитку, як освітньо-кваліфікаційний та інтелектуальний потенціал суспільства, рівень соціальної диференціації, принципи та напрями реалізації політики доходів. Інноваційні стратегії, концепції, ідеї як інструменти інноваційної трансформації є підґрунтям сучасної соціальної політики, значення якої важливе з огляду на глибинні зрушення, зумовлені не лише руйнівним ефектом тривалих військових дій на території України, кризовим станом політичної, економічної та соціальної сфер, а й усвідомленням змін, що відбулися в її динаміці та структурі. Соціальна політика в сучасному суспільстві передбачає «створення умов для гідного життя, інтелектуального, творчого та духовного розвитку людини та наступних поколінь, гармонізацію її відносин із природою на інноваційних засадах»²⁷². У соціальній ринковій економіці свобода дій кожного індивідуума обмежується на користь добробуту всіх членів суспільства, а державне втручання здійснюється для забезпечення соціально-економічного добробуту широких верств населення, формуючи, таким чином, соціальну

²⁷⁰ Tourism in Ukraine. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php> (дата звернення: 20.01.2023).

²⁷¹ Там само.

²⁷² Роїк О. Р. Вплив соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 54.

політику, зокрема соціальну політику в туризмі²⁷³. Найважливішим завданням на цьому шляху, як зазначають дослідники, «є забезпечення формування ефективної соціальної політики у сфері туризму, спрямованої на раціональне й ефективне використання природних, історико-культурних та соціально-побутових ресурсів для його розвитку. Необхідність розвитку туристичної галузі в Україні зумовлена об'єктивною потребою збереження навколишнього середовища, природних ресурсів, культурної спадщини, людського потенціалу та його духовності, розв'язання проблем зайнятості та безробіття»²⁷⁴. Саме тому «інноваційна трансформація соціальної політики потребує чіткого окреслення перспективних шляхів застосування соціальних інновацій, розроблення конкретних заходів і технологій щодо їхнього практичного впровадження, створення методик їх оцінювання»²⁷⁵. Таким чином, соціальна політика в туризмі – це цілеспрямоване сприяння його розвитку шляхом впливу на важливі для цієї галузі особливості. Складовими соціальної політики, що певною мірою впливають на туризм, є²⁷⁶:

- соціально-економічна політика (законодавче регулювання робочого часу і відпусток, перерозподіл доходу і стимулювання розвитку соціального туризму – держава субсидіює будівництво різних споруд для відпочинку, що створює умови для проведення відпустки певних соціальних груп – молоді, багатодітних сімей, сиріт і людей похилого віку та з обмеженими можливостями тощо);

- територіальна політика (створення сприятливих умов для ефективного функціонування туризму, запобігання негативному його впливові на довкілля та об'єкти культурної спадщини певної території, не допущення кількісного й якісного скорочення територій, придатних для відпочинку);

²⁷³ Бакурова А. В., Діденко А. В. Основні проблеми туристичної галузі. *Проблеми формування нової економіки XXI століття*: матеріали I Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. Львів, 2011. С. 90.

²⁷⁴ Роїк О. Р. Вплив соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 54.

²⁷⁵ Там само. С. 53.

²⁷⁶ Там само. С. 55-56.

– політика культури (запобігання акультурації та водночас сприяння збереженню культурної ідентичності, традицій і звичаїв, історичних та культурних пам'яток);

– політика дозвілля (поліпшення організації вільного часу населення або окремих груп).

Здійснення такої політики визначає основні напрями розвитку туризму в умовах формування інноваційної економіки: «вдосконалення системи управління галуззю; вдосконалення нормативно-правової бази туристичної діяльності; зміцнення матеріальної бази туризму; розширення міжнародної співпраці у туристичній галузі; підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг; поліпшення транспортного обслуговування; підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини; поліпшення інформаційного та рекламного забезпечення; провадження ефективної інноваційної діяльності та створення наукової бази туризму; поліпшення кадрового забезпечення»²⁷⁷.

Іншим важливим чинником впливу на розвиток внутрішнього туризму, як пріоритетного в сучасних умовах, є демографічні зміни у країні загалом та Львівській області зокрема. Демографічні показники (рівень народжуваності, смертність, тривалість життя, співвідношення в суспільстві осіб молодшого, середнього і старшого віку тощо) безпосередньо визначають зайнятість, якість життя населення, і як наслідок – певною мірою впливають на формування рекреаційних потреб, тривалість і якість відпочинку, проведення вільного часу. Позитивні зміни демографічної структури і соціальної моделі народонаселення впливають на те, що все більше людей матимуть час і достатньо коштів, які витрачатимуться на подорожі, адже туристський ринок формують люди, які мають не лише туристські інтереси, а й фінансові можливості. Таким чином, демографічні дані дають можливість спеціалістам у сфері туризму орієнтуватися в питаннях, пов'язаних із туристичним потенціалом, моніторингом і посиленням туристичних потоків, і таким

²⁷⁷ Роїк О. Р. Вплив соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 56.

чином прогнозувати розвиток туризму, вивчати вплив туризму на суспільство в цілому і соціальну складову зокрема. Йдеться про такі кількісні та структурні характеристики населення, як чисельність населення, розміщення його по окремих регіонах, сімейний стан, статеві-вікова і сімейна структура (з виділенням працездатного населення). Наприклад, чисельність та розміщення населення по окремих регіонах обумовлює обсяг споживчого сектору туризму, статеві-вікова та шлюбно-сімейна структура населення є вагомим чинником розвитку туристичної галузі, як і поведінкові та життєдіяльнісні характеристики та зайнятість населення.

Крім того, від структури населення певного регіону залежить міра громадського впливу на культуру місцевого населення. Окрайні регіони часто виявляються неготовими до суспільних перетворень, що виникають у процесі розвитку туризму, і захистити ідентичність місцевого населення зможе лише професіоналізація культури обслуговування. Під згаданими суспільними перетвореннями мається на увазі трансформація ціннісних орієнтацій туристів у процесі міжкультурної комунікації. «Йдеться не лише про вплив на людей «чужого» буття, а й відкриття неусвідомлюваних раніше особливостей «своєї» культури, тобто відбувається не просто пізнання іншого буття, а певне культурне та соціальне самопізнання. Глибина й ефективність такої крос-культурної комунікації визначається тим, як цей процес активізує екзистенційні структури особистості, її світогляд, ціннісні орієнтації та горизонти культурного освоєння світу. Це ж визначає людиновимірний гуманістичний зміст комунікації між культурами, соціумами, народами, що реалізується у туризмі»²⁷⁸.

Львівська область є регіоном з високою щільністю населення та високим рівнем урбанізації. Кількість населення у Львівській області у 2019 році становила 2522 тис. осіб (6,0% від загальної кількості населення в Україні). Порівняно з підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 року, тобто за період 2002–2019 рр. чисельність населення скоротилась на

²⁷⁸ Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Київ, 2003. С. 9.

104,5 тис. осіб (на 4,0%). Утім, скорочення населення у Львівській області, принаймні за цей же період, є значно меншими (-3,7%), ніж в Україні загалом (-7,9%). При цьому міське населення області зменшилось лише на 1,4%, або на 21 тис. осіб, тоді як сільських жителів стало менше на 7,9% (на 83,5 тис. осіб), що свідчить про активізацію процесу урбанізації²⁷⁹. На дату проведення перепису у 2001 році за часткою міського населення Львівщина посідала 15 місце серед областей України, а на початок 2021 року – 16²⁸⁰. За даними управління статистики у Львівській області, у 2020 році кількість населення у Львівській області становила 2512,1 осіб (з яких 68,7 % це населення у віці 15–64 роки), у 2021 – 2497,8²⁸¹. Кількість мешканців Львова протягом 2020 року скоротилася на 2804 особи²⁸². Станом на 1 січня 2021 року у містах проживало 61% населення області, у сільській місцевості – 39%²⁸³. У Львові станом на січень 2021 року чисельність населення не перевищувала 721,5 тис. людей.

Очевидним є також «старіння» населення області, зумовлене зменшенням частки населення працездатного віку і збільшенням частки людей старшого віку: за 2011–2021 роки населення області «постаріло» в середньому на 1,5 року. Середній вік зріс із 39 років у 2010 році до 40,5 року у 2020 році. Зокрема чоловіків – з 36,5 до 38,1 року, жінок – з 41,2 до 42,6 років²⁸⁴. Унаслідок «старіння» населення спостерігаються структурні зміни у демографічному навантаженні, яке ілюструє, скільки осіб віком 0–14 років та 65 і старших припадає на 1000 осіб працездатного віку 15–64 роки. У порівнянні з переписними даними 2001 року загальне навантаження на населення працездатного віку зменшилось з 483 до 458 осіб. Проте у зв'язку із зменшенням народжуваності зменшилось навантаження особами 0–14 років з 274 до 237 осіб, натомість особами вікової категорії 65+ зросло з 209

²⁷⁹ Демографічні процеси у Львівській області : Аналітична доповідь 2020 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2021. URL: <https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2021/DP1920210201.pdf> (дата звернення: 28.09.2022).

²⁸⁰ Там само.

²⁸¹ Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області [офіц.сайт]. URL : <http://lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.02.2023).

²⁸² Головіна С. Населення Львова та області: демографія у цифрах. URL: <https://www.032.ua/news/3034209/naselenna-lvova-ta-oblasti-demografia-u-cifrah> (дата звернення: 18.11.2021).

²⁸³ Рой В. За 10 років населення Львівщини зменшилося майже на 50 тисяч осіб. URL: [https://portal.lviv.ua/news/2021/07/11/za-10-rokiv-naselennia-lvivshchynu-zmenshylosia-majzhe-na-50-tysiach-osib#:~:text=\(дата звернення: 23.08.2022\).](https://portal.lviv.ua/news/2021/07/11/za-10-rokiv-naselennia-lvivshchynu-zmenshylosia-majzhe-na-50-tysiach-osib#:~:text=(дата звернення: 23.08.2022).)

²⁸⁴ Там само.

до 221 особи відповідно. Показник демографічного навантаження в області є одним з найнижчих серед регіонів – Львівщина разом з Івано-Франківською областю посіла третю рейтингову сходинку²⁸⁵.

У 2020 році карантинні обмеження у зв'язку з пандемією COVID-19 зменшили кількість шлюбів у всіх регіонах України до найменших показників за 30 років. У 2020 році на Львівщині відділами державної реєстрації актів цивільного стану було зареєстровано 11428 шлюбів. Порівняно з 2019 роком кількість шлюбів зменшилась на 24,7% – з 15,2 тис. до 11,4 тис. У розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення у 2020 році укладено 46 шлюбів (у 2019 році – 60). Середній вік нареченої становив 28 років, а нареченого – 31 рік.

Від останнього перепису міграційне скорочення змінилось міграційним приростом, починаючи з 2014 року. Найбільше прибуло в область у 2016 році – позитивне сальдо міграції становило 4982 особи. У 2020 році в області міграційними переміщеннями було охоплено 51,0 тис. осіб, що на 18,1 тис. менше, ніж у попередньому році. Потік прибулих становив 25,9 тис. осіб і зменшився на 9,2 тис. осіб; потік вибулих – 25,0 тис. осіб і зменшився на 8,9 тис. осіб. Додатне сальдо міграції у 2020 році становило 864 особи або 4 особи у розрахунку на 10 тис. осіб. Мешканці міст і селищ міського типу більш мобільні. У 2020 році коефіцієнти прибуття міського населення становив 115, вибуття – 110 осіб на 10 тис. осіб наявного населення міст, тоді як у сільській місцевості – 85 та 83 особи відповідно на 10 тис. осіб наявного сільського населення²⁸⁶.

Міграційні процеси впливають на статеву-вікову структуру населення та трудовий потенціал області. Більшість мігруючого населення – це особи у віці 15–64 роки, їх питома вага серед усіх мігрантів у 2020 році склала 78,1%, дітей у віці 0–14 років – 17,0%. Серед мігрантів працездатного віку

²⁸⁵ Демографічні процеси у Львівській області : Аналітична доповідь 2020 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2021. URL: <https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2021/DP1920210201.pdf> (дата звернення: 28.09.2022).

²⁸⁶ Там само.

найрухливішими є молоді особи у віці 15–34 роки – 49,5% від усього мігруючого населення області²⁸⁷.

Соціокультурний чинник також має значний вплив на функціонування та розвиток туристичної сфери регіону: від міри задоволення соціокультурних потреб туристів залежить міра суспільного визнання культури, а від якості туристичного продукту залежить рівень привабливості сфери туризму. Унаслідок такої кореляції туризм стає більш ефективним. Під ефективністю туристичної сфери регіону прийнято розуміти міру використання (врахування) ресурсних, інфраструктурних, економічних, соціальних, екологічних та управлінських переваг (особливостей) території для створення оптимального обсягу рекреаційних послуг та товарів рекреаційного призначення шляхом мінімально можливих витрат ресурсів (природних, трудових, фінансово-економічних та ін.)²⁸⁸. Дослідження ефективності функціонування і територіальної організації рекреаційного господарства на рівні регіону є ключовим у контексті загальнодержавного оцінювання результатів його функціонування. Воно передбачає врахування двох чинників, які є основою економічної науки: безмежності потреб та обмеженості ресурсів для їх задоволення, і має єдине методологічне підґрунтя трактування економічної ефективності як співвідношення одержаного результату продуктивного використання чинників виробництва та їх витрат.

Туристична галузь функціонує в певному соціально-культурному середовищі, де переважають ті чи інші настанови, життєві цінності і традиції. Соціокультурні чинники можуть впливати на визначення послуг, що вже надаються, і які будуть користуватися попитом у споживачів. Вони обумовлюють рекреаційні потреби та засоби їх задоволення, а, відтак, взаємопов'язують між собою засоби праці і комунікації, послуги,

²⁸⁷ Демографічні процеси у Львівській області : Аналітична доповідь 2020 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2021. URL: <https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2021/DP1920210201.pdf> (дата звернення: 28.09.2022).

²⁸⁷ Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області [офіц.сайт]. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.02.2023).

²⁸⁸ Кравченко Н. О. Територіальна організація рекреаційного господарства Полісся та напрями її удосконалення : автореферат дис. ... канд. ек. н. : 08.10.01 / Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. Київ, 2006. 19 с. URL: <https://infotour.in.ua/kravchenko-2.htm> (дата звернення: 30.11.2021).

матеріально-технічні об'єкти. Соціокультурний потенціал певної території становлять об'єкти культурної спадщини і сучасна культура, культурні інституції, такі, як музеї, майстерні, виставкові зали тощо, та суб'єкти державного управління у галузі культури, а також рівень соціального забезпечення, особливості світогляду місцевого населення, їхнього менталітету та ін. У цьому відношенні Львівщина є однією з найрозвинутіших областей України – історико-культурний потенціал у поєднанні з вигідним географічним положенням в центрі Європи та наявний багаторічний досвід і напрацювання у сфері туризму є досить вагомою передумовою його пріоритетного розвитку, орієнтованого на внутрішнього споживача і водночас обслуговування іноземних туристів. У структурі рекреаційних ресурсів області 70% припадає на ресурси відпочинку і туризму²⁸⁹. У загальних рисах соціокультурна ситуація в цілому у країні й області зокрема характеризується певними тенденціями, які суттєво впливають на привабливість регіону для туристів – внутрішніх і зовнішніх. Це посилення процесів, спрямованих на зближення та взаємопроникнення культурної, освітньої, соціальної сфер суспільного життя, що обумовлює поліфункціональний розвиток соціокультурної діяльності та можливість соціально-педагогічного впливу на різні соціальні спільноти (сім'ю, територіальні громади, етнічні групи, професійні колективи тощо); відновлення (хоч і повільне) напрямів діяльності, пов'язаних з громадським та патріотичним вихованням молоді, визнаних головними складовими національного виховання; суттєва активізація соціокультурної творчості різних категорій та груп населення; збагачення культурних ініціатив шляхом розвитку громадських об'єднань, рухів, асоціацій, клубів, урізноманітнення видів та форм художньої творчості; адресна підтримка соціально незахищених верств населення шляхом проведення цільових соціально-

²⁸⁹ Маковей Ю. Інформаційне забезпечення діяльності туристичних підприємств. *Ефективність державного управління*. 2016. Вип. 4 (49). Ч. 2. С. 330. С. 329–335.

культурних програм загальнонаціонального та локального рівнів; розвиток індустрії дозвілля та розваг²⁹⁰.

Водночас, основними негативними тенденціями, що характеризують соціокультурну сферу і є актуальними й сьогодні, є:

- збільшення відстані між інноваційним потенціалом культури та масовою здатністю його засвоєння й використання у щоденній соціокультурній практиці;

- подальша тенденція соціального розшарування за такими показниками, як стиль життя, соціальна ідентичність, соціальний статус та соціальна позиція;

- посилення процесів розмивання духовної самобутності української культури (небезпека її вестернізації, втрата історико-культурної самобутності окремих територій та малих містечок; уніфікація звичаїв, традицій та стилю життя; стандартизація культурних запитів внаслідок масованого тиражування західних зразків);

- зменшення показників духовного життя суспільства (зростає розрив між спеціалізованим та побутовим рівнями культурного розвитку, що призводить до падіння художнього смаку, зменшення вимог до художнього рівня творів літератури, кіно, музики), переорієнтація масової свідомості з духовних, гуманістичних цінностей на цінності матеріального благополуччя та гедонізму; культура починає втрачати свої функції соціальної регуляції, суспільної консолідації та духовно-морального самовизначення людини; цінності та норми, що становлять моральну вертикаль та духовний стрижень української культури, дедалі більше стають нестійкими, розмитими, суперечливими;

- надмірна комерціалізація соціально-культурного життя, що призвело до зменшення безплатних культурних послуг, зміни пріоритетів культури із змістової складової на отримання прибутку, що обумовило стандартизацію

²⁹⁰ Петрова І. В. Проектування в соціально-культурній сфері. Київ: Вид-во КНУКіМ, 2007. 372 с. URL: https://www.academia.edu/45009805/Проектування_в_соціально_культурній_сфері (дата звернення: 12.02.2021).

культурних запитів, уніфікацію звичаїв, традицій, способу життя (особливо міського населення) за іноземними зразками, значну втрату національно-культурної ідентичності, нівелювання культурної індивідуальності, розвиток споживацтва²⁹¹.

Варто також згадати й про суттєву невідповідність між культурними запитами населення та засобами їх задоволення (якістю, поганим асортиментом послуг, недостатньою кількістю, занадто дорогим обслуговуванням), невміння населення користуватися наявними ресурсами, новаціями та новітніми технологіями, а також відсутність соціальних, культурних і технологічних засобів узагальнення й інтеграції нового досвіду. Подолати цей бар'єр можливо лише за умови масового оволодіння культурними інноваціями, новими знаннями та навичками. Частково ці проблеми можна вирішити шляхом втілення проєктів, що реалізують потенціал соціокультурного середовища, змінюють зв'язки і ставлення людини до соціально-культурної сфери, вдосконалюють діяльність установ та організацій або засновують нові і тим самим сприяють зростанню якісних параметрів способу життя людини, створюють додаткові можливості для розвитку та самореалізації особистості. Подібні проєкти та заходи повинні спрямовуватися на підвищення самоосвіти населення, удосконалення соціокультурного та рекреаційного обслуговування, надання необхідної інформації, організацію дозвілля дітей за місцем проживання та ін. Позитивні ефекти від реалізації таких проєктів можуть проявитися у формуванні туристичного попиту з боку відвідувачів-гостей регіону та внутрішніх туристів, і як наслідок – покращення показників туристичної діяльності. Утім, активізація культурних ресурсів (таких, як реставрація об'єктів культурної спадщини, фінансування чи співфінансування муніципалітетами різних соціокультурних проєктів та програм) для стимулювання розвитку культурного туризму характерна лише для окремих великих міст (наприклад,

²⁹¹ Петрова І. В. Проектування в соціально-культурній сфері. Київ: Вид-во КНУКіМ, 2007. 372 с. URL: https://www.academia.edu/45009805/Проектування_в_соціально_культурній_сфері (дата звернення: 12.02.2021).

у 2009 році у Львові відбулося понад 100 фестивалів²⁹²), однак на рівні невеликих міст та сільських громад культурні ресурси майже не застосовуються.

Одним із перших проєктів, покликаних стимулювати вивчення, формування та підвищення ефективності використання культурних ресурсів регіонів України став Проєкт Ради Європи «Створення культурного капіталу», здійснюваного за трьома ключовими напрямками: складання карти культурних ресурсів та їх оцінювання; розвиток культурних ресурсів і культурних індустрій; створення агентств культурного розвитку на місцевому, національному та міжнародному рівнях²⁹³. Пілотні проєкти були реалізовані у ряді міст та районів, ініціаторами яких стало міське чи районне керівництво (наприклад, Радехівський район у Львівській обл.).

Не менш важливим чинником розвитку культурного туризму, особливо в сучасних умовах сьогодення, є технологічні зміни та інновації. Загалом можна виокремити певні тенденції цифровізації у сфері туризму, серед яких:

- поява роботів-співробітників аеропортів та готелів, які допомагають клієнтам орієнтуватися в аеропортах (швидко знаходити зону посадки пасажирів, об'єкти харчування та туалетні кімнати) та готелях (орієнтують гостей, де знаходиться їх номер, ресторан, фітнес-зал, а також можуть підказати зручний маршрут до визначних пам'яток);

- персоніфікація підходів до організації турів за допомогою адаптованих до різних операційних систем (IOS, Android) мобільних застосунків. Багато великих туристичних операторів розробляють програми з дуже зручним і зрозумілим інтерфейсом, який дає змогу звичайним користувачам підбирати собі індивідуальний тур з персоніфікованим набором послуг. Така тенденція все більше сприяє зниженню популярності пекідж-турів (англ. package tour – пакетний тур), із заздалегідь встановленим

²⁹² Львову присвоєно статус культурної столиці України. Інформаційне агентство УНІАН. 28 квіт. 2009. URL: <https://www.unian.ua/society/216223-lvovu-prisvoeno-status-kulturnojistolitsi-ukrajini.html> (дата звернення 19.11.2019 р.).

²⁹³ Танюк Л., Буценко О. Культурна інновація України. *Голос України*. 17 серп. 2004. URL: <http://www.golos.com.ua/article/231925> (дата звернення: 23.01.2022).

набором послуг, оскільки турист сьогодні хоче сам брати участь у розробці свого туристичного продукту;

- збільшення ролі мобільних пристроїв під час бронювання туристичних послуг;

- розповсюдження Інтернету речей в індустрії туризму – за допомогою використання різноманітних смарт-годин з геолокацією, можливість використання телефону для оплати банківською картою та показу вхідних квитків та багато іншого.

Перевагами від процесу цифрової трансформації туристичної галузі є:

I) для споживача:

- поглиблення знань клієнта (туриста/екскурсанта) про послуги та їх характеристики, у наданні яких він зацікавлений;

- відсутня потреба у спеціальних знаннях для бронювання туру на цифрових платформах туристських дестинацій та на сайтах компаній (або за допомогою мобільних застосунків);

- наявність можливості оплачувати послуги онлайн, не виходячи із дому;

- можливість детально ознайомитися з кожною туристичною дестинацією, використовуючи пошукові системи, відеоролики на Youtube, прочитавши відгуки на різноманітних туристичних форумах;

II) для туристичних агенцій:

- скорочення часу формування турів для туристських агенцій та потенційних клієнтів; туристським фірмам достатньо наявності інтернету, комп'ютера та спеціальних програм (наприклад, Amadeus) для індивідуального формування та розрахунку вартості туру;

- наявність механізму «розумних» платежів, які спрощують процес оплати клієнтом одержаної послуги, а також заповнення відповідних платіжних банківських документів;

- можливість управління бізнесом віддалено – без прив'язки до конкретного офісу;

– використання хмарних технологій дає змогу туристським компаніям ефективно функціонувати в онлайн-режимі та здійснювати оновлення свого програмного забезпечення;

– використання цифрових інструментів та різних метрик (Google.Analytics) дає змогу маркетологам туристичних агенцій аналізувати споживчу поведінку на ринку туристичних послуг крізь призму «цифрової візуалізації», а SMM-фахівцям максимально швидко підлаштовувати цифрові платформи та сторінки в соціальних мережах під бажання клієнта (ефективно їх оптимізуючи).

Неухильна тенденція до цифровізації, її значення і роль у просуванні турпродукту усвідомлена не лише на рівні турагенств і туроператорів, а й на рівні органів державної влади, які ухвалюють відповідні рішення, розробляють стратегії і вживають заходів з впровадження цифрових технологій у сфері культури. Так, відповідно до Довгострокової стратегії розвитку української культури – стратегії реформ, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України у 2016 році, рішенням Львівської обласної ради була прийнята Регіональна програма інформатизації «Цифрова Львівщина» на 2022–2024 роки. У програмі визначено, що цифровізація сфери культури може здійснюватися у таких напрямках: забезпечення рівного доступу до культурного фонду області шляхом його оцифрування та оприлюднення на цифрових майданчиках; захист культурного фонду шляхом оцифрування; використання цифрових рішень задля підвищення рівня споживання національного та локального культурного продукту, його популяризації²⁹⁴.

2.3. Рівень розвитку культурного туризму у Львівській області

Головною умовою ефективного функціонування сфери туризму є наявність високорозвиненої туристичної інфраструктури, яка повинна відповідати світовим стандартам та забезпечувати високо-комфортний відпочинок туристам. Завданням туристичної інфраструктури є забезпечення

²⁹⁴ Регіональна програма інформатизації «Цифрова Львівщина» на 2022–2024 роки : Затверджена Рішенням обласної ради від 23 грудня 2021 року, № 333. URL: <https://loda.gov.ua/documents/36623> (дата звернення: 15.02.2022).

технологічної єдності транспортного, туристичного, культурного обслуговування, організації харчування, інших допоміжних операцій. Територіальне, матеріальне та організаційне підґрунтя розвитку туризму становлять: «1) підприємства, які надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, кемпінги; пансіонати, приватні будинки і квартири; туристичні бази, будинки відпочинку, притулки; інші засоби розміщення; 2) підприємства харчування (ресторани, їдальні; кафе, бари; фабрики-кухні та ін.); 3) транспортні підприємства (авто- та авіаційні підприємства; залізничні відомства; підприємства морського та річкового транспорту); 4) туристичні фірми з виробництва та реалізації туристичного продукту (туристичні бюро/туроператори; туристичні агентства; екскурсійні бюро; бюро реалізації путівок); 5) рекламно-інформаційні туристичні установи (рекламні агентства; рекламні бюро; інформаційні агентства); 6) виробничі туристичні підприємства (фабрики з виробництва сувенірів; підприємства з виробництва туристичного спорядження; підприємства з виробництва комплектуючих для готелів та туристичних офісів); 7) підприємства торгівлі (магазини з реалізації туристичного спорядження; магазини з реалізації сувенірів; пункти прокату); 8) підприємства дозвілля (кіноконцертні зали; клуби за інтересами; зали ігрових автоматів та ін.); 9) заклади самодіяльного туризму (туристичні клуби; альпіністські, водні, спелеологічні клуби; кінні, велосипедні та інші клуби) 10) навчальні та науково-проєктні туристичні заклади (вищі і середні спеціальні навчальні туристичні заклади; інститути підвищення кваліфікації та перепідготовки; навчальні курсові комбінати; науково-дослідницькі та проєктні інститути); 11) органи управління туризмом (комітети, департаменти, управління туризму; громадські туристичні організації та об'єднання)»²⁹⁵.

Це далеко не повний перелік підприємств, організацій та установ, які беруть участь у виробництві туристичного продукту. Туристичну індустрію опосередковано формують також підприємства зв'язку і торгівлі, дорожні і

²⁹⁵ Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці, 2003. URL: https://infotour.in.ua/kyfjak_4.htm (дата звернення: 20.09.2020).

комунальні служби, прикордонні і митні переходи та багато інших. Туристична інфраструктура охоплює й специфічні інформаційні системи зв'язку і комунікацій, що забезпечують покращення логістики різноманітних служб сервісу та організацію культурно-розважального обслуговування. Але головну роль у розвитку туризму відіграють все ж підприємства з надання послуг гостинності, транспорту та посередницьких послуг з організації туристичної подорожі. Їх можна згрупувати у три визначальні елементи:

- розвинена транспортна інфраструктури (забезпеченість різноманітними видами транспорту, швидкість та комфортабельність пересування, якість та безпечність доріг, наявність сучасних картографічних даних, достовірність GPS-даних, легкість орієнтування на місцевості та наявність дорожніх знаків, забезпеченість придорожніми закладами: мотелями, рестораціями, автозаправними станціями, станціями технічного обслуговування тощо);

- різноманітний рівень сервісу місць перебування та відпочинку туристів (підприємств, які надають послуги з розміщення, харчування та культурно-розважальні послуги);

- розвинена мережа соціальної та інформаційної інфраструктури (медичні заклади та рятувальні служби, фінансові установи, інформаційні центри).

Отже, «туристична інфраструктура – це сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (заклади гостинного господарства, санаторно-курортні та оздоровчі заклади, підприємства харчування, транспорту, інженерні мережі, а також заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів»²⁹⁶. Індустрія туризму сьогодні – це «міжгалузевий комплекс із домінуючими внутрішніми організаційно-виробничими та фінансово-інформаційними зв'язками, з єдиною політикою кадрового забезпечення, яка ґрунтується на уніфікованих

²⁹⁶ Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С.108–110. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec.htm (дата звернення: 14.12.2021).

виробничих технологіях»²⁹⁷. Комплексні зв'язки між підприємствами різних галузей, які беруть участь у створенні та організації туристичного продукту, і відповідно до етапів процесу обслуговування, дають змогу виокремити функціонально-стадійні підсистеми, представлені поєднанням «різномірних функціонально-галузових елементів інфраструктури, що виконують однорідні функції в сфері туризму»²⁹⁸ (Табл. 2.1).

Підсистеми	Структури	Компоненти
Інституційно-організаційна	Правова	1. Законодавча і нормативна база 2. Митна служба 3. Консульська служба
	Фінансово-економічна	1. Система оподаткування 2. Система страхування 3. Фінансова система та обмінний курс валют
	Кадрова	1. Система підготовки кадрів 2. Система наукових досліджень і науково-дослідних розробок
Функціонально-господарська	Гостинності	1. Готельне господарство 2. Громадське харчування 3. Галузі сфери послуг з надання додаткових послуг
	Транспорту	1. Авіаційний 2. Автомобільний 3. Залізничний 4. Водний
	Туристичної та оздоровчої діяльності	1. Туристичні підприємства 2. Екскурсійні бюро 3. Санаторно-курортні установи 4. Оздоровчі заклади
Територіально-господарська	Туристичні ресурси	1. Природно-рекреаційні 2. Культурно-історичні 3. Інфраструктурні
	Соціально-демографічні	1. Населення 2. Розселення та історія формування території 3. Традиційна етнічна культура населення
	Господарські	1. Господарський комплекс території 2. Інфраструктурні системи 3. Адміністративно-територіальний устрій і система управління

Таблиця 2.1. Компоненти туристичної інфраструктури²⁹⁹.

²⁹⁷ Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С.108–110. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec.htm (дата звернення: 14.12.2021).

²⁹⁸ Там само.

²⁹⁹ Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С.108–110. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec.htm (дата звернення: 14.12.2021).

Знаходячись на перехресті важливих транспортних шляхів, які з'єднують Європейський Союз, Україну та країни Кавказу, Центральної і Східної Азії, місце розташування Львова виокремлює його з поміж інших міст України. Наявність міжнародних автомагістралей («Критський міжнародний транспортний коридор №3 та №5» та міжнародний транспортний коридор «Європа–Азія», більш відомих як автомагістралі Е-5: Київ–Львів–Лісабон, Е-17: Львів–Люблін–Варшава, Е-40: Львів–Краків–Франкфурт, Е-471: Львів–Стрий–Чоп) зумовили появу великої кількості мотелів, кемпінгів, ресторанів, АЗС, сервісних центрів. Зокрема, в області функціонує 181 одиниця автозаправних станцій, з яких – в межах міста нараховується 41, більшість із яких забезпечені об'єктами сервісу та торгуючими одиницями³⁰⁰. Показник щільності покриття автомобільними дорогами у Львівській області становить 0,38 тис. км/ км², що у порівнянні із середнім по Україні (0,17 км/км²) є набагато вищим, але у порівнянні з країнами світу (Німеччина – 2,0 км/км², Франція – 1,46 км/км², Польща – 1,15 км/км²) вказує на певне відставання³⁰¹. Станом на 2016 рік у Львівській області шляхів сполучення загального користування з удосконаленням покриттям було лише 250,5 км на 1 тис. км, що на 5,5 км більше у порівнянні з 2000 роком. Довжина автомобільних доріг з автомобільним покриттям станом на 2016 рік становила 5 468,3 км. Недоліком подорожування областю є недостатня кількість дорожніх знаків (34 826, що на 10 110 менше у порівнянні з 2001 роком³⁰²), недосконалість мобільного зв'язку, застарілість картографічних даних, відсутність велосипедних доріжок, значне зменшення укріплених узбіч. Проте, протяжність ліній штучного освітлення з 2001 по 2016 рік збільшилася майже утричі³⁰³. Що стосується благоустрою автомобільних доріг загального користування станом на кінець 2016 року, то недостатньою є й кількість майданчиків зупинок автобусів (1 962) та стоянок

³⁰⁰ АЗСки. URL: <https://www.azski.com.ua/regions/lvovskaja> (дата звернення: 27.11.2022).

³⁰¹ Селецький П. Автошляхи – європейський клас. *Урядовий портал*. http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=520367 (12.09.2021).

³⁰² Транспорт і зв'язок Львівської області. Статистичний збірник 2016 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2017. 54 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2017/ZB0920170101.pdf> (дата звернення: 25.07.2022).

³⁰³ Там само.

і відпочинку учасників дорожнього руху (274). Динаміка обсягів перевезень пасажирів та пасажирообороту транспорту Львівської області у відсотках до 2005 року представлена на Рис. 2.2³⁰⁴.

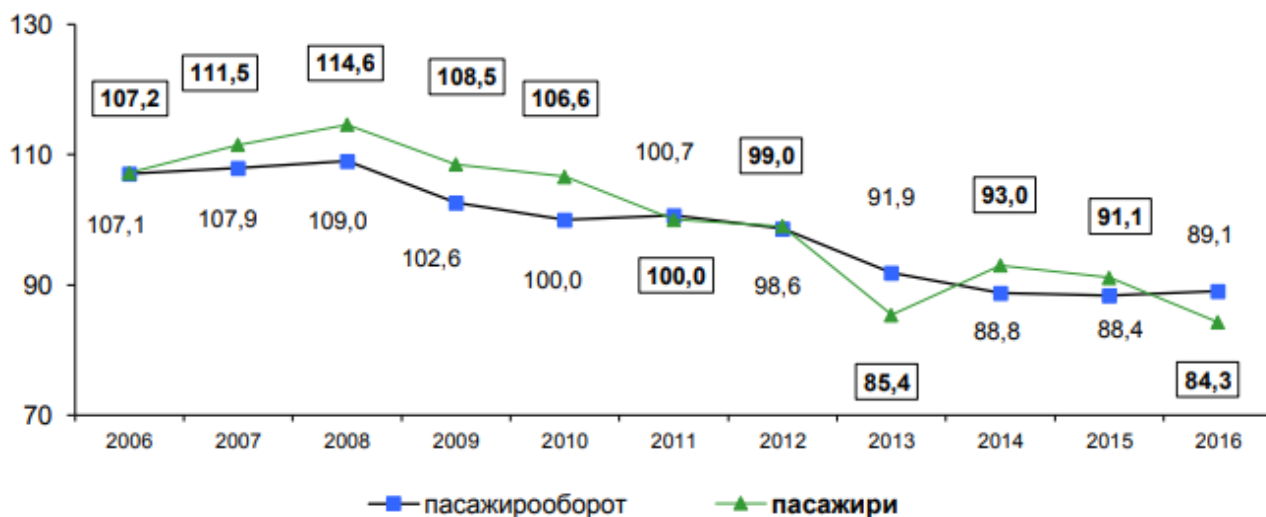


Рис. 2.2. Динаміка обсягів перевезень пасажирів та пасажирообороту транспорту Львівської області у відсотках до 2005 року.

Негативна тенденція характерна й для перевезень пасажирів різними видами транспорту: залізничним – 30 554,3 у 2016 році проти 32 402,6 у 2001; автомобільним – 132 989,3 у 2016 році проти 143883,5 у 2001; авіаційним – 2,7 у 2010 році проти 54,4 у 2001 (з 2014 року дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації). Частка окремих видів транспорту у загальному перевезенні пасажирів представлена на Рис. 2.3³⁰⁵.

³⁰⁴Транспорт і зв'язок Львівської області. Статистичний збірник 2016 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2017. 54 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2017/ZB0920170101.pdf> (дата звернення: 25.07.2022).

³⁰⁵Там само.

	2000	2005	2010	2014	2015	2016
	відсотків					
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
залізничний	11,7	9,7	9,2	10,8	11,5	12,2
автомобільний	52,1	58,0	67,1	61,5	55,8	52,8
авіаційний	0,0	0,0	0,0	–	...	...

Рис. 2.3. Частка окремих видів транспорту у загальному перевезенні пасажирів.

Отже, стан транспортної інфраструктури Львівщини не відповідає очікуванням і вимогам туристів. Утім, варто відзначити, що загалом елементи туристичної інфраструктури Львівської області все ж демонструють позитивну тенденцію до розвитку, чому свого часу посприяло ефективне інвестування галузі в рамках підготовки до проведення чемпіонату Європи з футболу у 2012 р. Хоча, попри жорсткі вимоги УЄФА, рівень якості послуг принципово не підвищився: лише до 10% українських готелів відповідали міжнародним стандартам, а введена ще у 2008 р. обов'язкова сертифікація не враховувала європейський досвід³⁰⁶. Серед основних проблем розбудови туристичної інфраструктури дослідники констатували «невідповідність внутрішніх і зовнішніх механізмів регулювання розвитку, невизначеність подальшого використання об'єктів для окупності інвестиційних проєктів. До того ж, майже повне фінансування з держбюджету розвитку інфраструктури звело нанівець бажання суб'єктів господарювання запроваджувати власні проєкти. Підготовка до міжнародного заходу спонукала до зниження рівня оподаткування відповідних підприємств. Однак, попри достатньо низький рівень сервісу й комфорту, вартість проживання у вітчизняних готелях для іноземних гостей виявилися в 3–5 разів дорожчою, аніж у Польщі»³⁰⁷.

³⁰⁶ Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С.108–110. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec.htm (дата звернення: 14.12.2021).

³⁰⁷ Там само.

Станом на 1 липня 2011 р., згідно з Державним реєстром суб'єктів туристичної діяльності, у регіоні було зареєстровано 348 туристичних підприємств, з них 148 туроператорів та 200 турагентів³⁰⁸. У 2014 р. діяло 235 суб'єктів туристичної діяльності, що менше порівняно з 2013 роком на 13,6 %³⁰⁹. Станом на 2019 рік туристичні послуги у Львівській області надавали 342 туристичних підприємства – за цим показником Львівщина посідає третє місце в Україні. Чим більшою є кількість туроператорів, тим вищою є ймовірність нових стратегічних ініціатив, а вплив окремих туроператорів на всіх інших зменшується. Найбільше суб'єктів туристичної діяльності зосереджено у м. Львові та м. Трускавці. Серед них: 233 турагентів, 51 бюро екскурсійних послуг³¹⁰. Серед 58 туроператорів – «Tez Tour», «Feeria», «Orbita», «Pegas», «TUI Ukraine», «AnexTour», «AnexTour2», «Alf», «Mouzenidis Travel», «Coral Travel», «TPG», «Join Up!», «Kompas»³¹¹, а також «Танго Тревел», «Відвідай», «Моноліт», «ЮНТА», «ВСЕСВІТ», «Gal-Cruise» та ін. До початку пандемії коронавірусу майже кожна туристична фірма займалася виїзним туризмом, оскільки саме цей вид туризму є вигіднішою формою діяльності туристичних підприємств, ніж в'їзний (іноземний) та внутрішній туризм. Лише близько 20% туристичних підприємств області були орієнтовані на в'їзний та внутрішній туризм³¹² (по країні загалом цей показник у 2018 році становив 10%³¹³). Утім, пандемія змусила туроператорів переорієнтуватися на внутрішнього туриста. Туристичних маршрутів різних видів по Львівській області налічується близько 150. У туристичних програмах по Львівщині найбільш традиційними є туристичні маршрути, в яких об'єктами показу та відвідування є історичні міста та стародавні поселення, пам'ятки духовної та культурної спадщини (храми, релігійні центри, замки, палаци, музеї), пам'ятки природної спадщини (заповідники,

³⁰⁸ На Львівщині створять каталог фахівців туристичного супроводу. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 22 берез. 2018. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=34923> (дата звернення: 26.10.2022).

³⁰⁹ Лушчик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 179.

³¹⁰ Там само.

³¹¹ Список туроператорів. *Misto.Travel*. URL: <https://misto.travel/index.php?mod=page&id=14827> (дата звернення: 13.02.2023).

³¹² 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. Т. 30 (69). № 6. С. 84.

³¹³ Краснокутська Ю. В. Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку ринку туристичних послуг та рішення соціально-економічних проблем. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2018. Вип. XIII. С. 75.

парки, курорти, вершини, скелі, ріки, водоспади, озера), заклади культури та мистецтва (театри, музеї, галереї), осередки народних промислів, пам'ятки меморіального мистецтва, місця історичних подій і визначних особистостей та ін. (Дод. Ж).

За даними аналізу пропозицій 48 туроператорів Львова (Дод. Ж) можна визначити найбільш популярні туристично-екскурсійні маршрути по Львівщині³¹⁴, це: «До Страдчанської печери», «Жовква та Крехівський монастир», «Свірський замок та Звенигород», «Невідома Львівщина – околиця Львова», «Мала Золота підкова», «На батьківщину Івана Франка в Нагуєвичах», «Перлини Белзького князівства» та ін. Крім того, за даними опитування туроператорів Львова, проведеним за спеціально розробленим опитувальником (Дод. В), найбільш привабливими для іноземного туриста є місто Львів, тури до замків, скелі Довбуша, маршрут «Зотова підкова» та ін., а для українського туриста – не лише місто Львів, замки, скелі Довбуша, маршрут «Зотова підкова», Дерев'яний храм у Маткові, а й Тустань, пам'ятки археології та ін. об'єкти. Щодо мети візиту іноземних туристів до Львова, то на першому місці – відвідування кафе, ресторанів; на другому – самостійні прогулянки містом, на третьому – візити до закладів культури, зокрема Львівської Опери; далі – шопінг, а також екскурсії з гідами³¹⁵. Найбільша кількість екскурсій відбувалася у 2006 році – близько 140 тисяч, найменша – у 2019, доковідному році (Рис. 2.4.)³¹⁶. Туристичні піки припадають на Різдво і новорічні свята, а також кінець квітня, коли у місті відбувається велика кількість конференцій, далі – свята, вихідні дні, День міста, а потім кінець червня, коли у Львові відбувається джазовий фестиваль і кінець літа – День Незалежності. Останній пік – це вересень, коли також відбувається багато конференцій, книжковий і екологічний форуми, фестивалі кави, шоколаду³¹⁷.

³¹⁴ На Львівщині діє 150 туристичних маршрутів. URL: <https://dyvys.info/2013/07/29/na-lvivschyni-dije-150-turystychnyh-marshrutiv> (дата звернення: 15.02.2023).

³¹⁵ Луцик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 178.

³¹⁶ Там само. С. 179.

³¹⁷ Там само. С. 178.

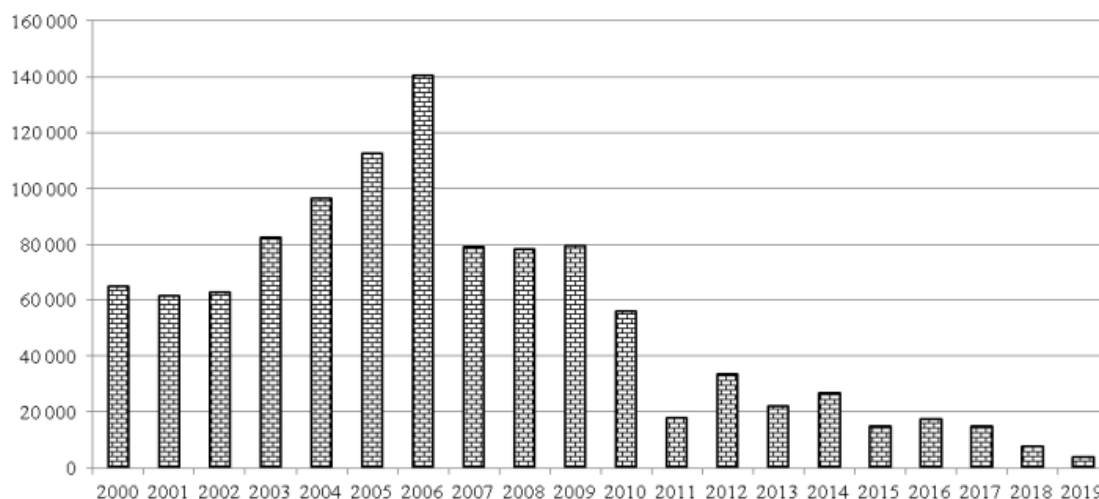


Рис. 2.4. Кількість екскурсантів у 2000–2019 рр., осіб.

Оцінити якість туристичного продукту — одного з найважливіших чинників конкурентоспроможності туроператорів — вкрай складно, оскільки турпродукт не відчутний на дотик, а ефект від його споживання оцінюється в умовах певного емоціонального стану, який залежить від великої кількості складників, серед яких такі суб'єктивні характеристики туриста, як: особливості виховання, вік, культурні традиції народу, представником якого є гість, уявлення про комфорт, звички, самопочуття та психологічний стан на момент отримання послуг, фізіологічні особливості організму та ін.³¹⁸. Якість обслуговування визначається: оперативністю роботи з підбору та організації туру за запитом клієнта; ввічливістю обслуговування, увагою до запитів кожного клієнта, терпінням при обговоренні маршруту та ін.; відповідністю туру, що пропонується, реальному змісту; наявністю погодження всіх складових комплексного обслуговування; часом підбору маршруту; часом оформлення необхідних документів; часом отримання довідкової інформації та ін.³¹⁹. Отже, якість турпродукту безпосередньо залежить від рівня кваліфікації фахівця з туристичного супроводу.

Видами професій у галузі туризму, згідно з Національним класифікатором професій України, є: агент з туризму; екскурсовод;

³¹⁸ Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці, 2003. URL: https://infotour.in.ua/kyfjak_4.htm (дата звернення: 20.09.2020).

³¹⁹ Там само.

інструктор оздоровчо-спортивного туризму (за видами туризму); менеджер з туризму; організатор подорожей (екскурсій); організатор туристичної і готельної діяльності; провідник (за видами туризму); фахівець з готельного обслуговування; фахівець з розвитку сільського туризму; фахівець з туристичного обслуговування; фахівець із гостинності в місцях розміщення (готелі, туристичні комплекси та ін.); фахівець із готельної справи; фахівець із ресторанної справи та ін. (Рис. 2.5)³²⁰. Зокрема, станом на 1 липня 2011 року у Львівській області було зареєстровано 767 фахівців туристичного супроводу (екскурсоводів, гідів-перекладачів, провідників по горах), які у встановленому порядку отримали дозвіл на право здійснення туристичного супроводу та надають послуги з екскурсійного обслуговування. Відповідно, протягом 2011 року спостерігалось динамічне зростання показників екскурсійної діяльності, про що свідчить загальна кількість екскурсантів – 36 тис. осіб. Це на 19% більше, ніж у минулому році³²¹.



Рис. 2.5. Види професії за Національним класифікатором професій України³²².

У 2012 році, напередодні проведення чемпіонату з футболу Євро–2012, лише у Львові було зареєстровано 400 фахівців туристичного супроводу³²³.

³²⁰ Національний класифікатор України: Затверджено та надано чинності : Наказ Держспоживстандарту України 28.07.2010 № 327. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text> (дата звернення: 30.11.2021).

³²¹ На Львівщині діють 348 туристичних підприємств. URL: <https://old.dailyviv.com/news/33482> (дата звернення: 30.11.2021).

³²² Аналіз ринку праці в галузі туризму 2021. *Університет короля Данила*. URL: <https://ukd.edu.ua/analiz-rinku-praci-v-galuzi-turizmu-2021> (дата звернення: 14.04.2022).

Контроль за законністю праці львівських фахівців туристичного супроводу здійснюється ще з 2008 року, коли Львівською міською радою було прийнято ухвалу «Про затвердження Положення про порядок проведення екскурсійної діяльності у м. Львові» (наразі чинним є Положення, прийняте Рішенням № 506 Львівської міської ради від 05.06.2019³²⁴). З того часу у місті активно здійснюються перевірки, проводиться роз'яснювальна робота із туристичними фірмами, що спонукає осіб без належної кваліфікації навчатись та складати іспити для отримання дозволів. Лише з жовтня 2011 до квітня 2012 року було підготовлено 50 нових екскурсоводів та 22 гідів-перекладачів (німецької, англійської, польської та французької мов), 14 екскурсоводів, гідів-перекладачів іспанської мови вперше підготовлено у співробітництві з «Центром іспаністики» Львівського національного університету ім. Івана Франка³²⁵. У 2013 р. було зареєстровано близько 850 фахівців туристичного супроводу³²⁶. У 2019 році туристично-екскурсійні маршрути обслуговували 750 кваліфікованих екскурсоводів та гідів-перекладачів³²⁷. Станом на 2023 їх залишилося понад 100³²⁸. У 2018 році Управління туризму та курортів Львівської облдержадміністрації розпочало роботу над створенням каталогу фахівців туристичного супроводу Львівщини. Це потрібно, щоб кожен турист міг обрати гідів відповідно до своїх уподобань³²⁹. Наразі Львівський туристичний офіс видає бейджі екскурсовода, які засвідчують правомірність здійснення туристичного супроводу у м. Львів, водночас системи покарання за здійснення

³²³ Ряди львівських екскурсоводів поповняються. *Львівський портал*. 28 трав. 2012. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2012/05/28/143001> (дата звернення: 14.04.2022).

³²⁴ Про затвердження Положення про порядок проведення екскурсійної діяльності у м. Львові : Рішення № 506 Львівської міської ради від 05.06.2019. URL: [https://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/\(SearchForWeb\)/299B720AFB367157C2258410004DC316?OpenDocument](https://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/(SearchForWeb)/299B720AFB367157C2258410004DC316?OpenDocument) (дата звернення: 14.04.2022).

³²⁵ Ряди львівських екскурсоводів поповняються. *Львівський портал*. 28 трав. 2012. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2012/05/28/143001> (дата звернення: 14.04.2022).

³²⁶ Лущик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 179.

³²⁷ Там само.

³²⁸ Легенда Львова: Петру Радковцю присвоїли пожиттєве звання львівського гідів № 1. *Varta1*. 21 лют. 2021. URL: https://varta1.com.ua/news/legenda-lvova-petru-radkovcu-prisvoyili-pozhittieve-zvannya-lvivskogo-gida-no1-foto_361348.html (дата звернення: 01.03.2023).

³²⁹ На Львівщині створять каталог фахівців туристичного супроводу. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 22 берез. 2018. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=34923> (дата звернення: 26.10.2022).

туристичного супроводу без ідентифікаційної картки під час воєнного стану немає.

Вимоги до фахівців з туристичного супроводу постійно підвищуються, оскільки змінюється туристичний попит на тлі основних тенденцій у галузі. Йдеться про такі зміни, як: «індивідуалізація та спеціалізація попиту та зростання інтересу до активних та тематичних видів туризму (спортивного, екстремального, екологічного, культурно-пізнавального); зміна стереотипів поведінки клієнта, коли активно проявляється попит на задоволення і зміну вражень, причому найбільшу значимість здебільшого набуває процес, а не об'єкт отримання задоволення; зростання інтересу до технологій самообслуговування, що скорочують необхідність взаємодії клієнта з іншою людиною для завершення транзакції, що важливо в умовах пандемії, експансія виїзного туризму; зростання категорії осіб більш старшого віку в загальній сукупності подорожуючих; зростання екологічної та соціальної відповідальності споживачів; зростання частотності подорожей та зменшення часу їх тривалості, що накладає певний відбиток на питання цінової політики щодо туристичних послуг; підвищення вимог споживачів до якості туристичних послуг; інтенсифікація туристичного відпочинку; збільшення ролі Інтернет-маркетингу в комунікаційному впливі на споживача; повсюдна комп'ютеризація, технологізація та віртуалізація туризму в соціальних мережах (як приклад, поширення сучасних технологічних трендів: Biometrics, Blockchain, Robotics, AI, Big Data, Cloud, VR & AR, Chatbots, Voice, Self-driving, IoT, Mobile)»³³⁰. Отже, враховуючи, що люди в сучасному світі більше заробляють і, відповідно, більше подорожують, вони прагнуть постійно відкривати нові напрямки. Це висуває вимогу до систематичного підвищення кваліфікації працівників сфери туризму, розширення їх компетентностей, оскільки, попри поширену упереджену думку про заміну працівників інтернет-сервісами з бронювання квитків та житла й чат-ботами,

³³⁰ Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Маркетингові аспекти розвитку діяльності підприємства сфери туризму на регіональному рівні під впливом глобальних тенденцій. *Вісник Хмельницького університету*. 2021. № 6. Т. 2. С. 199.

попит на кваліфіковану працю і безпосереднє спілкування з мандрівниками, екскурсантами в індустрії туризму зберігається.

В області функціонує 8 установ, які проводять курси екскурсководів та гідів-перекладачів по Львову та Львівській області: 1) Центр «Мандри-Плюс» (специфікація: підготовка гідів-перекладачів англійської, німецької, французької, іспанської, польської інших мов); 2) Курси фахівців туристичного супроводу при Львівській Асоціації Розвитку Туризму; 3) Курси при ТЗОВ «Львівське регіональне підприємство з туризму «ГАЛІНТУР»; 4) Курси екскурсководів при Туристично-краєзнавчому центрі «Паломник» Фонду Святого Володимира; 5) Курси при Західно-Українській регіональній асоціації інноваційних фірм «Львівтехнополіс»; 6) Курси гірських провідників при Асоціації гірських провідників «Ровінь»; 7) Курси екскурсководів при туроператору «Відвідай»; 8) Курси для екскурсководів та гірських провідників «KI School», ГО «Karpaty Travel»³³¹. До фахівців туристичного супроводу висуваються конкретні вимоги: розуміння технології організації туристичних подорожей і туристичного обслуговування; здатність працювати в полікультурному середовищі; здатність до інформаційно-екскурсійної роботи з туристами, організаціями та здійснення туристичного супроводу; здатність до використання сучасних форм та креативного підходу до створення екскурсійного продукту; здатність використовувати якісний переклад; здатність до конкурентоспроможної позиції туристичного підприємства на послуги відповідно до правового поля; здатність до організації взаємодії та співпраці з організаціями та учасниками виробництва, створення та споживання туристично-екскурсійного продукту на основі розуміння змісту договірної роботи та роботи з туристичною документацією; здатність оцінювати характеристики туристично-екскурсійних та інфраструктурних ресурсів для їх оптимального використання в організації обслуговування туристів; здатність визначати мотиви туристичних подорожей та споживчі характеристики екскурсійних

³³¹ Курси для екскурсководів. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. URL: https://old.loda.gov.ua/turyzm_na_lvivshchyni (дата звернення: 12.02.2023).

послуг та методи їх просування на ринку; здатність до інновацій у сфері професійної діяльності та ін.³³². При цьому наголос робиться на комунікативних навичках та високому професіоналізмові фахівців з туризму, «оскільки завдяки можливості знайти в інтернеті велику кількість сервісів і застосунків з підбору трансферу, проживання, планування дозвілля, користувачі мають змогу без посередників організовувати свій відпочинок. Саме тому, щоб скласти гідну конкуренцію “віртуальним туристичним менеджерам” слід дійсно надавати якісні туристичні послуги, щоб потенційний турист розумів, за що він оплачує кошти, звертаючись в туристичну агенцію»³³³. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм туристичних гідів розроблені й затверджені у 2020 році Національною туристичною організацією України (НТОУ) відповідно до європейського стандарту EN 15565:2008. Це документ рекомендований для добровільного застосування членами та партнерами НТОУ, а також усіма зацікавленими підприємствами, організаціями та фізичними особами-підприємцями³³⁴.

На сайті Work.ua наведено основні вимоги до менеджера з туризму: глибокі знання ринка туристичних послуг; відмінні комунікативні навички та вміння працювати з клієнтами; висока відповідальність, організованість та уважність до деталей; грамотна українська мова; знання англійської мови як перевага; знання основних туристичних напрямків; впевнений користувач ПК та соцмереж; неконфліктність, швидка здатність до навчання та ін.³³⁵. Станом на березень 2020 року на сайті Work.ua було представлено 158 вакансій професіоналів у сфері туризму, станом на березень 2023 року – 108 вакансій по всій Україні³³⁶. Розмір заробітної плати, наприклад, менеджера з туризму, враховуючи сезонність туризму, територіальне розташування та

³³² Сокол Т. Визначення фахових компетентностей професійної підготовки фахівців туристичного супроводу з урахуванням вимог сучасного інформаційного суспільства. *ІОУ-2016*: міжнар. наук.- практ. конф. Вінниця: ВНТУ, 2016. URL: <https://www.researchgate.net/publication/310286296> (дата звернення: 23.11.2021).

³³³ Аналіз ринку праці в галузі туризму 2021. *Університет короля Данила*. URL: <https://ukd.edu.ua/analiz-rinku-praci-v-galuzi-turizmu-2021> (дата звернення: 14.04.2022).

³³⁴ Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм туристичних гідів. *Національна туристична організація України* [офіц. сайт]. URL: <https://ntou.ua/assets/files/ntou-guidelines-01-03-2020-guides.pdf> (дата звернення: 21.03.2023).

³³⁵ Work.ua [офіц. сайт]. Менеджер по туризму. URL: <https://www.work.ua/jobs-kyiv-менеджер+по+туризму/> (дата звернення: 21.03.2023).

³³⁶ Work.ua [офіц. сайт]. Туризм. URL: <https://www.work.ua/jobs-туризм/> (дата звернення: 21.03.2023).

напрям діяльності туристичної фірми, може коливатися від мінімальної процентної ставки плюс/мінус 3,5 тис. грн. у так званий «мертвий сезон» до 21 тис. грн. і вище в піковий сезон³³⁷. Утім, експерти звертають увагу на недостатню компетентність фахівців з туристичного супроводу, зокрема незнання іноземних мов. Серед основних причин – відсутність внутрішньої мотивації працівників і психологічні проблеми, пов'язані з близьким контактом із клієнтами³³⁸.

Безпосередніми елементами туристичної індустрії є установи державного регулювання сфери туризму. Головними з таких є Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації та Управління туризму Департаменту розвитку Львівської міської ради. В місті також працює 2 генеральні консульські установи (Генеральне консульство Республіки Польща у Львові, Генеральне консульство Чеської Республіки у Львові) та 17 туристичних громадських організацій, зокрема: Асоціація гірських провідників «Ровінь»; Асоціація курорт «Сколівський»; ГО «Орявчик-Звенів»; ГО «Клуб велотуристів друзів природи «Рух»; ГО Туристичний Інформаційний Центр Стрия; Західноукраїнська туристична асоціація; Клуб велосипедного туризму «Колесо вітрів»; ЛГТО «Обрій»; Львівська асоціація розвитку туризму; Львівська Асоціація туристичних організацій; Львівська міська громадська організація «Федерація спортивного туризму»; Львівська обласна громадська організація «Товариство власників осель «Галицькі оселі»; Львівська обласна молодіжна хостел асоціація; Львівський обласний осередок «Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму»; Товариство краєзнавців Яворівщини «Гостинець»; «Туристична асоціація рекреаційного розвитку Сколівщини»; Центр краєзнавства, екскурсій і туризму учнівської молоді³³⁹. Основними завданнями згаданих організацій є насамперед реалізація державної політики у сфері туристичної діяльності, забезпечення прав громадян на відпочинок та

³³⁷ Аналіз ринку праці в галузі туризму 2021. *Університет короля Данила*. URL: <https://ukd.edu.ua/analiz-rinku-praci-v-galuzi-turizmu-2021> (дата звернення: 14.04.2022).

³³⁸ Там само.

³³⁹ Курси для екскурсоводів. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. URL: https://old.loda.gov.ua/turyzm_na_lvivshchyni (дата звернення: 12.02.2023).

охорону здоров'я, залучення інвестицій, пропаганда та популяризація вітчизняного туристичного продукту³⁴⁰.

За підтримки державних та громадських органів регулювання та управління туристичною індустрією, на території міста та області були створені центри туристичної інформації. У Львові функціонує 6 таких центрів (Центри туристичної інформації у центрі міста Львова, на залізничному вокзалі та в аеропорту, Туристично-інформаційний центр Львівської асоціації розвитку туризму, Центр туристичної інформації «Лемберг-Тур», Західноукраїнський інформаційно-туристичний центр «Hostelling International»), інші туристично-інформаційні центри в області розташовані у містах Жовква, Стрий, Дрогобич та Трускавці (Трускавецький інформаційно-курортний центр)³⁴¹.

Актуальною проблемою у регіоні є забезпечення туристів закладами розміщення різноманітного класу комфортності. За даними сайту Planet Hotels.Travel Guide, у Львові налічується 109 готелів, серед яких 5-зіркових – 5 (Citadel Inn Gastro Boutique Hotel; Grand Hotel Lviv Casino & Spa; Nobilis Hotel; BANKHOTEL; Леополіс Готель), 4-зіркових – 18, 3-зіркових – 20, 2-зіркових – 1 і 65 без зірок, діє 45 хостелів, більшість з яких підтримують електронну систему бронювання готельних номерів³⁴². Значної популярності набувають готельно-відпочинкові комплекси розташовані в екологічно чистих зонах за межами міста в часовій досяжності до 40 хвилин. Найвідомішими серед них є «Бухта Вікінгів», «Чарівна долина», «Узлісся», «Панська гора», «Наварія Нова», «Злата», «Соняхи». Найбільшу серед категоризованих готелів групу становлять готелі середнього класу, рівень їх завантаженості залежить від розташування, якості сервісу та рекламної політики. На переконання експертів, висловлене до початку повномасштабного вторгнення, «на найближчий час можна спрогнозувати такі тенденції розвитку готельного господарства Львівської області:

³⁴⁰ Луцик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 180.

³⁴¹ Туризм на Львівщині. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. URL: https://old.loda.gov.ua/turyzm_na_lvivshchyni (дата звернення: 12.02.2023).

³⁴² Planet Hotels. Travel Guide [офіц. сайт]. URL: <https://planetohotels.com/> (дата звернення: 12.02.2023).

посилення інтересу інвесторів до вкладання коштів у його розширення; посилення конкуренції між готельними підприємствами, у зв'язку з поліпшенням якості послуг та збільшенням попиту; розширення асортименту послуг та поглиблення спеціалізації; посилення взаємозв'язку з іншими галузями економіки»³⁴³.

Про стан на ринку праці свідчать дані по Львівській області за 2000–2020 роки Державної служби статистики України, зокрема, про рівні зайнятості населення у віці 15–70 років (Рис. 2.6), Рівні безробіття населення у віці 15–70 років у Львівській області (Рис. 2.7), Розподіл зайнятого населення у віці 15–70 років за видами економічної діяльності Львівській області у 2020 році (Рис. 2.8), індекси реальної заробітної плати протягом 2019–2021 років (відповідний місяць попереднього року=100%) (Рис. 2.9)³⁴⁴.

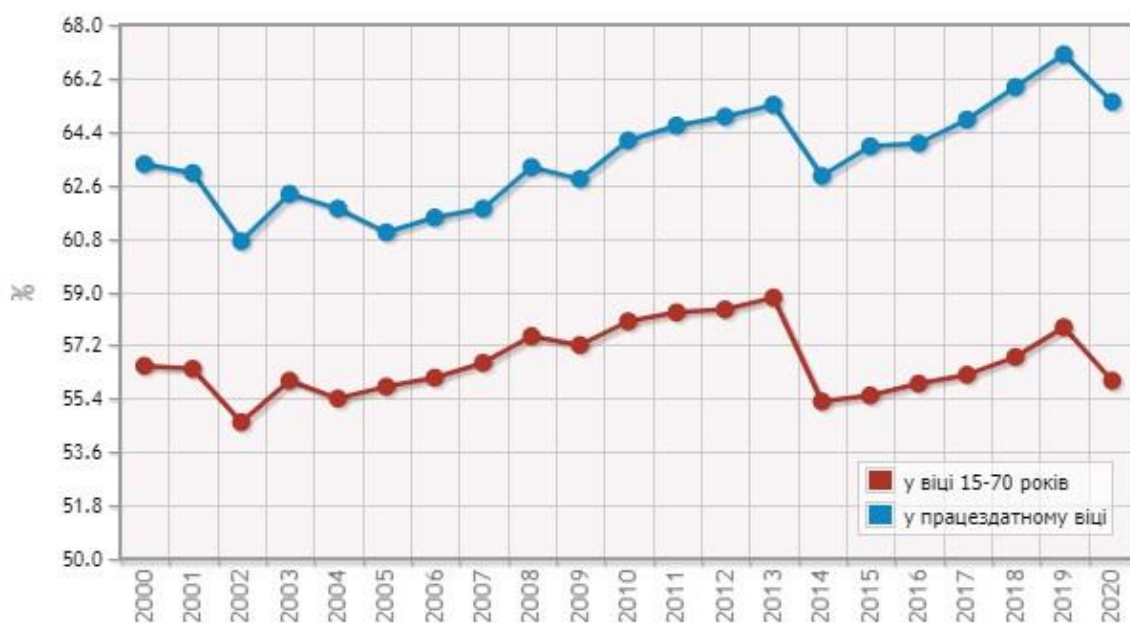


Рис. 2.6. Рівні зайнятості населення у віці 15–70 років у Львівській області.

³⁴³ Мазур А. В. Аналіз стану розвитку готельного господарства та туристичного потенціалу Львівської області. http://eprints.cdu.edu.ua/3986/1/rodzinka_2018_1-142-143.pdf (дата звернення: 13.05.2022).

³⁴⁴ Ринок праці. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області. [офіц. сайт]. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/18/theme_18.php (дата звернення: 25.01.2023).

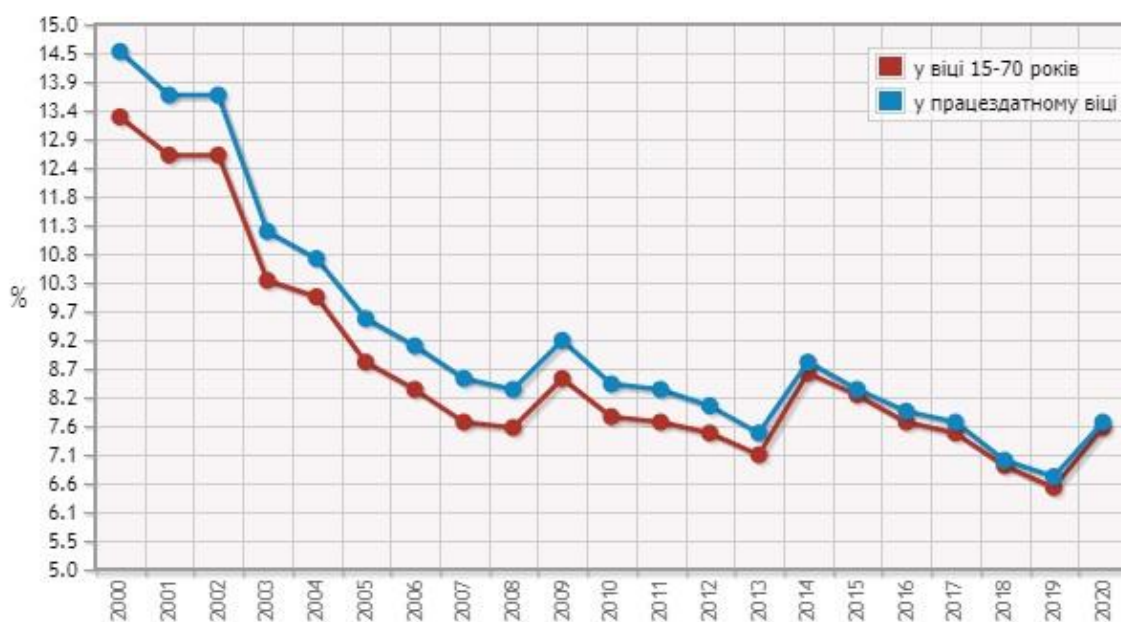


Рис. 2.7. Рівні безробіття населення у віці 15–70 років у Львівській області.



Рис. 2.8. Розподіл зайнятого населення у віці 15–70 років за видами економічної діяльності Львівській області у 2020 році.

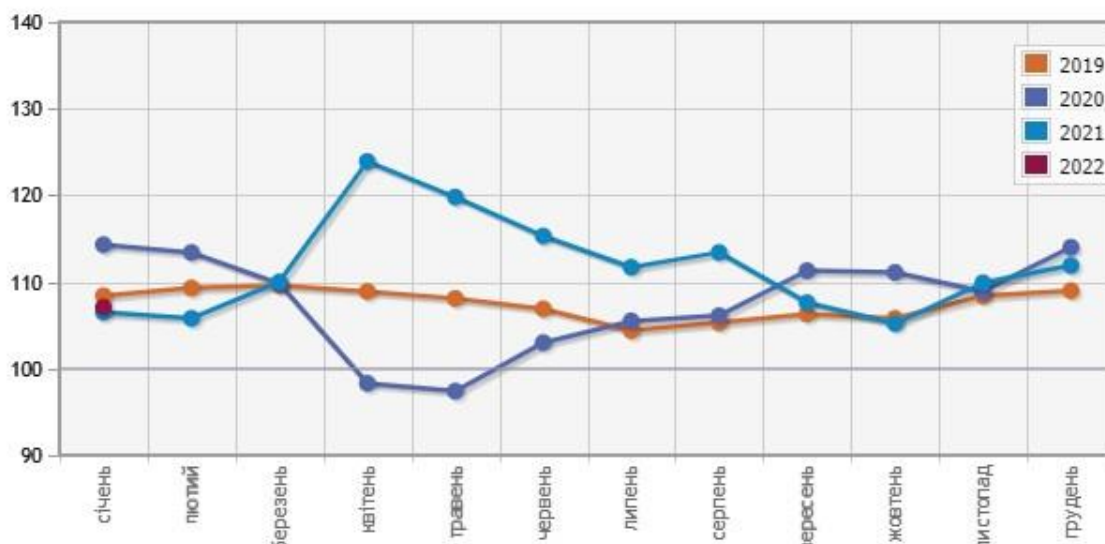


Рис. 2.9. Індеси реальної зарплати протягом 2019–2021 років
(відповідний місяць попереднього року=100%).

Загалом, за даними Головного управління статистики у Львівській області, цей регіон посідає 5 місце за рівнем безробіття населення, 9–11 – за рівнем зайнятості та 9 – за розміром зарплати³⁴⁵. Доходи та витрати населення області наведено на Рис. 2.10³⁴⁶.

	2015		2019		2020		2021 ¹	
	Львівська область	Україна	Львівська область	Україна	Львівська область	Україна	Львівська область	Україна
ДОХОДИ ТА ВИТРАТИ НАСЕЛЕННЯ								
Доходи населення								
млрд.грн	97,7	1772,0	216,9	3744,1	235,1	4045,2	279,1	4698,6
у % до попереднього року	123,1	116,8	114,7	115,2	108,4	108,0	118,7	116,2
Витрати на придбання товарів та послуг, млрд.грн								
	90,1	1568,2	206,2	3357,0	213,0	3520,5	258,8	4324,2
Наявний дохід								
млрд.грн	74,9	1362,6	169,5	2905,8	183,1	3117,9	212,0	3559,1
на 1 особу, грн	29542	31803	67353	69140	73092	74688	85195	86016
Реальний наявний дохід, у % до попереднього року								
	82,0	79,6	109,9	109,0	104,8	104,5	106,3	104,3

¹ Дані попередні.

Рис. 2.10. Доходи та витрати населення області.

³⁴⁵ Потенціал Львівської області в Україні : статистичний збірник. 2021 / Державна служба статистики України ; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2022. 74 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2022/ZB0120220401.pdf> (дата звернення: 18.12.2022).

³⁴⁶ Там само.

У цьому контексті варто звернути увагу, що туризм не лише сприяє розвитку суміжних галузей та ініціює розвиток підприємництва, а й вирішує «багато соціальних проблем, в тому числі зайнятості та підвищення рівня добробуту людини. Розвиток туризму призводить до зростання чисельності робочих місць значно швидше, ніж в інших галузях. У багатьох країнах саме за рахунок туризму вирішується проблема зайнятості, підтримується високий рівень життя населення. Туризм сприяє також підвищенню рівня освіти, культури, удосконалення страхової медицини, використання нових засобів поширення інформації»³⁴⁷. Утім, рівень розвитку внутрішнього туризму не відповідає потенційним можливостям України, де є визначні архітектурні, художні, історичні цінності. За даними опитування туроператорів м. Львова («Танго Тревел», «Відвідай», «Моноліт», «ЮНТА», «ВСЕСВІТ», «Gal-Cruise», «Join Up!»), проведеного у 2021 році, найбільше перешкоджають розвитку культурного туризму в регіоні певні тенденції, які, на жаль, підтверджують сталу практику у галузі туризму країни (Дод. В):

- брак фінансування сфери туризму, у тому числі для підтримки та відновлення історичних об'єктів, незадовільна і недостатня залученість держави та приватного бізнесу до проблем розвитку культурного туризму (зокрема, як акцентують опитувані, розвиток туризму потребує залучення значних фінансових ресурсів, проте коштів місцевих бюджетів недостатньо, а вітчизняні та іноземні інвестори через тривалий термін окупності та несприятливий інвестиційний клімат в країні не поспішають вкладати кошти у туристичну сферу);

- незадовільний стан туристичної інфраструктури, у тому числі відсутність інфраструктури на певних локаціях, «дилетантські методи» управління та обслуговування, низька якість сервісу;

- незадовільний стан утримання пам'яток історико-архітектурної спадщини,

³⁴⁷ Краснокутська Ю. В. Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку ринку туристичних послуг та рішення соціально-економічних проблем. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2018. Вип. XIII. С. 75.

- низький професійний рівень підготовки персоналу, незнання іноземних мов фахівцями з туризму;

- зменшення частки в'їзного туризму, нерівномірне використання туристично-рекреаційного потенціалу та концентрація основних туристичних потоків у м. Львові, неефективне використання природно-рекреаційного потенціалу для розвитку сільського туризму, незначна частка ділового, активного туризму.

На думку тих же туроператорів м. Львова, варто вжити певних заходів для більш активного розвитку культурного туризму у Львівській області. Серед них:

- залучення інвестицій в розбудову туристичної галузі області, активізація туристичної діяльності у малих містах та районах області;

- інформаційний супровід, рекламування та популяризація не тільки відомих туристичних DESTINACIЙ, а й інших, не менш цікавих, але менше відомих об'єктів;

- покращення туристичної та рекреаційної інфраструктури (ремонт автомобільних доріг, підвищення якості пасажирських перевезень, облаштування відпочинкових територій тощо);

- активна промоція Львівщини як туристичного регіону, створення якісного туристичного продукту, що дасть змогу забезпечити ефективне використання туристичного та рекреаційного потенціалу регіону і підвищити його конкурентоспроможність;

- розвиток різних форм активного туризму, зокрема розробити та впровадити нові шляхи велосипедного, водного, гірськолижного, пішохідного туризму, стимулювання розвитку сільського та ділового туризму.

Таким чином, туристична інфраструктура має інтегративно-диверсифікаційний характер, а якість туристичного продукту безпосередньо залежить від міри її розвиненості. Регіональний туристичний комплекс є одночасно ресурсом і умовою розвитку індустрії туризму на території

Львівської області, а також чинником формування територіальної структури національного туристичного продукту. Відтак, серед нагальних питань інфраструктурної розбудови – не лише покращення економіко-правових та організаційних умов для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій, а й активізація інформаційно-рекламної діяльності з метою створення єдиної інформаційно-туристичної інфраструктури.

Висновки до розділу

Унікальні туристичні ресурси у поєднанні із багатою історико-культурною спадщиною, представленою у тривалому періоді часу, та сучасною культурою Львівської області створюють засадничі передумови розвитку культурного туризму. Його успішність залежить від багатьох чинників, які у синергетичному поєднанні дають змогу отримати максимально можливий соціокультурний ефект. Тривала позитивна динаміка (до 2014 року) розвитку туризму у Львівській області пов'язана з вигідним географічним та геополітичним розташуванням регіону в центрі Європи; розвиненою мережею транспортних маршрутів, включаючи міжнародне значення; наявністю значної кількості об'єктів культурної (матеріальної і нематеріальної) спадщини та проявами сучасної культури регіону, зокрема провенням численних фестивалів, виставок, ярмарок та ін. заходів; а також достатньої кількості закладів соціально-культурної сфери.

Роль туризму у розвитку Львівської області має вагоме значення, утім тривалий час існують певні проблеми, які стримують його розвиток: негативний міжнародний імідж через складні соціально-політичні події в країні, неефективне просування курортних міст на міжнародному рівні та складну екологічну ситуацію через активну роботу міжнародних транспортних коридорів. Також доводиться констатувати: невідповідність інституційного та законодавчого забезпечення розвитку туризму світовим стандартам; недостатня кількість фінансових та податкових стимулів для розвитку сфери туризму; незадовільний стан туристичної інфраструктури,

зокрема й туристичних об'єктів; невисокий рівень кваліфікації фахівців у сфері туризму та розвитку місцевих та національних туристичних агентств.

Крім того, оскільки культурний туризм безпосередньо пов'язаний не лише з культурою, а й способом життя місцевих мешканців, для його розвитку потрібне збереження культурного надбання, а також активна участь місцевого населення в культурному житті. Необхідна й розробка комплексного підходу щодо якнайповнішого використання туристичного потенціалу регіону. Зокрема, для усунення цього недоліку першочерговими завданнями є: створення деталізованого обліку усіх культурних ресурсів регіону (а не лише занесених у Державний реєстр нерухомих пам'яток України), що включатиме достовірну інформацію про місце розташування об'єкту, його опис, історію створення, чи мають елементи пристосування для відвідання туристами тощо; розробка карти розміщення усіх культурних ресурсів регіону; забезпечення усіх об'єктів культурної спадщини Львівщини необхідною документацією (охоронний договір, паспорт об'єкту тощо); підвищення ефективності використання культурних ресурсів області для розвитку туристичного бізнесу; захист і збереження пам'яток культурної спадщини Львівщини; реставрація пошкоджених і зруйнованих об'єктів; розробка заходів по збереженню культурної спадщини у процесі її туристського використання; розробка нормативно-правових і організаційних заходів по ефективному використанню культурних ресурсів для розвитку туризму – як на державному, так і місцевому рівнях; дослідження ринку туристичних послуг Львівщини; розробка та реалізація державних і спонсорських програм, спрямованих на реставрацію, захист і збереження культурної спадщини, а також всебічного розвитку сучасної культури регіону.

РОЗДІЛ 3

ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВЩИНИ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ

3.1. Цифровізація сфери культурного туризму Львівщини у контексті світових тенденцій

Одним із засобів підвищення ефективності функціонування культурного туризму, як і всієї галузі загалом, є цифрові інструменти, які стали мало не визначальним чинником споживання конкретних туристичних послуг. Саме від масштабів застосування цифрових інструментів, або рівня цифровізації у сфері туризму і гостинності, залежить й рівень розвитку культурного туризму. Цифровізація – це динамічний процес, нова форма комунікаційної взаємодії між покупцями та продавцями туристичних послуг. Цифрова трансформація в індустрії туризму означає адаптацію сучасних рішень до повсякденних завдань з організації подорожей – від вибору пункту призначення та планування маршруту до бронювання авіаквитків та інших видів транспорту, а також готелів чи створення пропозицій, максимально адаптованих до потреб клієнтів, та здійснення віртуальних турів, перш ніж фактично вибрати пункт призначення³⁴⁸. За умови системного підходу цифрові технології у сфері туризму стимулюють розвиток відкритого суспільства як одного із суттєвих чинників збільшення конкурентоспроможності туристичного сегменту певного регіону та країни. Цифрові технології змінюють підхід до туристичної діяльності, зокрема до систем управління маркетингом, продажу та сервісу, систем документообігу та управління персоналу в туристичному сегменті, систем обліку та багатьох інших. Якнайширше впровадження цифрових технологій має важливе значення й для досягнення практичних цілей сталого розвитку різних

³⁴⁸ Pajorska Z. Digital Transformation in the Travel and Tourism Industry. 03 Oct. 2022. URL: <https://stratoflow.com/digital-transformation-travel-industry/> (дата звернення: 25.11.2022).

секторів економіки, яка у свою чергу, впливає на конкурентоспроможність туристичної галузі регіону чи країни у світі. Крім того, цифрові технології повинні враховувати й запити клієнтів, оскільки ефективність туризму залежить від досвіду туриста, відтак вкрай важливо впровадити в цю сферу якомога більше інновацій, що працюватимуть на досягнення цієї мети.

Сучасний турпродукт має високу комплексність, нематеріальність, не взаємопов'язаність окремих туристських послуг та ін., що вимагає обробки великого масиву інформації, використання інноваційних елементів цифрової економіки, а також врахування чинників соціокультурної детермінації культурного туризму. Відсутність необхідної інформації, як однієї з головних складових туристської галузі, обмежує можливість та бажання мандрівників придбати турпродукт і, як наслідок, негативно позначається на розвитку туристських дестинацій. Завдяки процесам цифровізації індустрія туризму отримала можливість розширити цільову аудиторію, покращити якість обслуговування, а відтак і розвиватися прискореними темпами, використовуючи усе більшу кількість якісних цифрових платформ. У світі працюють десятки технологічних стартапів в сфері туризму, які прагнуть цифровізувати діяльність туристичних і travel-компаній за рахунок привнесення в галузь оригінальних ідей. Звісно, цифровізація у сфері туризму – процес нерівномірний для різних країн світу, тому аналіз ключових тенденцій є необхідним для отримання уявлення про виклики, які стоять перед сферою туризму не лише конкретної держави, а й конкретного регіону.

Туризм вважається однією з перших галузей, яка оцифрувала бізнес-процеси в глобальному масштабі, ставши новатором щодо онлайн-бронювання авіаквитків та готелів³⁴⁹. Це був один із перших секторів, який почав використовувати нові технології та платформи, що стали глобальним явищем, хоч на теперішній час, як свідчить дослідження, проведене

³⁴⁹ Abouzeid N. The Impact of Digitalization on Tourism Sustainability: Comparative Study between Selected Developed and Developing Countries. *Management, Economics and Accounting* : 2nd International Conference on Advanced Research, Milan, Italy, Feb. 18-20, 2022. URL: <https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2022/02/14-18033.pdf> (дата звернення: 14.05.2022).

консалтинговими компаніями Hospitality Mavericks та KAM Media у другому півріччі 2021 року³⁵⁰, гостинність значно відстає від інших галузей, коли справа доходить до цифрової трансформації. Комп'ютери для бронювання та резервування авіаквитків почали використовувати за кордоном ще наприкінці 1950-х років³⁵¹. Згодом, у 1970-х роках була розроблена і впроваджена комп'ютерна система бронювання, яка забезпечувала автоматизований доступ до інформації з бронювання та резервування для великого сегменту туризму, включаючи проживання, круїзи, транспорт, різноманітні розваги. Поступово ця система удосконалювалась, відбувалося об'єднання національних комп'ютерних систем у єдину глобальну систему резервування та продажу туристських послуг, зумовивши виникнення у 1980-х роках глобальної розподільчої системи, яка сьогодні надає доступ до баз даних судноплавних, авіаційних, залізничних компаній, готельних ланцюгів, туроператорів, агентств та ін.³⁵² З 1990-х років, з масштабним поширенням цифрових технологій і доступністю інтернету, відбулися кардинальні зміни у сфері туризму.

У сучасних системах бронювання представлена загальна інформація про рейси, типи задіяних літаків, докладні описи тарифів, а також відомості про пункти прокату автомобілів, розміщення в готелях, залізничні квитки, наявність місць та ін. Найпопулярнішими глобальними системами бронювання є Amadeus, Galileo, Sabre та Worldspan, їх послугами користуються переважна більшість туристичних компаній у світі, оскільки це одна з умов їхньої успішної діяльності. Мандрівники масово купують авіаквитки за допомогою сервісу SkyScanner, а готелі бронюють на Booking.com. Є й інші способи отримання інформації та необхідних документів для подорожі: наприклад, сервіс Eurotravelins (eurotravelins.com.ua) дає можливість оформити поліс протягом кількох хвилин. Львівські готелі надають можливість бронювання/резервування на

³⁵⁰ What is digital transformation in hospitality? Nov. 16, 2021. URL: <https://www.vitamojo.com/blog/what-is-digital-transformation-in-hospitality/> (дата звернення: 25.12.2021).

³⁵¹ Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ: Знання, 2008. 661 с. URL: http://lib.khmnpu.edu.ua/fond/NOV/new_01-02_2010/437431.html (дата звернення: 30.05.2021).

³⁵² Там само.

сайті готелю та за допомогою сервісів booking.com, hotels.com, agoda.com. Застосування цих систем – один із найпотужніших інструментів, що забезпечують взаємодію основних учасників туристичного ринку. За результатами дослідження сервісу Statista.com світової індустрії туризму, було виявлено, що доходи від онлайн-бронювання подорожей по всьому світу у 2017 році склали \$ 513 млрд., серед американців бронюють готелі в режимі онлайн – 88%, а транспорт для відпустки – 83 %³⁵³, а у 2020 році ринок онлайн-бронювання подорожей склав \$ 432 млрд., і, за прогнозами, у 2025 році має досягти \$ 833 млрд.³⁵⁴. Ця ж тенденція простежується і в Україні, де туристи серед ІТ-рішень, якими вони скористалися при виборі місця подорожі та її плануванні, на першому місці вказують сервіси резервування/бронювання (Рис. 3.1, за даними опитування туристів, проведеного у липні–вересні 2021 року за опитувальним листом, розробленим на основі праці О. Оливко³⁵⁵ та наведеним у Дод. Б). Бронювання житла туристи, які відвідали Львів у 2018 році, здійснюють, здебільшого, за допомогою booking.com (39,6%) або безпосередньо на сайті закладу розміщення (26,1%)³⁵⁶.

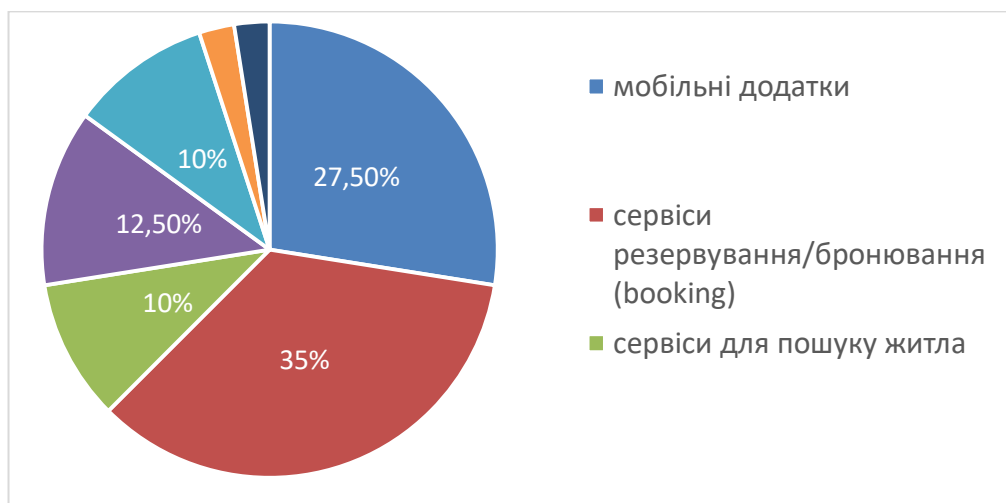


Рис. 3.1. Ранжування ІТ-рішень, якими користуються туристи при виборі місця подорожі та її плануванні.

³⁵³ Club Med Sky report 2017. URL: <https://www.clubmed.co.uk/l/reports> (дата звернення: 20.03.2021).

³⁵⁴ Williams B. 38+ Online Travel Booking Statistics (Latest 2023 Figures). URL: <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/online-travel-booking-statistics> (дата звернення: 30.03.2023).

³⁵⁵ Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*: Ювілейний вип. 2015. № 2 (100). С. 60–61.

³⁵⁶ У Львові підраховували звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-l-vovi-pidrakhuvai-zvidki-prijizhdzhal-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi> (дата звернення: 15.10.2022).

Сьогодні туризм – не просто потужна галузь з торгівлі послугами, – це глобальний комп'ютеризований бізнес, в якому беруть участь великі авіакомпанії, комплекси готелів і туристичні фірми усього світу: 68% усіх продажів у сфері подорожей і туризму у 2022 році здійснювалися онлайн³⁵⁷. Досвід успішних зарубіжних компаній підтверджує той факт, що залучення нових технологій дає змогу не лише підвищувати конкурентоспроможність та стійкість на світовому ринку, а й підвищувати привабливість території, популяризувати національну культуру і підвищувати таким чином імідж країни у світі. За оцінками Всесвітньої туристичної організації, на культурний туризм припадає близько 40% світового туризму³⁵⁸. Розмір світового ринку туризму, пов'язаного зі спадщиною, за даними американської дослідницької та консалтингової компанії Grand View Research, у 2021 році оцінювався у \$ 556,96 млрд., і очікувалося, що сукупний річний темп зростання у період з 2022 по 2030 роки збільшуватиметься на 3,8%³⁵⁹. В Україні за 2021 рік до бюджету громад надійшли ₴ 244 млн. туристичного збору, зокрема Львівська область заробила ₴ 23 млн.³⁶⁰. Очевидно, що така прибуткова галузь, як цифровий туризм, й надалі повинна підтримувати свій довгостроковий розвиток за рахунок впровадження інновацій. Цілком слушно зазначають дослідники, що стратегія, яка поєднує технології, інновації, стійкість, доступність та інклюзивність, формує повний цикл туризму, оскільки майбутнє подорожей ґрунтується саме на технологіях³⁶¹.

Здійснити пошук підходящих турів за пропозицією безлічі туроператорських компаній за заданими критеріями, що враховують особисті

³⁵⁷ Williams B. 38+ Online Travel Booking Statistics (Latest 2023 Figures). URL: <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/online-travel-booking-statistics> (дата звернення: 30.03.2023).

³⁵⁸ Report on Tourism and Culture Synergies. UNWTO. Madrid. 2018. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978> (дата звернення: 24.11.2021).

³⁵⁹ Heritage Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Cultural, Natural, Intangible), By End-user (30 & Under, 31 To 50, 51 To 70, 71 And Above), By Booking Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2022 – 2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/heritage-tourism-market-report> (дата звернення: 20.03.2023).

³⁶⁰ Туристична статистика України. URL: [https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru#:~:text=\(дата звернення: 12.02.2023\).](https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-otrimala-rekordi-244-mln-grn-turistichnogo-zboru#:~:text=(дата звернення: 12.02.2023).)

³⁶¹ Abouzeid N. The Impact of Digitalization on Tourism Sustainability: Comparative Study between Selected Developed and Developing Countries. *Management, Economics and Accounting* : 2nd International Conference on Advanced Research, Milan, Italy, Feb. 18-20, 2022. URL: <https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2022/02/14-18033.pdf> (дата звернення: 14.05.2022).

переваги та побажання клієнтів, знайти гарячі тури, стежити за зміною цін на тури, що цікавлять, з тим, щоб не втратити можливість укласти угоду купівлі-продажу турпродукту з вигодою для споживача, дають змогу пошукові системи. Загальнопоширені (Google) і географічно обмежені (Baidu), багатомовні (Ask) та одномовні (Meta), орієнтовані на певну сферу (Google Scholar) і тип даних (Google Maps) тощо, пошукові системи здатні надавати інформацію не лише за конкретними словами, а й за категоріями понять, які вони позначають. Тобто пошуковий робот здатен представити користувачу вебсторінки, на яких відсутні слова з заданого ним пошуку, однак за своїм змістом вони будуть підходити під тематику запиту. Це значно спрощує туристам пошук необхідної інформації. В умовах зростаючого темпу життя, викликаного доступністю останньої, широтою її поширення, розвитком засобів зв'язку та засобів переміщення, люди прагнуть задовольнити багато своїх потреб при мінімальних трансакційних витратах, пов'язаних, зокрема, з пошуком інформації про туристичний продукт та туристське агентство.

Завдяки цифровим технологіям туристичний продукт з кожним роком стає більш індивідуальним, більш доступним і гнучким для кожного споживача. ІТ-рішення застосовуються туроператорами і готельєрами, а також мандрівниками. Наприклад, VR-, AR-, MR-технології дають змогу подорожувати, не виходячи з дому – у світі багато туроператорів пропонують відвідати «цифрові» знакові місця, причому у віртуальних турах користувача супроводжує персональний гід, який розповідає про визначні пам'ятки³⁶². Таким є Chameleon Age – стартап українських розробників, що дає змогу ознайомитися з «відновленими» в AR-форматі визначними пам'ятками культури. Застосунок можна завантажити на телефон чи планшет незалежно від встановленої операційної системи, він містить елементи mixed reality, тобто користувач може взаємодіяти з об'єктами, які бачить перед собою, дає змогу зробити власне фото на фоні цифрової будівлі, і навіть придбати

³⁶² Sightseeing [official site]. URL: <https://www.viator.com/collections/virtual-sightseeing-tours/c150> (дата звернення: 30.01.2023).

артефакти з віртуальних замків, споруд, міст як NFT, а також до найменших дрібниць 3D-модель об'єкта в реальному розмірі та високій якості. Серед доступних у застосунку локацій є й найцікавіші історичні локації Львова, щоправда, через військові дії реалізацію проєкт із застосування Chameleon Age у сфері туризму довелося відкласти³⁶³.

Популярність такого виду проведення часу підтверджує для багатьох справедливую тезу, що мандрівка віртуальним світом може бути не менш цікавою, ніж реальним. Технологія AR-реальності використовується для зручної навігації по незнайомому місту: на екрані смартфона турист бачить важливі об'єкти – пам'ятки, ресторани і бари, муніципальні органи (напр., засунок AR City). Застосунки AR-реальності здатні визначити місцезнаходження і показати покажчики руху, а браузер AR надають інформацію про певний об'єкт, якщо навести на нього камеру телефону. Деякі зарубіжні туристичні агентства, використовуючи технологію MR-реальності та за допомогою VR-окулярів, надають туристам можливість дізнатися як виглядала історична пам'ятка сотні чи тисячі років тому³⁶⁴. Любителям гастрономічних турів AR підказує місця зі смачною їжею на прилеглих вулицях, а при наведенні камери на меню надає рекомендації по вибору. Застосунки AR-реальності в поєднанні із системами машинного перекладу дають змогу туристам почувати себе за кордоном комфортніше. Достатньо навести камеру смартфона на незнайомі символи, і вони «перетворюються» на зрозумілий текст (напр., застосунки Wikitude або Layar). Сьогодні за допомогою таких сервісів можна перекладати навіть користувацький контент, що враховує ідіоми народного мовлення і діалекти. Віртуальну реальність у своїх бізнес-процесах активно використовують й великі готельні мережі – на своїх сайтах вони надають можливість клієнтам переглянути готельні номери та інфраструктуру³⁶⁵. У 2015 році мережа

³⁶³ Бровінська М. Львівські стартапери створили кишенькову машину часу. Як Chameleon Age розвиває інтерактивний туризм у минуле в доповненій реальності. URL: <https://dev.ua/news/chameleon-age> (дата звернення: 12.12.2022).

³⁶⁴ Champion E. M. Virtual Reality Adds to Tourism Through Touch, Smell and Real People's Experiences. URL: <https://theconversation.com/virtual-reality-adds-to-tourism-through-touch-smell-and-real-peoples-experiences-101528> (дата звернення: 10.04.2022).

³⁶⁵ Powerful Brand Advantage[official site]. URL: <https://hotel-development.marriott.com/brands/> (дата звернення: 10.02.2023).

найбільших готельних брендів Marriot запустила VroomСервіс. На гарнітури віртуальної реальності, що надаються відвідувачам, були завантажені три захоплюючі 3D-історії про подорожі в Чилі, Руанди та Китаю. 51% нових гостей, які протестували цю послугу, відзначили, що хотіли б частіше зупинятися в готелях Marriot³⁶⁶. Французька мережа курортів ClubMed пропонує своїм клієнтам перегляд відеороликів в огляді на 360⁰, завдяки чому оборот компанії у 2017 році склав € 1,527 млн. і становить додаткових 20% прибутку у порівнянні з попереднім роком³⁶⁷. Інший показовий приклад – віртуальний тур готелем Atlantis Dubai, який дає змогу потенційним гостям переглянути його розкішні номери, зручності та послуги: від плавання з дельфінами до катання з величезної водної гірки в розгалуженому аквапарку готелю³⁶⁸. Утім, за даними комплексного дослідження, проведеного у 2018 р. міжнародною групою онлайн-дослідницьких даних та аналітичних технологій YouGov, в якому взяли участь понад 10000 мандрівників, 31% респондентів заявили, що забронюють відпустку після проходження віртуального туру³⁶⁹. Невисокий показник можна пояснити тим, що не всі споживачі повною мірою довіряють технологіям, натомість вони вибирають тур тільки після перегляду відгуків або за рекомендацією друзів: саме за рекомендацією друзів майже 24% іноземних туристів відвідали Львів у 2018 році³⁷⁰. Попри це, завдяки таким технологіям туристичне середовище дедалі більше стає інтерактивним. Готелі використовують також інтерактивні карти, які дають змогу за допомогою AR-технологій переглянути свої номери, дізнатися про послуги та визначні пам'ятки неподалік³⁷¹.

Серед львівських готелів AR-застосунок для перегляду номерів використовує лише «Швейцарський»³⁷², але відеопрезентація готелю є на сайтах 4- і 5-зіркових, найбільш прогресивних і зорієнтованих на приймання

³⁶⁶ Travel Tripper site. URL: <https://www.traveltripper.com/> (дата звернення: 12.02.2023).

³⁶⁷ Travel Technology Europe. URL: <https://www.traveltecheurope.com/> (дата звернення: 12.02.2023).

³⁶⁸ Huang N. Innovative ways travel brands are using virtual reality. 2018. URL : <https://www.pegs.com/blog/innovative-ways-travel-brands-are-using-virtual-reality/> (дата звернення: 03.07.2022).

³⁶⁹ Там само.

³⁷⁰ У Львові підраховували звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році. URL : <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-l-vovi-pidrakhuvai-zvidki-prijizhdzhali-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi> (дата звернення: 15.10.2022).

³⁷¹ Wilson C. The Uses and Benefits of Indoor Mapping in the Tourism Industry. URL: <https://concept3d.com/blog/indoor-mapping/the-uses-and-benefits-of-indoor-mapping-in-the-tourism-industry/> (дата звернення: 17.02.2023).

³⁷² Готель «Швейцарський» [офіц. сайт]. URL: <https://swiss-hotel.lviv.ua/> (дата звернення: 17.02.2023).

водночас українських та іноземних туристів, готелів Львова: «Асторія», «Панорама», «Швейцарський» та «Банк-готель», «Гранд-готель», «Леополіс», «Нобіліс». Взагалі сайт готелю – це не просто його візитівка чи інструмент заощадження часу за допомогою автоматизованих процесів управління готелем, автоматизації онлайн-бронювання, підвищення заповнюваності готелю та його доходу, а й, що більш важливо – створення атмосфери гостинності та лояльності до мандрівників, особливо тих, хто віддає перевагу самодіяльному туризму. Аналіз сайтів львівських готелів у контексті їх цифрової трансформації здійснено за такими критеріями:

1) інформативність (наявність даних, необхідних різним категоріям користувачів; достовірність джерел інформації; актуальність і частота оновлення інформації; зручність сприйняття інформації;

2) зручність використання (чітка структура; зручність навігації; інтерактивність; мультимовність);

3) дизайн (стилістична єдність оформлення; використання елементів фірмового стилю);

4) функціональність (швидкість завантаження сторінок; посилання на неіснуючі сторінки);

5) пошукове просування.

За результатами аналізу за першим критерієм, на сайтах готелів наведені дані, необхідні для різних категорій користувачів (жінок та чоловіків, дітей, людей з інвалідністю, сімей, гостей з домашніми тваринами, гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, вегетаріанців, веганів); достовірність та автентичність текстів підтверджена; оновлення інформації про коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання, автоматизовано; міститься переважно текстова, візуалізовано-медійна інформація. За результатами аналізу за другим критерієм, структура сайтів доволі чітка, хоч і різна; навігація в основному зручна (за винятком сайтів готелів «Гранд-готель», «Леополіс»), достатньо інтерактивними є сайти усіх готелів (за винятком сайту готелю

«Леополіс»)), вміст сайтів доступний не лише українською, а й англійською, німецькою, польською мовами. Дизайн сайтів відповідає визначеним критеріям, утім швидкість їх завантаження є критичною (за винятком сайту готелю «Асторія»). На сайтах готелів «Асторія», «Панорама», «Банк-готель», «Гранд-готель», «Нобіліс» виявлено значну кількість некоректних посилань, що потребує систематичної уваги адміністратора сайту та керівництва готелю. Докладна інформація про сайти готелів, зокрема про їх пошукове просування, наведена у Дод. Д.

За цими ж критеріями було проаналізовано сайти провідних туроператорів Львова («Танго Тревел», «Відвідай», «Моноліт», «Юнта», «Всесвіт»). Результати аналізу свідчать про інформативність їхніх сайтів: наявні дані, необхідні різним категоріям користувачів; джерела інформації достовірні; інформація є актуальною і періодично оновлюється, але не вся інформація сприймається, тому в цьому відношенні сайти варто оптимізувати. Сайти мають чітку структуру, інформація представлена різними мовами (українська, англійська, польська), але навігація по сайту незручна і не містить елемента інтерактивності, натомість представлені відео- і фотоматеріали. У дизайні сайтів дотримана стилістична єдність оформлення, використано елементи фірмового стилю, утім на усіх сайтах виявлено некоректні посилання, швидкість завантаження сайтів, зокрема їх мобільних версій, варто підвищити (Дод. Г).

Крім технологій віртуальної, доповненої та змішаної реальностей, у сфері туризму використовуються й інші застосунки, сервіси і технології. Так, у багатьох європейських містах з'явилися готелі та хостели з автоматизованим чек-іном / чек-аутом (напр., Hostel Dalagatan)³⁷³. У Львові цією технологією можна скористатися лише в «Банк-готелі» (Дод. Е). Крім чек-іну / чек-ауту, у сфері туризму активно використовується й технологія безконтактних платежів – це сучасний тренд у фінансовому секторі, який, у свою чергу, приносить значні переваги електронному туризму. Як технологія

³⁷³ Hostel Dalagatan [official site]. URL: <https://www.hostelworld.com/hosteldetails.php/Hostel-Dalagatan/Stockholm/86897> (дата звернення: 17.02.2023).

електронного туризму, мобільні «гаманці» полегшують платежі під час подорожей, туристи можуть обмінювати гроші, миттєво переводити їх з одного рахунку на інший, часто без комісії. Безконтактні платежі не є чимось новим, але в останні роки їхня популярність зросла на 30%³⁷⁴.

Хмарні технології, які забезпечують розміщення інформації на віддаленому сервері у відкритому доступі, можуть сприяти покращенню туристичної привабливості країни, популяризуючи національну культурну спадщину, і таким чином сприяти розвитку культурного туризму. По-перше, як наголошують фахівці TravelOperations³⁷⁵, однієї з провідних компаній з надання провідних технологічних рішень для подорожей, однією з найбільших цілей, які стимулюють інвестиції в хмару, є потреба у швидкості та гнучкості. Сучасні туристи мають величезні та безкоштовні можливості знайти інформацію про пункт призначення або найдешевший авіарейс і, крім того, вимагають миттєвого обслуговування, тому швидкість і оперативність є ключем до успіху в туристичній індустрії. Маючи в своєму розпорядженні хмарне рішення, яке постійно оновлюється та підтримує інфраструктуру в актуальному стані, туроператори можуть швидко адаптуватись і не бути прив'язаними до попередніх, неактуальних технологій. Наявність надійної та масштабованої хмарної технології стало майже невід'ємною частиною туристичного бізнесу. По-друге, зростання обчислювальної потужності та ємності хмари робить зберігання даних доступнішим і безпечнішим, ніж будь-коли. Дані про вподобання користувачів все частіше використовуються для надання індивідуальних туристичних пакетів та обслуговування клієнтів на основі поведінки та вподобань мандрівника. Такі платформи, як Instagram, Pinterest, Twitter і Facebook використовують хмарні обчислення та зберігають величезну кількість цінних даних. У той час, коли «інстаграмні» місця визначають наступний маршрут для подорожей тисячоліть, хмарні обчислення значно полегшують синхронізацію даних між каналами, щоб

³⁷⁴ Як люди використовують NFC у смартфонах та годинниках: результати дослідження. URL: <https://psm7.com/uk/fintech/nfc-forum-providomlyaye-pro-splesk-populyarnosti-bezkontaktno%D1%97-texnolog%D1%97.html> (дата звернення: 14.09.2022).

³⁷⁵ 4 examples on how cloud technology has shaped the travel industry. URL: <https://traveloperations.com/blog/4-examples-on-how-cloud-technology-has-shaped-the-travel-industry/> (дата звернення: 14.09.2022).

уможливити поперечний аналіз даних, поперечний регресійний аналіз і кластерний аналіз.

По-третє, доступ до швидкопрацюючих і гнучких технологій підвищує ефективність процесів і продуктивність турагентів. Можливість доступу до документів і програм, необхідних для повсякденної діяльності з будь-якого місця, є ключовим чинником у покращенні мобільності компанії. Це не лише покращує продуктивність, а й зменшує початкові та поточні витрати. Миттєва синхронізація всіх даних перетворює процедуру бронювання з будь-яким клієнтом в дрібницю, крім того, зменшується ручне обслуговування, що економить дорогоцінний час, який можна витратити на підвищення рівня задоволеності клієнтів. І, нарешті, по-четверте, хмарні платформи є надійним середовищем для розробки веб- або мобільних застосунків. Завдяки попередньо закодованим модулям та інструментам процес розробки програми можна прискорити. Ця розробка також сприяла появі багатьох інноваційних застосувань у сфері подорожей та гостинності: від полегшення планування мандрівника до спрощення послуг бронювання готелів і ресторанів. Таким чином, хмарні технології стали важливою частиною цифрової трансформації туристичної індустрії, розширюючи межі успіху, забезпечуючи найбільш гнучку та надійну підтримку для розвитку та розширення туристичного бізнесу, надаючи турагентствам ефективно функціонувати в постійно мінливому та гіперконкурентному туристичному ринку³⁷⁶.

Додатковими інструментами, які допомагають автоматизувати роботу готелю, є: голосові помічники всередині кімнати; автоматизоване керування елементами оснащення кімнати; модулі обслуговування через застосунок готелю у телефоні; POS – система управління для бару та ресторану; модуль підготовки звітів для міграційної служби – забезпечує вивантаження інформації для автоматизованого передавання даних про розміщених гостей за допомогою сторонніх сервісів. Загалом автоматизацію готелю можна

³⁷⁶ 4 examples on how cloud technology has shaped the travel industry. URL: <https://traveloperations.com/blog/4-examples-on-how-cloud-technology-has-shaped-the-travel-industry/> (дата звернення: 14.09.2022).

представити у вигляді кількох функціональних блоків: 1) центральна система (акумулює всю інформацію з різних точок взаємодії гостя з готелем); 2) вхідні кіоски (поєднання тачскрину та точки оплати карткою); 3) доступ до кімнат (система NFC, Near Field Communication – технологія бездротового зв'язку, яка уможливорює обмін даними на невеликих відстанях, або технологія Bluetooth). Це основа, яка створює мінімально необхідну інфраструктуру для автоматизованого керування та скорочення постійного персоналу. Наприклад, автоматизовані готелі від оператора Konzept Hotels (koncepthotels.com) функціонують у Німеччині та сусідніх Австрії і Швейцарії, смарт-готель рівня чотирьох зірок KViHOTEL BUDAPEST – у Будапешті (kvihotelbudapest.com). У готелі Henn-na в Японії (hennnahotel.com) зробили ще прогресивніший крок – роботи на стійці реєстрації допомагають гостям. Зважаючи на очевидні зручності від автоматизації готелів, логічно припустити, що попит на автоматизовані готелі серед гостей й надалі зростатиме. Це стане нормою для «іПокоління» і задовольнить зростаючі потреби серед міленіалів. Уже сьогодні світові оператори активно просувають на ринку свої нові бренди з високим рівнем цифровізації та фокусом на молодому поколінні – Marriott розвиває свій бренд Моху (mohu-hotels.marriott.com), Rezidor Hotel Group (Radisson) відкрив 10 готелів під брендом Radisson Red (radissonhotels.com). У Львові, як і в Україні і, власне, загалом у Європі, згадані опції недоступні туристам через неготовність готелів до такого обслуговування, але у будь-якому разі це є тенденцією майбутнього. За даними компанії Adobe, лише 18% керівників туристичних і готельних брендів у Європі та Північній Америці вважають, що їхня компанія є зрілою організацією у цифровому відношенні³⁷⁷. І це при тому, що у середньому туристичні компанії витрачають близько 44% свого бюджету на цифровий маркетинг на мобільні рішення³⁷⁸.

³⁷⁷ Running in Experience. The Exhilaration of Digital Transformation. URL: <https://landing.adobe.com/en/na/products/marketing-cloud/ctir-3108-running-on-experience/index.html> (дата звернення: 30.01.2023).

³⁷⁸ What Travel Marketers need to Know for Digital Engagement. URL: <https://www.phocuswire.com/Bing-Phocuswright-digital-travel-marketing-study> (дата звернення: 10.12.2022).

Для відстеження багажу мандрівникові пропонуються так звані «розумні» валізи, – вже сьогодні є різні розробки дорожніх кофрів. Компанія Samsonite, один із лідерів з виробництва валіз, спільно із Samsung працює над проєктом, основою якого є ідея вбудованих у валізи мікročіпів³⁷⁹. Маячки повідомляють власнику про своє місцезнаходження і сигналізують при спробі злomu. Ще одна розробка компанії – багаж, який сам реєструється, або smart-багаж, уже давно став звичною справою для мандрівника. Пасажир кладе його на стрічку, вбудовані ваги виміряють його вагу, після чого «розумна» валіза відправляє на смартфон власника код, за яким можна забрати свої речі. Подібні задумки використовують такі компанії – виробники валіз, як Rimowa, Bluesmart³⁸⁰ та ін. Утім, попри усі очевидні переваги, такі валізи мають й недоліки. Розумна валіза аргентинського стартапу Bluesmart мала GPS-трекер, автоматичний замок та вбудовані ваги. Зв'язок зі смартфоном підтримувався по Bluetooth, тож валіза завжди могла «сповістити» господаря про те, що її забули або відвозять у невідомому напрямку. Живлення для всієї електроніки забезпечувала велика літій-іонний акумулятор, який одночасно слугував зовнішнім повербанком³⁸¹. Утім, великі американські авіакомпанії Delta, American і Alaska та інші авіаперевізники наклали заборону на провезення валіз з незнімними акумуляторами через вибухи останніх у багажному відсіку³⁸². Тому виробники «розумних» валіз змушені були швидко переорієнтуватися: стартап Raden почав продавати валізи, які не просто зовні нічим не відрізнялися від звичайних, а мали знімний акумулятор. У валізі був Bluetooth-модуль і застосунок, які допомагали знайти його, а також вбудовані в ручку ваги. Як і у випадку Bluesmart, акумулятор живив систему «розумного» багажу і слугував для підзарядки смартфонів. Але й цей стартап зазнав невдачі усього через два

³⁷⁹ Goorwich S. Samsung and Samsonite are Developing an Unlosable Suitcase. URL: <https://metro.co.uk/2015/05/02/samsung-and-samsonite-are-developing-and-unlosable-suitcase-5178402/> (дата звернення: 15.11.2021).

³⁸⁰ LVMH to control luxury case maker Rimowa. URL: <https://www.irishe Examiner.com/business/arid-20424205.html> (дата звернення: 15.11.2021).

³⁸¹ Bluesmart: World's First Smart, Connected Carry-On. URL: <https://www.indiegogo.com/projects/bluesmart-world-s-first-smart-connected-carry-on/#/> (дата звернення: 16.01.2023).

³⁸² Alaska Airlines Joins American, Delta in Restricting Smart Luggage. URL: <https://flightsafety.org/alaska-airlines-joins-american-delta-restricting-smart-luggage/> (дата звернення: 07.02.2022).

роки після свого старту через ті самі акумулятори: у валізах Raden вони були знімні, але розташовувалися в мішечку на блискавці всередині кожної сумки, тому клієнти повинні були розпакувати свою валізу, щоб вийняти їх перед посадкою на рейс³⁸³. «Ми зарекомендували себе як розумна валіза, але як тільки у вас не буде акумулятора, усі ціннісні пропозиції та інвестиції в розробку продукту будуть знищені»³⁸⁴. Сьогодні smart-валізи компанії Away з акумулятором, який відповідає всім вимогам до транспортування і здатен заряджати iPhone до п'яти разів, вбудованою зарядкою, двома USB-портами та іншими перевагами де-факто стали торговою маркою джетсеттерів завдяки співпраці зі знаменитостями, обмеженій кількості та безлічі варіантів персоналізації³⁸⁵.

Серед мандрівників стають популярними і чат-боти, за допомогою яких можна підібрати і забронювати тур. Чат-боти засновані на технологіях штучного інтелекту і здатні вести відносно простий діалог із клієнтами. Для користувачів інструмент зручний тим, що можна негайно отримати допомогу або інформаційну підтримку, а для компаній зменшенням навантаження з колл-центрів. Наприклад, в Hyatt Hotels чат-бот для Facebook Messenger використовують, починаючи з листопада 2015 року³⁸⁶. Автоматичний консультант канадської компанії Snap Travel веде діалоги з клієнтами з пошуку і бронювання турів, а оператор-людина підключається до спілкування лише в тому разі, якщо у користувача виникли труднощі³⁸⁷. Booking Assistant ання використовує технологію обробки природної мови, щоб визначити запитання, які найчастіше задають клієнти, включаючи такі теми, як оплата, транспорт, час прибуття та відправлення, зміни дат, запити на скасування, інформація про паркування, запити на додаткові ліжка, правила щодо домашніх тварин, Wi-Fi, доступність інтернету та ін. З

³⁸³ Lieber C. When the «best» busts: the spectacular rise and fall of smart luggage startup Raden. How a company goes from totally sold-out to totally shuttered in just two years. URL: <https://www.vox.com/the-goods/2018/12/12/18129640/raden-away-suitcase-smart-luggage-startup> (дата звернення: 07.02.2022).

³⁸⁴ Там само.

³⁸⁵ Away [official site]. URL: <https://www.awaytravel.com/our-story> (дата звернення: 20.02.2023).

³⁸⁶ Dua T. Hyatt Takes Customer Service to Facebook Messenger. URL: <https://digiday.com/marketing/hyatt-takes-customer-service-facebook-messenger/> (дата звернення: 07.02.2022).

³⁸⁷ Snap travel [official site]. URL: <https://www.snaptravel.com/> (дата звернення: 20.02.2023).

розширеним доступом до споживачів та їхніх найактуальніших запитань Booking Assistant стає все більш досконалим. Наразі Booking.com випробовує модель комунікації для уточнення кількості запитань у понад 90 конкретних підтем, якими вона може керувати, швидко ідентифікувати та відповідним чином обробляти. На відміну від інших чат-ботів, зосереджених лише на кількох завданнях, чат-бот Booking Assistant відповідає на найпоширеніші запитання клієнтів: зокрема автоматично відповідає на 30% запитань клієнтів, пов'язаних із проживанням, менш ніж за 5 хвилин. Якщо Booking Assistant отримує запитання, на яке він не може дати відповідь самостійно, залежно від характеру питання, він залучає підтримку або звертається до команди обслуговування клієнтів Booking.com, або до готелю, додаючи їхню відповідь безпосередньо до розмови. Крім того, Booking Assistant завжди визначає джерело такої інформації, тому вона достовірна і прозора для клієнтів³⁸⁸. Чат-бот функціонує у львівських «Банк-готелі» та «Гранд-готелі» (разом з Telegram-каналом), у «Швейцарському» – лише Telegram-канал. Але, враховуючи популярність мобільних застосунків, найближчим часом усе більше туристів по всьому світові плануватимуть свої поїздки та подорожі за допомогою онлайн-сервісів та в мобільних застосунках, не зважаючи на фактор комунікації: спілкування з чат-ботом або живою людиною при плануванні поїздки.

Ще одна технологія, здатна спростити життя мандрівникам – розподілений реєстр, блокчейн (blockchain, block chain від block – блок, chain – ланцюг, тобто ланцюжок блоків). Поступово вона проникає в усі сфери, і туризм – не виняток, проте про повсюдне використання вести мову передчасно. Між тим, блокчейн може вирішити багато проблемних для туристів моментів, включаючи ідентифікацію в аеропортах, вокзалах, портах, чек-ін та пошук багажу. В аеропортах уже використовують технології біометричної ідентифікації – за біометричними даними проводять посадку

³⁸⁸ Booking.com Expands Global Access to the Booking Assistant. URL: <https://news.booking.com/en-us/bookingcom-expands-global-access-to-the-booking-assistant/> (дата звернення: 10.03.2022).

пасажирів, що значно прискорює процес їх реєстрації³⁸⁹. Технологія передбачає знаходження даних про купівлю туристичних послуг в єдиному цифровому просторі, що здатне допомогти кожному з учасників процесу надання послуг з реалізації туристського продукту орієнтуватися на реальні відомості про споживачів і передбачати їх потреби, персоналізуючи рекламні пропозиції. Як приклад можна навести авіакомпанію Lufthansa, яка розпочала співпрацю з блокчейн-стартапом WindingTree з метою впровадження та оцінки ефективності децентралізованих застосунків для самодіяльних подорожей³⁹⁰. Застосовність системи блокчейн не залежить від курсів валют. У разі криптовалюти обмінний курс не має значення, а цінність валюти полягає у безпеці технології блокчейна та у справжній, прозорій, незмінній і децентралізованій системі запису. Платіжна система на основі блокчейн пропонує новий рівень безпеки шифрування та роботи без втручання, а дані, що обробляються у системі, неможливо змінити будь-яким чином. Інша велика перевага системи полягає в тому, що транзакції здійснюються без будь-яких проміжних агентів, що виключає будь-які додаткові транзакційні витрати. З часом туристи віддаватимуть перевагу не посередникам у сфері послуг, таким як Airbnb, Booking.com, Agoda та інші, а прямим транзакціям, тобто платіжним рішенням на основі блокчейна.

Актуальними цифрові технології є для категорій туристів, обмежених у пересуванні. Так, GPS-посібники – широкий розділ, який охоплює безліч пристроїв та програм, пов'язаних з технологією GPS. Найчастіше використовуються маршрути для інвалідних візків і GPS-стеження. AXSmap – застосунок, актуальний для тих, хто використовує інвалідне крісло для пересування. Карта AXS – це краудсорсингова карта, на якій подано інформацію про пандуси для інвалідних візків та кімнати відпочинку в громадських місцях, таких як ресторани, готелі, торгові центри та багато

³⁸⁹ Contactless airport boarding: biometric technology with SITA. URL: <https://www.airport-technology.com/features/contactless-airport-boarding-biometric-technology-with-sita/> (дата звернення: 10.03.2022).

³⁹⁰ Lufthansa Group partners with Winding Tree to explore blockchain-based distribution. URL: <https://www.futuretravalexperience.com/2017/10/lufthansa-explores-blockchain-based-distribution-with-winding-tree/> (дата звернення: 10.03.2022).

іншого. Карта за допомогою рейтингів також містить інформацію про те, як добре спроектовані ці об'єкти.

Істотно впливають на розвиток туризму й технології штучного інтелекту, який дає змогу аналізувати велику кількість статистичних даних, коригувати прогноз, передбачати очікування туристів, забезпечувати їх найкращими можливостями туристських послуг. Ця цифрова технологія уможливила бронювання квитків і готелів з урахуванням індивідуальної потреби клієнтів. Штучний інтелект включає автоматизацію та можливість отримувати аналітичну індивідуальність для туристичної галузі. Для туристів функціонують сервіси, які допомагають планувати подорожі. Застосунки на основі штучного інтелекту, наприклад, Travel Genome та інші, стають особистими кишеньковими турагентами. У них накопичуються відомості з різних пошукових систем із фотографіями і відео, відгуками і путівниками, пропозиціями авіакомпаній і готельних мереж. Користувач вводить запити з потрібних йому напрямків, і програма формує персоналізовану пропозицію: нейромережа запам'ятовує те, чому віддає перевагу користувач, враховує фінансові аспекти і пропонує індивідуалізований план подорожі. У таких сервісах можна порівняти тарифи на перельоти, зняти житло, сплатити екскурсії, переглянути списки розважальних закладів та актуальних подій.

Із персоналізованим обслуговуванням тісно пов'язаний Інтернет речей (IoT), оскільки він дає змогу збирати дані про переваги клієнта, а також оптимізувати навколишні умови під ці параметри (температура, рівень шуму, освітлення, температура води). Одним із таких технологічних рішень, які готелі встановлюють для своїх відвідувачів, є Smartlook. «Розумний» пристрій, підключений до інтернету, дає змогу дистанційно відкривати і блокувати двері автоматично або за розкладом. Управління здійснюється самостійно, а також за допомогою голосового помічника. Відвідувач навіть отримує повідомлення про відкриття дверей у квартирі чи номері. Що стосується переваг для самого готелю, то «розумні» датчики здатні попереджати про зношення устаткування, витік води або газу, наявність

зіпсованих продуктів на складі тощо. У разі несанкціонованого проникнення злоумисників охоронна система може самотійно викликати поліцію. На жаль, у жодному із львівських готелів IoT загалом і так звані «розумні» пристрої не використовуються.

В епоху повсюдного поширення соціальних мереж і відеосервісів мандрівники прагнуть заздалегідь знати, що їх очікує в подорожі: 3D-тур по салону літака, який справив позитивне враження на туриста до придбання ним квитка, допомагає управляти очікуваннями клієнтів, головне з яких – максимальний вибір при мінімальних зусиллях. Важливе значення при цьому має візуалізація інформації. Оскільки потенційний турист приймає рішення про майбутню подорож фактично на підставі її опису, для туристських DESTINACIЙ ця характеристика має величезне значення. Візуалізація дає змогу наочно представити послугу, доповнивши її текстовим чи словесним описом, тому закономірно, що, завдяки широким можливостям, візуальний контент для індустрії туризму в останні роки набуває все більшого значення. При цьому вирішальне значення має вибір видів візуального контенту, що привертають увагу цільової аудиторії. Зростання інтересу до візуального контенту можна пояснити рядом причин: для створення відео-роликів/фото-репортажів немає необхідності використовувати спеціальну техніку, достатньо смартфона, який сьогодні є практично у кожного, а швидкість інтернету, зокрема мобільного, постійно підвищується, що припускає перегляд відео-контенту нарівні з фотографіями. Виокремлення серед візуального контенту відеоконтенту пов'язане з тим, що відео є значно атмосфернішим, ніж фотографія, і передає більшу кількість інформації і дає можливість відчувати присутність у місці зйомки, а користувач схильний обирати саме те, що справляє враження, викликає в ньому емоції. Невипадково 50 % опитаних ІТ-компанією Dohoo підтвердили, що бронювали та організовували поїздки на основі відео та фотографій, якими друзі, родичі, знайомі чи інші контакти поділилися у своїх профілях у

соціальних мережах³⁹¹. За даними Австралійської ради з туризму, кожен п'ятий мандрівник у 2021 році використовував для вибору місця відпочинку інструменти віртуальної реальності, які забезпечують панорамний огляд на 360⁰³⁹².

У зв'язку із цим усе більшої ролі набуває контент глобальної мережі, в тому числі соціальних мереж, які стають активним майданчиком для комунікацій зі споживачем. Четверо з 10 глобальних туристичних маркетологів назвали Facebook і Instagram, Amazon і Google Ads як одну з найкращих платформ, які, ймовірно, кардинально змінять індустрію в найближчі п'ять років³⁹³. Головна особливість соціальних мереж – прагнення користувачів ділитися інформацією й обговорювати її. Для цих цілей візуальний контент є найзручнішим видом контенту. Безсумнівно, візуалізація даних є необхідною умовою просування туристських DESTINATIONS. Інтернет-ресурси про туризм, як і відповідні телепередачі, мають властивість наочності, а за мірою інформативності перевершують можливості телебачення, пропонуючи різноманітну інформацію про туристичні об'єкти та послуги. Показовий приклад – інтернет-портал Lviv.travel. Це цифрова платформа з актуальним контентом і зручним інтерфейсом, де під слоганом «Львів. Відкритий для світу» надається інформація про визначні історико-культурні пам'ятки Львівщини, музеї і галереї Львова, парки, заклади харчування, відомі видавництва, гіді та різні атракції, театри та ін. Серед рекомендацій для туристів Львівщини, зокрема, Палац Потоцьких, Тустань та ін., календар подій, зокрема інформація про вистави, виставки, фестивалі, концерти, спортивні події та події-онлайн (напр., Lviv Media Forum 2022). Для зручності туристів портал надає інформацію про готелі та хостели Львова, мапа міста, різні публікації про місто, його історію, цікаві факти та його відомих мешканців, традиції Львівщини, туристичні маршрути,

³⁹¹ Travel industry and digital transformation: When tourism goes digital. URL: <https://www.doxee.com/blog/digital-marketing/digital-transformation-travel-industry/> (дата звернення: 03.02.2023).

³⁹² Market Analysis Report. Heritage Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Cultural, Natural, Intangible), By End-user (30 & Under, 31 To 50, 51 To 70, 71 And Above), By Booking Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2022–2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/heritage-tourism-market-report#> (дата звернення: 18.01.2023).

³⁹³ Hazen R. Facebook and Instagram Advertising for Travel: Key Trends Revealed/ URL: <https://www.sojern.com/blogs/facebook-and-instagram-advertising-for-travel-key-trends-revealed> (дата звернення: 15.03.2022).

мистецтво та архітектуру, можливості для відпочинку і проведення дозвілля, пізні підкасти тощо. Портал не просто містить інформацію про ключові об'єкти туристичної інфраструктури міста та карти, за якими досить легко прокласти маршрут до місць, що цікавлять туриста, – на порталі представлене й посилання на туристичний інформаційний центр, який працює, щоб надати усім бажаючим усю необхідну інформацію, а також посилання на сайт Львова. Портал надає можливість придбати Lviv City Card онлайн для відвідування ключових визначних пам'яток та екскурсій зі знижкою у Львові.

На увагу заслуговує й національний туристичний портал Zruchno.Travel, запущений ще у 2017 році. Поставивши собі за мету розвиток культури внутрішнього туризму в Україні та створення зручних сервісів і партнерських програм, Zruchno.Travel прагне звернути увагу на об'єкти, покращити якість інфраструктури навколо, допомогти бізнесу і зацікавити мандрівників³⁹⁴. Портал досі знаходиться на стадії формування і містить інформацію про 58 199 туристичних об'єктів України, серед яких 2 849 представляють Львівщину. Серед топ-турів – Площа Ринок, Церква Святого Юра, садиба-музей Івана Франка, Свірський замок, Фортеця Тустань, Стільське городище, Крехівський монастир та ін. Портал презентує 52 варіанти вікенду, тревел-журнал, у якому повідомляє новини, розповідає історії, ділиться порадами і маршрутами відомих людей, розміщує фотозвіти та відеоролики. Попри представлення різних видів туризму, портал не надає можливості покупки квитків, запису на екскурсії, не висвітлює особливості громадського транспорту, транспортної доступності в цілому тощо. Це дає підстави констатувати недостатню розвиненість сервісного супроводу турпродукту, в тому числі на стадії прийняття рішення про його придбання.

Одним з найбільш перспективних напрямів цифровізації у сфері туризму є віртуальні тури об'єктами культурної спадщини. В Україні, як і в усьому світі, віртуальні тури набули популярності, привертаючи увагу до

³⁹⁴ Zruchno Travel [official site]. URL: <https://zruchno.travel/Static/AboutUs?lang=ua> (дата звернення: 20.09.2022)

конкретних об'єктів культурної спадщини. Проєкт «Кишенькова Львівщина» – це розробка львівської компанії «Skeiron», метою діяльності якої є, зокрема, створення сучасного (віртуального) архіву 3D-моделей пам'яток України³⁹⁵. У 2020 році «Skeiron» реалізувала проєкт «Кишенькова країна», оцифрувавши 40 об'єктів архітектури з усіх областей України та відсканувавши пам'ятки Києва, Харкова та Одеси, які стали частиною застосунку PocketCityAR³⁹⁶. Зокрема, 3D-тури палацем Бандініеллі, Музеєм історії Львова, «Літературний Львів I половини XX ст.», «Кам'яниця Корнякта» – лише частина з реалізованих проєктів, які є показовим прикладом застосування цифрових інструментів у сфері культури. Компанія також випустила наклад 3D AR-поштівки з 24 пам'ятками Львова, на черзі ще 16 об'єктів Львівщини, які отримають власні листівки з 3D-зображенням: замок XV–XVII ст. у с. Свірж; замок XVII ст. у с. Старе Село; замок XVI–XVII ст. у смт. Поморяни; замок у Бродах; монастирський храм з дзвіницею XV–XVIII ст. в смт. Підкамінь; палац Потоцьких XIX ст. в с. Тартаків; палац Гредлів у м. Сколе; ратуша XVIII ст. у м. Добромиль; костел 1758 р. у с. Годовиця; костел XVII ст. Різдва Богородиці у м. Комарно; костел Успіння Пресвятої Діви Марії у с. Білий Камінь; церква Різдва Пресвятої Богородиці XVI ст. у смт. Щирець; дерев'яна церква Собору Пресвятої Богородиці 1838 р. в с. Матків; дерев'яна церква Св. Михайла 1663 р. с. Ісаї; дерев'яна церква Воздвиження Чесного Хреста 1661 р. у Дрогобичі; літописне місто Звенигород³⁹⁷.

У цьому контексті варто згадати про набутий вже досвід застосування імерсивних VR-технологій для ознайомлення з об'єктами культурної спадщини. Йдеться про численні застосунки на основі імерсивної віртуальної реальності («Mona Lisa: Beyond the Glass», «Sketchfab VR» та ін.), які не просто забезпечують віртуальне середовище для просування туризму та

³⁹⁵ SKEIRON [official site]. URL: <https://skeiron.com.ua/> (дата звернення: 20.09.2022)

³⁹⁶ Шиян О. Пам'ятки архітектури Львівщини відтворюють у 3D форматі. URL: https://zaxid.net/pamyatki_arhitekturi_lvivshhini_vidtvoryat_u_3d_formati_n1513697 (дата звернення: 20.09.2022).

³⁹⁷ Там само.

покращення досвіду мандрівників³⁹⁸, а здатні підвищувати обізнаність про мало відомі туристичні напрями, виконують роль додаткового інструменту у супроводі екскурсій, у навігації, маркетингу, збереженні культурної спадщини тощо. Імерсивна віртуальна технологія (IVR) пропонує величезний потенціал у цій сфері, причому поза кордонами та іншими обмеженнями, хоча має й певні недоліки застосування. Зокрема, «більшість VR-реконструкцій об'єктів культурної спадщини є статичними та унеможливають набуття соціального досвіду. Головний недолік застосунків на основі IVR полягає у відсутності матеріальності, справжності, які не можуть бути перенесені в “цифру”. Унікальним і незабутнім досвід ознайомлення з об'єктами культурної спадщини робить саме відчуття присутності, емоції, афекти як невід'ємні її складові. VR-технології пропонують чудовий user experience, але водночас створюють бар'єри, відволікаючи користувачів від реальної взаємодії»³⁹⁹. Застосування IVR у сфері туризму повною мірою – справа майбутнього. І не лише через такі технічні моменти, як підключення до інтернету, отримання даних із серверу, збої системи, наявність та вміння користувача взаємодіяти з VR-пристроями та ін. Розробникам рішень для сфери туризму на основі IVR необхідно враховувати достовірність та доступність даних про об'єкти культурної спадщини, співпрацювати з фахівцями над якістю вмісту та простотою використання VR-застосунків.

Менш складним інструментом у сфері культурного туризму є соціальні мережі, які у сучасному глобалізаційному світі з його можливостями транскордонного охоплення аудиторії не лише відіграють визначальну роль у масових комунікаціях, а й стають важливим компонентом підвищення культури туризму. У цьому аспекті роль соціальної мережі Facebook, як однієї з найбільших сьогодні соціальних мереж у світі, в просуванні туристичного продукту значно зростає. Наприклад, підписниками сторінки

³⁹⁸ Трач Ю. Імерсивні VR-застосунки як інструмент ознайомлення з об'єктами культурної спадщини. *Питання культурології*. 2023. Вип. 41. С. 138.

³⁹⁹ Там само. С. 141.

Львова у Facebook під назвою «Львів то є Львів» є десятки тисяч людей, об'єднаних любов'ю до свого міста. Просування туристичного продукту здійснюється не тільки з боку приватного бізнесу, – сьогодні в цей процес залучена й держава. Органи державного управління активно використовують майданчик соціальної мережі Facebook для рекламування туристичного продукту. Так, у Facebook представлені такі державні та громадські організації й установи, які мають безпосереднє відношення до культурного туризму Львівщини, як: Управління туризму та курортів Львівської ОДА⁴⁰⁰; Управління туризму Львівської міської ради⁴⁰¹; Львівська асоціація розвитку туризму⁴⁰²; Львівський туристичний альянс⁴⁰³; Львівський обласний центр краєзнавства, екскурсій і туризму⁴⁰⁴; Львівський культурний центр⁴⁰⁵; Туристичний кластер Львівщини⁴⁰⁶; Львівський міжнародний форум індустрії туризму та гостинності⁴⁰⁷; Львівське комунальне підприємство «Центр розвитку туризму м. Львова»⁴⁰⁸; Туристично-інформаційний центр Львова⁴⁰⁹ та ін. Оприлюднюючи на сайті мережі або на своєму офіційному сайті різну текстову інформацію та відеоматеріали про визначні пам'ятки і культурно-історичну спадщину міст, ці установи та організації сприяють популяризації культурного туризму регіону і тим самим залучають потенційних туристів. Через мережу Інтернет туристичний ринок «видно як на долоні», оскільки в цьому форматі відсутній цензор, який контролює правила надання інформації. Таким чином нове покоління туристів отримує офіційну інформацію «з перших рук» – достовірну і точну. При взаємодії з Facebook в туристській індустрії з'явилася можливість прямої комунікації,

⁴⁰⁰ Управління туризму та курортів Львівської ОДА [офіц. сайт]. URL: <https://loda.gov.ua/structural-unit/17067> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰¹ Управління туризму Львівської міської ради [офіц. сайт]. URL: <https://lviv.travel/> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰² Львівська асоціація розвитку туризму [офіц. сайт]. URL: <https://lart.lviv.ua/> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰³ Львівський туристичний альянс [офіц. сайт]. URL: <https://ru-ru.facebook.com/LvivTourismAlliance/> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰⁴ Львівський обласний центр краєзнавства, екскурсій і туризму [офіц. сайт]. URL: <https://www.facebook.com/locketum/> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰⁵ Lviv Cultural Centre/ Львівський культурний центр [офіц. сайт]. URL: <https://lccporyad.org.ua/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d0%bd%d0%b0%d1%81/> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰⁶ Розвиток туристичного кластера Львівщини: область співпрацюватиме з міжнародною компанією GIZ. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 21 лют. 2021. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=65653> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰⁷ Львівський міжнародний форум індустрії туризму та гостинності. URL: https://www.facebook.com/tourexpolviv/?locale=uk_UA (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰⁸ ЛКП «Центр розвитку туризму м. Львова». *Львівська міська рада*. URL: <https://city-adm.lviv.ua/lmr/utilities/lkp-tsentr-rozvytku-turyzmu> (дата звернення: 25.02.2023).

⁴⁰⁹ Lviv Tourist Information Center (Туристично-інформаційний центр). URL: <https://www.facebook.com/lviv.tic/> (дата звернення: 25.02.2023).

яка відсуває роль посередника в особі турфірми. Турист самостійно може організувати свій відпочинок, використовуючи для цього лише Facebook, оскільки багато авіакомпаній і готелів мають свої сторінки в цій мережі. В режимі онлайн турист може отримати відповіді на свої запитання. Більше того, Facebook – це не тільки інструмент для організації бажаного відпочинку, – це також розширення культури туризму. За даними Martech.zone, однієї з компаній, що займаються вивченням того, як ефективно використовувати платформи продажів і маркетингу, станом на 2018 р. соціальними мережами під час подорожі користувалися 74% мандрівників⁴¹⁰. 97% міленіалів діляться фотографіями в соціальних мережах під час подорожі, порівняно з 60% усіх мандрівників⁴¹¹. Найбільш ефективними у глобальному масштабі у цьому відношенні вважаються Facebook (30%) та Instagram (28%)⁴¹². Активне використання інтернет-сайтів як одного з основних джерел інформації про об'єкт подорожі підтверджується й опитуванням серед туристів, які відвідали Львівщину (Рис. 3.2, за даними опитування туристів, проведеного у липні–вересні 2021 року за опитувальним листом, наведеним у Дод. Б та розробленим на основі праці О. Оливко⁴¹³).

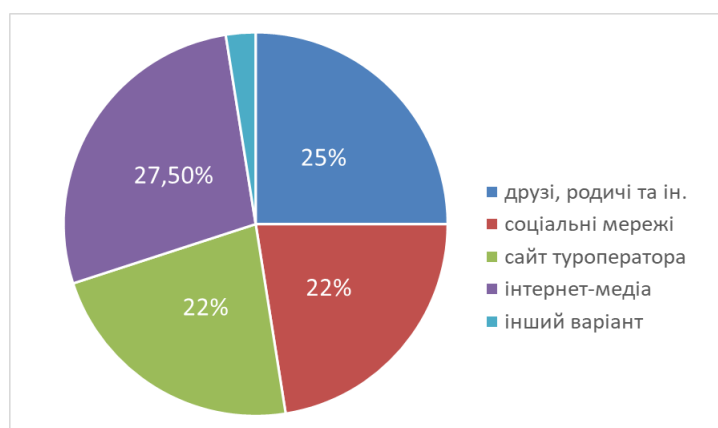


Рис. 3.2. Джерела отримання інформації про об'єкт подорожі.

⁴¹⁰ Karr D. Statistics on How Travelers Utilize Social Media Before, During, and After a Vacation. URL: <https://martech.zone/social-media-statistics-travel-vacation/> (дата звернення: 12.10.2021).

⁴¹¹ Там само.

⁴¹² Hazen R. Facebook and Instagram Advertising for Travel: Key Trends Revealed/ URL: <https://www.sojern.com/blogs/facebook-and-instagram-advertising-for-travel-key-trends-revealed> (дата звернення: 15.03.2022).

⁴¹³ Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету* : Ювілейний вип. 2015. № 2 (100). С. 60–61.

Утім, використовувані сьогодні у сфері туризму види візуального контенту не відображають все їхнє різноманіття. Крім того, необхідно враховувати, що не кожен опублікований матеріал, що містить візуальну складову, викликає інтерес та активний відгук аудиторії. Тому при створенні плану публікацій у соціальних мережах слід не просто обов'язково включати візуальну складову, але для підвищення ефективності діяльності необхідно використовувати різні види візуального контенту, причому активно впроваджувати нові й удосконалювати ті, що вже використовуються. Крім того, при виборі виду візуального контенту слід орієнтуватися на переваги користувачів для конкретної соціальної мережі та на загальні правила, що висуваються до якості розміщуваного контенту. У соціальних мережах процес поширення інформації відбувається не традиційно зверху вниз, а, навпаки, від низу до верху. Головною особливістю соціальних мереж є те, що користувачем може стати кожен, незалежно від статі, віку, релігійної та етнічної приналежності, а головне – незалежно від рівня культури та освіти. При цьому, вільна участь у поширенні інформації знижує її якість, міру достовірності і цілісності. Тому туроператори повинні бути обізнані з основними, базовими, принципами здійснення візуальної комунікації, її ефектами і способами управління. Зокрема, загальновідомо, що різні види візуального контенту по-різному сприймаються користувачами. Саме тому для організацій, що займаються просуванням туристських дестинацій, вкрай важливо знати уподобання користувачів, а також активно використовувати сучасні технології для створення більш релевантного контенту. Візуалізація даних – це основа підходу до розуміння специфіки даних і вилучення корисної інформації простим та інтуїтивно зрозумілим способом. Завдяки цьому візуальний контент має більше шансів бути вивченим користувачем, а якісна візуалізація привертає увагу до тієї інформації, яка в іншому вигляді була б проігнорована. Для соціальних мереж візуальний контент є обов'язковим засобом для просування туристських дестинацій.

Сучасні туристи – користувачі технологій у всіх сферах життя, очікують відповідної зручності на етапі вибору поїздки. Їм важливо отримати повну інформацію про всі доступні варіанти за допомогою одного натискання кнопки на будь-якому пристрої. При цьому зберігаються високі вимоги до результату – персоналізація і надійність джерела відіграють вирішальну роль. Постачальники туристичних послуг, у свою чергу, змушені шукати способи залишатися конкурентоспроможними і надавати високий рівень сервісу. Саме персоналізований підхід стає одним із провідних тенденцій розвитку сфери туризму: сучасні мандрівники очікують пропозицій з урахуванням їх індивідуальних уподобань і попереднього досвіду. До речі, автоматичну персоналізацію в інтернеті використовують 61% туристичних і гостинних компаній, а на мобільних пристроях – 56%⁴¹⁴. Наприклад, 81% респондентів туристичного сектора Великої Британії, які подорожують, вважають дуже важливим для брендів надавати клієнтам персоналізований досвід⁴¹⁵. Авіакомпанії, готелі, туристичні агентства та інші учасники ринку шукають способи отримати якомога більше інформації про своїх клієнтів, оскільки важливо мати можливість передбачити потенційні потреби туристів, враховувати попередні проблеми і попереджати їх появу у майбутньому. Це стає можливим завдяки великим даним, або big-data, застосування яких разом з чат-ботами, штучним інтелектом, IoT, блокчейном та іншими потужними технологічними рішеннями дасть змогу не просто підвищити ефективність робочих процесів і мінімізувати помилки і збої, а відповідати зростаючим запитам клієнтів. Крім того, новітні технології здатні забезпечити комплексний підхід, завдяки якому індустрія подорожей стане якісно іншою: максимально зручною для мандрівників і прибутковою для туристичного ринку. Зокрема, йдеться про можливість за допомогою великих даних аналізувати мультимедійний контент, розміщений туристами у соціальних мережах, з метою збирання даних для агрегування та

⁴¹⁴ Running in Experience. The Exhilaration of Digital Transformation. URL: <https://landing.adobe.com/en/na/products/marketing-cloud/ctir-3108-running-on-experience/index.html> (дата звернення: 30.01.2023).

⁴¹⁵ Whitepaper: Personalisation in Travel – Opportunities, Challenges and Attitudes. URL: <https://www.travolution.com/news/in-depth/conferences-and-events/whitepaper-launch-personalisation-in-travel-opportunities-challenges-and-attitudes/> (дата звернення: 13.12.2021).

аналізування на предмет персоналізації пропозицій або циклічного моніторингу тенденцій. Зрештою, вже давно відомо, що чим більше інформації про клієнтів є в наявності, тим легше охопити їх за допомогою повідомлень і пропозицій на основі їхніх потреб і вподобань.

Подальший розвиток технологій позбавить туристів від турбот під час відпочинку і дасть змогу повністю зануритися в подорож. Світ змінюється, і користування розумними гаджетами або спеціальними застосунками означає можливість насолоджуватися комфортом, який дають інновації та актуальні сервіси. Усе частіше маркетингові засоби турфірм замінюються доповненою реальністю або VR (20%), даними про аудиторію подорожей у реальному часі (17%), розумними колонками або голосовим пошуком (13%), що може призвести, на переконання експертів, до повного зникнення туристичного маркетингу⁴¹⁶. Саме тому консолідація зусиль усіх гравців туристичної сфери необхідна, щоб забезпечити мандрівникам єдиний позитивний досвід упродовж усієї поїздки. Затримка рейсу або проблеми на шляху з аеропорту до готелю залишають у туриста погані враження не від окремо взятого сервісу, а від сфери туризму загалом. Співпраця постачальників і надання спільних «благ» сприятимуть розвитку всієї галузі.

Однією із сучасних форм цифровізації туризму є розробка мобільних застосунків, корисних для здійснення туристичної подорожі. Так, наприклад, послуги карпулінгу (англ. car – автомобіль та pool – об'єднання, спільне використання приватного автомобіля за допомогою сервісів з пошуку попутників) потенційні споживачі шукали зі смартфонів у 2017 р. частіше, ніж у 2016 р., запити на їх пошук зросли протягом року на 62%, запити на пошук залізничних квитків з мобільних пристроїв збільшились у 2017 р. у порівнянні з 2016 р. – на 50%, на пошук туристичних продуктів – на 65%⁴¹⁷. Для бронювання подорожей мобільні пристрої використовували станом на

⁴¹⁶ Hazen R. Facebook and Instagram Advertising for Travel: Key Trends Revealed/ URL : <https://www.sojern.com/blogs/facebook-and-instagram-advertising-for-travel-key-trends-revealed> (дата звернення: 15.03.2022).

⁴¹⁷ Digitalization of the Travel Industry – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicHeader__wrapper (дата звернення: 29.03.2023).

2018 р. 85% мандрівників⁴¹⁸. Згідно з даними, оприлюдненими Statista Digital Market Outlook, загальний дохід від мобільних застосунків, що використовуються в сегменті подорожей, зріс на 38 % у 2021 році порівняно з попереднім роком і досяг \$ 296 млн.⁴¹⁹. На це вплинула пандемія COVID-19, необхідність дотримання соціальної дистанції та численні обмеження, змусивши тих, хто любить подорожувати, ще більше звертатися до цифрових рішень. За даними TwoSix Digital, агентства, що надає повний спектр послуг представникам індустрії подорожей, туризму та гостинності, принаймні 50% відвідувань туристичних вебсайтів відбувається з мобільних пристроїв і, як правило, на них припадає близько 60–70% трафіку⁴²⁰. З кожним роком ця кількість зростає, і це цілком закономірно, зважаючи не лише на той факт, що смартфон завжди під рукою, а й на переваги, які надають мобільні застосунки: порівняння цін, економія часу, попереджувальні повідомлення, безпека, надійність джерел інформації, можливість розпізнати пам'ятку, твір мистецтва та ін., налаштування інформації відповідно до місця перебування туриста, пропозиції щодо маршруту, доповнена реальність, колекція спогадів, можливість взаємодії з місцевими жителями, багатомовна взаємодія, використання в автономному режимі, налаштування профілю користувача та ін.⁴²¹. Загалом усі ці переваги зводяться до п'яти вимірів та компонентів корисності послуг на основі мобільних застосунків для культурного туризму: 1) зручність, 2) зниження ризику, 3) покращення досвіду, 4) комунікабельність, 5) практичність⁴²². Як підтверджують дослідники, більшість з мобільних застосунків пропонують культурним туристам набір послуг, пов'язаних із практичними та зручними аспектами, особливо на етапі планування туристичного досвіду⁴²³. Спонтанність прийнятих туристами таким чином рішень створює новий досвід подорожей,

⁴¹⁸ Karr D. Statistics on How Travelers Utilize Social Media Before, During, and After a Vacation. URL: <https://martech.zone/social-media-statistics-travel-vacation/> (дата звернення: 12.10.2021).

⁴¹⁹ Digitalization of the Travel Industry – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicHeader__wrapper (дата звернення: 29.03.2023).

⁴²⁰ Why Your Website Needs to Be Faster. URL: <https://twosixdigital.com/why-your-website-needs-to-be-faster/> (дата звернення: 02.07.2022).

⁴²¹ Ammirato S., Felicetti A. M., Linzalone R., Carlucci D. Digital Business Models in Cultural Tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEBr-01-2021-0070/full/html#sec003> (дата звернення: 10.12.2022).

⁴²² Там само.

⁴²³ Там само.

який стає все більш персоналізованим, гнучким й адаптованим, зменшуючи бар'єри, які можуть обмежити або перешкодити подорожі⁴²⁴. Утім, такі потреби, як навчання, прямий контакт з історією та місцями та можливість набутти проактивний та автентичний досвід, навряд чи задовольняються програмними продуктами. Зі свого боку, компанії не повною мірою використовують переваги, які надаються мобільними застосунками щодо послуг, пов'язаних із культурним туризмом⁴²⁵.

Незважаючи на популярність мобільних застосунків, варто відзначити, що придбання турів за допомогою мобільних пристроїв є не настільки популярною послугою, що цілком зрозуміло, адже купівля турпродуктів вимагає звернення до персональних даних туриста, які вносити значно зручніше з персонального комп'ютера. Однак мобільні застосунки є незамінними помічниками в отриманні довідкової інформації про місцезнаходження фізичної особи, про об'єкти, що її оточують у місці тимчасового перебування. Йдеться, наприклад, про Google Maps, що дає змогу користувачам додавати фотографії та описи місць, залишати відгуки, тим самим спрощуючи ознайомлення місцевого населення і приїжджих з об'єктами певної території. Також Google Maps надають користувачам можливість побудувати маршрут з однієї точки в іншу з використанням особистого автомобіля, громадського транспорту або пішки, що дуже зручно та корисно у разі подорожі малознайомими місцевостями.

З цифровізацією тісно пов'язана тенденція до збільшення кількості самодіяльних турів. Багато туристів по всьому світові, які мають вільний доступ до інтернет-ресурсів, воліють самостійно планувати свої туристичні поїздки, не вдаючись до допомоги туроператорів і турагенств. Зокрема, при плануванні свого відпочинку та ділових поїздок туристи використовують технології для самостійної організації подорожей, починаючи від купівлі авіаквитків, бронювання готелів, і закінчуючи екскурсійними програмами та

⁴²⁴ Riera R. 2021: the Year of Tourism's Digital Revolution. URL: <https://medium.com/@goodrebels/2021-the-year-of-tourisms-digital-revolution-7861727048cd> (дата звернення: 11.01.2022).

⁴²⁵ Ammirato S., Felicetti A. M., Linzalone R., Carlucci D. Digital Business Models in Cultural Tourism. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEBR-01-2021-0070/full/html#sec003> (дата звернення: 10.12.2022).

іншими деталями їх відпочинку. Однак, самодіяльний туризм вимагає наявності певних знань і вмінь для формування рекреаційної діяльності поза звичним оточуючим середовищем, підбору комплексу необтяжливих рекреаційних занять, що відповідають умовам атрактивності та корисності для споживача туристських послуг. Самостійна розробка маршруту та програми подорожей вимагає навичок пошуку альтернативних варіантів здійснення подорожі. Варто визнати той факт, що об'єктивні процеси в туристській галузі у вигляді зростання популярності самостійних туристичних подорожей зумовлюють необхідність пошуку шляхів задоволення суспільної потреби в набутті компетенцій з організації самодіяльного туризму. У свою чергу, одним із найважливіших орієнтирів у діяльності туристських організацій є розробка власних сайтів та мобільних застосунків з інтерфейсом, доступним для всіх категорій осіб, а також з можливістю роботи кількома мовами.

Таким чином, цифрові технології, інтегровані в туристичну індустрію, включають: 1) транспортні технології, що прискорюють повітряний, наземний та морський транспорт, дешевші, екологічніші та привабливіші для мандрівників; 2) пристрої, з'єднані через інтернет і вбудовані в повсякденні об'єкти, що дають змогу надсилати та отримувати дані; 3) розумні мобільні технології; 4) послуги на основі визначення; 5) штучний інтелект та його різноманітні застосування; 6) доповнена та віртуальна реальність; 7) блокчейн. Серед найпопулярніших рішень, які використовуються в галузі: застосунки для бронювання (підтримка бронювання квитків, проживання, оренди автомобілів); системи пошуку подорожей (допомагають вибрати відпустку чи подорож, які найкраще відповідають потребам і вподобанням тих, хто подорожує); застосунок для подорожей, який підтримує туристів у певному місті (полегшує пошук туристичної інформації, ресторанів, вказує на найближчі магазини, інформує про майбутні культурні заходи у певному регіоні); віртуальні путівники (можуть мати форму застосунків або інтерактивних путівників, наданих музеями та іншими важливими

установами); програми для фінансового планування (можуть бути надзвичайно важливими, особливо коли потрібно використовувати конвертацію валюти)⁴²⁶.

Цифровізація, з одного боку, призвела до підвищення якості туристських послуг, що допомагає туристським організаціям оптимізувати свої операції, зокрема значно зменшити рутинну роботу туроператорів, полегшити обмін інформацією між колегами, між продавцем та споживачем туристських послуг. З іншого боку, цифровізація сприяє формуванню турпродукту та інформуванню про нього, спрощенню звітності турфірм та ін. Таким чином індустрія туризму отримала можливість розширити цільову аудиторію, покращити якість обслуговування, а відтак і розвиватися прискореними темпами, використовуючи усе більшу кількість якісних цифрових платформ. Водночас цифровізація вимагає від працівників сфери туризму наявності сформованих цифрових компетенцій, необхідних для ефективного виконання своїх функцій. Йдеться про формування «цифрового» працівника, який вирізняється набором знань, навичок та умінь, що динамічно змінюються під впливом змін у зовнішньому середовищі та найчастіше одержуються завдяки використанню цифрових технологій. При цьому значним ризиком цифровізації сфери туризму може стати зростання технологічного безробіття як результат диспропорцій між попитом та пропозицією на ринку праці, коли автоматизація виробничих процесів забезпечує затребуваність лише «цифровим» працівникам. Ця проблема актуальна не лише для сфери туризму, що вкотре доводить необхідність врахування і вмілого використання цифрових технологій і туроператорами та турагентами, і туристами.

Сферу туризму характеризує сьогодні високий цифровий потенціал. Цифровізація туризму набуває різноманітних форм прояву, до яких відносяться і онлайн-купівля готових турів, сформованих туроператорами, і розробка та впровадження мобільних застосунків, призначених у тому числі

⁴²⁶ Pajorska Z. Digital Transformation in the Travel and Tourism Industry. 03 Oct. 2022. URL: <https://stratoflow.com/digital-transformation-travel-industry/> (дата звернення: 25.11.2022).

для туристів, цифровізація самодіяльних турів та ін. Цифровізація пропонує технології, підходи та інструменти, які дають змогу підвищити цінність туристського продукту. Споживчий світ майбутнього буде складним і комплексним, а вимогливий попит мандрівників, пересичених традиційними турами, буде зорієнтований на потребу отримання унікальних вражень. Всеосяжна аналітика, мультимодальні перевезення та інші особливості «розумних» міст стануть новим напрямом розвитку індустрії туризму. При цьому впровадження інноваційних технологій може бути ефективним лише в тому разі, якщо вони враховуватимуть особливості туристичної галузі, якій властивий ряд специфічних особливостей (у туризмі, по суті, продаються послуги, які продаються в одному місці, а споживаються в іншому; прибуток отримується в місці отримання туристичних послуг, а процес споживання регламентується нормами місця тимчасового перебування туриста).

3.2. Культурний туризм Львівщини в умовах пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України

Від початку 2000-х років Україна поступово почала приваблювати все більше і більше туристів, українці все більше стали подорожувати своєю країною, поступово розвивалася туристична інфраструктура, з'являлися нові DESTINATION. Утім, від 2014 року через анексію Криму та окупацію Донецької та Луганської областей, пандемію коронавірусу у 2019–2022 роках та повномасштабне вторгнення країни-агресора у 2022 році ситуація суттєво змінилася на гірше. Бойові дії, хоч і не на всій території України, закономірно знизили привабливість України, у тому числі й Львівщини, в очах іноземних туристів, а разом із тим призвели до зменшення їх кількості і, відповідно, доходів при збільшенні витрат.

Протягом 2000–2013 років обсяг в'їзного туристичного потоку до України стабільно зростав: у 2000 році до України в'їхало більше 6 млн.

іноземних туристів⁴²⁷, а 2008 рік став рекордним за усі роки незалежності – до країни в'їхало 25,5 млн. осіб⁴²⁸. У 2013 році ця цифра зменшилася до 24 млн.⁴²⁹. У 2014 році внаслідок військових дій на Сході України кількість туристів становила менше 13 млн. осіб⁴³⁰. У 2014 році у порівнянні з попереднім роком кількість іноземних туристів впала на 49%, а їхні витрати – на 68%: з \$ 5,1 млрд. до \$ 1,6 млрд. (Рис. 3.3.)⁴³¹, а у 2015 р. до країни в'їхало близько 12,9 млн. іноземних громадян⁴³². Загалом протягом 2013–2015 років через гібридну війну на сході України кількість туристів зменшилася на 41,5%⁴³³. Відбулося не просто зменшення обсягів міжнародних відвідувачів, а зниження темпів розвитку туристичної діяльності та переформатування просторової структури в'їзного та виїзного туристичного потоку загалом⁴³⁴.

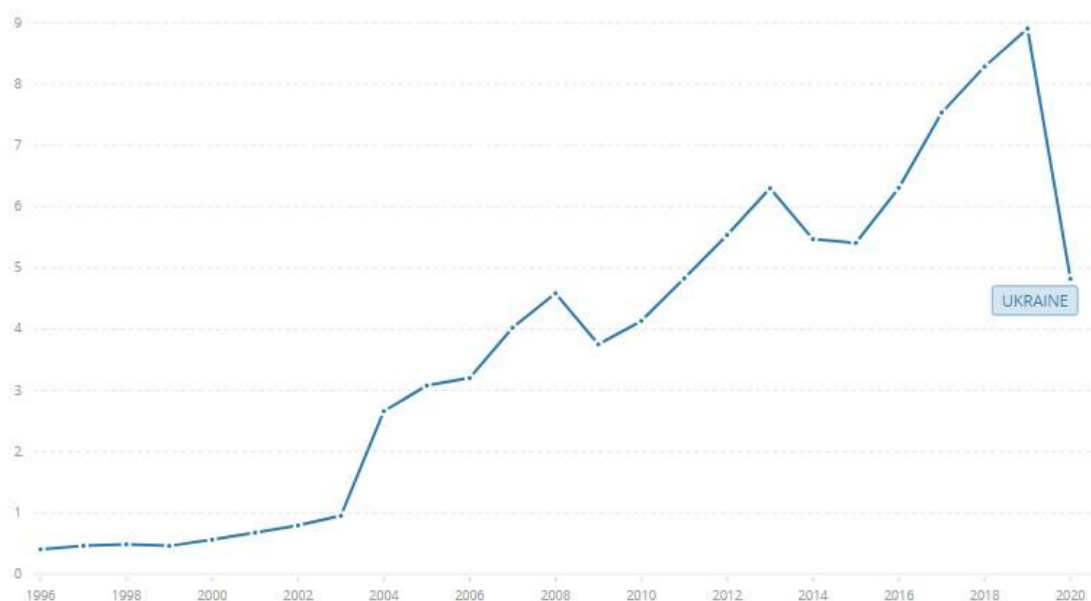


Рис. 3.3. Статистика витрат туристів в Україні (1996–2020 рр.).

⁴²⁷ Туристичні потоки (2000–2014 рр.). URL: <https://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information/-/2015-/2962-2000-2010.html> (дата звернення: 14.07.2022).

⁴²⁸ Там само.

⁴²⁹ Там само.

⁴³⁰ Там само.

⁴³¹ International tourism, expenditures (current US\$) – Ukraine. World Bank [official site]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=UA> (дата звернення: 14.07.2022).

⁴³² В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон. Міністерство економіки України [офіц. сайт]. URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення: 14.07.2022).

⁴³³ Sass E. The Impact of Eastern Ukrainian Armed Conflict on Tourism in Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2020. 30 (2spl). P. 880–888. URL: <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl14-518> (дата звернення: 25.08.2022).

⁴³⁴ Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12.

Це об’єктивувало переосмислення ставлення до туризму як важливого чинника соціально-економічного добробуту регіону, при тому, що іноземним туристам потрібні роки, щоб повернутися до країни після стабілізації ситуації. І це зрозуміло, адже туризм, як сфера, ефективність функціонування якої безпосередньо залежить від приємних вражень туристів, принципово несумісний із конфліктами, війною, насильством і тероризмом. Хоч для багатьох країн світу перші десятиліття ХХІ ст. виявилися найбільш мирним періодом, в Україні з 2014 триває насильницький конфлікт, що приніс чимало руйнувань і втрат.

Утім, політична нестабільність та збройна агресія Російської Федерації проти України суттєво (точніше, на тривалий час) зменшили привабливість Львівщини як туристичного регіону, про що свідчить статистика управління туризму департаменту економічного розвитку Львівської міської ради⁴³⁵. Більше того, за даними комплексної бази географічних, кліматологічних і демографічних даних WorldData, Україна вважається однією з найнебезпечніших країн світу⁴³⁶. Динаміка руху туристичних потоків за 2000–2020 роки представлена у Табл. 3.1.

Рік	Кількість туристів, осіб				
	обслужених суб’єктами туристичної діяльності	іноземних туристів	виїзних туристів	внутрішніх туристів	екскурсантів
2000	118 811	23 759	-	66 505	64 913
2001	110 433	27 690	-	56 860	61 611
2002	115 060	31 767	-	59 382	62 859
2003	142 607	34 591	-	81 871	82 734
2004	128 563	32 020	-	67 927	96 647
2005	90 756	11 233	-	44 455	112 450
2006	93 553	8 427	-	44 409	140 680
2007	117 242	9 478	-	49 514	79 320
2008	143 610	14 062	-	52 697	78 418

⁴³⁵ Звіт управління туризму за 2016 рік. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. URL: <https://city-adm.lviv.ua/zvity/download> (дата звернення: 15.12.2021).

⁴³⁶ Ukraine. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/index.php> (дата звернення: 26.02.2023).

2009	109 947	9 306	-	41 601	79 695
2010	153 939	9 894	-	41 705	56 045
2011	128 709	12 955	81000	34 754	17 974
2012	124 013	19 033	63706	41 274	33 508
2013	188 520	16 162	131530	40 828	22 184
2014	92 128	2 015	61465	28 648	26 901
2015	112472	3057	60830	48585	15002
2016	181827	8370	74877	98580	17637
2017	175150	6042	82653	86455	14955
2018	182255	7617	112757	61881	7557
2019	249442	7929	159164	82349	3919
2020	100824	357	76729	23738	

Табл. 3.1. Туристичні потоки у Львівській області у 2000–2020 рр.⁴³⁷

За даними управління туризму Львівської міської ради, у 2016 році Львів прийняв 2,6 млн. гостей. Ця цифра за останні 10 років зросла майже в 4 рази. 65% туристів, які відвідують м. Львів, – це туристи з інших українських міст. Іноземних туристів найбільше з Польщі – 7% від загальної кількості туристів, США – 4%, Німеччини, Білорусі – по 3%, Туреччини, Австрії, Угорщини – по 2%. Сума туристичного збору, що надійшла до міського бюджету м. Львова, за 2010–2016 роки зросла більше, ніж у 4 рази і в 2016 році склала $\text{€ } 3.979$ тис., що більше на $\text{€ } 1.393$ тис. у порівнянні з минулим 2015 роком. Сума, яку сплатили фізичні особи, зросла в 10 разів, а юридичні – утричі, що пов'язане з відкриттям нових та реконструкцією закладів розміщення, збільшенням вартості проживання і терміну перебування туристів у місті. Один турист у 2016 році у м. Львові в середньому витрачав $\text{€ } 49$ за день і $\text{€ } 130$ за весь період перебування, загалом туристи витратили у м. Львів $\text{€ } 361,4$ млн. Надходження до бюджету міста від галузі туризму зросли за 2013–2016 роки в 2,2 рази і у 2016 році сягнули $\text{€ } 71$ млн., а динаміка зростання за 2015–2016 роки склала 25%. Середня тривалість

⁴³⁷ Лушик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1 С. 173–174.

перебування туристів у Львові становила 3,5 дні і зросла до 2016 року у порівнянні з 2005 роком на 0,5 дні⁴³⁸.

Уже у 2018 році надходження до місцевого бюджету від галузі туризму зросли на 18% та становили ₴ 151 млн., туристичний збір зріс на 30% (₴ 6 536 тис.). Того ж року Львів єдиний з українських міст увійшов до рейтингу 100 найпопулярніших серед туристів міст у світі⁴³⁹ – місто відвідало більше 2 млн. туристів⁴⁴⁰. Щоправда, при більш ретельному розгляді з'ясовується, що 43% усіх гостей міста – це гості з України, 16,6% – з Польщі, 7,1% – з Білорусі, 5,8% – з Туреччини, 4% – з Німеччини, 3% – з США та ін.⁴⁴¹. Протягом 2018–2019 років Львівська область серед регіонів України зайняла друге місце за обсягом туристичного збору і друге за кількістю розміщених у готельних закладах та за кількістю туристів з України⁴⁴². Прибуток від туристичної галузі Львівщини у 2019 році склав ₴ 860,9 млн.⁴⁴³.

Пандемія COVID-19 стала черговим викликом для туризму, а разом із ним і для інших галузей у сфері послуг – роздрібної торгівлі, готельного бізнесу, відпочинку та розваг. Багато українських туроператорів, утім, як і більшість турфірм в інших країнах, виявилися не готові до тотального локдауну: одні припинили своє функціонування, інші скоротили і штат, і масштаб своєї діяльності. Введення різноманітних обмежень та повсюдне закриття міжнародних та внутрішніх кордонів зупинило переміщення не лише між країнами, а й регіонами однієї країни. Це, природно, вплинуло на ринок туристичних послуг і призвело до кризи туристичної галузі, яка в умовах несприятливої епідеміологічної ситуації опинилася під серйозною загрозою. Так, у 2019 році туристичний збір склав ₴ 21,561 млн., а у 2020 році, коли Львівщина конкурувала за внутрішнього туриста, область посіла

⁴³⁸ Звіт управління туризму за 2016 рік. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. URL: <https://city-adm.lviv.ua> > zvity > download (дата звернення: 15.12.2021).

⁴³⁹ Львів. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Львів> (дата звернення: 15.05.2022).

⁴⁴⁰ За минулий рік Львів відвідало більше 2 мільйонів туристів. URL: <https://varianty.lviv.ua/58715-za-mynulyi-rik-lviv-vidvidalo-bilshe-2-milioniv-turystiv> (дата звернення: 15.05.2022).

⁴⁴¹ Костюк А. Портрет львівського туриста. хто сюди їде і навіщо. URL: https://tvoemisto.tv/exclusive/u_lvovi_deshevo_chy_klasno_dlya_chogo_do_nas_idut_turysty_98195.html (дата звернення: 10.09.2022)

⁴⁴² Про затвердження комплексної програми «Розвиток культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки». Проект. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua> > VIII > proekt_27 (дата звернення: 20.11.2022).

⁴⁴³ Там само.

третю позицію з показником у $\text{€ } 11,786$ млн. туристичного збору після Києва ($\text{€ } 34,692$ млн.) та Одещини ($\text{€ } 15,177$ млн.), що на 46% менше, ніж підсумкова цифра збору з туристів у попередньому році⁴⁴⁴ (це при тому, що Львів, на який припадає близько 45–50% туристичного збору, з 17 березня скасував його до кінця 2020 р.⁴⁴⁵). Проте, цей показник, незважаючи на збройну агресію Російської Федерації проти України та розпочаті заходи з подолання пандемії коронавірусу, був традиційно високим та демонстрував позитивну динаміку, а туристична галузь розвивалася і могла б з часом, за умови збереження такої тенденції, зайняти гідне місце у рейтингу задоволеності туристичними послугами. Натомість в'їзний туризм, який після 2014 року так і не повернувся на колишній рівень відвідувань у 25–26 млн. осіб, впав ще глибше: з 13,7 млн. туристів, які відвідали Україну у 2019, майже до 3,4 млн. осіб (-75%) у 2020 році. Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності у 2000–2020 рр., представлена на Рис. 3.4.⁴⁴⁶

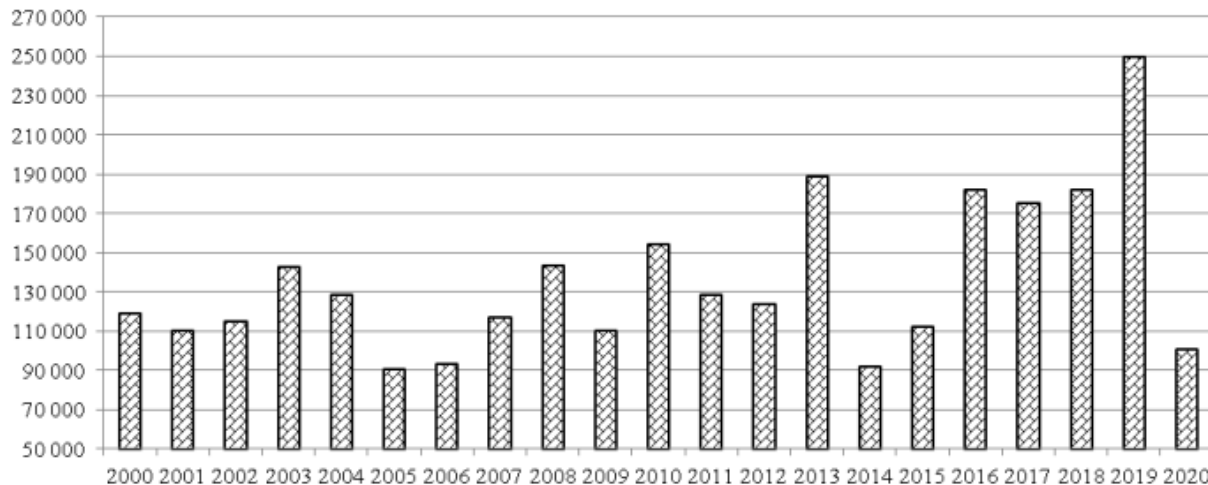


Рис. 3.4. Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності у 2000–2020 рр.

⁴⁴⁴ Львівщина посіла третє місце в Україні за сплатою туристами збору. URL: <https://daily.lviv.com/news/ekonomika/lvivshchyna-posila-tretyu-mistse-v-ukrayini-za-splatoyu-turystamy-zboru-89064> (дата звернення: 10.09.2022).

⁴⁴⁵ Там само.

⁴⁴⁶ Луцник М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1 С. 174.

Безумовно, в умовах масового скасування або перенесення запланованих турів світова індустрія туризму виявилася практично паралізована і втратила колосальні прибутки. У 2020 році, за даними доповіді конференції ООН з торгівлі та розвитку, ця цифра склала до \$ 1,2 трлн.⁴⁴⁷, без роботи залишилось близько 100–120 млн. осіб⁴⁴⁸. У тому ж 2020 року експерти констатували 60–80% спад в економіці міжнародного туризму^{449;450}. Загалом станом на 2020 рік втрати туристичної галузі в Україні оцінювалися у понад \$ 1,5 млрд.⁴⁵¹. За результатами стратегічної сесії «Туризм в умовах COVID–19: план дій 2021–2023», експертами галузі було прогнозовано падіння в'їзного туризму у найближчі кілька років на 75–55%⁴⁵². При цьому експерти UNWTO констатували, що за перші сім місяців 2022 року кількість відвідувачів досягла 57% від допандемічного рівня⁴⁵³.

Для запобігання поширенню пандемії каналами переміщення інфікованих осіб багато держав припинили переважну більшість міжнародних поїздок. Вже на початку 2020 року було введено заходи локдауну: а) повне або часткове закриття державних кордонів; б) повне або часткове згортання міжнародного пасажирського сполучення; в) обмеження на в'їзд пасажирів (незалежно від громадянства) з країн з неблагополучною епідемічною ситуацією, а також заборона на в'їзд іноземців, які протягом двох тижнів побували на таких територіях; г) обмеження на в'їзд громадян певних країн; д) зміни в умовах дії та видачі віз; е) посилення медичних перевірок на в'їзді, включаючи вимогу деяких держав надати медичні декларації про здоров'я, паспорти здоров'я, сертифікати негативного тесту на коронавірус та ін. Незважаючи на це, туристична галузь в Україні потроху

⁴⁴⁷ Global Tourism Sector set to lose at least \$1.2 trillion due to Coronavirus, UNCTAD says. 2020. URL: <https://unctad.org/press-material/global-tourism-sector-set-lose-least-12-trillion-due-coronavirus-unctad-says> (дата звернення: 15.12.2021).

⁴⁴⁸ COVID-19 and Tourism: Assessing the Economic Consequences. 2020. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2020d3_en.pdf (дата звернення: 03.12.2021).

⁴⁴⁹ International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020, UNWTO Reports. 7 May 2020. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020> (дата звернення: 03.12.2021).

⁴⁵⁰ Tourism Policy Responses to the Coronavirus (COVID-19). OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/> (дата звернення: 03.12.2021).

⁴⁵¹ Про затвердження комплексної програми «Розвиток культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки». Проект. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua> > VIII > projekt_27 (дата звернення: 20.11.2022).

⁴⁵² Там само.

⁴⁵³ International Tourism Back to 60% of Pre-Pandemic Levels in January-July 2022. UNWTO. 26 Sep. 2022. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022> (дата звернення: 20.11.2022).

почала відновлюватися за рахунок накопичених у минулому резервів та наданої державної допомоги, пропонуючи туристам нові види послуг і просуваючи нові туристичні напрями, проводячи кампанії з заохочення розвитку туризму, широко використовуючи цифрові інструменти тощо.

Туристичні підприємства області у 2020 р. обслужили лише 357 іноземних туристів – у 20 разів менше, ніж у 2019 р., та найменше за весь період статистичних спостережень. Частка іноземців від загального потоку туристів у 2020 р. становила менше 0,5 %⁴⁵⁴. За даними Львівського туристичного офісу, у 2020 році Львів відвідало 750 тис. гостей, що на 70% менше ніж у 2019 році. Ключовими ринками стали: Україна, Польща, Туреччина, Німеччина, США, Білорусь, Росія, Великобританія, Ізраїль та Франція. Для популяризації внутрішнього туризму була ініційована кампанія під гаслом *#мандруйукраїною*, під час якої Львів продемонстрував потужний туристичний потенціал. У порівнянні з 2019 роком внутрішній туризм впав всього на 8%⁴⁵⁵. З цією ж метою Управління туризму Львівської міської ради, Львівські комунальні підприємства «Центр розвитку туризму м. Львова» і «Львівське конференц-бюро» активно популяризували туризм:

- інформацію про Львів було представлено на міжнародних туристичних виставках та на сторінках іноземних друкованих видань;
- спільно з Державним агентством розвитку туризму та Управлінням туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації до міста було запрошено журналістів провідних телеканалів та видань, блогерів;
- відзнято промоційні ролики про Центр туристичної інформації та Lviv City Card, для власників якої організували офлайн-акції;
- записано подкаст з 12 епізодів з представниками туристичної сфери «Не тільки у Львові»;

⁴⁵⁴ Луцик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1 С. 175.

⁴⁵⁵ Гірзекорн А. COVID-19 vs туризм 2020. Хто відвідав Львів під час карантину? URL: <https://lviv.travel/ua/news/covid-19-vs-tourism-2020-hto-vidvidav-lviv-pid-chas-karantynu> (28.10.2022).

- проведено День туризму, Форум Центрів туристичної інформації, Туристичний форум, Форум гідів та спеціальні заходи: #длясвоїх, #львівзмоговікна, «Турист у власному місті», кампанія #їдудоЛьвова;
- для сайту lviv.travel було підготовлено українською та англійською мовами близько 200 публікацій, розроблено тематичні буклети для туристів;
- у соціальних мережах (Facebook, Instagram) запущено таргетовану рекламу;
- взяли участь у близько 10 вебінарах, організованих European Cities Marketing, організації для підвищення конкурентоспроможності та ефективності провідних міст Європи, з виходу з кризи та розвитку туризму в нових реаліях⁴⁵⁶.

У 2021 р. український кордон перетнув 4 271 991 іноземець⁴⁵⁷. Це на 26,3% більше, ніж у 2020 р., – таке збільшення кількості туристів стало можливим унаслідок того, що для України відкрилися нові туристичні ринки – ОАЕ та Саудівської Аравії: у 2021 році до усього західного регіону України приїздили більше 200 тис. туристів із Аравійського півострову, для яких Україна стала альтернативою альпійським курортам – Австрії, Швейцарії, Італії⁴⁵⁸. Середні витрати одного туриста з Саудівської Аравії становили близько € 114⁴⁵⁹. При цьому, дев'ять із десяти опитаних туристів стверджували, що планують повернутися в Україну ще раз⁴⁶⁰. За даними Львівської міської ради, з 4 млн. туристів, які відвідали Україну, більше третини (1,5 млн.) відвідало Львів, що удвічі більше за показник 2020 року, однак на 40% менше ніж у доковідний 2019 рік. Близько половини туристів (50,5%) побували у Львові вперше, 78% з них – для відпочинку та проведення дозвілля. Збільшився термін перебування туристів у місті з 3,8

⁴⁵⁶ Львівський туристичний офіс та Львівське конференц-бюро відвідували про діяльність у 2020 році. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 24 груд. 2020. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/283340-lvivskiy-turystychnyi-ofis-ta-lvivske-konferents-biuro-vidzvituvaly-pro-diyalnist-u-2020-rotsi> (дата звернення: 15.11.2021).

⁴⁵⁷ Україну торік відвідали понад 4 мільйони іноземців. *Укрінформ*. 20 січ. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3388681-ukrainu-torik-vidvidali-ponad-4-miljoni-inozemciv.html> (дата звернення: 25.02.2022).

⁴⁵⁸ Лупашко А. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. *Економічна правда*. 28 верес. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/> (дата звернення: 08.10.2022).

⁴⁵⁹ Як змінився туристичний Львів в 2021 році у цифрах. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 22 лют. 2022. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/290625-yak-zminyvsia-turystychnyi-lviv-v-2021-rotsi-u-tsyfrakh> (дата звернення: 08.10.2022).

⁴⁶⁰ Лупашко А. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. *Економічна правда*. 28 верес. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/> (дата звернення: 08.10.2022).

дня у 2019 році до 5, а середні витрати одного туриста склали € 94 на день. Туристи високо оцінюють якість житла, харчування та обслуговування в закладах, гостинність жителів, зручність бронювання подорожі та привабливість міста для туристів загалом, а також якість надання туристичної інформації⁴⁶¹. Утім, спонукальним мотивом для більшості туристів був не культурний туризм, а дозвілля. Серед основних запитів: смачні страви, комфортний готель, розвинена інфраструктура, поєднання міських і природних локацій, шопінг.

Наведені цифри свідчать про очевидну негативну тенденцію: за останні сім років потік туристів до України зменшився більше, ніж у п'ять разів, більшість туристів (40–50%^{462; 463}) – це українці, які подорожують країною. Такої кризи, викликаной пандемією коронавірусу, індустрія туризму не знала з часів Другої світової війни. У відповідь Всесвітня туристична організація розробила рекомендації щодо пом'якшення соціально-економічного впливу пандемії на сферу туризму в різних країнах. Серед трьох основних пунктів, зокрема, йдеться про диверсифікацію ринків, продуктів і сервісів, інвестиції в системи дослідження ринку і цифрову трансформацію, удосконалення цифрових навичок працівників туристичної індустрії та ін.⁴⁶⁴. Крім негайних заходів щодо підтримки туристичного сектора, країни почали переходити до розробки заходів з його відновлення. До них відносяться пропозиції про скасування обмежень на поїздки, відновлення довіри мандрівників і переосмислення туристського сектора на майбутнє.

Протягом короткого часу через пандемію коронавірусу різко скоротився обсяг зовнішнього туризму і географічна структура туристського потоку змістилася на користь внутрішнього. Змінився попит на туристські послуги, що пов'язане з переорієнтацією з масового туризму на індивідуальні

⁴⁶¹ Як змінився туристичний Львів в 2021 році у цифрах. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 22 лют. 2022. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/290625-yak-zminyvsia-turystychnyi-lviv-v-2021-rotsi-u-tsyfrakh> (дата звернення: 08.10.2022).

⁴⁶² Гірзекорн А. COVID-19 vs туризм 2020. Хто відвідав Львів під час карантину? URL: <https://lviv.travel/ua/news/covid-19-vs-tourism-2020-hto-vidvidav-lviv-pid-chas-karantynu> (28.10.2022).

⁴⁶³ Як змінився туристичний Львів в 2021 році у цифрах. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 22 лют. 2022. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/290625-yak-zminyvsia-turystychnyi-lviv-v-2021-rotsi-u-tsyfrakh> (дата звернення: 08.10.2022).

⁴⁶⁴ World Tourism Innovation and Development Report (2021-2022) / World Tourism Alliance. URL: <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2022/03/World-Tourism-Innovation-and-Development-Report-2021-2022.pdf> (дата звернення: 08.10.2022).

тури та онлайн-продажі через зниження доходів значної частини населення. Унаслідок ослаблення інтеграційних процесів та інших форм міжнародного співробітництва відбулася й автономізація туристських ринків. У надзвичайних умовах країни почали діяти за принципом «кожен сам за себе», впроваджуючи політику «державного індивідуалізму» щодо різних обмежень та заборон, зокрема відкриття кордонів та доступності пересування для громадян тощо, ігноруючи стратегії та рекомендації Всесвітньої туристичної організації⁴⁶⁵. В якості підтвердження цієї ситуації ізраїльські вчені наводять результати дослідження національних планів з підтримки туризму сімох країн – Австралії, Австрії, Бразилії, Ізраїлю, Італії, Китаю, Японії, згідно з яким ці держави виконали лише 8 % рекомендацій UNWTO, зосередившись на місцевій та короткостроковій тактиці відновлення туризму⁴⁶⁶.

Багато країн не лише вжили цілий ряд заходів, спрямованих на підтримку туристичного сектора для зниження наслідків кризи, а й розпочали розробку стратегії її відновлення та подальшого розвитку⁴⁶⁷. Кожна країна розробила найбільш підходящий та ефективний для неї план виходу галузі з кризи. При цьому більшість держав зробили наголос на внутрішній туризм. Так, у Львівській області на підставі висновків постійних комісій з питань культури, історико-культурної спадщини, туризму, духовного відродження та засобів масової інформації і з питань бюджету та соціально-економічного розвитку було розроблено комплексну програму «Розвиток культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки»⁴⁶⁸. Її головними завданнями було визначено: підвищення атракційності та інфраструктурного забезпечення туризму, курортів, оздоровлення, спорту та рекреації; підвищення якості регіонального туристичного продукту та його

⁴⁶⁵ Collins-Kreiner N., Ram Y. National Tourism Strategies during the COVID-19 Pandemic. *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol. 89. P. 1–6. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103076> (дата звернення: 14.09.2021).

⁴⁶⁶ Там само.

⁴⁶⁷ UNWTO releases a COVID-19 Technical Assistance Package for Tourism Recovery. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery> (дата звернення: 10.07.2021).

⁴⁶⁸ Про затвердження комплексної програми «Розвиток культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки». Проект. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua> > VIII > projekt_27 (дата звернення: 20.11.2022).

просування. Зокрема, у програмі вказано на необхідність: збереження, дослідження та проведення реставраційних робіт на об'єктах культурної спадщини Львівщини; комплексної реставрації пам'яток Львівщини, внесених до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО; популяризації культурної спадщини Львівщини; підтримки проєктів охорони та збереження культурної спадщини, що реалізуються на території Львівської області. Передбачалося, що реалізація заходів програми забезпечить популяризацію Львівщини як туристичної дестинації та території, безпечної для подорожей, збереження об'єктів історико-культурної спадщини, розвиток культури та креативної економіки, збереження та популяризацію національної пам'яті. Таким чином, Програма враховувала значний потенціал Львівщини у сфері культурного туризму, а також передбачала реалізацію активної політики з його планування, регулювання, підтримки, просування і моніторингу.

Рішенням Львівської обласної ради від 23.02.2021 № 70 була прийнята й інша програма – «Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021–2025 роки», розроблена з метою ефективного використання коштів обласного бюджету, передбачених на розвиток туризму та курортів у Львівській області та виконання зобов'язань відповідно до проєкту регіонального розвитку «Велокарпатія: розвиток інфраструктури та велотуризму на Львівщині». Програмою передбачалося виконання завдань, орієнтованих на формування позитивного іміджу Львівщини як туристичної та курортної дестинації; розвиток та модернізація туристичних магнітів та інфраструктури; здійснення комплексу заходів з розвитку туристичного та рекреаційного потенціалу територіальних громад області; підтримка реалізації проєктів, спрямованих на підвищення туристичної привабливості і покращення іміджу Львівщини в Україні та за кордоном⁴⁶⁹. Загальна сума, запланована до виділення з обласного бюджету на Програму, становила ₴ 4.900 млн., у 2021 році на програму розвитку туризму Львівська облрада спрямувала ₴ 3 млн. На 2022 рік фінансування цієї програми було

⁴⁶⁹ Програми 2021-2025 років. *Львівська обласна рада* [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/programi-2021-2025-rokiv> (дата звернення: 20.11.2022).

встановлено у розмірі ₴ 820 тис., збільшивши витрати на розробку та впровадження комплексних інформаційних і промоційних кампаній та водночас зменшивши витрати на організацію навчальних тренінгів та облік природно-лікувальних ресурсів Львівщини⁴⁷⁰. Вже в кінці 2021 – на початку 2022 року туристична галузь почала поступово відновлюватися від наслідків пандемії COVID-19, запускалися нові програми, укладалися договори з партнерами тощо. У 2022 році, незважаючи на воєнний стан, «Програма розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021–2025 роки» не просто не втратила своєї актуальності, а набула ще більшого значення, хоча фінансування зі зрозумілих причин й визначено «у межах кошторисних призначень»⁴⁷¹.

Світ після повного усунення коронавірусної загрози буде іншим, це очевидно. Зокрема, потребуватиме оновлення інтеграційна взаємодія між країнами в сфері туризму. Зважаючи на зміну умов для транскордонних переміщень, актуалізацію проблеми забезпечення медичної безпеки, йдеться по необхідності перегляду змісту і механізмів реалізації двосторонніх і багатосторонніх програм співробітництва між різними країнами в частині впровадження та дотримання міжнародних медико-санітарних правил в процесі організації подорожей, а також у розвитку співробітництва в таких сферах, як страхування і надання екстреної допомоги туристам під час подорожей, забезпечення комфортного і безпечного перевезення пасажирів, захищеність каналів зв'язку передання даних тощо. У майбутньому при виборі місця відпочинку люди орієнтуватимуться на «захищеність» території відвідування від різних інфекційних захворювань, на рівень медичної допомоги та вартість можливої профілактики. В умовах запуску внутрішнього туризму ключовим чинником відновлення роботи об'єктів проживання та відвідування також стане неухильне виконання ними санітарно-епідеміологічних вимог, дотримання заходів безпеки в разі

⁴⁷⁰ Там само.

⁴⁷¹ Про внесення змін до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021–2025 роки : Розпорядження Львівської обласної державної адміністрації, Львівської обласної військової адміністрації від 15.07.2022 № 192/0/5-22ВА. URL: <https://loda.gov.ua/documents/35686> (дата звернення: 20.11.2022).

виявлення хворих. Водночас зростатиме особиста відповідальність туристів, які все більше уваги приділятимуть страхуванню життя при оформленні турів і з'ясуванню відповідності місць планованого відвідування вимогам безпеки щодо профілактики захворювань, організації роботи служб порятунку і швидкої допомоги, доступності інформації про загрози і швидкість реагування на скарги відпочивальників.

Наслідки пандемії, безперечно, значні і їх подолання вимагає розробки конкретних заходів з їх усунення, але вони не настільки руйнівні, як наслідки воєнних дій. Через збройну російську агресію, особливо після повномасштабного воєнного вторгнення у лютому 2022 року, туристична індустрія України однією із перших серед інших галузей зазнала нищівного негативного впливу: руйнується інфраструктура, заморожуються та закриваються багато бізнесів, українці масово виїжджають за кордон тощо. У сукупності ці та інші чинники викликали найгострішу економічну кризу. Мінекономіки України оцінює падіння ВВП за підсумками минулого 2022 року на рівні 30,4%, що є найгіршим результатом в історії країни⁴⁷². У перші дев'ять місяців 2022 року, за оцінкою Державного агентства розвитку туризму України, надходження до бюджету галузі впали майже на 34%, багато компаній припинили свою діяльність, в'їзний туризм практично зник, а професії в галузі туризму та готельно-ресторанного бізнесу стали найменш затребуваними⁴⁷³.

Російська збройна агресія проти України вже викликала потрясіння не лише в регіоні, а й в усьому світі. Хоча деякі ефекти повною мірою можуть виявитися лише через багато років, вже є очевидні ознаки того, що ця війна та викликане нею підвищення цін на основні сировинні товари ускладнять директивним органам деяких країн завдання встановлення тонкого балансу між стримуванням інфляції та підтримкою відновлення економіки після

⁴⁷² Мінекономіки попередньо оцінює падіння ВВП в 2022 році на рівні 30,4%. *Міністерство економіки України* [офіц. сайт]. 05 січ. 2023. URL: <https://cutt.ly/u9SAzjA> (дата звернення: 26.01.2023).

⁴⁷³ Пищуліна О., Маркевич К. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації : Аналітична записка / Центр Разумкова. Київ, 2022. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2022/07/18/2022-ANALIT-ZAPIS-PISHULINA-2.pdf> (дата звернення: 18.01.2023).

пандемії⁴⁷⁴. Для туристичної галузі, яка є дуже сприйнятливою до будь-якої нестабільності, війна – це завжди серйозне випробування: лише загроза громадянських заворушень може змусити туристів переосмислити своє рішення відвідати місце призначення. Поготів регіони, на території яких відбуваються воєнні дії, неминуче зазнають зниження кількості міжнародних туристів та доходів від туризму. Як, власне, і сусідні країни, оскільки наближеність воєнних дій викликає у туристів справедливе занепокоєння. Так, через війну в Україні, згідно з даними, опублікованими іспанською консультаційною компанією ForwardKeys, у перший же тиждень вторгнення найбільша кількість бронювань рейсів знизилася в Болгарії, Грузії, Угорщині та Польщі – від 30 до 50%⁴⁷⁵. Опитування, проведене провідною світовою агенцією інтегрованого маркетингу, що спеціалізується на гостинності, подорожах і туризмі, MMGY Travel Intelligence, свідчить, що 62% американців відмовляються від поїздок до Євросоюзу саме через війну в Україні⁴⁷⁶. Попри вагання туристів, представники влади багатьох країн та міжнародних організацій запевняють у відсутності небезпеки за межами України: наприклад, представники консалтингової компанії з питань безпеки та управління кризовими ситуаціями Crisis24 вказують на значну відстань між зоною бойових дій в Україні і країнами ЄС, країни ЄС не оприлюднили жодних попереджень про поїздки, крім поїздок до України, Росії, Білорусії, а більшість авіакомпаній не вносили змін до маршрутів своїх польотів, за винятком тих маршрутів, які використовували повітряний простір Росії для сполучення третьої країни з Європою⁴⁷⁷.

Утім, війна в Україні тією чи іншою мірою торкнулася багатьох країн світу, незалежно від їх політичних позицій та географічної віддаленості від зони кризи. Війна одразу стала проблемою, наприклад, у Болгарії, країні, яка

⁴⁷⁴ Kammer A., Azour J., Selassie A. A., Goldfajn I., Rhee C. Y. How War in Ukraine Is Reverberating Across World's Regions. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522> (дата звернення: 20.05.2022).

⁴⁷⁵ Russia Conflict Impacts Bookings and Gateways into Europe. URL: <https://forwardkeys.com/russia-conflict-impacts-bookings-and-gateways-into-europe/> (дата звернення: 25.03.2023).

⁴⁷⁶ Turner M. Stats: 62% of Americans With Travel Plans Concerned About War. URL: <https://www.travelagentcentral.com/your-business/stats-62-americans-travel-plans-concerned-about-war> (дата звернення: 20.05.2022).

⁴⁷⁷ Is It Safe to Travel to Europe Now Due to War in Ukraine? Experts Say It Is.. URL: <https://www.schengenvisa.info.com/news/is-it-safe-to-travel-to-europe-now-due-to-war-in-ukraine-experts-say-it-is/> (дата звернення: 20.05.2022).

традиційно приймала українців на роботу у секторі обслуговування у період відпочинку. На туристичній галузі позначилося не лише зменшення кількості туристів з України, Білорусії та країни-агресора, зростання ціни на газ та електроенергію, а й нестача персоналу з України, який традиційно компенсував брак робочої сили в секторі. За словами менеджера однієї з туроператорських компаній у Софії, «у готельєрів немає вибору, і вони почнуть підвищувати ціни, щоб не працювати собі в збиток і послуга [туристична. – *М. Ш.*] стане менш доступною. Деякі люди просто будуть позбавлені відпочинку на морі»⁴⁷⁸. Проте, ситуація у Греції протилежна: біженці з України тут можуть розраховувати на отримання роботи у туристичній сфері – країна улітку 2022 року оголосила про 50 тис. робочих місць саме для українців, які приїхали в країну в очікуванні закінчення війни⁴⁷⁹.

В Україні ж загалом і у Львівській області зокрема військова агресія Російської Федерації спричинила повне призупинення функціонування туризму, поставивши цілу галузь перед серйозними випробуваннями, які ще тривалий час доведеться осмислювати і знаходити шляхи подолання їх наслідків. Вплив війни є негайним і потенційно довгостроковим, і жодна країна у світі не спроможна захистити свій туристичний сектор від наслідків збройної агресії Російської Федерації проти України. Єдине, що залишається, це переформатування і невідкладний пошук шляхів відновлення у майбутньому. Тож туристичні організації Львівщини трансформувалися під нові військові реалії: створюють нові продукти – актуальні та затребувані у поточній ситуації, налаштовують віддалений формат роботи для команди, вибудовують операційну діяльність, щоб це дало змогу мінімізувати втрати та витрати тощо. Частина туристичних компаній закрилась, інші переорієнтувалися на волонтерство – використовували свої автобуси для

⁴⁷⁸ Nikolova V. Military Conflict in Ukraine to Have Negative Impact on Bulgarian Tourism and its Recovery from Pandemic. URL: <https://bnr.bg/en/post/101606117/military-conflict-in-ukraine-to-have-negative-impact-on-bulgarian-tourism-and-its-recovery-from-pandemic> (дата звернення: 20.05.2022).

⁴⁷⁹ Greece to Open 50,000 Jobs in Tourism Sector for Greek Expats & Ukrainian Refugees. URL: <https://www.schengenvisainfo.com/news/greece-to-open-50000-jobs-in-tourism-sector-for-greek-expats-ukrainian-refugees/> (дата звернення: 20.05.2022).

евакуації біженців, залучали зв'язки, щоб організовувати закупівлю гуманітарної допомоги з-за кордону⁴⁸⁰. Так, офіс туристичної компанії «OTi Tour» перетворився на волонтерський штаб, де працівники компанії від початку війни відправляють індивідуальні пакети з сухпайками та ліки на фронт⁴⁸¹. Інша львівська туристична компанія «Відвідай», яка спеціалізується на коротких турах Україною, теж з початку війни переорієнтовувалась на волонтерство, але згодом відновила свою туристичну діяльність. У березні–квітні туроператор проводив екскурсії для львів'ян і переселенців у Львові (їх кількість становить близько 20%⁴⁸²), згодом відновив автобусні поїздки у Карпати. Загалом діяльність компанії відновилась орієнтовно на 30–40%, переважна більшість туристів – це львів'яни, але є також туристи з Києва, Харкова та тимчасово окупованих територій⁴⁸³. Туристична агенція «Андреоллі-тур» займається евакуацією біженців за кордон і водночас відновлює внутрішній туризм за рахунок проведення екскурсій у Львові, організації одноденних виїзних турів в Карпати, в музеї та замки, які тривалий час залишались закритими через воєнний стан, тощо. Діяльність туроператорів ускладнена ще й блокуваннями та численними перевітками, утім бізнес працює приблизно на 30%⁴⁸⁴, при цьому вартість туристичних послуг тривалий час від початку війни не підвищувалася. Що стосується туристів (точніше тих, хто звернувся за інформацією до туристичного інформаційного центру у Львові), то, принаймні у серпні 2022 році, 95% з них – це українці, і лише 5% – іноземці, які прибули до Львова із волонтерською метою⁴⁸⁵. Загалом за серпень 2022 року Львів відвідало близько 3 тис. туристів, які в основному відвідували музеї, цікавилися подіями у місті тощо. Переселенцям стала у нагоді безкоштовна карта міста,

⁴⁸⁰ «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян». Як виглядає туризм під час війни. URL: <https://inlviv.in.ua/lviv/ukrayintsyam-bronyuyut-lyshe-ti-goteli-de-nemaye-rosiyan-yak-vyglyadaye-turyzm-pid-chas-vijny> (дата звернення: 10.07.2022).

⁴⁸¹ Там само.

⁴⁸² Як під час війни змінився відпочинок туристів в Україні. URL: <https://www.volyn24.com/news/189453-iak-pid-chas-vijny-zminyvsia-vidpochynok-turystiv-v-ukraini> (дата звернення: 15.08.2022).

⁴⁸³ «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян». Як виглядає туризм під час війни. URL: <https://inlviv.in.ua/lviv/ukrayintsyam-bronyuyut-lyshe-ti-goteli-de-nemaye-rosiyan-yak-vyglyadaye-turyzm-pid-chas-vijny> (дата звернення: 10.07.2022).

⁴⁸⁴ «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян». Як виглядає туризм під час війни. URL: <https://inlviv.in.ua/lviv/ukrayintsyam-bronyuyut-lyshe-ti-goteli-de-nemaye-rosiyan-yak-vyglyadaye-turyzm-pid-chas-vijny> (дата звернення: 10.07.2022).

⁴⁸⁵ Садловська К., Мочульська І. «95% туристів – українці». Як змінилася сфера туризму у Львові через війну. URL: <https://suspilne.media/273807-95-turistiv-ukrainci-ak-zminilasa-sfera-turizmu-u-lvovi-cerez-vijnu/> (10.09.2022).

іноземці цікавляться картою укріплень⁴⁸⁶. Примітно, що «до Львова приїжджають зараз ті українці, які зазвичай не мандрували країною, не мали такої звички, – зазначає очільниця управління туризму Львівської міської ради Христина Лебедь. – Раніше простіше було сісти в літак у своєму місті і за 2–3 години опинитися десь “у теплих краях”. Зараз відбувається культурний обмін, коли багато українців відкривають для себе красу України, зокрема Львова»⁴⁸⁷. Тобто, туроператори у своїх програмах роблять наголос на патріотичність та вивчення історії, створюють нові програми для внутрішнього туризму. Загалом у Львові, за даними Львівського туристичного офісу, станом на березень 2023 року продовжує функціонувати 42 туристичні компанії.

Отже, літній туристичний сезон у Львівській області у 2022 році видався доволі обмеженим, внутрішнім і бюджетним. Разом із тим, очевидною стала тенденція до закріплення внутрішнього туризму на Львівщині і через пандемію і військові дії, і через те, що після перемоги Приазов'я та Причорномор'я будуть певний час закритими через мінування акваторії. Такої ж думки дотримується й керівництво міського управління туризму м. Львова, акцентуючи увагу на значній частці серед туристів саме українців, які «кілька днів відпочивають ... дорогою до Карпат, або зосереджено у Львові. Або повертаючись із-за кордону, або їдучи за кордон, зупиняються у Львові. Тобто, це короткотривалий відпочинок українців у місті. Зосереджені більше на прогулянки, на окреме ознайомлення з містом»⁴⁸⁸.

Переформатовують свою діяльність не лише турфірми, а й заклади харчування: попри відсутність звичної чисельності гостей міста, «відкривається велика кількість релокованих ресторанів і закладів харчування з Харкова, Маріуполя, Одеси, що також впливає на нове формування сервісу, продуктів та місць, які стають туристично

⁴⁸⁶ Там само.

⁴⁸⁷ Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyni-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

⁴⁸⁸ Садловська К., Мочульська І. «95% туристів – українці». Як змінилася сфера туризму у Львові через війну. URL: <https://suspilne.media/273807-95-turistiv-ukrainci-ak-zminilasa-sfera-turizmu-u-lvovi-cerez-vijnu/> (10.09.2022).

привабливими»⁴⁸⁹. Готелі, хостели та відпочинкові комплекси на тривалий час стали центром притулку для біженців з усієї України. У цілому український готельний ринок працює максимум на 2–3% у грошовій величині. На півдні цей показник становить 3–5% від планового, в Києві й області – 10–15%, на сході через бойові дії бізнес взагалі завмер⁴⁹⁰. Лише згодом у готелях почали зупинятися іноземні журналісти, волонтери, дипломати, і лише незначна частка туристів.

На допомогу усім, хто приїжджає до Львова, у липні 2022 року у Львові відновив свою роботу Центр туристичної інформації. До трьох точок, де раніше функціонував центр, – вокзал, аеропорт та Ратуша, додався й офіс на вул. Руській, 20. З липня до вересня 2022 року до центру звернулися 6102 людини, з них 201 – іноземець⁴⁹¹. Зокрема, Львівський туристичний офіс та Львівське комунальне підприємство «Бюро спадщини», Львівська спільнота екскурсоводів та музеїв спільно розробили серію екскурсій «Прогулянки Львовом», які відбувалися у місті Львові від кінця березня та протягом квітня 2022 року для львів'ян та внутрішньо переміщених громадян (<https://www.facebook.com/events/309341734636177/309341807969503/>). У вересні 2022 року на основі цього центру було створено Медіацентр, призначений для «блискавичного реагування» на запити іноземних журналістів, які почали приїжджати до Львова ще до повномасштабного нападу. Станом на вересень 2022 року у місті було зареєстровано понад 2,5 тис. журналістів з різних країн світу⁴⁹². Працівники медіацентру надавали їм інформацію про країну загалом та культуру зокрема, сприймаючи це як «своєрідне капіталовкладення у майбутнє, адже ці медійники мають мільйонні аудиторії і після нашої перемоги можуть заохотити туристів відвідати Львів та Україну»⁴⁹³.

⁴⁸⁹ Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyni-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

⁴⁹⁰ Лупашко А. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. *Економічна правда*. 28 верес. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/> (дата звернення: 08.10.2022).

⁴⁹¹ Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyni-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

⁴⁹² Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyni-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

⁴⁹³ Там само.

Безумовно, за час воєнного стану постало чимало питань щодо ситуації з туризмом в області. Вже за кілька місяців після повномасштабного вторгнення Управління туризму та курортів Львівської ОВА розпочало «переговори по таких проєктах, які допоможуть економії місцевих громад, де бюджети залежать виключно від туризму та оздоровлення»⁴⁹⁴. Незважаючи на війну, з'явилися нові і цікаві туристам культурні та мистецькі туристичні продукти, налагоджено комунікацію із іноземними партнерами щодо відновлення туристичних потоків в безпечний час тощо. Для обговорення злободенних проблем управління туризму та курортів у липні 2022 року організувало неформальну зустріч з представниками туристичної галузі, щоб з'ясувати проблемні моменти та віднайти варіанти їх вирішення. Учасники заходу відзначили високу зацікавленість Україною у світі, і цей інтерес, на їх думку, ще тривалий час не зменшиться, що варто взяти до уваги при розробці туристичних програм: «під інтересу до України ... не зникне, хіба зменшиться, але у свідомості іноземців ми чітко зафіксовані як окрема країна. Війна також, так би мовити, кристалізувала все українське. Варто розвивати внутрішній туризм. Маємо черпати сили від своєї ідентичності, від того, що гарне і цінне»⁴⁹⁵. Такої ж думки дотримується Валерій Пекар, президент виставкової компанії «Євроіндекс», стверджуючи, що: «хвиля в'їзного туризму до України, в тому числі бізнес-туризму, в тому числі конференц-туризму буде дуже великою, але це тоді, коли буде безпекове та логістичне питання вирішено»⁴⁹⁶. Від початку війни значна частина роботи управління пов'язана із внутрішньо переміщеними особами, разом із тим, увага концентрується на таких стратегічних для туризму цілях, як реабілітація та санаторно-курортне оздоровлення, інклюзивний туризм, популяризація культурної спадщини, промоція природного та активного туризму, а також впровадження інструментів зі збору туристичних даних.

⁴⁹⁴ Туризм під час війни: гіді та екскурсоводи Львівщини у межах промотуру дискутували про організацію відпочинку в умовах війни. URL: <https://loda.gov.ua/news/35372> (дата звернення: 30.08.2022).

⁴⁹⁵ Туризм під час війни: гіді та екскурсоводи Львівщини у межах промотуру дискутували про організацію відпочинку в умовах війни. URL: <https://loda.gov.ua/news/35372> (дата звернення: 30.08.2022).

⁴⁹⁶ Валерій Пекар: «Хвиля конференц-туризму в Україні буде дуже великою. треба скористатися вікном-можливостей». URL: <https://www.lvivconvention.com.ua/22867-2/> (дата звернення: 30.08.2022).

Принагідно варто відзначити, що станом на вересень 2022 року туристичний збір у Львівській області становить ₪ 30 млн.⁴⁹⁷.

Управління туризму та курортів вивчає досвід аналогічних установ та організацій в туристичних містах Європи, поступово переймаючи їхній досвід і враховуючи можливість появи чергового виклику – економічна криза, коронавірус, мавпяча віспа та ін. події світового масштабу, що можуть призвести до загострення у туристичній галузі. Як зазначає очільниця управління туризму Львівської міської ради «ми не знаємо, чого очікувати. Тому потрібно стати новими та гнучкими, вміти звичні продукти подавати по-новому. Це неабиякий виклик, бо немає підручників, у яких написано, як відновлювати туризм після війни»⁴⁹⁸. Відтак, управління зосередилося на двох ключових моментах щодо розвитку туризму в місті, які в майбутньому матимуть важливе значення: 1) смарт і діджитал-туризм; 2) доступність туризму для людей з різними можливостями. Управління вивчає особливості, набутий світовий досвід та можливості використання переваг цифровізації у сфері туризму, застосування цифрових платформ, поширення інформації про Україну за кордоном. «Переформовуємося відповідно до тих викликів, які є. Ми розуміємо, що Львів – це вхідні ворота для європейців в Україну. Тому після нашої перемоги до міста Лева приїде чимало туристів, яким цікаво буде відвідати Україну. Хочемо, щоб вони максимально побачили красу нашого міста завдяки діджиталізації і хотіли сюди приїхати, щоб побачити архітектуру, музей, інші заклади культури. Стосовно доступності, то війна вплинула на фізичні можливості українців. Кожен заклад усе більше намагається бути доступним для людей з обмеженими можливостями, які мають особливі потреби. У роботі з туристичним сектором зараз намагаємося якісно налагодити доступність, щоб у майбутньому максимальній кількості туристів було комфортна проводити час у Львові. Працюємо над програмою доступності, яка має діяти в готелях, у ресторанах, музеях, закладах

⁴⁹⁷ Балух О. У Дрогобицькому Дія Центрі відбувся форум «Туризм під час війни та після перемоги». URL: <https://leopolis.news/post/72430/u-drogobychkomu-diya-centri-vidbuvsya-forum-turyzm-pid-chas-viyny-ta-pislya-peremogy> (дата звернення: 12.10.2022).

⁴⁹⁸ Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyni-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

культури. Бо розуміємо, що стандартні норми держави не відповідають тим потребам, які зараз виникають у людей. Тому вивчаємо потреби, будемо залучати закордонних експертів нам на допомогу», – зазначає Христина Лебедь⁴⁹⁹.

Безперечно, шлях до реконструкції туризму після воєнних дій на території країни може бути не просто тривалим, а доволі важким. Головне – фіксувати усі факти пошкодження та руйнування об'єктів культурної спадщини, щоб потім притягнути до відповідальності винних за порушення норм українського та міжнародного законодавства. Станом на 1 лютого 2023 року ЮНЕСКО підтвердила пошкодження 238 об'єктів з 24 лютого 2022 року – 105 релігійних об'єктів, 18 музеїв, 85 будівель, що викликають історичний та/або художній інтерес, 19 пам'ятників, 11 бібліотек⁵⁰⁰. За даними Міністерства культури та інформаційної політики України станом на 25 січня 2023 року збитків зазнав 1271 об'єкт культурної інфраструктури, без урахування пам'яток культурної спадщини. Із них майже третина – зруйновані (473 об'єкти)⁵⁰¹. Загально найбільших втрат і збитків культурна інфраструктура отримала у Донецькій, Харківській, Київській, Херсонській, Миколаївській, Луганській, Запорізькій та Сумській областях. Пошкоджень і руйнувань зазнали клубні заклади, бібліотеки, музеї, театри, філармонії, заклади мистецької освіти (мистецькі школи і коледжі) та об'єкти культурної спадщини на території 198 ТГ (13,5%) у Вінницькій (2% ТГ), Дніпропетровській (13%), Донецькій (85%), Житомирській (12%), Закарпатській (2%), Запорізькій (27%), Київській (27%), Луганській (39%) Миколаївській (42%), Одеській (3%), Сумській (41%), Харківській (36%), Херсонської (29%), Хмельницькій (2%), Черкаській (3%), Чернігівській (14%) областях та м. Києві⁵⁰².

⁴⁹⁹ Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyini-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

⁵⁰⁰ Damaged cultural sites in Ukraine verified by UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/damaged-cultural-sites-ukraine-verified-unesco> (дата звернення: 26.02.2023).

⁵⁰¹ Через російську агресію в Україні постраждав вже 1271 об'єкт культурної інфраструктури. URL: <https://mkip.gov.ua/news/8542.html> (дата звернення: 26.02.2023).

⁵⁰² Там само.

У Львівській області та Львові робота із захисту пам'яток розпочалася з ініціативи та безпосередньої участі представників галузей архітектури, реставрації, охорони пам'яток, музейної справи та підтримки іноземних колег і партнерів одразу після російського вторгнення. Так, польські фахівці, які працювали із кам'яними скульптурами після бомбардування в Алеппо у Сирії, ділилися своїм досвідом порятунку пам'яток, як і фахівці з Хорватії, де порівняно не так давно також тривала війна. Завдяки спільній праці українських та зарубіжних фахівців в Успенській церкві закрили історично цінні роботи Петра Холодного, що пережили дві світові війни, у міських храмах закрили або демонтувати й перенесли в безпечні місця вітражі і дерев'яні твори мистецтва, на П'ятницькій церкві закрили вікна, закрили й вуличні фонтани та сакральні скульптури біля костелу св. Антонія, Латинського катедрального собору тощо. Польський інститут Polonika, що активно долучається до збереження сакральних пам'яток у Львові й на Львівщині, та Фонд культурної спадщини надіслали до Львова два вагони вогнегасників, вогнетривких тканин, плівок, покривал та ін., які були роздані у музеї, храми, де є дерев'яні вівтарі й іконостаси, а також передали у дерев'яні церкви області. Львівські фахівці розробили інструкцію із захисту різних видів пам'яток та надіслали колегам у Дніпро, Одесу, Київ.

У планах міста – сканування інтер'єрів й екстер'єрів об'єктів, співпраця з міжнародними фондами, такими, як «Блакитний щит» та «Аліф», готовими підтримати Львів у збереженні спадщини. В Україні уже набутий певний досвід з оцифруванням об'єктів культурної спадщини, утім із початком війни та загрозою значних матеріальних руйнувань актуалізувалася потреба оцифрування об'єктів й історичної архітектури. У Львові не перший рік в цьому напрямі працює компанія Skeiron, і на сьогодні в її архіві понад півтори сотні таких об'єктів лише на Львівщині. Разом з однодумцями, за сприяння міста й області компанія запустила ініціативу [#SaveUkrainianHeritage](#), мета якої – 3D-сканування культурних пам'яток по всій Україні, створення відповідних 3D-копій, що в разі потреби можуть

стати основою для відновлення об'єкта. З ініціативи інституту Polonika вже проведено сканування кількох сакральних споруд у Львові, пов'язаних із польською культурною спадщиною: це церква св. Андрія, Домініканський собор, Церква Покрови Пресвятої Богородиці (у минулому костел св. Миколая). Серед пріоритетів для сканування – Вірменська церква, ансамбль Успенської церкви, собор св. Юра. У співпраці з профільними структурними підрозділами ЛОДА (нині Львівська обласна військова адміністрація) та Львівською міською радою, Бюро спадщини напрацьовується перелік об'єктів у місті й області, які мають історико-культурну цінність і які варто оцифрувати першочергово⁵⁰³.

За останні кілька десятиліть світ неодноразово ставав свідком занепаду туристичної індустрії в окремих країнах – Боснія та Герцеговина, Сербія, Хорватія, Чорногорія, Грузія, Сирія та ін., і, відповідно, істотного переформатування структури туристичних потоків. Ще раніше це були Кіпр, Єгипет та ін. Але будь-яка війна закінчується і тоді настає час відновлювати те, що було зруйновано, у тому числі й туристичну галузь, і кожна з цих країн обрала свій шлях відновлення. Сьогодні країни, які свого часу пережили масштабні конфлікти і війни, стали успішними туристичними напрямками, посідаючи провідні позиції за темпами розвитку галузі. Наприклад, у Боснії та Герцеговині після закінчення війни щорічне збільшення туристів становило 24%, а у 2020 році Боснія та Герцеговина мали б посісти третє місце у сфері розвитку туризму (але на заваді стала пандемія коронавірусу). У 2019 році загальний внесок туризму в економіці Боснії та Герцеговини склав 10,5%⁵⁰⁴. Варто згадати й про Ізраїль – країну, яка під час війни, що триває понад півстоліття, за допомогою туризму зуміла досягнути серйозних результатів, використовуючи його як один із інструментів у зовнішній політиці. На туризм в Ізраїлі припадає 6,2% економіки, зокрема, у 2019 році країну відвідали 4,5 млн. туристів. Найбільш

⁵⁰³ Спадщина: як у Львові захищають пам'ятки в часі війни. URL: <https://isc.lviv.ua/blog/spadshchyna-v-chasi-vijny/> (дата звернення: 12.12.2022).

⁵⁰⁴ Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html> (дата звернення: 15.05.2022).

популярні види туризму в цю країну – паломництво, медичний, культурний⁵⁰⁵. Ізраїль є також показовим прикладом ефективної інформаційної політики держави – незважаючи на воєнні дії на всій території цієї країни, туди постійно приїжджають іноземні туристи, на відміну від України, куди іноземні туристи не їдуть через воєнні дії на незначній її території (до лютого 2022 року)⁵⁰⁶.

Досвід країн, які відродили свій туризм, свідчить, що туристичний сектор можна повільно поживавити, якщо вжити певних заходів безпосередньо під час кризи чи конфлікту, поки безпека повільно відновлюється, а також стимулювати туристичний сектор після нормалізації ситуації⁵⁰⁷. Серед таких заходів – антикризове управління, управління сприйняттям, стимули для туристів і туристичної галузі загалом, а також розвиток внутрішнього туризму. Ці заходи мають бути скеровані на чотири основні зацікавлені сторони, що впливають на рішення туриста відвідати місце призначення: 1) самих туристів; 2) засоби масової інформації; 3) туристичний бізнес; 4) уряди потенційних туристів. У цьому контексті варто звернути увагу й на можливість використання при популяризації культурного туризму регіону та країни загалом національних культурних архетипів, які « мають свій потужний вплив на світогляд українського народу і в умовах надзвичайних ситуацій працюють як міцна броня плекання та захисту української національної ідентичності, соціогуманітарна аура нації та простір поширення новітніх наративів України у війні проти Російської Федерації»⁵⁰⁸.

Демонстрація виняткових можливостей антикризового управління для мінімізації втрат, забезпечення безпеки туристів та обмеження надмірно негативного сприйняття у ЗМІ є першочерговим завданням у кризовий період. Це включає ефективні пошуково-рятувальні роботи, надання безпечного притулку для туристів, посилення безпеки навколо туристичних

⁵⁰⁵ Там само.

⁵⁰⁶ Там само.

⁵⁰⁷ Там само..

⁵⁰⁸ Гаврилюк А. М. Архетипно-наративний підхід до соціогуманітарного розвитку України в умовах воєнного стану. *Питання культурології*. 2022. Вип. 40. С. 161.

зон та полегшення повернення до рідних країн. Успіх початкових зусиль зі стримування паніки та управління кризовими ситуаціями може вплинути на імідж дестинації і, отже, на кількість туристів у майбутньому. Випереджальне планування антикризового управління, а не реактивне реагування є ключовим чинником успіху.

Урядам країн, на території яких відбувається конфлікт, слід обмежувати публікації у засобах масової інформації про пункти призначення, небезпека перебування в яких перебільшена. У тих випадках, коли безпека відновлена, необхідно розробити сильні та дієві комунікаційні кампанії для вирішення проблем потенційних відвідувачів. Кампанії також можуть підкреслювати межі регіонів конфлікту та безпеку інших областей. У цьому контексті варто використовувати також соціальні мережі, щоб полегшити взаємодію з потенційними відвідувачами та полегшити їм ознайомлення з місцем призначення.

Крім того, туроператори та уряд загалом можуть стимулювати туристський попит, знижуючи ціни на туристичні продукти та послуги: відміна зборів на авіа- та інші квитки, різні скидки для туристів, зокрема зниження ПДВ на їх розміщення, субсидії від держави, зміни в податково-бюджетній політиці країни, кредитування з низькими процентними ставками, рекламні поїздки для різних закордонних туроператорів і турагентів, щоб відновити впевненість в їх безпеці і безпеці місця призначення. Коли ж йдеться про подолання наслідків воєнних дій, необхідне створення спеціального фонду відновлення туризму.

Нарешті, зміщення акценту з міжнародного на внутрішній туризм є поширеним явищем у світі. Така тенденція, до речі, характерна й для України, в якій унаслідок російської збройної агресії з 2014 року кількість іноземних туристів значно зменшилася, а через пандемію коронавірусу внутрішній туризм почав розвиватися більш активно у порівнянні з

попередніми роками⁵⁰⁹. Однак зростання внутрішнього туризму зазвичай не компенсує втрати, спричинені скороченням кількості іноземних туристів, оскільки вони зазвичай витрачають набагато більше, ніж внутрішні туристи.

Таким чином, заходи з модернізації сектора туризму після завершення збройної агресії Російської Федерації проти України залежать від належного планування та координації між різними зацікавленими сторонами, а також від фінансування інфраструктури туризму та маркетингових зусиль. Хоча індустрія туризму не несе відповідальності за розробку або реалізацію планів та заходів щодо подолання наслідків збройної агресії, органи управління туризмом можуть брати участь у відповідних заходах через відповідні місцеві, регіональні чи національні комітети. Участь органів управління туризмом у розробці стратегії відбудови країни після збройної агресії сприятиме врахуванню потреб туристичної галузі у поствоєнний період. Надалі варто було б розробити план реагування на інциденти, пов'язані з туризмом, що встановлює структуру реагування та дії для урядів країни, щоб забезпечити швидке, докладне та цілеспрямоване реагування на інциденти (у тому числі й можливі в майбутньому воєнні дії), які впливають на туризм.

Як відзначають дослідники⁵¹⁰, відновлення привабливості туризму обов'язково передбачає витрати на безпеку, проте ці витрати не в змозі за короткий термін змінити негативний вплив збройної агресії Російської Федерації проти України на міжнародні туристичні потоки у країні призначення. Витрати на забезпечення безпеки можуть змінити ситуацію на краще приблизно за дев'ять років після початку військової в міру збільшення міжнародних туристичних потоків. Крім того, зміна сприйняття і ставлення світової спільноти до країни призначення після завершення російсько-української війни потребує певного часу та адекватного оцінювання ситуації з урахуванням реальних змін в умовах країни, що не завжди має місце⁵¹¹.

⁵⁰⁹ Туристичні потоки (2000–2014 pp.). URL: <https://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information/-/2015-/2962-2000-2010.html> (дата звернення: 14.07.2022).

⁵¹⁰ Okafor L. E., Khalid U. Regaining International Tourism Attractiveness After an Armed Conflict: the Role of Security Spending. *Current Issues in Tourism*. 2021. Vol. 24. Is. 3. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2020.1734547?journalCode=rct20> (дата звернення: 08.02.2022).

⁵¹¹ Там само.

В умовах коли одна частина туристичної та рекреаційної інфраструктури України окупована, інша частина зруйнована, внутрішній туризм в Україні зберігся у відносно безпечних західних регіонах, зокрема у Львівській області, куди з початку військових дій люди виїжджають, рятуючись від війни, або для так званого вікенду для перезавантаження.

Сучасний стан туризму в Україні загалом та у Львівській області зокрема вимагає не лише врахування ключових трендів, які стали актуальними у зв'язку з поширенням коронавірусу, а й безпрецедентних заходів для відновлення галузі не після, а ще до закінчення сучасної українсько-російської війни. Запропоновані шляхи відновлення та механізми підтримки туристичної галузі повинні сприяти швидкій її адаптації до нової, слабо передбачуваної реальності.

Висновки до розділу

Туризм є не тільки однією з найбільших галузей у світі, а й онлайн-сегментом номер один, на який припадає чималий відсоток загальних продажів в інтернеті. Стрімке і масштабне розповсюдження цифрових технологій суттєво вплинуло на індустрію туризму, надавши можливості для розширення бізнесу і відігравши вирішальну роль в управлінні відносинами з клієнтами та популяризації культурної спадщини та культурного туризму загалом. Це мало фундаментальне значення для успішної організації туризму, оскільки цифровізація пропонує технології, підходи та інструменти, які дають змогу підвищити цінність туристського продукту. Зокрема, якщо вести мову про довгострокову перспективу, то можна відзначити передумови до появи «розумних міст». Споживчий світ майбутнього буде складним і комплексним, а вимогливий попит мандрівників, пересичених традиційними турами, буде зорієнтований на потребу отримання унікальних вражень. Всеосяжна аналітика, мультимодальні перевезення та інші особливості «розумних міст» стануть новим напрямом розвитку індустрії туризму.

Утім, впровадження інноваційних технологій може бути ефективним лише в тому разі, якщо вони враховуватимуть особливості туристичної галузі, яка володіє рядом специфічних особливостей (у туризмі, по суті, продаються послуги, які продаються в одному місці, а споживаються в іншому; прибуток отримується в місці отримання туристичних послуг, а процес споживання регламентується нормами місця тимчасового перебування туриста). Досвід розвинених країн, які досягли позитивних результатів у цифровізації сфери туризму, свідчить, що для реалізації туристичного потенціалу країни необхідно розробити комплексну стратегію цифровізації галузі. Для ефективного функціонування індустрія туризму повинна бути зосереджена на інноваційному розвитку та цифровій побудові культурного туризму, розробці нових продуктів культурного туризму та нових маркетингових інноваційних моделях. Натомість низький рівень цифровізації індустрії туризму робить його неспроможним надавати персоналізовані рекомендації та пропонувати інноваційні стратегії, головним чином включаючи поєднання великих даних та Інтернету речей, щоб надати туристам захоплюючий досвід подорожі, інтеграцію нових технологій для посилення маркетингових і рекламних зусиль.

Враховуючи досвід країн, які досягли вражаючих успіхів у розвитку туризму, що автоматично вплинуло на підвищення добробуту їх населення, туризм, особливо культурний, і особливо після закінчення війни варто піднести на рівень пріоритетних галузей розвитку держави, позиціонувати Україну як єдиний бренд. Туризм Львівщини, хоч на його відновлення й доведеться витратити не один рік, має усі шанси на подальший ефективний розвиток за рахунок створення високоякісного туристичного продукту та формування конкурентоспроможної на внутрішньому й міжнародному рівнях індустрії туристичних послуг, забезпечення на цій основі комплексного розвитку території. Наголос на потенційних можливостях, а також такі механізми підтримки галузі, як зниження адміністративного регулювання, заходи податкового стимулювання, пряма фінансова допомога та інші форми

підтримки повинні допомогти адаптуватися до нової, погано передбачуваної реальності з урахуванням ключових трендів у туризмі та подолання наслідків збройної агресії Російської Федерації проти України.

Туризм – це складна і нестабільна, динамічна система, характеристики якої роблять неможливим точне прогнозування будь-якої довгострокової еволюції в майбутньому, особливо, коли туристична галузь, як зараз в Україні, перебуває на грані катастрофи. Тому вкрай важливо при розробці стратегії відновлення і подальшого розвитку туризму у післявоєнний період врахувати наявні теоретичні напрацювання і світовий практичний досвід, обрати власний шлях відновлення галузі, а також взяти до уваги, що цифрова трансформація здатна дати поштовх до сталого розвитку туристичної індустрії, головне – правильно і вчасно скористатися необхідними технологіями.

ВИСНОВКИ

1. Культурний туризм прийнято розглядати як форму рекреації та водночас вид (соціокультурної) діяльності людей; спосіб проведення дозвілля, форму міграції населення; галузь економіки та ін. Основою культурного туризму є культура, а турист під час туристичної поїдки формує культурну компетентність і культурне самовизначення в світовому просторі. Такий взаємозв'язок між туризмом і культурою, і навіть більше – ідентичність шляхів їх історичної еволюції, не випадковий: культура є фундаментальною основою процесу розвитку та збереження самобутності народу, а туризм – одним із визначальних чинників цього розвитку. Описаний підхід є усталеним баченням культурного туризму, численні інтерпретації якого дають підстави виокремити два підходи до його визначення: з точки зору мотивації туристів та в контексті дестинацій.

Культурний туризм – це вид туристичної діяльності, в якій основною мотивацією туриста є відкриття й ознайомлення з об'єктами культурного туризму: матеріальною (пам'ятки архітектури, історії, мистецтва тощо) і нематеріальною (звичаї, обряди, традиції тощо) культурною спадщиною та сучасною культурою (інтелектуальні і творчі досягнення) у місцях туристичних дестинацій та поза ними, і врешті решт, одержання туристичного досвіду. Основою культурного туризму є потреба в духовному освоєнні культури світу, задоволенні екзистенційних потреб мандрівної людини. Значні культурні зміни останніх десятиліть розширюють туристичне споживання на нові території, знаменуючи відхід від матеріальної спадщини до нематеріальної спадщини та сучасної культури і творчості, надаючи певним територіям та країнам загалом нові можливості для використання ширшої сукупності ресурсів для залучення туристів, водночас створюючи нові виклики в задоволенні потреб туристів та плануванні туризму.

Культурний туризм здатен привернути увагу широкої аудиторії до потреб суспільства в міжкультурному діалозі, соціальній справедливості та відповідальному споживанні.

2. Важливими чинниками та водночас особливостями формування та функціонування культурного туризму, що характеризують його потенціал та актуальний рівень розвитку, є: а) зовнішні: політико-правові, економічні, демографічні, природно-географічні та соціокультурні; б) туристичний продукт, інфраструктура ринку туризму, стан ринку праці туризму. Ефективність культурного туризму залежить від оптимального використання цих особливостей території для створення оптимальних за якістю туристичних продуктів. Основним, але не єдиним, елементом продукту культурного туризму, як послуги та як основного фасилітатора туристичних вражень, є атракція (об'єкти і території, що викликають археологічний інтерес, історичні будівлі та пам'ятки, ярмарки, виставки, мистецькі та музичні фестивалі тощо). Атракція стає продуктом культурного туризму лише в разі сполучення її внутрішньої цінності з доданою вартістю розвитку туризму. Унікальною його здатністю є перетворення ресурсу на продукт, який можна описати як простір і місце, які задовольняють культурні потреби та бажання туристів шляхом одержання ними нових знань і досвіду. Високу якість продукту культурного туризму забезпечує лише саме синергія туризму і культури.

3. Львівська область – один з найбагатших регіонів України за кількістю об'єктів культурної спадщини та сучасними культурними ресурсами, що є важливою передумовою для посиленого розвитку внутрішнього та міжнародного туризму. Львівська область характеризується особливо високими показниками рівня розвитку туристичної індустрії в країні загалом. Утім, попри появу нових підходів до формування державної політики у сфері туризму, його розвиток як одного з пріоритетних завдань держави та інші позитивні тенденції в країні загалом, культурний потенціал регіону використовується не повною мірою і не досить ефективно, а частина

об'єктів культурної спадщини Львівщини і сучасних культурних ресурсів залишаються не задіяними у туристичній діяльності. Вирішення цієї проблеми вимагає: а) створення деталізованого обліку та карти розміщення об'єктів культурної спадщини Львівщини; б) розробки та реалізації державних і/або спонсорських програм з реставрації пошкоджених чи зруйнованих об'єктів; в) розробки та реалізації державних і/або спонсорських програм зі збереження об'єктів у процесі їх туристського використання, підвищення ефективності використання культурних ресурсів області для розвитку туризму на державному та місцевому рівнях; г) моніторинг ринку туристичних послуг Львівщини та країни загалом. Водночас у туристів необхідно виховувати шанобливе ставлення до відвідуваних ними об'єктів, що сприятиме забезпеченню відповідального туризму із низьким рівнем наслідків.

4. На основі загальнодержавної політики у сфері туризму та курортів органи самоврядування у Львівській області визначають відповідні цілі регіональної спрямованості з урахуванням місцевого туристичного потенціалу. Усвідомлення суб'єктами туристичної діяльності важливості культури не лише як чинника привабливості для туристів, а й як важливого елемента загального туристичного досвіду, зумовлює потребу налагодження співпраці між різними рівнями влади, що матиме позитивний ефект не лише для сфери культурного туризму, а для індустрії туризму загалом.

Культурний туризм, тісно пов'язаний з іншими галузями економіки з виробництва туристських продуктів, товарів і послуг та їх реалізації, є недостатньо розвиненим у Львівській області унаслідок невідповідності: фінансового забезпечення потребам галузі; наявної туристичної інфраструктури світовому рівню та очікуванням споживачів туристичного продукту; візових, митних та прикордонних процедур загальноприйнятій міжнародній практиці; професійного рівня фахівців туристичного супроводу вимогам сучасних туристів і туристичного ринку загалом; туристичних послуг та їх якості міжнародним стандартам та ін. Потребують

вдосконалення й туристичні потоки – розрахунок та обґрунтування щодо кількісного визначення потреб у певних елементах туристичної інфраструктури в межах певних місць туристичного призначення. Крім того, цифровізація у сфері туризму (зокрема, онлайн-бронювання, інтернет-реклама, збільшення частки самодіяльних турів, цифрові тури та ін.), підвищення ролі маркетингу та активного просування турпродуктів на ринок вимагають від суб'єктів туристичної діяльності та інших зацікавлених сторін швидкого реагування, гнучкої діяльності та змін у стратегії популяризації туристичних послуг, спрямованої на приваблення туристів.

5. Викликом для культурного туризму Львівщини стали соціально-політична ситуація в країні, тривала збройна агресія та окупація окремих територій країни Російською Федерацією, наслідки світової пандемії коронавірусу, нові проблеми щодо співвідношення попиту та пропозиції на ринку туристичних послуг, слабка мобільність структурних змін у секторі туризму, неготовність персоналу підприємств швидко й ефективно реагувати на зміни. Зокрема, культурний туризм мусить швидко адаптуватися до соціального дистанціювання, модифікації об'єктів, а також стрімкої цифровізації, спричинених пандемією коронавірусу. Утім, пандемія – це також можливість переосмислити та переглянути туристичний досвід, пов'язаний із культурною спадщиною, щоб переформувати та зробити його більш інклюзивним і стійким. Суб'єктам туристичної діяльності варто не просто переорієнтувати стратегії культурного туризму на внутрішніх туристів, поновлюючи їхній зв'язок з їх власною культурою та спадщиною, створювати нові враження, які підживлюватимуть туристичні пропозиції для відновлення взаємодії з місцевою громадою. Необхідно запровадити комплексний підхід до культурного туризму Львівщини: розвивавати туристичний досвід на основі поєднання культурної спадщини, гастрономії та інших форм регіонального культурного самовираження. Такий підхід залучатиме місцевих митців і мешканців та фахівців сфери культури до формування туристичної політики та практики.

Завдяки цифровізації туризм набув нового вигляду, у якому торгівля туристичними продуктами поступово переходить із фізичного виміру у віртуальний, концептуальний, і в якому надання пропозиції, збалансованої з попитом, значно полегшується завдяки новим комунікаційним каналам. Стан цифровізації культурного туризму у Львівській області свідчить про використання лише окремих ІТ-рішень для поширення інформації або покращення досвіду туристів (оперативне отримання комплексної інформації про певні туристичні напрямки, планування та бронювання подорожей тощо). Українським туроператорам та іншим зацікавленим сторонам варто врахувати, що цифрові технології можуть сприяти одержанню цікавого, незабутнього туристського досвіду, пов'язаного з матеріальною та нематеріальною спадщиною, а також сучасною культурою. У майбутньому ІТ-розробки на основі штучного інтелекту, VR- та інших цифрових технологій, які ставатимуть потужнішими та пропонуватимуть більше можливостей, а доступ до них серед споживачів зростатиме, ймовірно, стануть незамінними. Врахування цієї тенденції та продумане застосування цифрових технологій на основі вивчення їхнього потенціалу дасть змогу не лише покращити турпродукт, сформувати позитивне сприйняття та імідж Львівської області як одного з провідних центрів культурного туризму в країні, а й підвищити доступність і якість об'єктів і сервісу.

6. Культурний туризм Львівщини перебуває у вкрай складній ситуації невизначеності та ризиків. Тривалі епідеміологічна ситуація та війна в Україні надзвичайно негативно вплинули мало не на всі галузі і сфери діяльності. Усі розроблені до повномасштабного вторгнення країни-агресора концепції і стратегії мусять бути не просто переглянуті й уточнені, а заново розроблені з урахуванням потенціалу, помилок й успішних кроків, світових трендів у галузі і перспектив її розвитку, а також досвіду країн, які зуміли відновити туризм після збройної агресії на своїй території. При розробці стратегії відновлення і подальшого розвитку туризму у післявоєнний період врахувати наявні теоретичні напрацювання і світовий практичний досвід,

обрати власний шлях відновлення галузі, а також взяти до уваги, що цифрова трансформація здатна дати поштовх до сталого розвитку туристичної індустрії, головне – правильно і вчасно скористатися необхідними технологіями. Це вимагає консолідації зусиль наукової спільноти, експертів і практиків для вироблення відповідних пропозицій з подолання перешкод розвитку туризму в Україні з урахуванням внутрішніх і зовнішніх впливів та рекомендацій щодо інноваційних шляхів збільшення привабливості туристичних послуг України для іноземців та своїх громадян, впровадження нових туристичних продуктів і нових видів туризму, тобто створення сприятливого правового та економічного середовища для подальшого розвитку туризму.

7. Культурний туризм Львівщини вимагає розробки довгострокової стратегії розвитку, яка б передбачала врахування не лише ключових принципів загальнодержавної культурної і туристичної політики, світових тенденцій у розвитку галузі тощо, а й критеріїв оцінювання рівня функціонування культурного туризму, як одного з напрямів співпраці між ключовими зацікавленими сторонами. Цими критеріями є: мотивація (дає уявлення про рушійні сили для туристів, які подорожують і яких цікавить саме культура) та безпосередньо дії/діяльність (дає уявлення про відвідувачів, які взаємодіють з культурою як частиною загального туристичного досвіду, але які часто будуть мотивовані подорожувати з інших причин, отже культура може бути або основною, або вторинною причиною подорожей) туристів. Дані про їхню кількість, культурні мотиви, уподобання та особливості поведінки є підґрунтям для маркетингу державних і приватних партнерів і сприяння туроператорам у прийнятті обґрунтованих рішень щодо удосконалення існуючих чи створення нових туристичних продуктів. Ці критерії повинні бути враховані при виробленні туристичної та культурної політики, головними пріоритетами якої має стати розробка інтегрованих підходів до туризму і культури, розширення можливостей та інклюзії громади. Не менш важливим, з одного боку, є налагодження зв'язків

і співпраці, розбудова потенціалу та навчання, що передбачає залучення широких зацікавлених сторін, а з іншого – збалансування просування та захисту культурних цінностей. Але найважливішим для розвитку культурного туризму Львівщини є розробка якісного турпродукту, що висуває вимогу налагодження туроператорами взаємовигідних зв'язків із постачальниками туристичних послуг та діловими партнерами зі збуту.

Таким чином, стратегія реалізації потенціалу культурного туризму Львівщини передбачає: вироблення туристичної та культурної політики з урахуванням критеріїв оцінювання рівня його функціонування; налагодження зв'язків і співпраці, розбудова потенціалу та навчання; збалансування просування та захисту культури; розробка якісного турпродукту. Необхідно також розвивати інфраструктуру культурного туризму; забезпечувати пріоритетність питань забезпечення безпеки та охорони здоров'я туристів; вдосконалювати систему підвищення кваліфікації спеціалістів туризму, що відповідає сучасним вимогам галузі; поліпшувати поінформованість про туристичний продукт на світовому та внутрішньому туристських ринках для більш активного його просування; більш ефективно використовувати субсидування та грантову підтримку підприємницьких та громадських ініціатив з метою підвищення їхньої активності; розробляти, створювати, впроваджувати та надалі розвивати інформаційно-комунікаційну інфраструктуру туристської галузі; забезпечувати подальшу цифровізацію галузі.

Подальшого вивчення потребує питання стану об'єктів культурної спадщини та міри їх задіяння у різних видах туризму, особливостей цифровізації культурного туризму в області та країні загалом, а також розробка стратегії та конкретних кроків з відновлення культурного туризму Львівщини з урахуванням світового досвіду та власного бачення з метою подолання наслідків пандемії коронавірусу та збройної агресії Російської Федерації проти України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Адамовська М. Вітчизняний туризм у контексті світових тенденцій. *Актуальні питання туризмології та туристичної практики* : зб. матеріалів наук.-практ. конф., присвяч. 25-річчю Інституту туризму Федерації професійних спілок України, м. Київ, 18 квіт. 2019 р. Київ : АПСВТ, 2019. С. 8–9.
2. АЗСки. URL: <https://www.azski.com.ua/regions/lvovskaja> (дата звернення: 27.11.2022).
3. Алексеева Ю. В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції : автореф. дис. ... к. держ. у. : 25.00.02. Одеса, 2005. 20 с. URL: https://tourlib.net/aref_tourism/alekseeva.htm (дата звернення: 05.10.2021).
4. Аналіз ринку праці в галузі туризму 2021. *Університет короля Данила*. URL: <https://ukd.edu.ua/analiz-rinku-praci-v-galuzi-turizmu-2021> (дата звернення: 14.04.2022).
5. Артеменко О. І., Пасічник В. В., Єгорова В. В. Інформаційні технології в галузі туризму. Аналіз застосувань та результатів досліджень. URL: http://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/may/2615/814ism2015min-3-22_0.pdf (дата звернення: 11.12.2022).
6. Архітектура Львова : Час і стилі. XIII–XXI ст. / упоряд. і наук. ред. Ю. О. Бірюльов. Львів : Центр Європи, 2008. 720.
7. Бакурова А. В., Діденко А. В. Основні проблеми туристичної галузі. *Проблеми формування нової економіки XXI століття* : матеріали I Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. Львів, 2011. С. 89–94.
8. Балух О. У Дрогобицькому Дія Центрі відбувся форум «Туризм під час війни та після перемоги». URL: <https://leopolis.news/post/72430/u->

drogobyckomu-diya-centri-vidbuvsya-forum-turyzm-pid-chas-viyny-ta-pislya-peremogy (дата звернення: 12.10.2022).

9. Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 108–110. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/batkovec.htm (дата звернення: 14.12.2021).

10. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.02 / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2004. 36 с.

11. Бейдик О. О. Словник-довідник з географії туризму, рекреології та рекреаційної географії. Київ : Палітра, 1997. 130 с.

12. Белуха О. М., Павліш Л. В. Розвиток туристичної галузі Львівської області в контексті реалізації регіональної туристичної політики. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. № 7. С. 38–43.

13. Бігус М. М. Аналіз сучасного стану туристичного бізнесу Львівщини у контексті глобалізаційних процесів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2015. Вип. 14. С. 124–128.

14. Біла Т. П. Приміський туризм м. Львів. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 19. С. 121–130.

15. Богатирьова Д. С. Підходи до визначення поняття «Індустрія туризму» в науковій літературі. Щука ГП, 2010. 15 с.

16. Божко Л. Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2010. Вип. 32. С. 169–179.

17. Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 90–102.

18. Божко Л. Д. Туризм у контексті глобалізаційних процесів: історико-культурологічний аспект : автореф. дис. ... д-ра культурології : 26.00.01 / Харківська держ. академія культури. Харків, 2018. 37 с.

19. Боліла С. Ю., Кириченко Н. В. Маркетингові аспекти розвитку діяльності підприємства сфери туризму на регіональному рівні під впливом глобальних тенденцій. *Вісник Хмельницького університету*. 2021. № 6. Т. 2. С. 198–203.
20. Бондаренко М. П. Теоретичні засади розвитку індустрії туризму. *Економічний часопис*. 2012. XXI. № 3–4. С. 19–22.
21. Бордун О. Ю. Стан та перспективи транспортного забезпечення туристичної індустрії Львівської області. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Географія*. 2011. Вип. 2. С. 147–152.
22. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62. С. 178–196.
23. Бортников Є. Г. Пріоритетні напрями розвитку туристичної галузі в Україні. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2009. № 13. С. 157–163.
24. Бровінська М. Львівські стартапери створили кишенькову машину часу. Як Chameleon Age розвиває інтерактивний туризм у минуле в доповненій реальності. URL: <https://dev.ua/news/chameleon-age> (дата звернення: 12.12.2022).
25. Булатов С. В. Туристсько-рекреаційний потенціал Львівської області. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства* : матеріали міжнар.наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 25 листоп. 2022. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 77–79.
26. Валерій Пекар: «Хвиля конференц-туризму в Україні буде дуже великою. треба скористатися вікном-можливостей». URL: <https://www.lvivconvention.com.ua/22867-2/> (дата звернення: 30.08.2022).

27. Василенко А. В., Василенко В. Ю., Діхтяренко О. В., Перепелиця А. С. Стан та перспективи використання замково-палацового комплексу України в туризмі. *Вісник ХНУ ім. В. Н. Каразіна. Серія: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2019. № 9. С. 173–178.
28. Високий замок у Львові. Історичні факти та загадки. *Львівський туристичний центр* [офіц. сайт]. URL: <https://lvivtc.com.ua/tourist-places-of-lviv/high-castle/> (дата звернення: 15.11.2022).
29. Високий замок. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Високий_замок (дата звернення: 20.01.2023).
30. Відбулось Перше засідання українсько-кіпрської робочої групи з питань туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/vidbulos-pershe-zasidannya-ukrayinsko-kiprskoyi-robochoyi-grupi-z-pitan-turizmu> (дата звернення: 12.03.2022).
31. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон. *Міністерство економіки України* [офіц. сайт]. URL: <https://www.me.gov.ua> (дата звернення: 14.07.2022).
32. Гаврилюк А. М. Архетипно-наративний підхід до соціогуманітарного розвитку України в умовах воєнного стану. *Питання культурології*. 2022. Вип. 40. С. 149–165.
33. Гаврилюк А. М. Теоретико-методологічні аспекти обґрунтування феномену туризму як соціального інституту держави. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Державне управління*. 2018. Т. 29 (68). № 3. С. 34–39.
34. Гаврилюк А. М. Теоретико-методологічні засади історико-філософського осмислення сутності туризму як соціогуманітарного феномену. *Збірник наукових праць НАДУ*. 2019. Вип. 2. С. 17–25.
35. Гірзекорн А. COVID-19 vs туризм 2020. Хто відвідав Львів під час карантину? URL: <https://lviv.travel/ua/news/covid-19-vs-tourism-2020-hto-vidvidav-lviv-pid-chas-karantynu> (28.10.2022).

36. Гірняк Л. І., Барна М. Ю. Стан та проблеми розвитку туристичної індустрії у Львівській області. *Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг* : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 24 листоп. 2016 р. Львів : Растр-7, 2016. С. 308–311.

37. Гнаткович О. Д., Назарова С. В. Сучасні тенденції розвитку культурного туризму. *Наукова думка сучасності і майбутнього* : зб. статей учасників двадцять третьої Всеукр. практ.-пізнавал. конф. Дніпро, 2018. С. 24–26.

38. Голиборода І. Перспективи розвитку військово-історичного туризму на Львівщині. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2012. Вип. 29 (2). С. 45–50.

39. Головащенко О. В. Туризм як форма соціальної активності людини: соціально-філософський аналіз : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Запоріжжя, 2002. 18 с.

40. Головіна С. Населення Львова та області: демографія у цифрах. URL: <https://www.032.ua/news/3034209/naselenna-lvova-ta-oblasti-demografia-u-cifrah> (дата звернення: 18.11.2021).

41. Голубець І. М. Туризм як фактор розвитку екологічної культури України (кін. XX – поч. XXI ст.) : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01 / Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2011. 16 с.

42. Готель «Швейцарський» [офіц. сайт]. URL: <https://swiss-hotel.lviv.ua/> (дата звернення: 17.02.2023).

43. Графська О. І. Сучасні виклики та мегатренди розвитку туристично-рекреаційної сфери. *Проблеми економіки*. 2020. № 2. С. 17–23.

44. Графська О., Підвальна О., Боднарчук Х. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 25. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52> (дата звернення: 15.09.2022).

45. Гриценок Н. І., Бурдейний В. А., Степурко Г. П. Організація підготовки фахівців туристичної галузі. Київ : Науковий світ, 2003. 88 с.

46. Громадська ініціатива «Центр порятунку культурної спадщини». УЦКД. 03 берез. 2022. URL: <https://uccs.org.ua/novyny/hromadska-initsiatyva-tsentr-poriatunku-kulturnoi-spadshchyny/> (дата звернення: 17.01.2023).

47. Двуліт З. П., Омелянчук А. Б. Економічні наслідки впливу епідемії Covid-19 на сферу туризму. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/4.pdf (дата звернення: 15.09.2022).

48. Декларація принципів терпимості (ЮНЕСКО, 1995). UNESCO [офіц. сайт]. URL: <https://www.unesco.org/en/days/tolerance> (дата звернення: 15.05.2022).

49. Демографічні процеси у Львівській області : Аналітична доповідь 2020 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2021. URL: <https://lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2021/DP1920210201.pdf> (дата звернення: 28.09.2022).

50. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області [офіц. сайт]. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 20.02.2023).

51. Деякі питання діяльності Державного агентства розвитку туризму Постанова Кабінету Міністрів України від 24 грудня 2019 р. № 1162. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-diialnosti-derzhavnog> (дата звернення: 23.04.2022).

52. Дичковський С. Культурний туризм як сфера реалізації дозвіллевих технологій та віртуального досвіду. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 3. С. 89–95.

53. Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (Digital Society) : монографія. Київ : Вид-во Ліра-К, 2020. 384 с.

54. Дударчук К. Д. Історико-культурні туристичні ресурси Тернопільської області: стан збереження і використання : автореф. дис. ...

канд. геогр. наук : 11.00.02 / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. Львів, 2012. 20 с.

55. Жукова Т. Дорога святого Якова: прогулянка узбережжям. URL: <https://omore.city/articles/168179/doroga-svyatogo-yakova-progulyanka-vzdovzh-morya-zavdovzhki-v-sotni-kilometriv> (дата звернення: 16.10.2022).

56. За минулий рік Львів відвідало більше 2 мільйонів туристів. URL: <https://varianty.lviv.ua/58715-za-mynulyi-rik-lviv-vidvidalo-bilshe-2-milioniv-turystiv> (дата звернення: 15.05.2022).

57. Закон України «Про курорти». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

58. Закон України «Про охорону культурної спадщини» : від 8 черв. 2000 р. № 1805-III. *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 2000. № 39 [офіц. веб-портал]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text> (дата звернення: 10.06.2022).

59. Закон України «Про туризм». *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. 1995. № 31. Ст. 24. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

60. Зараховський О. Є. Використання нерухомих об'єктів культурної спадщини Черкащини як туристично-екскурсійного ресурсу : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. Київ, 2017. 16 с.

61. Зараховський О. Є. Класифікації нерухомих об'єктів культурної спадщини як туристичного ресурсу. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2019. № 31. С. 38–43.

62. Звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році у Львові. *Високий замок*. 13 січ. 2019. <https://wz.lviv.ua/news/383616-zvidki-prijizhdzhali-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi-u-l-vovi> (дата звернення: 05.09.2022).

63. Звіт за результатами опитування «Проведення дослідження внутрішнього та виїзного туризму українців». Листопад/грудень 2021. 214 с.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). URL: <https://drive.google.com/file/d/1VbzkC8sG9muJGJjEUCFkzBfAsIVbke9A/view> (дата звернення: 10.03.2023)

64. Звіт управління туризму за 2016 рік. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. URL: <https://city-adm.lviv.ua/zvity/download> (дата звернення: 15.12.2021).

65. Золотий Лев-2022. [офіц. сайт]. URL: <http://golden-lion.com.ua/> (дата звернення: 15.02.2023).

66. Інститут стратегії культури вивчає думку експертів та громад для 16 об'єктів спадщини. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 12 січ. 2021. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=56329> (дата звернення: 14.02.2023).

67. Історико-культурний заповідник «Давній Пліснеськ» запрошує в гості. *Львівська ОВА* [офіц. сайт]. 20 черв. 2022. URL: <https://loda.gov.ua/news/32259> (дата звернення: 15.08.2022).

68. Каднічанський Д. А., Грицюк І. М. Стан та перспективи розвитку подієвого туризму у Львівській області. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 174–184.

69. Кифяк В. Ф. Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2015. Вип. II (58). С. 67–81.

70. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці, 2003. URL: https://infotour.in.ua/kyfjak_4.htm (дата звернення: 20.09.2020).

71. Кифяк О. Туристичні дестинації та їх вплив на функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2018. № 8 (260). С. 68–84.

72. Кифяк О. В. Туризм як фактор вдосконалення галузевої структури регіональної економіки. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип. 4. С. 145–152.

73. Климко І. Г. Синтез культурних практик туристичної діяльності як фактор гармонізації глобалізаційних процесів сучасності : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.04 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2017. 20 с.

74. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ : Вид-во «Знання», 2011. 334 с.

75. Колосінська М. І. Дослідження теоретичних підходів до визначення категорії «туризм». *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2011_2_22.pdf (дата звернення: 20.05.2021).

76. Комплексна програма збереження історичної забудови м. Львова : Затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 15 листопада 1997 р. № 1266. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1266-97-%D0%BF#Text> (дата звернення: 15.03.2022).

77. Концепція Державної програми збереження та використання замків на 2006–2011 роки: Схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 8 червня 2005 р. № 182-р. *Урядовий портал* [веб-портал]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/nras/17821366> (дата звернення: 09.02.2023).

78. Корнієнко В. В. Історико-культурна спадщина та її використання в туристичній сфері України (1991–2007 рр.) : автореф. дис. ... канд. іст. наук : 07.00.01 / Ін-т історії України НАН України. Київ, 2008. 20 с.

79. Костюк А. Портрет львівського туриста. хто сюди їде і навіщо. URL: https://tvoemisto.tv/exclusive/u_lvovi_deshevo_chy_klasno_dlya_chogo_do_nas_idut_turysty_98195.html (дата звернення: 10.09.2022).

80. Кравченко Н. О. Територіальна організація рекреаційного господарства Полісся та напрями її удосконалення : автореф. дис. ... канд. ек. н. : 08.10.01 / Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. Київ, 2006. 19 с. URL: <https://infotour.in.ua/kravchenko-2.htm> (дата звернення: 30.11.2021).

81. Краснова Ю. А., Антонова А. В. Поняття та юридичні ознаки туризму в Україні. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України*. 2014. Вип. 197. Ч. 3. С. 132–140.

82. Краснокутська Ю. В. Внутрішній туризм як стратегічний напрямок розвитку ринку туристичних послуг та рішення соціально-економічних проблем. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка*. 2018. Вип. XIII. С. 74–79.

83. Кулаковська І. М. Культурні пам'ятки Житомирщини як атракції етнокультурного туризму : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. / Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2013. 20 с.

84. Кулік В. В. Теоретичні основи культурного туризму : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01. Сімферополь, 2009. 20 с.

85. Курси для екскурсоводів. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. URL: https://old.loda.gov.ua/turyzm_na_lvivshchyni (дата звернення: 12.02.2023).

86. Кушнірук Г. В., Солдат О. А. Роль туризму в розвитку економіки Львівської області. *Вісник Львівського інституту економіки і туризму*. 2017. № 12. С. 73–76.

87. Легенда Львова: Петру Радковцю присвоїли пожиттєве звання львівського гіда № 1. *Varta1*. 21 лют. 2021. URL: https://varta1.com.ua/news/legenda-lvova-petru-radkovcyu-prisvoyili-pozhittieve-zvannya-lvivskogo-gida-no1-foto_361348.html (дата звернення: 01.03.2023). ЛКП «Центр розвитку туризму м. Львова». *Львівська міська рада*. URL: <https://city-adm.lviv.ua/lmr/utilities/lkp-tsentr-rozvytku-turyzmu> (дата звернення: 25.02.2023).

88. Леонтьева Ю. Ю., Тимощенкова О. А. Региональная туристская дестинация и ее социально-экономическое развитие. *Бізнес Інформ*. 2013. № 6. С. 165–170.

89. Литвин І. В., Нек М. О. Проблеми та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в регіоні. *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 81–88.

90. Лозинський Р. М., Кучинська І. В., Дорош Ю. С. Географія ресурсів ностальгійного туризму Жовківського району Львівської області. *Карпатський край*. 2013. № 1. С. 94–101.

91. Лупашко А. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. *Економічна правда*. 28 верес. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/09/28/691984/> (дата звернення: 08.10.2022).

92. Лущик М. В. Тенденції розвитку туристичної індустрії Львівської області в умовах пандемії. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. № 6. Т. 1. С. 172–183.

93. Львів історико-архітектурний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv05.html> (дата звернення: 10.11.2022).

94. Львів культурно-мистецький. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv06.html> (дата звернення: 10.11.2022).

95. Львів туристичний. *Туристичний каталог-довідник*. URL: <https://map.lviv.ua/lviv03.html> (дата звернення: 10.11.2022).

96. Львів. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Львів> (дата звернення: 15.05.2022).

97. Львівська асоціація розвитку туризму [офіц. сайт]. URL: <https://lart.lviv.ua/> (дата звернення: 25.02.2023).

98. Львівська національна галерея мистецтв імені Бориса Возницького [офіц. сайт]. URL: <https://lvivgallery.org.ua/> (дата звернення: 04.02.2023).

99. Львівське конференц-бюро [офіц. сайт]. URL: <https://www.lvivconvention.com.ua/> (дата звернення: 25.02.2023).

100. Львівський міжнародний форум індустрії туризму та гостинності. URL: https://www.facebook.com/tourexpolviv/?locale=uk_UA (дата звернення: 25.02.2023).

101. Львівський обласний центр краєзнавства, екскурсій і туризму [офіц. сайт]. URL: <https://www.facebook.com/locketum/> (дата звернення: 25.02.2023).

102. Львівський туристичний альянс [офіц. сайт]. URL: <https://ru-ru.facebook.com/LvivTourismAlliance/> (дата звернення: 25.02.2023).

103. Львівський туристичний офіс та Львівське конференц-бюро відзвітували про діяльність у 2020 році. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 24 груд. 2020. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/283340-lvivskiyi-turystychnyi-ofis-ta-lvivske-konferents-biuro-vidzvituvaly-pro-diialnist-u-2020-rotsi> (дата звернення: 15.11.2021).

104. Львівщина посіла третє місце в Україні за сплатою туристами збору. URL: <https://dailylviv.com/news/ekonomika/lvivshchyna-posila-tretyu-mistse-v-ukrayini-za-splatoyu-turystamy-zboru-89064> (дата звернення: 10.09.2022).

105. Львову присвоєно статус культурної столиці України. Інформаційне агентство УНІАН. 28 квіт. 2009. URL: <https://www.unian.ua/society/216223-lvovu-prisvoeno-status-kulturnojistolitsi-ukrajini.html> (дата звернення 19.11.2019 р.).

106. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2005. 436 с.

107. Мазур А. В. Аналіз стану розвитку готельного господарства та туристичного потенціалу Львівської області. URL: http://eprints.cdu.edu.ua/3986/1/rodzinka_2018_1-142-143.pdf (дата звернення: 13.05.2022).

108. Маковей Ю. Інформаційне забезпечення діяльності туристичних підприємств. *Ефективність державного управління*. 2016. Вип. 4 (49). Ч. 2. С. 329–335.

109. Малахов В. А. Екзистенційно-етичний сенс туризму як різновиду подорожування. *Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права*. 2008. № 5. С. 6–25.

110. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ : Знання, 2008. 661 с. URL: http://lib.khmnu.edu.ua/fond/NOV/new_01-02_2010/437431.html (дата звернення: 30.05.2021).

111. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу. Київ : Центр навч. літ-ри, 2004. 272 с.
112. Мельник Б. В. Вулицями старовинного Львова. Львів : Світ, 2002. 272 с.
113. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : Вид-во НУЦЗУ, 2017. 154 с.
114. Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Одеса, 23–24 листоп. 2017 р. Одеса: ОДАБА, 2017. Ч. 1. С. 59–62.
115. Миронов Ю. Б. Туризмологія як напрям наукових досліджень. *Наукові пошуки у III тисячолітті: соціальний, правовий, економічний та гуманітарний виміри* : зб. тез III Міжнар. наук.-практ. конф., м. Кропивницький, 27 квіт. 2018 р. Кропивницький : ПВНЗ КІДМУ, 2018. С. 150–153.
116. Мирош М. В. Пам'ятки археологічної спадщини Львівської області як чинник розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки*. 2016. Вип. 5. С. 112–118.
117. Мігущенко Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4564> (дата звернення: 13.11.2021).
118. Мікула Н. А., Дацко О. І. Культурні ресурси як джерело унікальних конкурентних переваг регіону. *Зб. наук. праць ПВНЗ «Буковинський університет»*. Серія «Економічні науки». 2010. № 6. С. 111–119.
119. Мінекономіки попередньо оцінює падіння ВВП в 2022 році на рівні 30,4%. *Міністерство економіки України* [офіц. сайт]. 05 січ. 2023. URL: <https://cutt.ly/u9SAzjA> (дата звернення: 26.01.2023).

120. Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Нац. акад. наук України, Ін-т соціології. Київ, 2002. 18 с.

121. Музей народної архітектури і побуту у Львові імені Климентія Шептицького [офіц. сайт]. URL: <https://lvivskansen.org/> (дата звернення: 05.12.2022).

122. Музиченко-Козловська О. В. Комплексний підхід до економічного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території. URL: https://vlp.com.ua/files/21_25.pdf (дата звернення: 23.04.2021).

123. На Львівщині діє 150 туристичних маршрутів. URL: <https://dyvys.info/2013/07/29/na-lvivschyni-dije-150-turystychnyh-marshrutiv> (дата звернення: 15.02.2023).

124. На Львівщині діють 348 туристичних підприємств. URL: <https://old.dailylviv.com/news/33482> (дата звернення: 30.11.2021).

125. На Львівщині створять каталог фахівців туристичного супроводу. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 22 берез. 2018. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=34923> (дата звернення: 26.10.2022).

126. На Львівщині функціонує 153 громадські музеї, – Олег Синютка. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 07 верес. 2018. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=39106> (дата звернення: 22.09.2022).

127. На розвиток культури області цього рік планують скерувати 12 мільйонів гривень. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 13 січ. 2021 р. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=56361> (дата звернення: 26.02.2023).

128. Національний класифікатор України: Затверджено та надано чинності : Наказ Держспоживстандарту України 28.07.2010 № 327. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/va327609-10#Text> (дата звернення: 30.11.2021).

129. Національний музей у Львові імені Андрія Шептицького [офіц. сайт]. URL: <https://nml.com.ua/> (дата звернення: 05.12.2022).

130. Об'єкти культурологічної спадщини Львівщини. *Науково-дослідний центр «Рятівна археологічна служба»* [офіц. сайт]. URL: <http://ras.gov.ua/ob-iekty-arkheolohichnoi-spadshchyny> (дата звернення: 10.02.2023).

131. Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету* : Ювілейний вип. 2015. № 2 (100). С. 58–63.

132. Орищенко К. Р. Перспективи відродження замків України. *Географія та туризм* : матеріали V Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., м. Харків, 28 лют. 2022 р. Харків : ХНПУ ім. Г.С. Сковороди, 2022. 144–151.

133. Орлова О. В. Туризм в контексті аксіологічної проблематики культури : автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.02. Київ, 2012. 16 с.

134. Павліш Л. В. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Вип. 15. С. 124–128.

135. Пазенок В. С. Філософія та праксеологія туризму. *Праксеологія туризму*. Київ : Київський університет туризму, економіки і права, 2009. С. 3–29.

136. Паньків Н. Є., Лущик М. В., Роїк О. Р. Туристично-рекреаційні ресурси Львівської області: сучасний стан та перспективи використання для сталого розвитку туризму. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2018. 256 с.

137. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43 (1). С. 233–242.

138. Парфіненко А. Ю. Міжнародний туризм в Україні: геополітичні аспекти глобального явища. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2015. Вип. 126. Ч. 1. С. 12–23.

139. Парфіненко А. Ю. Сучасний стан та стратегічні пріоритети розвитку туристичної політики в Україні. *Вісник Харківського національного*

університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2013. № 1086. С. 156–163.

140. Паспорт Львівської області. *Львівська обласна рада*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti> (дата звернення: 22.09.2022).

141. Пацюк В. С. Територіальна організація індустріального туризму Криворіжжя : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2022. 24 с.

142. Пендерецький О. В. Збалансований розвиток дестинацій промислового туризму Карпатського регіону: теорія і практика : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ, 2014. 37 с.

143. Петрова І. В. Проектування в соціально-культурній сфері. Київ : Вид-во КНУКіМ, 2007. 372 с. URL: https://www.academia.edu/45009805/Проектування_в_соціально_культурній_сфері (дата звернення: 12.02.2021).

144. Пилипенко О. Є. Сучасна державна політика України в галузі туризму. URL: <https://repository.knuba.edu.ua/handle/987654321/8118> (дата звернення: 30.01.2022).

145. Пищуліна О., Маркевич К. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації : Аналітична записка / Центр Разумкова. Київ, 2022. URL: <https://razumkov.org.ua/images/2022/07/18/2022-ANALIT-ZAPIS-PISHULINA-2.pdf> (дата звернення: 18.01.2023).

146. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html> (дата звернення: 15.05.2022).

147. Портер М. Настанови, цінності, вірування і мікроекономіка добробуту. *Незалежний культурологічний часопис «І»*. 2008. № 53. С. 34–47.

148. Порядок використання коштів, передбачених у державному бюджеті для розкриття туристичного потенціалу України : Постанова Кабінету Міністрів України від 29 березня 2021 р. № 288. *Урядовий портал*.

URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-poryadku-vikoristannya-koshtiv-peredbacheni-h-u-derzhavnomu-byudzheti-dlya-rozkrittya-turistichnogo-potencialu-ukrayini-i290321-288> (дата звернення: 23.04.2022).

149. Потенціал Львівської області в Україні : статистичний збірник. 2021 / Державна служба статистики України ; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2022. 74 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2022/ZB0120220401.pdf> (дата звернення: 18.12.2022).

150. Про внесення змін до Програми розвитку туризму та курортів у Львівській області на 2021–2025 роки : Розпорядження Львівської обласної державної адміністрації, Львівської обласної військової адміністрації від 15.07.2022 № 192/0/5-22ВА. URL: <https://loda.gov.ua/documents/35686> (дата звернення: 20.11.2022).

151. Про занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України : Наказ Міністерства культури та інформаційної політики України від 18.01.2021 № 14. URL: https://city-adm.lviv.ua/lmr/lmrdownloads/!_upravlinnya/UOIS/14%20%D0%B2%D1%96%D0%B4%2018_01_2020.pdf (дата звернення: 20.02.2023).

152. Про затвердження комплексної програми «Розвиток культури, підвищення туристичної привабливості, збереження національної пам'яті, культурної спадщини та промоції Львівської області на 2021–2023 роки». Проект. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua> > VIII > proekt_27 (дата звернення: 20.11.2022).

153. Про затвердження критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від провадження туроператорської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю) Міністерством економічного розвитку і торгівлі : Постанова Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2018 № 747. *Урядовий портал*. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-kriteriyiv-za-yakimi-ocinyuyetsya-stupin-riziku> (дата звернення: 23.04.2022).

154. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 листопада 2015 № 991. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/991-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

155. Про затвердження Положення про порядок проведення екскурсійної діяльності у м. Львові : Рішення № 506 Львівської міської ради від 05.06.2019. URL: [https://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/\(SearchForWeb\)/299B720AFB367157C2258410004DC316?OpenDocument](https://www8.city-adm.lviv.ua/Pool/Info/doclmr_1.NSF/(SearchForWeb)/299B720AFB367157C2258410004DC316?OpenDocument) (дата звернення: 14.04.2022).

156. Про затвердження Списку історичних населених місць України : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. № 878. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF#Text> (дата звернення: 25.11.2021).

157. Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму : Указ Президента України №329/2020 від 18 серпня 2020 р. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/329/2020#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

158. Про збереження історичної забудови у центральній частині міста Львова : Указ Президента України від 2 липня 1997 року № 603. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/603/97#Text> (дата звернення: 15.03.2022).

159. Про критерії віднесення об'єктів до списку світової спадщини ЮНЕСКО. *УТОPIK*. 16 берез. 2021. URL: <https://pamjatky.org.ua/pro-kriteri%D1%97-vidnesennya-obyektiv-do-spisku-svitovo%D1%97-spadshhini-yunesko/> (дата звернення: 30.03.2022).

160. Про створення Державного історико-архітектурного заповідника в м. Львові : Постанова Ради Міністрів Української РСР від 12 червня 1975 р. № 297. *Верховна Рада України* [офіц. сайт]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/>

laws/show/297-75-%D0%BF#Text<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/603/97#Text> (дата звернення: 12.03.2022).

161. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 № 168-р. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення: 23.04.2022).

162. Програми 2021-2025 років. *Львівська обласна рада* [офіц. сайт]. URL: <https://lvivoblrada.gov.ua/programi-2021-2025-rokiv> (дата звернення: 20.11.2022).

163. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ : ЦУЛ, 2007. 344 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/pucentejlo.htm (дата звернення: 13.03.2022).

164. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища у Львівській області в 2015 році / Львівська обласна державна адміністрація Львів, 2016. URL: <https://dostup.pravda.com.ua/request/13952/response/22541/attach/3/ND%202015.pdf> (дата звернення: 30.03.2021).

165. Регіональна програма інформатизації «Цифрова Львівщина» на 2022–2024 роки : Затверджена Рішенням обласної ради від 23 грудня 2021 року, № 333. URL: <https://loda.gov.ua/documents/36623> (дата звернення: 15.02.2022).

166. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.

167. Ринок праці. *Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Львівській області*. [офіц. сайт]. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/themes/18/theme_18.php (дата звернення: 25.01.2023).

168. Розвиток туристичного кластера Львівщини: область співпрацюватиме з міжнародною компанією GIZ. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. 21 лют. 2021. URL: <https://old.loda.gov.ua/news?id=65653> (дата звернення: 25.02.2023).

169. Роїк О. Р. Вплив соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 53–57.

170. Рой В. За 10 років населення Львівщини зменшилося майже на 50 тисяч осіб. URL: [https://portal.lviv.ua/news/2021/07/11/za-10-rokiv-naselennia-lvivshchyny-zmenshylosia-majzhe-na-50-tysiach-osib#:~:text=](https://portal.lviv.ua/news/2021/07/11/za-10-rokiv-naselennia-lvivshchyny-zmenshylosia-majzhe-na-50-tysiach-osib#:~:text= (дата звернення: 23.08.2022).) (дата звернення: 23.08.2022).

171. Романів П. Діловий туризм у Львівській області проблеми та перспективи організації. *Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини*. 2012. Вип. 29 (2). С. 211–219.

172. Руїни синагоги «Золота Роза». *ЛІА. Інтерактивний Львів*. URL: <https://lia.lvivcenter.org/uk/objects/golden-rose-synagogue/> (дата звернення: 18.11.2022).

173. Ряди львівських екскурсиводів поповняться. *Львівський портал*. 28 трав. 2012. URL: <https://portal.lviv.ua/news/2012/05/28/143001> (дата звернення: 14.04.2022).

174. Савіцька О. П., Марущак М. В. Культурний туризм: реалії та перспективи розвитку у Львівській області. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2014. Вип. 24 (1). С. 376–383.

175. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Проблеми економіки та управління. 2013. № 754. С. 68–74.

176. Садловська К., Мочульська І. «95% туристів – українці». Як змінилася сфера туризму у Львові через війну. URL: <https://suspilne.media/273807-95-turistiv-ukrainci-ak-zminilasa-sfera-turizmu-u-lvovi-cerez-vijnu/> (10.09.2022).

177. Свірзький замок. *Karpatium*. URL: <https://karpatium.com.ua/pamyatky-arkhitektury/svirzkyi-zamok> (дата звернення: 20.12.2022).

178. Світлинець О. В. Туризм як соціокультурний феномен: соціально-філософський дискурс : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03 / Нац. акад. пед. наук України, Ін-т вищ. освіти. Київ, 2013. 18 с.

179. Світова спадщина ЮНЕСКО в Україні. Ансамбль історичного центру Львова. *ЦДЕА України* [офіц. сайт]. URL: <https://tsdea.archives.gov.ua/exhibitions/unesco/?page=lviv> (дата звернення: 15.11.2022).

180. Селецький П. Автошляхи – європейський клас. *Урядовий портал*. http://www.kmu.gov.ua/control/publish/article?art_id=520367 (12.09.2021).

181. Серeda Ю. В. Туристичні практики як соціокультурний феномен: особливості конструювання в сучасному українському суспільстві : автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04 / Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. Харків, 2010. 20 с.

182. Сіра Е. О., Голубець І. М., Безрученков Ю. В. Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. 2022. № 68. С. 155–158.

183. Слободенюк Е. В. Туризм як чинник гуманізації відносин між народами : автореф. дис. ... канд. філос. наук : 09.00.03. Київ, 2003. 20 с.

184. Собор Святого Юра (Архітектурний комплекс з 6 будівель). *Львівський туристичний центр*. [офіц. сайт]. URL: <https://lvivtc.com.ua/tourist-places-of-lviv/high-castle/> (дата звернення: 15.11.2022).

185. Сокол Т. Визначення фахових компетентностей професійної підготовки фахівців туристичного супроводу з урахуванням вимог сучасного інформаційного суспільства. *ІОН-2016* : міжнар. наук.- практ. конф. Вінниця : ВНТУ, 2016. URL: <https://www.researchgate.net/publication/310286296> (дата звернення: 23.11.2021).

186. Соловійов Д. І. Вдосконалення моніторингу функціонування туристичної сфери на основі впровадження системи показників її ефективності. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2014. № 1 (25). С. 63–66.

187. Соляник С. Ф. Туризм як соціоестетичний чинник суспільного життя : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 09.00.03 / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. Київ, 2010. 20 с.

188. Спадщина: як у Львові захищають пам'ятки в часі війни. URL: <https://isc.lviv.ua/blog/spadshchyna-v-chasi-vijny/> (дата звернення: 12.12.2022).

189. Список туроператорів. *Misto.Travel*. URL: <https://misto.travel/index.php?mod=page&id=14827> (дата звернення: 13.02.2023).

190. Статистичний щорічник України за 2020 рік / ред. І. Є. Вернер. Київ : Державна служба статистики України, 2021. 454. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2021/zb/11/Yearbook_2020.pdf (дата звернення: 15.01.2023).

191. Столбова Ю. Теоретичні аспекти інституціоналізації туризму. *Соціальні виміри суспільства*. 2010. № 2. С. 378-387.

192. Суровий О. А. Замки України в системі міжнародного та внутрішнього туризму в Україні. *Розвиток індустрії гостинності та міжнародного бізнесу: сучасний стан і перспективи* : зб. тез доповідей ІХ Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 22 трав. 2020 р. Тернопіль, 2020. С. 74–76.

193. Так, як було до війни чи коронавірусу, вже не буде. Як змінюється туристична галузь Львова. URL: <https://zahid.espreso.tv/tak-yak-bulo-do-viyni-chi-koronavirusu-vzhe-ne-bude-yak-zminyuetsya-turistichna-galuz-lvova> (дата звернення: 26.10.2022).

194. Терещук Г. Стан пам'яток архітектури Львова плачевний. 31 січ. 2011. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/2292468.html> (дата звернення: 30.03.2021).

195. 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. Т. 30 (69). № 6. С. 82–86.

196. Титова О. М. Проблеми музеєфікації пам'яток археології України. *Педагогічні та рекреаційні технології в сучасній індустрії дозвілля* :

матеріали міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2004. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/tytova.htm (дата звернення: 07.02.2022).

197. Ткачук Л. Сутність туризму як багатоаспектного суспільного явища. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/43247/1/Ткачук%20Сутність%20туризму.pdf> (дата звернення: 12.08.2022).

198. Топ-10 замків та фортець Львівщини, що полонять увагу середньовічною естетикою, романтикою та легендами. *Karpatium*. URL: <https://karpatium.com.ua/blog/top-10-zamkiw-ta-fortets-lwiwshchyny-scho-polonqt-uwagu-serednowichno-estetyko-romantyko-ta-legendamy> (дата звернення: 20.12.2022).

199. Топорницька М. Я. Територіальна організація та перспективи розвитку етнофестивального туризму у Львівській області. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 21. С. 89–96.

200. Транспорт і зв'язок Львівської області. Статистичний збірник 2016 / Державна служба статистики України; Головне управління статистики у Львівській області. Львів, 2017. 54 с. URL: <https://www.lv.ukrstat.gov.ua/ukr/publ/2017/ZB0920170101.pdf> (дата звернення: 25.07.2022).

201. Трач Ю. Імерсивні VR-застосунки як інструмент ознайомлення з об'єктами культурної спадщини. *Питання культурології*. 2023. Вип. 41. С. 134–145.

202. Трач Ю. В. Тенденції цифровізації в сфері туризму. *Мистецтвознавчі та культурологічні дослідження: історія, теорія, практика* : матеріали круглого столу в межах Всеукр. наук.-практ. конф. «Філософія тексту в сучасній культурі», м. Київ, 29 берез. 2019 р. Київ, 2019. С. 28–31.

203. Туризм на Львівщині. *Львівська ОДА* [офіц. сайт]. URL: https://old.loda.gov.ua/turyzm_na_lvivshchyni (дата звернення: 12.02.2023).

204. Туризм під час війни: гідн та екскурсоводи Львівщини у межах промотуру дискутували про організацію відпочинку в умовах війни. URL: <https://loda.gov.ua/news/35372> (дата звернення: 30.08.2022).

205. Туристичні послуги. Вимоги до професійної підготовки та кваліфікаційних програм туристичних гідів. *Національна туристична організація України* [офіц. сайт]. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-guidelines-01-03-2020-guides.pdf> (дата звернення: 21.03.2023).

206. Туристичні потоки (2000–2014 pp.). URL: <https://www.vn.ukrstat.gov.ua/index.php/statistical-information/-2015-/2962-2000-2010.html> (дата звернення: 14.07.2022).

207. У Львові виставка «Музей української Перемоги» продовжена до 20 січня 2023 року. *Громадський простір*. 20 груд. 2022. URL: <https://www.prostir.ua/?news=u-lvovi-vystavka-muzej-ukrajinskoji-peremohy-prodovzhena-do-20-sichnya-2023-roku> (дата звернення: 21.01.2023).

208. У Львові презентували онлайн-проект «Археологічні знахідки Львова». *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 04 берез. 2021. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/284455-u-lvovi-prezentuvaly-onlain-proiekt-arkheolohichni-znakhidky-lvova> (дата звернення: 15.08.2022).

209. У Львові забезпечують пам'ятки культурної спадщини. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 04 берез. 2022. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/290769-u-lvovi-ubezpechuiut-pamiatky-kulturnoi-spadshchyny> (дата звернення: 15.03.2023).

210. У Тбілісі відбулось 10-е засідання українсько-грузинської комісії з питань економічного співробітництва. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-tbilisi-vidbulos-10-e-zasidannya-ukrayinsko-gruzinskoyi-komisiyi-z-pitan-ekonomichnogo-spivrobitnictva> (дата звернення: 12.03.2022).

211. У Львові підраховали звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у 2018 році. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/259981-u-lvovi-pidrakhuvai-zvidki-prijizhdzhali-ta-skil-ki-vitrachali-turisti-u-2018-rotsi> (дата звернення: 15.10.2022).

212. Україну торік відвідали понад 4 мільйони іноземців. *Укрінформ*. 20 січ. 2022. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/3388681-ukrainu-torik-vidvidali-ponad-4-miljoni-inozemciv.html> (дата звернення: 25.02.2022).

213. «Українцям бронюють лише ті готелі, де немає росіян». Як виглядає туризм під час війни. URL: <https://inlviv.in.ua/lviv/ukrayintsyam-bronyuyut-lyshe-ti-goteli-de-nemaye-rosiyan-yak-vyglyadaye-turyzm-pid-chas-vijny> (дата звернення: 10.07.2022).

214. Управління туризму Львівської міської ради [офіц. сайт]. URL: <https://lviv.travel/> (дата звернення: 25.02.2023).

215. Управління туризму та курортів Львівської ОДА [офіц. сайт]. URL: <https://loda.gov.ua/structural-unit/17067> (дата звернення: 25.02.2023).

216. Устименко Л. М. Реалізація культурно-просвітнього потенціалу туризму в організації дозвілля молоді : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.06 / Київ. нац. ун-т культури і мистец. Київ, 2001. 20 с.

217. Устименко Л. М., Булгакова Н. В. Культурно-рекреаційні потреби в контексті розвитку туризму. *Вісник Національно\ академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2019. № 2. С. 226–229.

218. Фестивалі у Львові. *Andreolli-Tour*. URL: <https://lviv-tourist.info/festyvali-u-lvovi/> (дата звернення: 20.12.2022).

219. Фестиваль-табір української середньовічної культури «Ту Стань». Новий формат. *Тустань* [офіц. сайт]. URL: <https://tustan.com.ua/> (дата звернення: 12.08.2022).

220. Церква Матері Божої Неустанної Помочі. *Українська греко-католицька церква* [офіц. сайт]. URL: <https://map.ugcc.ua/view/260-tserkva-materi-bozhoj-neustannoj-pomochi-lviv> (дата звернення: 15.11.2022).

221. Через російську агресію в Україні постраждав вже 1271 об'єкт культурної інфраструктури. URL: <https://mkip.gov.ua/news/8542.html> (дата звернення: 26.02.2023).

222. Чеченя О. В. Суспільно-географічне дослідження національного туризму України в регіональному вимірі : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Київ, 2014. 19 с.

223. Чкан А. С. Державне регулювання сфери туризму в Україні. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2012. № 2 (18), Т. 3. С. 276-290.

224. Чубрей О., Зарубіна А., Голубець І. Ринок туризму: пандемічні проблеми та новітні перспективи. *Наукові перспективи*. 2022. № 1 (19). С. 391–403.

225. Шевелюк М. М. Візуальний контент соціальних мереж як чинник просування туристських дестинацій. *Сценічне мистецтво: творчі надбання та інноваційні процеси* : матеріали II Всеукр. наук. конф, м. Київ, 23 квіт. 2020 р. Київ, 2020. С. 116–120.

226. Шевелюк М. М. Історико-культурний туризм на території Львівщини як один із чинників формування та збереження національної ідентичності. *Розвиток готельно-ресторанної індустрії України: проблеми, перспективи, інновації* : матеріали I Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Львів, 18 квіт. 2019 р. Львів, 2019. С. 112–114.

227. Шевелюк М. М. Можливості відновлення туризму після воєнного конфлікту. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика* : зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ., м. Львів, 19 трав. 2022 р. Львів, 2022. С. 428–430.

228. Шевелюк М. М. Новітні ІТ-технології і цифровізація в сфері туризму: огляд основних світових тенденцій. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації* : тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 8–9 квіт. 2021 р. Київ, 2021. С. 231–234.

229. Шевелюк М. М. Особливості розвитку структурних компонентів культурного туризму Львівщини. *Культура і сучасність*. 2019. № 2. С. 222–226.

230. Шевелюк М. М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*. 2020. Вип. 36. С. 99–109.

231. Шевелюк М. М. Провідні види культурного туризму Львівщини. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації*: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю, м. Київ, 14–15 листоп. 2019 р. Київ, 2019. С. 172–176.

232. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини в умовах кризи і невизначеності. *Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 22–23 берез. 2022 р. Київ, 2022. С. 333–336.

233. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини і глобальні виклики 2000–2022 рр. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 8–9 квіт. 2022 р. Київ, 2022. С. 163–166.

234. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини перед викликами коронакризи та воєнного конфлікту. *Питання культурології*. 2022. Вип. 39. С. 229–240.

235. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини як особливий вид культурної діяльності. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі*: матеріали III Міжнар. наук. конф., м. Київ, 14–16 трав. 2020 р. Київ, 2020. С. 70–71.

236. Шевелюк М. М. Туристична галузь в умовах пандемії: виклики і можливості. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 листоп. 2021 р. Київ, 2021. С. 30–31.

237. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 226–235.

238. Шепелюк С. І. Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління*

підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому.
2013. № 17. С. 262–268.

239. Шиян О. Пам'ятки архітектури Львівщини відтворюють у 3D форматі. URL: https://zaxid.net/pamyatki_arhitekturi_lvivshhini_vidtvoryat_u_3d_formati_n1513697 (дата звернення: 20.09.2022).

240. Як змінився туристичний Львів в 2021 році у цифрах. *Львівська міська рада* [офіц. сайт]. 22 лют. 2022. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/290625-yak-zminyvsia-turystychnyi-lviv-v-2021-rotsi-u-tsyfrakh> (дата звернення: 08.10.2022).

241. Як люди використовують NFC у смартфонах та годинниках: результати дослідження. URL: <https://psm7.com/uk/fintech/nfc-forum-povidomyaye-pro-splesk-populyarnosti-bezkontaktno%D1%97-texnologii%D1%97.html> (дата звернення: 14.09.2022).

242. Як під час війни змінився відпочинок туристів в Україні. URL: <https://www.volyn24.com/news/189453-iak-pid-chas-vijny-zminyvsia-vidpochynok-turystiv-v-ukraini> (дата звернення: 15.08.2022).

243. Abouzeid N. The Impact of Digitalization on Tourism Sustainability: Comparative Study between Selected Developed and Developing Countries. *Management, Economics and Accounting* : 2nd International Conference on Advanced Research, Milan, Italy, Feb. 18-20, 2022. URL: <https://www.dpublication.com/wp-content/uploads/2022/02/14-18033.pdf> (дата звернення: 14.05.2022).

244. Alaska Airlines Joins American, Delta in Restricting Smart Luggage. URL: <https://flightsafety.org/alaska-airlines-joins-american-delta-restricting-smart-luggage/> (дата звернення: 07.02.2022).

245. Amin A. H., Thrift N. Cities: Reimagining the Urban. Polity Press, 2002. 192 p.

246. Ammirato S., Felicetti A. M., Linzalone R., Carlucci D. Digital Business Models in Cultural Tourism. *International Journal of Entrepreneurial*

Behavior & Research. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJEBR-01-2021-0070/full/html#sec003> (дата звернення: 10.12.2022).

247. Away [official site]. URL: <https://www.awaytravel.com/our-story> (дата звернення: 20.02.2023).

248. Bartoluci M. Upravljanje Razvojem Turizma i Poduzetnistva. Zagreb : Školska knjiga, 2013. 479 s.

249. Bluesmart: World's First Smart, Connected Carry-Onю. URL: <https://www.indiegogo.com/projects/bluesmart-world-s-first-smart-connected-carry-on#/> (дата звернення: 16.01.2023).

250. Booking.com Expands Global Access to the Booking Assistant. URL: <https://news.booking.com/en-us/bookingcom-expands-global-access-to-the-booking-assistant/> (дата звернення: 10.03.2022).

251. Cano M., Garzón E., Sánchez-Soto P. J. Preservation and Conservation of Rural Buildings as a Subject of Cultural Tourism: A Review Concerning the Application of New Technologies and Methodologies. *J. Tour. Hosp.* 2013. Vol. 2. P. 1–23.

252. Champion E. M. Virtual Reality Adds to Tourism Through Touch, Smell and Real People's Experiences. URL: <https://theconversation.com/virtual-reality-adds-to-tourism-through-touch-smell-and-real-peoples-experiences-101528> (дата звернення: 10.04.2022).

253. Chhabra D., Healy R., Sills E. Staged Authenticity and Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*. 2003. Vol. 3. P. 702–719.

254. Clements C. J., Schultz J. H., Lime D. W. Recreation, Tourism, and the Local Residents: Partnership or Co-existence? *J. Park Recreat. Adm.* 1993. Vol. 11. P. 78–91.

255. Club Med Sky report 2017. URL: <https://www.clubmed.co.uk/l/reports> (дата звернення: 20.03.2021).

256. Cohen E. Authenticity and Commoditization in Tourism. *Annals of Tourism Research*. 1988. Vol. 15. № 3. P. 371–386.

257. Cohen E. Phenomenology of Tourist Experiences. *The Journal of British Sociological Association*. 1979. № 13. P. 179–201.

258. Collins-Kreiner N., Ram Y. National Tourism Strategies during the COVID-19 Pandemic. *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol. 89. P. 1–6. URL: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103076> (дата звернення: 14.09.2021).

259. Contactless Airport Boarding: Biometric Technology with SITA. URL: <https://www.airport-technology.com/features/contactless-airport-boarding-biometric-technology-with-sita/> (дата звернення: 10.03.2022).

260. COVID-19 and Tourism: Assessing the Economic Consequences. 2020. URL: https://unctad.org/system/files/official-document/ditcinf2020d3_en.pdf (дата звернення: 03.12.2021).

261. Cultural Heritage and Tourism Development : a Report on the International Conference on Cultural Tourism, Siem Reap, Cambodia, 11-13 December 2000 / WTO. Madrid : World Tourism Organization, 2001. 217 p.

262. Cultural Tourism in Europe / Richards G. (ed.). CABI, Wallingford. URL: <http://www.atlas-euro.org/pages/pdf/cultural%20tourism%20in%20europe.PDF> (дата звернення: 08.06.2022).

263. Cultural Tourism. URL: <https://cutt.ly/M6usNbU> (дата звернення: 12.03.2023).

264. Damaged Cultural sites in Ukraine verified by UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/damaged-cultural-sites-ukraine-verified-unesco> (дата звернення: 26.02.2023).

265. Digitalization of the Travel Industry – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicHeader__wrapper (дата звернення: 29.03.2023).

266. Dua T. Hyatt Takes Customer Service to Facebook Messenger. URL: <https://digiday.com/marketing/hyatt-takes-customer-service-facebook-messenger/> (дата звернення: 07.02.2022).

267. Edgell D., Swanson J. Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow. Routledge, 2013. 328 p.

268. Foster D. Travel and Tourism Management. Palgrave Macmillan, 1985.
<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19861829419> (дата звернення: 12.08.2022).

269. 4 Examples on How Cloud Technology Has Shaped the Travel Industry. URL: <https://traveloperations.com/blog/4-examples-on-how-cloud-technology-has-shaped-the-travel-industry/> (дата звернення: 14.09.2022).

270. Fusco G. L. Cultural Tourism: From Cultural Fruition to Cultural Communication and Production. *Int. J. Serv. Technol. Manag.* 2008. № 10. P. 15–28.

271. Global Tourism Sector set to lose at least \$1.2 trillion due to Coronavirus, UNCTAD says. 2020. URL: <https://unctad.org/press-material/global-tourism-sector-set-lose-least-12-trillion-due-coronavirus-unctad-says> (дата звернення: 15.12.2021).

272. Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. 7th ed. New York : John Wiley @ Sons, Inc., 2012. 494 p.

273. Goldner Ch. R., Ritchie J. R. B., McIntosh R. W. Tourism: Principles. Practices. Philosophies. Eighth Edition, USA, 1999. 562 p.

274. Goorwich S. Samsung and Samsonite are Developing and Unlosable Suitcase. URL: <https://metro.co.uk/2015/05/02/samsung-and-samsonite-are-developing-and-unlosable-suitcase-5178402/> (дата звернення: 15.11.2021).

275. Greece to Open 50,000 Jobs in Tourism Sector for Greek Expats & Ukrainian Refugees. URL: <https://www.schengenvisa.info.com/news/greece-to-open-50000-jobs-in-tourism-sector-for-greek-expats-ukrainian-refugees/> (дата звернення: 20.05.2022).

276. Hazen R. Facebook and Instagram Advertising for Travel: Key Trends Revealed/ URL: <https://www.sojern.com/blogs/facebook-and-instagram-advertising-for-travel-key-trends-revealed> (дата звернення: 15.03.2022).

277. Heritage Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Cultural, Natural, Intangible), By End-user (30 & Under, 31 To 50, 51 To 70, 71 And Above), By Booking Channel, By Region, And Segment Forecasts,

2022 – 2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/heritage-tourism-market-report> (дата звернення: 20.03.2023).

278. Hostel Dalagatan [official site]. URL: <https://www.hostelworld.com/hosteldetails.php/Hostel-Dalagatan/Stockholm/86897> (дата звернення: 17.02.2023).

279. Huang N. Innovative ways travel brands are using virtual reality. 2018. URL : <https://www.pegs.com/blog/innovative-ways-travel-brands-are-using-virtual-reality/> (дата звернення: 03.07.2022).

280. Hunziker W., Krapf K. Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre. Zürich : Polygraphischer Verlag, 1942. 392 p.

281. Information and Communication Technologies in Tourism 2019 : Proceedings of the International Conference in Nicosia, Cyprus, January 30–February 1, 2019 / Pesonen J., Neidhardt J. (eds.). Springer, 2019. 476 p.

282. International Academy of Tourism [official site]. URL: <https://uia.org/s/or/en/1100038736> (дата звернення: 10.09.2022).

283. International Association of Scientific Experts in Tourism [official site]. URL: <https://www.aiest.org/home/> (дата звернення: 10.09.2022).

284. International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) [official site]. URL: http://icomos-ua.blogspot.com/p/blog-page_5851.html (дата звернення: 12.09.2022).

285. International Tourism Back to 60% of Pre-Pandemic Levels in January-July 2022. UNWTO. 26 Sep. 2022. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022> (дата звернення: 20.11.2022).

286. International Tourism, Expenditures (Current US\$) – Ukraine. *World Bank* [official site]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.XPND.CD?locations=UA> (дата звернення: 14.07.2022).

287. International Tourist Numbers Could Fall 60-80% in 2020, UNWTO Reports. 7 May 2020. UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/news/covid-19->

international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020 (дата звернення: 03.12.2021).

288. Is It Safe to Travel to Europe Now Due to War in Ukraine? Experts Say It Is. URL: <https://www.schengenvisainfo.com/news/is-it-safe-to-travel-to-europe-now-due-to-war-in-ukraine-experts-say-it-is/> (дата звернення: 20.05.2022).

289. Javornik A. Augmented Reality: Research Agenda for Studying the Impact of its Media Characteristics on Consumer Behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*. 2016. Vol. 30. P. 252–261.

290. Jenkins J., Dredge D. Stories of Practice : Tourism Policy and Planning. Ashgate Publishing Ltd., 2012. 402 p.

291. Kammer A., Azour J., Selassie A. A., Goldfajn I., Rhee C. Y. How War in Ukraine Is Reverberating Across World's Regions. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2022/03/15/blog-how-war-in-ukraine-is-reverberating-across-worlds-regions-031522> (дата звернення: 20.05.2022).

292. Karr D. Statistics on How Travelers Utilize Social Media Before, During, and After a Vacation. URL: <https://martech.zone/social-media-statistics-travel-vacation/> (дата звернення: 12.10.2021).

293. Kawa A., Fereidouni M. A. Dark Side of Digital Transformation in Tourism. *Intelligent Information and Database Systems*. 2019. P. 510–518. URL: https://www.researchgate.net/publication/332152958_Dark_Side_of_Digital_Transformation_in_Tourism (дата звернення: 30.01.2022).

294. Kresic D. Tourism Destination Attractiveness Factors in the Function of Competitiveness. *Acta Turistica*. 2007. Vol. 19. No. 1. P. 45–82.

295. Lee T. H., Crompton J. Measuring Novelty Seeking in Tourism. *Annals of Tourism Research*. 1992. Vol. 19. P. 732–751.

296. Leiper N. Tourism Management. Sydney : Pearson Hospitality Press, 2004. 455 p.

297. Lieber C. When the «best» busts: the spectacular rise and fall of smart luggage startup Raden. How a company goes from totally sold-out to totally shuttered in just two years. URL: <https://www.vox.com/the->

goods/2018/12/12/18129640/raden-away-suitcase-smart-luggage-startup (дата звернення: 07.02.2022).

298. Lufthansa Group partners with Winding Tree to explore blockchain-based distribution. URL: <https://www.futuretravelexperience.com/2017/10/lufthansa-explores-blockchain-based-distribution-with-winding-tree/> (дата звернення: 10.03.2022).

299. Lviv Cultural Centre/ Львівський культурний центр [офіц. сайт]. URL: <https://lccporyad.org.ua/%d0%bf%d1%80%d0%be-%d0%bd%d0%b0%d1%81/> (дата звернення: 25.02.2023).

300. Lviv Tourist Information Center (Туристично-інформаційний центр). URL: <https://www.facebook.com/lviv.tic/> (дата звернення: 25.02.2023).

301. LVMH to control luxury case maker Rimowa. URL: <https://www.irisht Examiner.com/business/arid-20424205.html> (дата звернення: 15.11.2021).

302. MacCannell D. The Tourist: A New Theory of the Leisure Class. N.-Y. : Schocken 1988. 184 p.

303. Madden M., Shipley R. An Analysis of the Literature at the Nexus of Heritage, Tourism, and Local Economic Development. *J. Herit. Tour.* 2012. Vol. 7. P. 103–112.

304. Market Analysis Report. Heritage Tourism Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (Cultural, Natural, Intangible), By End-user (30 & Under, 31 To 50, 51 To 70, 71 And Above), By Booking Channel, By Region, And Segment Forecasts, 2022–2030. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/heritage-tourism-market-report#> (дата звернення: 18.01.2023).

305. McCann J. E. The Cultural Politics of Local Economic Development: Meaning- Making, Place-Making and the Urban Policy Process. *Geoforum.* 2002. № 33. P. 385–398.

306. Medlik S. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. 2nd edn. Oxford, Butterworth–Heinwmann, 1993. 273 p.

307. Nash D., Smith V. L. Anthropology and Tourism. *Annals of Tourism Research*. 1991. Vol. 18. P. 12–25.

308. Nikolova V. Military Conflict in Ukraine to Have Negative Impact on Bulgarian Tourism and its Recovery from Pandemic. URL: <https://bnr.bg/en/post/101606117/military-conflict-in-ukraine-to-have-negative-impact-on-bulgarian-tourism-and-its-recovery-from-pandemic> (дата звернення: 20.05.2022).

309. Okafor L. E., Khalid U. Regaining International Tourism Attractiveness After an Armed Conflict: the Role of Security Spending. *Current Issues in Tourism*. 2021. Vol. 24. Is. 3. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2020.1734547?journalCode=rcit20> (дата звернення: 08.02.2022).

310. Pajorska Z. Digital Transformation in the Travel and Tourism Industry. 03 Oct. 2022. URL: <https://stratoflow.com/digital-transformation-travel-industry/> (дата звернення: 25.11.2022).

311. Pearce P. L., Lee U. I. Developing the Travel Career Approach to Tourist Motivation. *J. Travel Res.* 2005. Vol. 43. P. 226–237.

312. Pearce P., Bochner S. Tourists and Hosts: Some Social and Psychological Effects of Intercultural Contact. *Cultures in Contact: Studies in CrossCultural Interaction*. International Series Experimental Psychology. Oxford : Pergamon Press, 1982. Vol. 1. P. 99–221.

313. Pereira G. A., de Sevilha Gosling M. Los Viajeros y sus Motivaciones. Un Estudio Exploratorio Sobre Quienes Aman Viajar. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 2017. Vol. 26. P. 62–85.

314. Pine B. J. II, Gilmore J. H. The Experience Economy. Boston, MA : Harvard Business School Press, 1999. 400 p.

315. Planet Hotels. Travel Guide [офіц. сайт]. URL: <https://planetofhotels.com/> (дата звернення: 12.02.2023).

316. Pletsan K., Antonenko V., Havryliuk A., Motsa A., Izhak T. Creative Principles of Cultural Tourism Development in Ukraine. *WSEAS Transactions on Environment and Development*. 2022. Vol. 18. P. 1085–1093.

317. Powerful Brand Advantage [official site]. URL: <https://hotel-development.marriott.com/brands/> (дата звернення: 10.02.2023).

318. Ray C. Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development. *Sociologia Ruralis*. 1998. № 38. P. 3–20.

319. Report on Tourism and Culture Synergies. *UNWTO*. Madrid. 2018. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978> (дата звернення: 24.11.2021).

320. Richards G. Tourism Trends: The Convergence of Culture and Tourism. 2014. URL: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism (дата звернення: 08.06.2022).

321. Richards G. What is Cultural Tourism? *Nationaal Contact Monumenten / A. Maaren* (ed.). 2003. URL: http://www.academia.edu/1869136/What_is_Cultural_Tourism (дата звернення: 08.06.2022).

322. Richards J. C. Curriculum Development in Language Education. London : CUP, 2001. 321 p.

323. Riera R. 2021: the Year of Tourism's Digital Revolution. URL: <https://medium.com/@goodrebels/2021-the-year-of-tourisms-digital-revolution-7861727048cd> (дата звернення: 11.01.2022).

324. Running in Experience. The Exhilaration of Digital Transformation. URL: <https://landing.adobe.com/en/na/products/marketing-cloud/ctir-3108-running-on-experience/index.html> (дата звернення: 30.01.2023).

325. Russia Conflict Impacts Bookings and Gateways into Europe. URL: <https://forwardkeys.com/russia-conflict-impacts-bookings-and-gateways-into-europe/> (дата звернення: 25.03.2023). Turner M. Stats: 62% of Americans With Travel Plans Concerned About War. URL: <https://www.travelagentcentral.com/your-business/stats-62-americans-travel-plans-concerned-about-war> (дата звернення: 20.05.2022).

326. Sass E. The Impact of Eastern Ukrainian Armed Conflict on Tourism in Ukraine. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 2020. 30 (2spl). P. 880–888. URL: <https://doi.org/10.30892/gtg.302spl14-518> (дата звернення: 25.08.2022).
327. Scott N. I. *Tourism Policy: A Strategic Review*. Oxford : Published by Goodfellow Publishers Limited, 2011. 66 p.
328. Sightseeing [official site]. URL: <https://www.viator.com/collections/virtual-sightseeing-tours/c150> (дата звернення: 30.01.2023).
329. SKEIRON [official site]. URL: <https://skeiron.com.ua/> (дата звернення: 20.09.2022).
330. Smith L. *Uses of Heritage*. Abingdon, UK : Routledge, 2006. 368 p.
331. Snap travel [official site]. URL: <https://www.snaptravel.com/> (дата звернення: 20.02.2023).
332. Tan S. K., Luh D. B., Kung S. F. A Taxonomy of Creative Tourists in Creative Tourism. *Tour. Manag.* 2014. Vol. 42. P. 248–259.
333. The Charter of Krakow. Principles for Conservation and Restoration of Built Heritage. 2000. URL: https://icomosubih.ba/pdf/medjunarodni_dokumenti/2000%20Krakovska%20povelja.pdf (дата звернення: 13.0.2021).
334. The Hague Declaration on Tourism / Déclaration de La Haye sur le tourisme / Declaración de La Haya sobre turismo. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1989.03.01> (дата звернення: 11.02.2022).
335. The Main Plan and Strategy of Tourism of the Republic of Croatia. *Croatian Tourism and Competitive Environment*. Zagreb : The Institute for Tourism, 2013. S. 43–45.
336. Timothy D. F. *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol, UK : Chanel View Publications, 2011. 509 p.
337. Timothy D. J., Boyd S. W. *Heritage Tourism*. Harlow, UK : Prentice Hall, 2003. 327 p.
338. Tourism in Ukraine. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/tourism.php> (дата звернення: 20.01.2023).

339. Tourism Market Trends 2001. Madrid : WTO. 2001. 234 p.
340. Tourism Policy Responses to the Coronavirus (COVID-19). OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/> (дата звернення: 03.12.2021).
341. Travel Industry and Digital Transformation: When Tourism Goes Digital. URL: <https://www.doxee.com/blog/digital-marketing/digital-transformation-travel-industry/> (дата звернення: 03.02.2023).
342. Travel Technology Europe. URL: <https://www.traveltechnologyeurope.com/> (дата звернення: 12.02.2023).
343. Travel Tripper site. URL: <https://www.traveltripper.com/> (дата звернення: 12.02.2023).
344. Tuan T. H., Navrud S. Capturing the Benefits of Preserving Cultural Heritage. *J. Cult. Herit.* 2008. Vol. 9. P. 326–337.
345. Ukraine. URL: <https://www.worlddata.info/europe/ukraine/index.php> (дата звернення: 26.02.2023).
346. UNESCO [official site]. URL: <https://www.unesco.org/en> (дата звернення: 10.09.2022).
347. UNESCO. Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Adopted by the General Conference at its Seventeenth Session Paris, 16 November 1972. URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (дата звернення: 23.09.2022).
348. UNESCO. Mexico City Declaration on Cultural Policies World Conference on Cultural Policies Mexico City, 26 July – 6 August 1982. URL: https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals401.pdf (дата звернення: 23.09.2022).
349. UNESCO. The Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. 2003. URL: <https://ich.unesco.org/doc/src/01852-EN.pdf> (дата звернення: 23.09.2022).

350. United Nations [official site]. URL: <https://www.un.org/en/> (дата звернення: 10.09.2022).

351. United Nations World Tourism Organization [official site]. URL: <https://www.unwto.org> (дата звернення: 10.09.2022).

352. UNWTO releases a COVID-19 Technical Assistance Package for Tourism Recovery. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery> (дата звернення: 10.07.2021).

353. Urry J. Consuming Places. London : Routledge, 1995. 272 p.

354. Via Regia Україна. URL: <https://via-regia.org.ua/> (дата звернення: 16.10.2022).

355. Weikert B., Kerstetter D. Resident's Attitudes toward Tourism: An Applied Study in a Historic Community. *Proceedings of the 1995 Northeastern Recreation Research Symposium*, Radnor, PA, USA, 9–11 April 1995. P. 162–166.

356. What is Digital Transformation in Hospitality? Nov. 16, 2021. URL: <https://www.vitamojo.com/blog/what-is-digital-transformation-in-hospitality/> (дата звернення: 25.12.2021).

357. What Travel Marketers need to Know for Digital Engagement. URL: <https://www.phocuswire.com/Bing-Phocuswright-digital-travel-marketing-study> (дата звернення: 10.12.2022).

358. Whitepaper: Personalisation in Travel – Opportunities, Challenges and Attitudes. URL: <https://www.travolution.com/news/in-depth/conferences-and-events/whitepaper-launch-personalisation-in-travel-opportunities-challenges-and-attitudes/> (дата звернення: 13.12.2021).

359. Why Your Website Needs to Be Faster. URL: <https://twosixdigital.com/why-your-website-needs-to-be-faster/> (дата звернення: 02.07.2022).

360. Williams B. 38+ Online Travel Booking Statistics (Latest 2023 Figures). URL: <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/online-travel-booking-statistics> (дата звернення: 30.03.2023).

361. Williams C. C., Horodnic I. A. Regulating the Sharing Economy to Prevent the Growth of the Informal Sector in the Hospitality Industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2018. Vol. 70. P. 95–98.

362. Wilson C. The Uses and Benefits of Indoor Mapping in the Tourism Industry. URL: <https://concept3d.com/blog/indoor-mapping/the-uses-and-benefits-of-indoor-mapping-in-the-tourism-industry/> (дата звернення: 17.02.2023).

363. Work.ua [офіц. сайт]. Менеджер по туризму. URL: <https://www.work.ua/jobs-kyiv-менеджер+по+туризму/> (дата звернення: 21.03.2023).

364. Work.ua [офіц. сайт]. Туризм. URL: <https://www.work.ua/jobs-туризм/> (дата звернення: 21.03.2023).

365. World Tourism Innovation and Development Report (2021-2022) / World Tourism Alliance. URL: <https://www.wta-web.org/wp-content/uploads/2022/03/World-Tourism-Innovation-and-Development-Report-2021-2022.pdf> (дата звернення: 08.10.2022).

366. Zruchno.Travel [official site]. URL: <https://zruchno.travel/Static/AboutUs?lang=ua> (дата звернення: 20.09.2022).

367. Zukin S. The Culture of Cities. Oxford : Blackwell, 1995. 336 p.

ДОДАТКИ

Додаток А.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації*Статті у наукових фахових виданнях України*

1. Шевелюк М. М. Особливості розвитку структурних компонентів культурного туризму Львівщини. *Культура і сучасність*. 2019. № 2. С. 222–226.
2. Шевелюк М. М. Поняття культурного туризму та його класифікації. *Питання культурології*. 2020. Вип. 36. С. 99–109.
3. Шевелюк М. М. Цифровізація у сфері туризму: інноваційні тренди і пріоритетні напрями розвитку. *Питання культурології*. 2021. Вип. 38. С. 226–235.
4. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини перед викликами коронакризи та воєнного конфлікту. *Питання культурології*. 2022. Вип. 39. С. 229–240.

Опубліковані праці апробаційного характеру

5. Шевелюк М. М. Історико-культурний туризм на території Львівщини як один із чинників формування та збереження національної ідентичності. *Розвиток готельно-ресторанної індустрії України: проблеми, перспективи, інновації*: матеріали І Всеукр. студ. наук.-практ. конф., м. Львів, 18 квіт. 2019 р. Львів, 2019. С. 112–114.
6. Шевелюк М. М. Провідні види культурного туризму Львівщини. *Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс*:

досвід, практики, інновації: тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф.-фестивалю, м. Київ, 14–15 листоп. 2019 р. Київ, 2019. С. 172–176.

7. Шевелюк М. М. Візуальний контент соціальних мереж як чинник просування туристських дестинацій. *Сценічне мистецтво: творчі надбання та інноваційні процеси*: матеріали II Всеукр. наук. конф, м. Київ, 23 квіт. 2020 р. Київ, 2020. С. 116–120.

8. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини як особливий вид культурної діяльності. *Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі*: матеріали III Міжнар. наук. конф., м. Київ, 14–16 трав. 2020 р. Київ, 2020. С. 70–71.

9. Шевелюк М. М. Новітні ІТ-технології і цифровізація в сфері туризму: огляд основних світових тенденцій. *Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації*: тези доповідей VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 8–9 квіт. 2021 р. Київ, 2021. С. 231–234.

10. Шевелюк М. М. Туристична галузь в умовах пандемії: виклики і можливості. *Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство*: матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 10 листоп. 2021 р. Київ, 2021. С. 30–31.

11. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини в умовах кризи і невизначеності. *Трансформаційні процеси соціальної культури в Україні*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 22–23 берез. 2022 р. Київ, 2022. С. 333–336.

12. Шевелюк М. М. Туризм Львівщини і глобальні виклики 2000–2022 рр. *Актуальні питання, проблеми та перспективи розвитку гуманітарних наук у сучасному соціокультурному просторі*: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Київ, 8–9 квіт. 2022 р. Київ, 2022. С. 163–166.

13. Шевелюк М. Можливості відновлення туризму після воєнного конфлікту. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика*: зб. тез доп. II Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ., м. Львів, 19 трав. 2022 р. Львів, 2022. С. 428–430.

Додаток Б.

Опитувальні листи туристів (організований і самодіяльний туризм) і туроператорів м. Львова (розроблено автором на основі праці О. Оливко⁵¹²).

(дата заповнення)		
(назва туру, туристичної програми, об'єкту подорожі)		
Вкажіть, будь ласка, свій вік	0-14 років 15-24 роки 25-54 років 55-64 років 65 років і старше	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, свою стать	Ч Ж	☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, країну, з якої Ви приїхали		
Як би Ви оцінили свій рівень попередньої обізнаності з об'єктом подорожі?	достатній рівень середній рівень часткові знання відсутність знань про об'єкт подорожі	☐ ☐ ☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, джерело отримання інформації про об'єкт подорожі	друзі, родичі та ін. соціальні мережі сайт туроператора інтернет-медіасервіс інше	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Як би Ви оцінили рівень привабливості території (якість готельних послуг, якість послуг харчування, можливість отримати додаткові туристичні послуги тощо)?	унікальний високоєфективний середньо-ефективний малоєфективний неатрактивний	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Як би Ви оцінили рівень інформативності екскурсії (достовірність і повнота інформації про об'єкт подорожі)?	достатній рівень середній рівень не інформативна	☐ ☐ ☐
Як би Ви оцінили рівень унікальності туристичної програми?	стандартизований оригінальний	☐ ☐
Як би Ви оцінили оптимальність співвідношення ціни і якості туристичної програми?	так ні	☐ ☐
Чи задоволені Ви екскурсією?	так ні	☐ ☐

Дякуємо за Ваші відповіді!!

(дата заповнення)		
(назва об'єкту подорожі)		
Вкажіть, будь ласка, свій вік	0-14 років 15-24 роки 25-54 років 55-64 років 65 років і старше	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, свою стать	Ч Ж	☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, країну, з якої Ви приїхали		
Як би Ви оцінили свій рівень попередньої обізнаності з об'єктом подорожі?	достатній рівень середній рівень часткові знання відсутність знань про об'єкт подорожі	☐ ☐ ☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, джерело отримання інформації про об'єкт подорожі:	друзі, родичі та ін. соціальні мережі сайт туроператора інтернет-медіа інше	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Вкажіть, будь ласка, якими ІТ-рішеннями Ви користувались при виборі місця подорожі та її плануванні:	мобільні додатки сервіси резервування/бронювання сервіси для пошуку житла сервіси для пошуку турів сервіси планування подорожі	☐ ☐ ☐ ☐ ☐
Як би Ви оцінили рівень привабливості території (якість готельних послуг, якість послуг харчування, можливість отримати додаткові туристичні послуги тощо)?	унікальний високоєфективний середньо-ефективний малоєфективний неатрактивний	☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Дякуємо за Ваші відповіді!!

⁵¹² Оливко О. Оцінка якості комплексного туристичного продукту. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету : Ювілейний вип. 2015. № 2 (100). С. 60–61.

Додаток В.

Опитування туроператорів м. Львова («Танго Тревел», «Відвідай», «Моноліт», «ЮНТА», «ВЕСЕВІТ», «Gal-Cruise», «Join Up!») (проведено автором, станом на липень–вересень 2021 року).

Які об'єкти культурного туризму є найбільш привабливими для іноземного туриста у Львівській області?	Які об'єкти культурного туризму є найбільш привабливими для українського туриста у Львівській області?	Що, на вашу думку, найбільше перешкоджає розвитку культурного туризму у Львівській області?	Яким чином, на вашу думку, масштабне розповсюдження інформаційних технологій, зокрема ІТ-рішень для сфери туризму, вплинуло на кількість туристів, їхні запити та обізнаність з об'єктами подорожі, і діяльність самих туроператорів?	Що варто удосконалити для більш активного розвитку культурного туризму у Львівській області?
м. Львів, Замки Золота Підкова, Прикарпаття, крафтові виробництва (локальні виноробні, сироварні, равликів ферма тощо)	м. Львів, Свірж, Дрогобич, Самбір, Замки Золотої підкови, Тустань, Розгірче, Стільське	недостатнє фінансування для підтримки та відновлення історичних об'єктів, відсутність інфраструктури на певних локаціях, незнання іноземних мов		інформаційний супровід, слід рекламувати і розповідати не тільки про уже відомі популярні місця, а й інші не менш цікаві об'єкти, що знаходяться в тіні
Скелі Довбуша, давньоруська фортеця «Тустань», Жовківський замок, Олеський замок, Підгорецький замок, Золочівський замок	Палац Фредрів-Шептицьких, Собор Пресвятої Богородиці 1838 року, Церква Зіслання Святого Духа 1502 року, Львівський оперний театр	зменшення частки в'їзного туризму, нерівномірне використання туристично-рекреаційного потенціалу та концентрацію основних туристичних потоків у м. Львові, неефективне використання природно-рекреаційного потенціалу для розвитку сільського туризму, незначна частка ділового, активного туризму, незадовільний стан туристичної інфраструктури, пам'яток історико-архітектурної спадщини, недостатнє фінансування сфери туризму	запити туристів виросли, нерідко туристи зустрічають невідповідність до своїх очікувань	необхідною умовою для подальшого зростання туристичних потоків, а особливо зростання частки іноземних туристів, є покращення туристичної та рекреаційної інфраструктури – ремонт автомобільних доріг, покращення якості пасажирських перевезень, облаштування відпочинкових територій
Замок XV-XVII ст. у	Пам'ятка археології	незадовільний стан утримання	загалом це мало надзвичайно	активізація туристичної

с. Свірж., Площа Ринок Львів, Жовківський замок, Підгорецький замок, Тустань	національного значення «Городище літописного міста Звенигорода». Замок XV-XVII ст. у с. Свірж. Замок XVII ст. у с. Старе Село. Замок-палац XVI- XVII ст. у смт Поморяни	пам'яток історико- архітектурної спадщини. Зазвичай гостям пропонують поїздку у Жовкву чи тур «Золотою підковою Львівщини», який включає в себе відвідини частково відреставрованих Олеського, Підгорецького та Золочівського замків. Хоча стан Підгородецького замку є найгіршим із них і перебуває під загрозою руйнування. Та у Львівській області є чимало пам'яток фортифікації, які практично зруйновані. До них можна віднести Поморянський замок (Золочівський район), Старосільський замок (Пустомитівський район), Бродівський замок (м. Броди), Добромільський замок (Старосамбірський район), замок у Мурованому (Старосамбірський район). Конкретних результатів і реальних проєктів по відновленню замків на сьогодні майже не реалізовано. Окремі спроби щодо відновлення замків здійснюють меценати та волонтери	позитивне значення, адже без особливо великого вливання коштів та часу можна отримати всю необхідну інформацію про об'єкт подорожі та проклавши маршрут самостійно туди дістатися	діяльності у малих містах та районах області, стимулювання розвитку сільського туризму, сприяння розвитку активного, ділового туризму, залучення інвестицій в розбудову туристичної галузі Львівської області – це ті заходи, на які повинна бути спрямована політика місцевих органів влади
Жовківський замок, Замок Свірж, Церква Юра у Львові, Церква Андрія, Домініканський Собор, Вірменська церква	Свірж, Тустань, Сколівські бескиди	низький професійний рівень підготовки персоналу, дилетантські методи управління і обслуговування, низька якість сервісу	туристичний бізнес остаточно переходить на технологічні методи роботи, так як автоматизація дозволяє значно прискорити виконання багатьох завдань, що стоять перед турфірмою, економити грошові кошти, підвищити	активна промоція Львівщини як туристичного регіону, створення якісного туристичного продукту дозволять забезпечити ефективне використання туристичного та рекреаційного потенціалу регіону і підвищити

			ефективність роботи як кожного туроператора окремо, так і усього туристичного бізнесу в цілому. Це прямо впливає на конкурентоздатність фірми на ринку послуг в наш час. Тому дані процеси є вкрай актуальними для українського туристичного бізнесу. Використання мережі Інтернет, інтернет-технологій, програмних продуктів наскрізної автоматизації всіх бізнес-процесів туристичного бізнесу сьогодні не просто питання лідерства і створення конкурентних переваг, а й виживання на ринку послуг в найближчий час	його конкурентоспроможність
Олеський замок, Стільське городище або Поселення білих хорватів, Грот Прийма, Тустань, Поморяни, Добромильська фортеця	Яворівський національний природний парк, Кам'янецький водоспад, Розгірче, Дерев'яний храм у Маткові, замок Гербуртів, Золочівський замок	брак фінансування сфери туризму. Ремонт доріг, покращення туристичної інфраструктури, стану історико-архітектурної спадщини потребують залучення значних фінансових ресурсів. Коштів місцевих бюджетів недостатньо для цих цілей, а вітчизняні та іноземні інвестори через тривалий термін окупності, несприятливий інвестиційний клімат в країні також не поспішають вкладати кошти у туристично-рекреаційну сферу	створення та дослідження нових інформаційних технологій, зорієнтованих на забезпечення потреби туриста: технології надання персоналізованих порад; системи планування групових поїздок з урахуванням індивідуальних особливостей туриста; технології «розумного» планування туристичного маршруту, а також зміна і планування маршруту під час подорожі; мобільні технології підтримки користувача під час подорожі; технології централізованого зберігання та опрацювання інформації про подорож; вдосконалення інтелектуальних	Варто сприяти розвитку різних форм активного туризму, адже Львівщина має великий потенціал для цього виду відпочинку. Слід розробити, ознакувати та впровадити нові шляхи велосипедного, водного, гірськолижного, пішохідного туризму. Не менш перспективним є розвиток ділового туризму, частка якого у світі, за оцінками експертів, становить майже 20 %, тоді як на Львівщині – менше 1% Завдяки йому можна не тільки знайти нових партнерів по бізнесу та підвищити кваліфікацію персоналу, але й налагодити нові знайомства та

			комп'ютерних інтерфейсів користувача; технології планування та підтримки подорожі в будь-якій точці Землі	ділові відносини. Розвиток цього сегменту туристичного ринку хоч і потребує значних капіталовкладень, проте, в силу його економічного ефекту, здатний вже найближчим часом себе окупити
Олеський замок, Підгорецький замок, Печерний монастир, Фортеця «Тустань», Жовква	Підкамінь, Розгірче, Белз, Мальовничий Сопіт (120 км від Львова)	брак фінансування сфери туризму. Ремонт доріг, покращення туристичної інфраструктури, стану історико-архітектурної спадщини потребують залучення значних фінансових ресурсів. Коштів місцевих бюджетів недостатньо для цих цілей, а вітчизняні та іноземні інвестори через тривалий термін окупності, несприятливий інвестиційний клімат в країні також не поспішають вкладати кошти у туристичну сферу	інформаційні технології, орієнтовані на туристичні напрямки та об'єкти: розвиток та вдосконалення інформаційних технологій туристичних інтерфейсів розумного міста; інтеграційні технології рекламування та маркетингу туристичних маршрутів та послуг; методи впровадження розумних технологій в туристичних містах та туристичних об'єктах; технології формування та комплексної інформаційної підтримки туристичних маршрутів у містах	сьогодні туризм відіграє не тільки важливу роль в економічному зростанні багатьох національних економік, але й трансформується у пріоритетний соціокультурний феномен розвитку людства на шляху досягнення міжетнічної толерантності у глобальному масштабі. Туризм в Україні – це ключова галузь економіки, розвиток якої повинен забезпечити відкритість вітчизняної економіки, посилити демократичність та євроінтеграційний курс держави. Туризм цілком справедливо виступає стратегічною сферою регіонального розвитку Львівської обл., що регламентовано у низці нормативно-правових документів. Так, у стратегії розвитку Львівщини до 2015 р. однією зі стратегічних цілей визначено розвиток Львівської обл. як регіону чистого і привабливого навколишнього середовища, культури, туризму
мальовничі замки Львівщини: Свірзький, Золочівський,	Пам'ятник Данилу Галицькому, засновнику міста, Монумент на	Незадовільна і недостатня залученість держави та	основні функції: реєстрація (обробка) заявок від клієнтів і	наявність культурного потенціалу молоді в тому чи

Підгорецький та Олеський, Палац Потоцьких, Будинки вчених	честь Тараса Шевченка на проспекті Свободи, Пам'ятник Пабло Пікассо, видатному митцю, Статуя на честь Франца Моцарта, яка викликала багато дискусій та привернула увагу туристів, Пам'ятник рюкзаку на честь усіх туристів, Монумент Юрія Кульчицького, який привіз каву до Львова	приватного бізнесу до проблем розвитку культурного туризму	їх параметрів (автоматизація турагентства); формування пакету туристичних послуг (автоматизація туроператора); автоматизація системи знижок: клубні карти, дисконти, бонуси; облік персоніфікованих даних клієнтів (ПІБ, паспортні дані, контакти); облік звернень від клієнтів та їх адресний розподіл для фахівців; продаж квитків будь-якого типу	іншому регіоні є одним з центральних зовнішніх факторів, що впливають на якість життя її громадян. Тісне переплетення цього чинника і якості культурного потенціалу населення робить необхідним вивчення особливостей взаємодії цих явищ, виявлення закономірностей і розгляд з позицій індикативно-кластерного аналізу та можливих шляхів оптимізації цієї взаємодії
---	--	--	--	---

Додаток Г.

Аналіз сайтів туроператорів м. Львова (проведено автором, станом на липень-вересень 2021 року).

Назва тур-агенства	Інформативність сайту				Зручність використання сайту				Дизайн сайту		функціональність		Пошукове просування сайту
	Наявність даних, необхідних різним категоріям користувачів	Достовірність джерел інформації	Актуальність і частота оновлення інформації	Зручність сприйняття інформації	Наявність чіткої структури сайту	Зручність навігації	Інтерактивність	Мультимовність (вказати мови)	Стилістична єдність оформлення	Використання елементів фірмового стилю	Швидкість завантаження сторінок сайту	Посилання на неіснуючі сторінки	
Танго Тревел	Тури в Європу; Тури по Україні; Тури в США; Тури на Травневі свята; Тури на дитячі канікули; Тури на день Конституції України; Тури на день Незалежності України; Тури на шкільний випускний; Тури на море Знижки 5+ і 9+1; Акція сімейна	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело)	Інформація оновлюється щодня	зручно оптимізований сайт	Тури; Акційні тури; Підбірки турів; Інформація; Контакти; Вхід	навігація є зручною для користувача	використані фото та відеоматеріали	Рус. Укр.	Дотримана	Використано	мобільної версії сайту – 20 комп'ютерної версії сайту 59 0–49; 50–89; 90–100	65 сторінок, на які є посилання, але які не відкриваються	Присутній в Google my business Оцінка 4,6; 314 Google відгуків
Відвідай	Пропозиції: Корпоративним клієнтам Співпраця з турагентами Онлайн екскурсії; Активний туризм; Рафтинг тури; Екскурсії для школярів; Квести для дітей; Майстер-класи;	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело)	Інформація оновлюється щодня	зручно оптимізований сайт	Пропозиції Наші послуги Про нас Зворотний зв'язок	навігація є зручною для користувача	використані фото	Укр Рус Eng Pol	дотримана	використано	мобільної версії сайту – 37 комп'ютерної версії сайту – 90 0–49; 50–89; 90–100	більше 3 тис. сторінок, на які є посилання, але які не відкриваються	Присутній в Google my business Оцінка 4,7; 205 Google відгуків

	Бізнес-тури; Індивідуальні тури	джерел а)											
Моноліт	оздоровлення; дитячий відпочинок; екскурсії; фестивалі; корпоративний відпочинок; весільні тури; автобусний чартер; авіачартер; рекламні тури; шоп тури	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело а)	Інформація оновлюється щодня	сайт потребує оптимізації	про компанію; наші новини; країни; гарячі тури; акції; документи; відгуки; контакти	навігація не є зручною для користувача	використані мініатюри фото	RU UA EN	дотримана	використано	мобільної версії сайту – 16 комп'ютерної версії сайту – 65 0–49; 50–89; 90–100	5. сторінок, на які є посилання, але які не відкриваються	Присутній в Google my business Оцінка 5,0; 1 Google відгук
ЮНТА	підбір туру online; тури з Польщі; автобусні тури; агенствам	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело а)	Інформація оновлюється не періодично	сайт потребує оптимізації	підбір туру online; країни; готелі; тури з Польщі; автобусні тури; авіаквитки; агенствам; контакти	навігація не є зручною для користувача	сайт не є інтерактивним	UA	дотримана	використано	мобільної версії сайту – 13 комп'ютерної версії сайту – 83 0–49; 50–89; 90–100	20 сторінок, на які є посилання, але які не відкриваються	Присутній в Google my business Оцінка 5,0; 11 Google відгуків

Всесвіт	; Автобусні тури; Авіатури; Активний туризм; Весільні церемонії; Відпочинок на озерах; Гірськолижні тури; Дитячий відпочинок; Круїзи; Корпоративи; Освіта за кордоном; Прямі рейси зі Львова; СПА та лікування; Тури по Україні; Фестивалі; ШОП- тури	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело)	Інформація оновлюється щодня	зручно оптимізований сайт	Країни ; Типи Подорожей; Тури По Львову ; Тури Онлайн; Круїзи; Співпраця; Контакти	навігація не є зручною для користувача	використані фото та відеоматеріали.	УКР; РУС; ENG	дотримана	використано	мобільної версії сайту – 47 комп'ютерної версії сайту – 81 0–49; 50– 89; 90–100	94 сторінки , на які є посилання, але які не відкриваються	Присутній в Google my business Оцінка 4,7; 35 Google відгуків
Join UP!	Морські круїзиОздоровчі туриПаломницькі туриДитячі табориВесільні церемоніїШубний тур в Грецію	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело)	Інформація оновлюється щодня	зручно оптимізований сайт	Пошук ТуруOnline таблоКрайнаПошук туруГотеліПрес- Центр Франчайзинг Де купити	навігація є зручною для користувача	використані фото та відеоматеріали.	Рус. Укр.	дотримана	використано	мобільної версії сайту – 20 комп'ютерної версії сайту – 57 0–4950– 8990–100	1 сторінка, на яку є посилання, але яка не відкривається	Присутній в Google my business Оцінка 4,3; 88 Google відгуків

Gal-Cruise	Випускні; Відпочинок на морі; Дитячі; На свята; 8 Березня; День святого Валентина; День Незалежності; Новорічні тури; Травневі Свята; На Покрову; Кращі пропозиції; Паломницькі; Тури на Вікенд; VIP-Відпочинок	Достовірність джерел інформації підтверджено (посилаються на перше джерело)	Інформація оновлюється рідко	сайт потребує оптимізації	; Головна; Країни; Тури; Агентства	навігація є зручною для користувача	використані фото та відеоматеріали.	Укр.	дотримана	використано	мобільної версії сайту – 17 комп'ютерної версії сайту – 65 0–49; 50–89; 90–100	463 сторінки, на які є посилання, але які не відкриваються	Присутній в Google my business Оцінка 4,3; 88 Google відгуків
-------------------	--	---	------------------------------	---------------------------	------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	------	-----------	-------------	--	--	---

Додаток Д.

Аналіз вебсторінок готелів м. Львів (проведено автором, станом на липень–вересень 2021 року).

Назва готелю	Категорія готелю	Інформативність сайту				Зручність використання сайту				Дизайн сайту		Функціональність	
		Наявність даних, необхідних різним категоріям користувачів	Достовірність джерел інформації	Актуальність і частота оновлення інформації	Зручність сприйняття інформації	Наявність чіткої структури сайту	Зручність навігації	Інтерактивність	Мультимовність (вказати мови)	Стилістична єдність оформлення	Використання елементів фірмового стилю	Швидкість завантаження сторінок сайту	Посилання на неіснуючі сторінки
Швейцарський	4*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для людей з інвалідністю, для сімей, для гостей з домашніми тваринами, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірність підтверджена, є посилання на першоджерела	інформація в розділі новини оновлюється щодня; інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизовано	в поданні інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано-медійна, відео, що є зручним для сприйняття поданої інформації загалом	Про готель Номери Бронювання Акції Ресторан Послуги Конференц-зал Контакти	навігація є зручною, адже сайт умовно поділений на: 1)шапка сайту; 2)основна інформація; 3)підвал	достатньо інтерактивний	UA/ EN/ POL/ RU	присутня	використані	27 (критична) https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=uk&url=https://www.3A2F2Fswiss-hotel.lviv.ua/2Fuk%2F	сайт оптимізовано, таких посилань не виявлено
Леополіс	5*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірність підтверджена, автентичність текстів	інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизовано	в поданні інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано-медійна, не достатньо відео-матеріалів для підвищення	ореп меню: Закрити Про Готель Кімнати та Люкси Страви та Напої Спа та Спортзал Ділові Зустрічі Пропози	сайт умовно поділений на: 1)шапка сайту 2)основна інформація 3)підвал, проте навігація не є достатньо зручною для перегляду	не достатньо інтерактивний	UA/ EN	присутня	використані	31 (критична) https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=uk&url=https://www.3A2F2Fleopolishotel.com/2Fuk%2F%25d0%	сайт потрібно оптимізувати, таких посилань не виявлено

					інтерактивно сті сайту	ції та Події Путівник Львовом Контакти						25b3%25d0% 25be%25d0% 25bb%25d0% 25be%25d0% 25b2%25d0% 25bd%25d0% 25b0%2F	
Гранд- готель	5*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірн ість підтверд жена, автентич ність текстів	інформація в розділі новини оновлюється що 1,5- 2 місяці, що є доволі поганим показником; інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизован о	в подачі інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано -медійна, відео, що є доволі зручним для сприйняття поданої інформації загалом	Номери та апартаме нти Oasis Infinity Pool & Sra Конфере нц-сервіс Ресторан и Додатков і сервіси Новини	сайт умовно поділений на: 1)шапка сайту 2)основна інформація; 3)підвал, проте навігація не є достатньо зручною для перегляду та не є оптимізован ою для перегляду на компютері.	достатнь о інтеракт ивний	UA/ EN/ POL/ RU	присут ня	викори стані	22 (критична) https: //developers. google. com/speed/pa g espeed/insight s/ ? hl=uk&url=ht tps %3A%2F% 2Fgrand- hotel. com.ua%2F	сайт потрібно оптимізув ати, виявлено 17 таких посилань
Банк готель	5*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірн ість підтверд жена, автентич ність текстів	інформація в розділі новини оновлюється не стабільно, є перерви між публікаціями в 6-7 днів, а є й місяць, що є доволі поганим показником; інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизован	в подачі інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано -медійна, відео, що є доволі зручним для сприйняття поданої інформації загалом, доповнює та додає взаємодії з	Головна Про Готель Номери Ресторан Конфере нції Послуги Контакти	навігація є доволі зручною, адже сайт умовно поділений на: 1)шапка сайту 2)основна інформація; 3)підвал	суперінт ерактивн ий	UA/ EN/ RU/	присут ня	викори стані	10 (критична) https: //developers. google. com/speed/pa g espeed/insight s/ ? hl=uk&url=ht tps %3A%2F% 2Fbankhotel. com.ua%2F	сайт потрібно оптимізув ати, виявлено 5 таких посилань

				о	сайтом спливаюче вікно бота, яке пропонує ввести номер телефону та зобов'язують ся перетелефон увати впродовж 30 секунд								
Асторія	4*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірн ість підтверд жена, автентич ність текстів	немає розділу «Новини», що є доволі поганим показником; інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизован о	в подачі інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано -медійна, відео, що є доволі зручним для сприйняття поданої інформації загалом	Про Готель Номери Послуги та пропозиц ії Події Блог Контакти Зв'язатис ь з нами	навігація є доволі зручною, адже сайт умовно поділений на: 1)шапка сайту; 2)основна інформація; 3)підвал	інтеракт ивний	UA/ EN/ DE/ RU	присут ня	викори стані	61 (достатньо) https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=uk&url=https://3A%2F%2Fastoriahotel.ua%2F	сайт потрібно оптимізув ати, виявлено 180 таких посилань
Панорама	4*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірн ість підтверд жена, автентич ність текстів	немає розділу «Новини», що є доволі поганим показником; інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизован о	в подачі інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано -медійна, відео, що є доволі зручним для сприйняття поданої інформації загалом	Про Готель Номери Послуги Ресторан Конфере нц-сервіс	навігація є доволі зручною, адже сайт умовно поділений на: 1)шапка сайту 2)основна інформація; 3)підвал	інтеракт ивний	UA/ EN/ POL/ RU	присут ня	викори стані	35 (критична) https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=uk&url=https://3A%2F%2Fpanoramahotel.com.ua%2Fru%2F	сайт потрібно оптимізув ати, виявлено 65 таких посилань

Нобіліс	5*	наявність даних: послуги для жінок та чоловіків, для дітей, для гостей різного віросповідання, політичних чи громадських переконань, для вегетаріанців, веганів	достовірність підтверджена, автентичність текстів	немає розділу «Новини», що є доволі поганим показником; інформація щодо коригування цін та інших показників, які стосуються бронювання проживання автоматизовано	в подачі інформації використані наступні канали подачі: текстова, візуалізовано -медійна, відео немає, що є доволі незручним для сприйняття поданої інформації загалом	Проготель Номери Ресторан и Бізнес Події Медіа Відпочинок Контакти	навігація є доволі зручною, адже сайт не потрібно гортати, вся необхідна інформація розділена між усіма розділами на одній сторінці: 1)шапка сайту 2)основна інформація; 3)підвал	інтерактивний	UA/ EN/ RU	присутня	використані	47 (критична) https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=uk&url=https://nobilis-hotel.com.ua%2Fuk	сайт потрібно оптимізувати, виявлено 4 таких посилань
---------	----	---	---	--	--	---	--	---------------	---------------	----------	-------------	---	---

Додаток Е.

ІТ-рішення в готелях м. Львова (результати опитування, проведеного автором, станом на липень–вересень 2021 р.)

Назва готелю	Категорія готелю	Відеопрезентація готелю	VR-презентація готелю	AR-додаток для перегляду номерів готелю	Чат-бот на сайті готелю	Автоматичний чекін/чекаут	Можливість резервування/бронювання за допомогою спец. сервісів (вказати сервіс)/	Використання інтернету речей (розумних пристроїв) в готелі
Швейцарський	4*	https://swisshotel.lviv.ua/uk/	немає	https://touristl.com.ua/listing/mini-hotel-kak	відсутній, але є телеграм канал	немає	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують
Леополіс	5*	https://www.youtube.com/watch?v=WmHnLDjyfVM	немає	відсутній	відсутній	немає	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують
Гранд-готель	5*	https://www.youtube.com/watch?v=Ao6x4fICtUA	немає	відсутній	є + телеграм канал	немає	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують
Банк готель	5*	https://bankhotel.com.ua/hotel/aboutus/	немає	відсутній	є	є	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують
Асторія	4*	https://astoriahotel.ua/en/about-us/	відеоогляд номерів https://youtu.be/roG7fvNAVJw	відсутній	відсутній	немає	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують
Панорама	4*	https://www.youtube.com/watch?v=b5-0DXXrtfo	немає	відсутній	відсутній	немає	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують
Нобіліс	5*	https://uk-ua.facebook.com/NobilisHotel/videos/215072929828032/	немає	відсутній	відсутній	немає	booking.com hotels.com agoda.com та сайт готелю	не використовують

Додаток Ж.

Перелік туристично-екскурсійних маршрутів по Львівщині туроператорів Львова (складено за даними порталу Dyvys.info, <https://dyvys.info/2013/07/29/na-lvivschyni-dije-150-turystychnyh-marshrutiv/> (дата звернення: 15.02.2023).

АКТОРІЯ	Львів - перлина Європи; День Закоханих у м. Львові; Новий Рік по-львівськи;
АРТ ТРЕВЕЛ	Пішохідна екскурсія Львовом; Автобусна оглядова екскурсія; Львів з ароматом кави; Єврейські місця пам'яті; Львів імперський; Львівський некрополь; Велич Львівської Опери; Скарби народного мистецтва; На день до Львова; Канікули на Львівщині; Незабутні канікули;
АСТУР-ІНВЕСТ	Золота підкова;
АЛЛА	Золота підкова; Королівське місто Жовква і Крехівський монастир; Львів з ароматом кави; Паломницький тур; По вулицях старого міста; Привітний Львів;
БАВАРІЯ-ТУР	Золота підкова; Спа-день у м. Трускавці; Стрий запрошує Вас; Долина диких тюльпанів і слід снігової людини; Слідами масонів Львова; Підземелля стародавнього Львова; Від шпациру до келішка; Кохання по-львівськи; Нічна Варта Львова; Екскурсія 33 родзинки Львова;
БАРВИ-ТУР	Замки Львівщини; Музей Франка в Нагуєвичі; На гору Маківка, Скелі Довбуша; Свірзький замок (через Звенигород); Тустань;
ВИР МАНДРІВ	Замками Львівщини; Скелі Довбуша; Жовква-Крехівський монастир; Фортеця Тустань; "Карпатський трамвайчик" та Гошівський монастир; Сходження на Говерлу; Солотвинські озера та Синевир; Австрійський Львів; Середньовічний Львів; Княжий Львів; Храмами Львова; Червоні ліхтарі Львова; Легенди, казки, байки; Вечірній Львів; Личаківське передмістя; Сім чудес Львова; Чарівний Львів для закоханих; Театралізована екскурсія нічним Львовом; Кавовий Львів;
ВІДВІДАЙ	Антонівецька республіка; В гості до білих хорватів; Вишневий міст; Галицька Венеція; Глиняни і Унів; До Лаврівського монастиря; До Матері Божої Кохавинської; До сотника Крука; До Ченстоховської-Белзської Богородиці; Довкола Львова; Долина диких тюльпанів і слід снігової людини; Дорогами митрополита Андрея; Зі Скарбом до Кохавини; Зі Швейком до Гербуртів; Золота Підкова; Кавовий Валентин; Кам'яні бузьки; Королівська Жовківщина; Між двох морів; На батьківщину Шептицьких; Навколо Бродів; Перлини Белзького князівства; Перлини Карпат; Святі місця Жовківщини; Серце Ягелла; Скарби Довбуша; Сліди німецьких колоній на схід від Львова; Соляний шлях; Сплав Карпатами + Тустань; Три провідники; Чорне і біле; Шляхами Пінзеля і Фредра;
ВСЕСВІТ	"Золота Підкова"; Олесько; Белз-Сокаль-Червоноград; Жовква – Крехів; Розгірче - Кам'янка-Мертве Озеро; Самбір-Старий Самбір-Лаврів; Свірж – Унів; Славське – центр гірськолижного туризму; Славське-водоспад Кам'янка - зоопарк-мотузковий парк; Стежками Франка (Дрогобич-Нагуєвичі-Тустань); Страдч; Тустань;
ГАЛІНТУР	Золота Підкова; Жовква та Крехівський монастир; Скелі Довбуша;
ГАЛІЦІЯ-ТУР	Львів та замки; Романтичні вихідні у Львові; Чарівна земля Карпатська; Чарівна земля Карпатська; Львів крізь віки; Для закоханих у Львів; Побачення зі Львовом; Тільки у Львові; Дві столиці України; Місто музей-місто казка, місто мрія;

	LvivKlezFest; Гуцульська бриндзя; Золота підкова; Королевська Жовква - Крехівський монастир; Назад у Середньовіччя; Сколівські Бескиди; Фестиваль Тустань 2013;
ГРИН-ТУР	Львівські етюд; Львів-місто храмів; Львів літературний; Львів-місто історій та легенд; Романтика Львова; Львівське ретро; Кавовий рай; Парки Львова; Личаківське кладовище; Легендове місто Львів та Галицькі святині; Жовква-Крехівський монастир; Золота підкова; Франковими Стежками; Страдецька Хресна Дорога;
ДАНА К	Хмільний Львів; Вихідні у Львові / На каву до Львова; Відчуйте дух стародавнього Львова; Вогні вечірнього Львова; Дитячий тур “Львівська веснянка”; Золота Підкова Львівщини; Королівськими стежками; Підземелля стародавнього Львова; Подорож у середньовіччя; Тур на травневі свята Львівські батяри запрошують; Чарівний Львів; Шоколадна Валентинка;
ДВА СОНЦЯ	Ресторанний тур по кнайпам Львова; Привіт Львів; Дихання Львова; Українські вечори; Романтичний вихідні на двох;
ДВНАДЦЯТЬ МІСЯЦІВ	Кам'янка + Тустань; Личаківське передмістя; Карпатський трамвай та Гошівський монастир; Червоні ліхтарі Львова; Теплий настрій зимового Львова; Сім чудес Львова; Легенди, казки, байки; Золота підкова; Зі смаком кави; Оглядова екскурсія Львовом; Середньовічний Львів; Хмільний тур; Львів очима закоханих; Польський Львів; Нічне місто; Екскурсія Личаківським цвинтарем; Історія єврейського Львова; Львів австрійський; Кримінальна хроніка Львова; Зустріч з казкою; Львівська Опера; Галицькі смаколики;
ДИВОСВІТ	Карпати манять; Золота підкова; Хмільний тур Львовом; Княжий Львів; Жовква та Крехівський монастир; Львів — місто-фортеця; Старе Село і Свірзький замок; У Лавру через Броди; До Львова на 2 дні; Шляхами Івана Франка; Карпатський трамвайчик і Скелі Довбуша;
ЕЛЬПІДА	Замки (Жовква - Крехівський монастир); Замки Львівщини; Жовква - резиденція Яна Собеського; Ресторан Гридниця в Олеському замку; Львів Сакральний;
ЄВРО-СОФІЯ	Золота підкова – незабутня прогулянка в історію; Екскурсія у Жовкву, Крехів, Страдч; Екскурсія у місто-фортецю Тустань; Карпатськими шляхами Івана Франка.; Оглядова екскурсія по Львову.; Місто 20-го ст.; Середньовічне місто.; Княже місто.; Личаківський цвинтар – музей-заповідник 17-18ст.; Шевченківський гай – музей народної архітектури та побуту.; Високий Замок - місто з пташиного польоту.; Під куполами церков та костелів.; Екскурсія по Львівському оперному театрі.; Екскурсія по Стрийському парку.; Львівська Швейцарія; Годинники львівського часу - Дзигарі Львова; Романтичний подих старого Лева; Львів музичний; Кнайпи Львова; Львів з присмаком кави; Відчуй смак легенди;
ЄВРОПА-ТУР	Золота підкова;
ЗАХІД ШОУ	Стара частина Львова; Єврейський Львів; Шевченківський Гай; Личаківське кладовище; Золота підкова; Жовква – Крехів; Трускавець - Розгірче; Карпатський трамвай;
ІНТЕР ТУР	Місто князя Лева; Личаківський цвинтар; Австрійський Львів; Від шпацеру до келішка; Вечірній Львів; Аромат Кави; Кримінальні таємниці Львова комісара Попельського; Подорож у середньовіччя (пішохідна екскурсія); Сакральний Львів; Пафос Жовкви та духовність Крехова; Золота підкова Львівщини; На вихідні до Львова;

КАЛИНА-ТУР	Великодні фестини; Гастрономічний фестиваль Львів на тарілці; Свято кави;
КАПІТОЛІЙ	Львів – місто королів, кави та шоколаду; Львів – місто вузеньких вулиць і широких душ; Мій коханий Львів; Львів – місто вузеньких вулиць; Львівські смаколики; Місто 3000 Левів; 4 замки Львівщини; Легенди старого Львова; Казка для коханої;
КИЙ АВІА ВЕСТ	Золота підкова Львівщини; На кордоні двох культур: Королівська Жовква + Крехівський монастир; Перлинки Львівщини; Карпатські древнощі; Реліктове диво; Тур для пілігримів; Шляхами життя та творчості Івана Франка; Знайомтесь, Маркіян Шашкевич; В гості до страусів; Чарівні джерела; Таємниці середньовічного Львова; Львів – місто легенд; Львів Австрійський; Вогні вечірнього Львова; Єврейський середньовічний квартал; Середньовічний Руський квартал + відвідання Успенської церкви; Екскурсія Львівським Оперним театром; Костели Львова; Екскурсія Личаківським Меморіальним кладовищем; Львів епохи сецесії; Львів для гурманів; Львів для солодкоїжок; Львівський пивний тур; Підземний Львів; Шоколадний Львів; Львів для закоханих; Пам'ять про часи репресій у Львові; У неділю до Львова; Львів – місто героїв; Львів – адміністративний, науковий та культурний центр Західної України; Львів Давньоруський; Львів літературний; Львів Івана Франка; Одноденні тури в гірськолижний курорт Славське;
КЛУБ МАНДРІВНИКІВ	Золота підкова; Дорогами князів – Галичина; Королівськими містами Галичини;
КРУЇЗ ПЛЕНЕТ	Мандрівки Львовом; Вулицями Львова; Золота підкова; Жовква – Крехів;
КУМПЕЛЬ-ТУР	Піша екскурсія Некласичний Львів; Автобусна екскурсія Львів – перлина Європи; Загублений Львів; Нічна варта Львова; Пивна екскурсія Мрія Батяра; Золота підкова Львівщини; Королівське місто Жовква і Крехівський монастир; Парк Сколівські Бескиди, фортеця Тустань та водоспад Кам'янка; Карпатський трамвайчик; · Серце батяра; Стежка батяра; Батярська мрія; Мандрівка з пивом Львівське; Легенди готелю Жорж; Містичний Львів; Місто почуттів; Місто для двох; Смачна дефіляда; Креатив мовою ресторатора; Знайди свого Лева; Скарби графа Стросольдо; Казковий день у Львові; Канікули по-львівськи; Львівська подорож у часі; Найцікавіші канікули у Львові; Таємнича загадка Галицької провінції; Замки та фортеці; Стадіон Арена Львів;
ЛЕМБЕРГ-ТУР	Золота підкова Львівщини; Палацово-замкові комплекси Львівщини; Жовква та Василіанський монастир в Крехові; Тустань-унікальна пам'ятка фортифікації IX-XIII ст.; Оборонні споруди Галичини; У серце Бойківщини; У Галицьку провінцію; Броди-історія прикордонного містечка;
ЛЕОПОЛІС-ТУР	Пішохідна екскурсія середньовічним містом; · Львів з вікна; · Золотопідкова; · Природнича екскурсія у Карпати;
ЛЕОТУР	Підземеллями Львова; Історія єзуїтів; Кава по Львівське; Вуличками старовинного Львова; Таємниці Львова; Знайомтеся Львів; Замки Львівщини; Чудові гори;
ЛЬВІВ-ІНТУРТРАНС ПЛЮС	Золота підкова Львівщини; Львів - Жовква - Крехівський монастир; Кам'янецький водоспад - Урич - наскельна фортеця Тустань; На батьківщину М. Шашкевича с. Підлисса; Оглядова автобусна екскурсія по місту.; Пішохідна екскурсія Вулицями старого Львова; Личаківське кладовище;
МІСТ-ТУР	Одноденна екскурсія „Золота підкова Львівщини”; Одноденна поїздка в Карпати; Вік-енд у Львові; Львівська дзига;

	Хмільний Львів; Місто з ароматом кави; Тільки у Львові; Таємниці Львова; Травневі свята у Львові; Великдень у Львові; Свято Львова; День батяра у Львові; Флюгери Львова; Збірні екскурсії по Львову;
МОНОЛІТ	Жовква - Крехів; Вихідні у місті Лева; Один день з життя міста; Ресторанний тур містом Лева; Піша екскурсія по Львову; Замки Львівщини;
НАВКОЛО СВІТУ	Золота підкова; Мандрівка до Жовкви та Крехова; Самбір та Старий Самбір; Звенигород та Свірж; Львівська дзига; Шоколадний Львів; Таємниці Львівського пива; У гори до Тростяна;
НАСОРОХ	Літературно-історична Львівщина; Золоте кільце; Львів історичний; Доторкніться до святинь!; Від монастиря до монастиря; Тустань, водоспад на р. Кам'янка; Паломницька поїздка;
НОВА ЄВРОПА	Львівський романс; Левові сни древнього міста; Жовква і Крехівський монастир; Скелі Довбуша;
ОКЕАН-ТУР	Водоспад Кам'янка - Славськ; Замки Львівщини; Вікенд у Львові; Скелі Довбуша; Львів-Жовква; На каву до Львова; На мить до Львова; Релакс тур; · СПА вихідні в Трускавці;
ПЕТБО	Перлини Львова і Поділля; Галицькі фортеці; Три щасливих дні у Львові;
ПОЛІСЕРВІС ТУР	Золота підкова; Жовква; Львів - притулок мандрівників; Дорогами князів; Оглядові екскурсії;
ТРАЙДЕНТ КОНСАЛТІНГ ТА ІНВЕСТИЦІЇ	Золота підкова Львівщини; Екскурсія в діючий монастир в Крехові із заїздом в стародавню Жовкву; Вулицями середньовічного міста; Сім чудес Львова; Місто з ароматом кави; Про що говорять Львівські вулиці; Хмільний Львів; Таємниці львівських підземель; Оглядова автобусна екскурсія по місту; Храми Львова;
ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ЛЬВІВСЬКОГО ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ І ТУРИЗМУ	Розточчя заповідне; Заповідне Полісся; Єврейська спадщина; Бойківськими шляхами; Теренами Львівщини; Туристично-паломницький тур; Відлуння віків: тіні львівського передмістя;
ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР В ПАСАЖІАНДРЕ ОЛЛІ	Кавовий світ Львова; Підземелля Львова; Княже місто; Австрійський Львів;
САВАНА	Кавовий оксамит у Львові; Львів за один день; Львів і замки за два дні; Три дні у Львові; Золота підкова;
СКАРБИ СВІТУ	Львів музично-літературний; Львів - сакральний; Львів - австрійський; Львів- польський; Львів - батярський; Підземелля Єзуїтів- історичне-театралізоване годинне подання; Львів – студентський; Кавовий тур; Гурман тури по ресторанчикам, кафе і пабах; Мила провінція; Золота підкова;

112 ТУР УКРАЇНА	Левові сні древнього міста; Чари львівських кав'ярень;
ТАНГО ТРЕВЕЛ	Львівські родзинки; Незабутній день у Львові; Історія Княжого міста; Свято Шоколаду у Львові; На Пампушки до Львова; Його Львівська Величність; Казкове місто Львів; Львівська кава: легенди, історія, традиції; П'яний присмак Львова; Княже місто Львів; Львів крізь віки; До Львова на хвилинку;
BEE TRAVEL	Три дні, три різні враження; Пивна екскурсія; Святині рідного краю; Львів, який він є; Вулицями невідомого минулого;
GO TO UKRAINE	Середньовічний Львів; Австрійський Львів; Личаківський цвинтар; Львівська опера; Підземний Львів; Золота підкова Львівщини; Єврейська спадщина Львова; Німецька спадщина у Львові.; Львів та замки Львівщини; Львівський вік-енд; Одружимося у Львові; Львів та Львівські кав'ярні; Львівська кава + українська кухня; Пиво у Львові; Тур Серце Батяра; Львівське пиво та замки Львівщини; Львів для гурманів;