

Львів як туристична
столиця України.
Перспективи розвитку

Київський
національний
університет
будівництва і
архітектури
Кафедра
геоінформатики і
фотограмметрії

Виконав: студент групи ТУР-51м:

Підвишений Богдан Федорович

Науковий керівник:

Кучеренко Наталія Миколаївна



АКТУАЛЬНІСТЬ

Львів – одне з найпопулярніших туристичних міст України, і його актуальність як туристичного центру є безсумнівною. Це місто має багату історію, культурне багатство, відмінну архітектуру та неповторну атмосферу. Львів активно розвиває туристичну інфраструктуру, щоб забезпечити комфортне перебування відвідувачів. Місто вкладає значні зусилля в покращення гостинності та якості обслуговування в готельній галузі, ресторанах та кафе. Львів також користується збереженням та реставрацією своєї унікальної архітектури, що робить місто ще більш привабливим для туристів.

МЕТА ТА ЗАВДАННЯ РОБОТИ

Метою дослідження є визначення специфічних особливостей розвитку туризму у м. Львів.

Завдання дослідження:

Визначити передумови зародження і історію розвитку туризму в Львівській області;

Розглянути особливості організації туристичної діяльності у м. Львів;

Провести аналіз природного потенціалу м. Львів;

Дослідити історико-культурний потенціал міста;

Описати рекреаційні центри м. Львів;

Проаналізувати тенденції стану розвитку туризму у м. Львів;

Оцінити конкурентоспроможності м. Львів у вітчизняній галузі туризму;

Провести SWOT-аналіз конкурентних позицій м. Львів у вітчизняній галузі туризму;

Визначити пропозиції щодо розвитку туризму у м. Львів на базі світового досвіду;

Розробити тур «Гастрономічна подорож по Львову».

Об'єкт дослідження, Предмет дослідження, Наукова новизна, Практичне значення

- **Об'єкт дослідження** – процес формування та розвитку туризму у м. Львів.
- **Предмет дослідження** – методи та засоби оцінки розвитку туризму у м. Львів.
- **Наукова новизна** одержаних результатів полягає в тому, що в роботі застосовано комплексний підхід до вирішення завдання позиціонування м. Львів на ринку туризму України.
- **Практичне значення** одержаних результатів полягає в можливості їх використання органами місцевої влади, українськими туристичними підприємствами для посилення своїх конкурентних позицій на ринку туризму у м. Львів.

Передумови зародження і історія розвитку туризму в Львівській області

На підставі дослідження, проведеного в даному підрозділі дипломної роботи, ми дійшли висновків, що розвиток туризму на Львівщині у сучасному розумінні цього слова, розпочався в ХІХ ст., коли лунали імена таких мандрівників як Яків Головацький, Іван Вагилевич, Омелян Партицький та інші. Основними рушійними силами організації відпочинку та подорожей Львівщиною на той час були «Просвіта», «Січ», «Пласт», «Сокіл», «Чорногора», молодіжні організації, українська інтелігенція

Особливості організації туристичної діяльності у м. Львів

Показники							
		всього	питома вага, %	всього	питома вага, %	всього	питома вага, %
1. Загальний обсяг туристичного потоку, в т.ч.:	осіб	93553	100	117242	100	143610	100
Кількість внутрішніх туристів	осіб	44409	47,5	49514	42,2	52697	36,7
Кількість іноземних туристів з країн:	осіб	8427	9,01	9478	8,1	14062	9,8
далекого зарубіжжя	осіб	3143	3,4	3876	3,3	6512	4,5
СНД	осіб	4029	4,3	3713	3,2	5100	3,6
Загальний час перебування приїжджих, в тому числі:	тис. людино- днів	483,1	100	511,1	100	651,2	100
2.1. вітчизняних туристів	тис. людино	177,7	36,8	170,2	33,3	162,8	25,0
іноземних туристів	тис. людино	305,4	63,2	340,9	66,7	488,4	75,0
Дохід наданих готельних послуг у м. Львів	тис. грн.	58,4	100	77,7	100	133,8	100

Динаміка та структура туристичних потоків м. Львів за 2020-2022 роки

Динаміка тривалості перебування туристів у подорожі

Мета відвідування	2020 рік		2021 рік		2022 рік	
	вітчизняного туриста	іноземного туриста	вітчизняного туриста	іноземного туриста	вітчизняного туриста	іноземного туриста
	Службова, ділова, бізнес, навчання	7	4	5	4	3
Лікування	12	8	12	8	10	8
Дозвілля т відпочинок	21	14	21	14	21	14
Спортивно-оздоровчий туризм	14	10	14	10	12	7
Спеціалізований туризм	3	7	4	7	4	7
Інша мета	7	7	6	5	6	6

Структура попиту на туристичні послуги регіону за сегментами споживачів

Заклади туристичного попиту (вказати назву об'єкту)	Кількість об'єктів		Чисельність відвідувачів	
	од.	%	осіб	%
1. Заклади розміщення	198	100	2128	100
Готельні підприємства	134	68	1238	58
Санаторно-курортні заклади	64	32	890	42
1.3. Заклади відпочинку	137	100	1158	100
2. Заклади харчування	453	100	1846	100
Ресторани, бари	121	27	786	42
Кафе	245	54	876	47
Їдальні	87	19	184	11
3. Заклади культурно-дозвілєвого призначення	67	100	543	100
4. Заклади та споруди фізкультурно-оздоровчого призначення	43	100	1267	100
5. Заклади побутового обслуговування і торгівлі	1259	100	3456	100

Насиченість ринку закладами готельного та ресторанного господарства

1	Готель *****	4	833	56
2	Готель ****	13	1400	76
3	Готель ***	42	2043	47
4	Готель **	12	245	26
5	Готелі без категорії	4	24	12
6	Мотелі	-	-	-
7	Готельно-офісні центри	-	-	-
8	Туристичні бази	2	21	-

Динаміка ринку ресторанних послуг у регіоні 2020-2022 рр.

	2020	2021	2022
Загальна кількість ЗРГ	369	398	431
в т.ч. при готельних комплексах	298	365	421
Кількість ЗРГ за спеціалізацією:			
ресторани;	90	98	121
кафе, закусочні	189	220	245
бари	50	58	65
Загальна кількість посадкових місць,			
в т.ч. при готельних комплексах			
за спеціалізацією ЗРГ:			
ресторани;	1098	1155	1270
кафе, закусочні	790	850	897
бари	380	420	459
- їдальні			

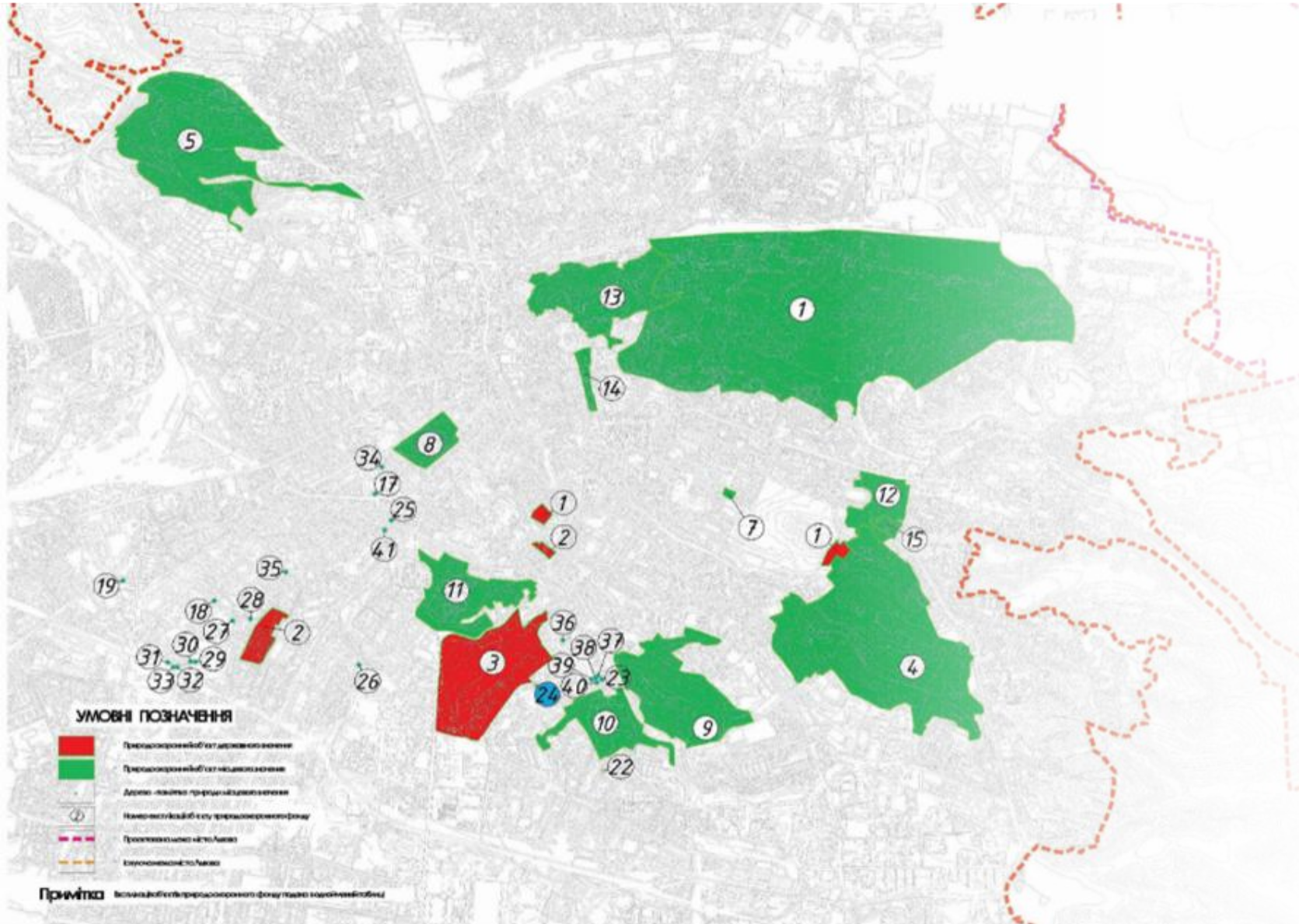
Аналіз природного потенціалу м. Львів

-Оптимізація рекреаційних зон та природоохоронних об'єктів міста передбачає наступні заходи:

-поінформованість населення стосовно правил поведінки на їх територіях;

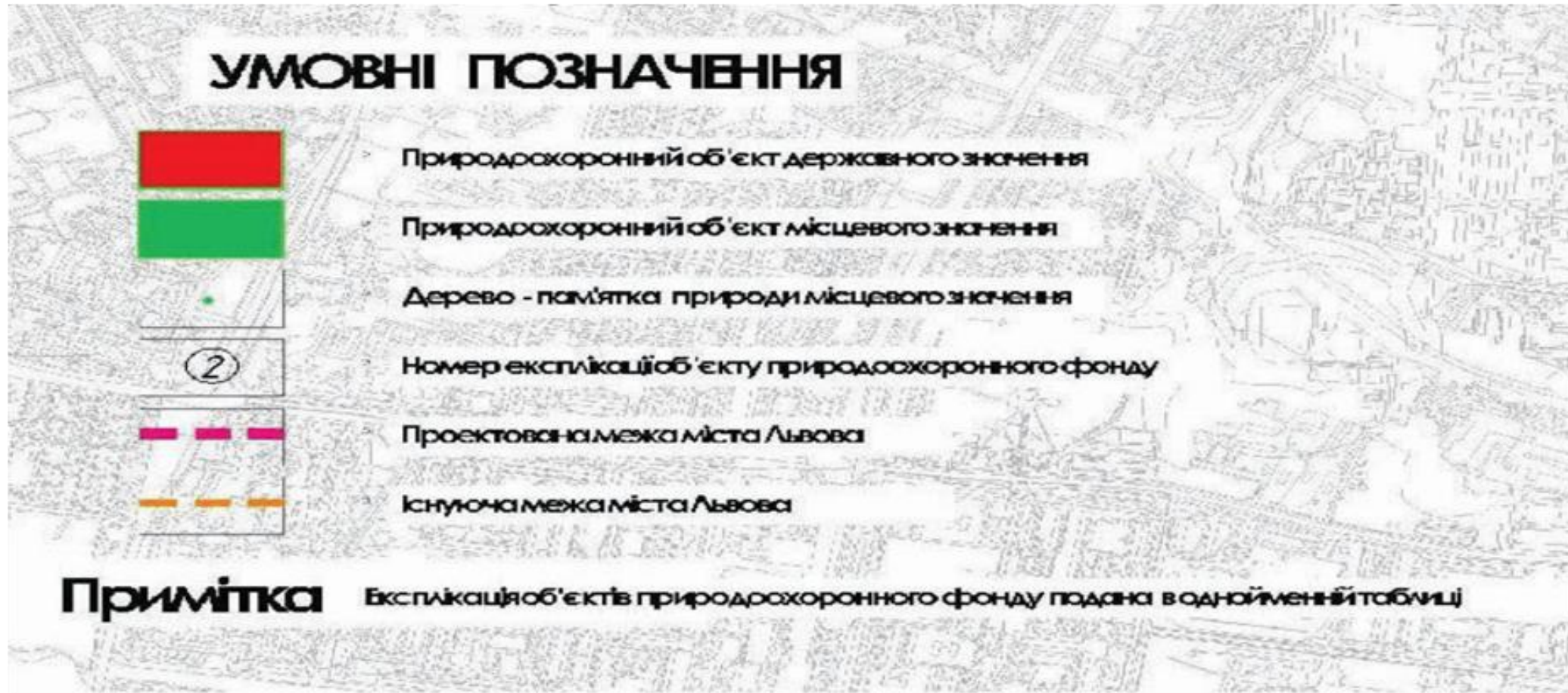
-проведення робіт з благоустрою (систематичне прибирання, облаштування достатньої кількості смітників, висадка квітухих клумб, догляд за деревами, оновлення породного складу насаджень);.

-раціональне використання, зокрема регулювання потоку відвідувачів, урізноманітнення дозвілля та пізнавальних екскурсій,



Картохема природоохоронних об'єктів та рекреаційних зон м. Львів

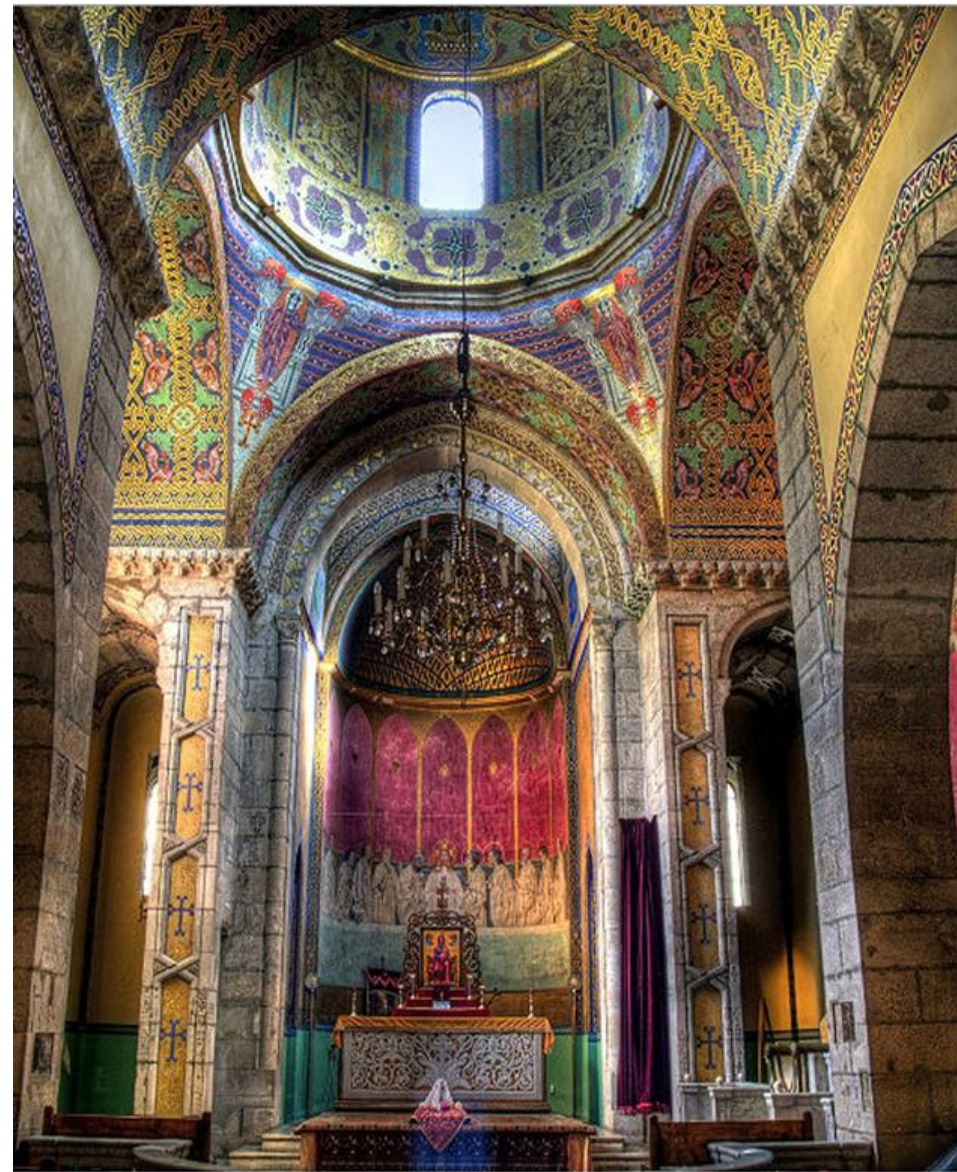
Картосхема природоохоронних об'єктів та рекреаційних зон м. Львів



Історико-культурний потенціал міста

Львів завжди виділявся не лише серед міст України, а й усієї Центрально-Східної Європи своєю неповторною красою, унікальними пам'ятками, мозаїкою архітектурних стилів.

Але є відсутність певних правил і регулювання у виборі місця, формування, функціонування і розвитку сакральних об'єктів та їх комплексів сьогодні неабияк ускладнює містобудівну діяльність. Відсутнє прогнозування формування міського ландшафту у зв'язку із спорудженням храмів. Сьогодні існують у край недостатні досвід та знання про історичне складення духовності наших міст, сакральних об'єктів у співвідношенні до міського плану, планувальних елементів структур міст.



**ВІРМЕНСЬКИЙ КАФЕДРАЛЬНИЙ СОБОР
УСПІННЯ ПРЕСВЯТОЇ БОГОРОДИЦІ**



СОБОР УСПІННЯ ПРЕСВЯТОЇ
БОГОРОДИЦІ



СОБОР СВЯТОГО ЮРА

Рекреаційні центри Львівщини

Крім бальнеологічних ресурсів Львівщина має інші природні рекреаційні Ресурси (ландшафтні, лісові, водні та ін.). Серед них особливий інтерес представляють гірські місцевості, придатні для гірськолижного спорту, зокрема, Славське, Тисовець, Розлуч, Турка та деякі інші

Таким чином, природний рекреаційний потенціал області є досить великий, проте використовується він далеко неефективно. Особливо це стосується бальнеологічних ресурсів, які навіть в Трускавці використовуються на 50 %, в інших курортах – на 2-10%. Лікувальні мінеральні води інших родовищ в кращому випадку використовуються для розливу (Солуки, Олеська, Надбужанська та інші).

Тенденції стану розвитку туризму у м. Львів

1. Наявність значної кількості історичних, архітектурних та культурних об'єктів, включених до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.
2. Збереження та підтримка традицій, культурної ідентичності, включаючи проведення численних традиційних фестивалів та ярмарків.
3. Різноманітні природні ресурси, які сприяють розвитку туризму протягом всього року (включаючи лижний туризм, оздоровлення та відпочинок, активний туризм та інше).
4. Вигідне географічне положення регіону в центрі Європи та зручність транспортної доступності, що сприяють збільшенню числа туристів, включаючи транзитних відвідувачів (проходження територією Львівської області трьома міжнародними транспортними коридорами: МТК № 3 Берлін-Дрезден-Вроцлав-Львів-Київ; МТК № 5 Трієст Любляна-Бухарест-Будапешт-Львів; МТК Європа-Азія).
5. Густа мережа транспортних маршрутів, включаючи ті з міжнародним статусом, міжнародні авіарейси та державний кордон з країнами-членами ЄС, які є сприятливими чинниками для привертання туристів з різних країн (Львівська область має прикордонні переходи з Республікою Польща, зокрема 8 з них мають міжнародний статус, з яких 4 призначені для автомобільного руху, а 4 – для залізничного, а також аеропорт Львів, що є пунктом перетину міжнародного повітряного кордону).

Оцінка конкурентоспроможності м. Львів у вітчизняній галузі туризму

Зміна позицій України та деяких країн світу за Індекс конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму у 2010-2022 рр.

Рік	Україна	Єгипет	Грузія	Польща	Туреччина	Росія
2010	78	58	66	63	52	68
2011	77	66	72	56	54	64
2012	77	64	73	58	56	59
2018	85	75	73	49	50	59
2019	76	85	66	42	46	63
2020	-	83	71	47	44	45
2021	88	75	70	46	44	43
2022	78	65	68	42	43	39

**Частка ринку та темп приросту попиту
за видами туризму міста Львів**

№	Напрямок туризму	Частка ринку	Темп приросту попиту
1	рекреаційний	3,5%	1%
2	замковий	2,0%	1%
3	релігійний	0,5%	0,5%
4	гастрономічний	0,2%	5,4%
5	діловий	6,1%	2,2%

Оцінка привабливості галузі туризму у м. Львів

Критерії	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Розмір ринку	0,3	5	1,5
Темпи зростання ринку	0,05	3	0,15
Конкурентна ситуація	0,15	3	0,45
Рівень цін	0,1	4	0,4
Прибутковість	0,3	5	1,5
Технологічний рівень	0,1	5	0,5
Сумарна зважена оцінка	1		4,5

Критерії	Вага	Оцінка	Зважена оцінка
Частка ринку за сегментами	0,2	5	1,0
Конкурентоспроможність	0,05	4	0,2
Асортимент продукції	0,2	4	0,8
Ефективність системи маркетингу	0,15	3	0,45
Прихильність покупців	0,25	5	1,25
Капіталовкладення	0,15	4	0,6
Сумарна зважена оцінка	1		4,3

Оцінка конкурентоспроможності
туризму у місті Львів

Заносимо результати аналізу до матриці (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Матриця «McKinsey» – «General Electric»

SWOT-аналіз конкурентних позицій м. Львів у вітчизняній галузі туризму

Сильні сторони	Можливості
<ol style="list-style-type: none">1. Давня унікальна історична і культурна спадщина м. Львів2. Сприятливе геополітичне положення м. Львів3. Високий транспортний потенціал (знаходиться на перетині транспортних коридорів)4. Наявність туристичної інфраструктури (готелів, ресторанів).5. Можливості для розвитку всіх видів туризму.6. Зростання конкуренції туристичних операторів.	<ol style="list-style-type: none">1. Популяризація України в інших регіонах і континентах, в тому числі української кухні2. Розвиток внутрішнього туризму.3. Розвиток людських ресурсів.4. Покращення рівня туристичного обслуговування.5. Удосконалення державної туристичної політики.6. Впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу.7. Інвестиційні механізми розвитку туристичної інфраструктури8. Покращання екологічної ситуації в місті.9. Розроблення нових видів турів.10. Зниження цін на тури.
Слабкі сторони	Загрози
<ol style="list-style-type: none">1. Низька якість туристичних послуг (нестабільність сервісу).2. Застаріла туристична інфраструктура, що не відповідає європейським стандартам якості.3. Незадовільний стан транспортної інфраструктури міста, низька якість послуг з перевезення, погані дороги, пробки.4. Відсутність загальнодержавної інформаційної туристичної системи5. Відсутність туристичного бренду України.	<ol style="list-style-type: none">1. Нестабільна політична ситуація (події, пов'язані з анексією Криму та бойові дії в Україні відлякують значну частину туристів, деякі країни внесли Україну в червоний список і не рекомендують своїм громадянам її відвідувати).2. Техногенні катастрофи, забруднення повітря.3. Можливе підвищення цін на тури.6. Розвиток туризму в близько розташованих країнах (наприклад у Варшаві).

Продовження минулого слайду

12. Система бронювання			
13. Рекламні заходи			
14. Якість обслуговування			
15. Транспортна доступність			
16. Стимулювання збуту			
17. Забезпеченість персоналом			
18. Імідж міста			
Разом балів:	113	78	109

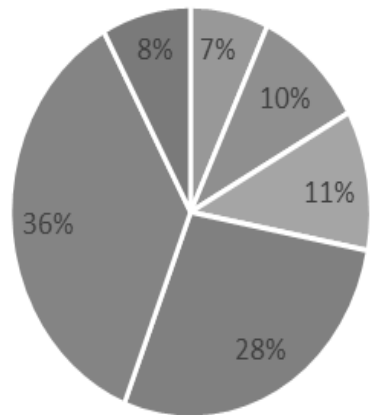
Аналіз конкурентоздатності по балах

Фактори конкурентоздатності підприємства	Бальна оцінка фірм		
	Львів	Київ	Полтава
1	2	3	4
1. Продукт			
Якість	7	9	8
Престиж послуги	5	8	6
Дата	9	9	9
Термін дії	9	9	8
Унікальність	5	6	6
Результативність	5	6	5
Надійність	8	7	6
Сума балів	48	54	47
Середній бал	6,9	7,7	6,7
2. Ціна			
Прейскурантна	7	4	5
Відсоток знижки із ціни	7	3	4
Строк платежу	6	5	5
Умови кредиту	4	4	4
Сума балів	24	16	18
Середній бал	6,0	4,0	4,5
3. Канали збуту			
Ступінь охоплення ринку	6	2	7
Прямі канали	8	4	5
Непрямі канали	8	4	5
Наявність філій	7	7	5
Форми збуту:			
турагенти	7	8	6
туроператори	5	7	5
Сума балів	41	32	33
Середній бал	6,8	5,3	5,5

Продовження минулого слайду

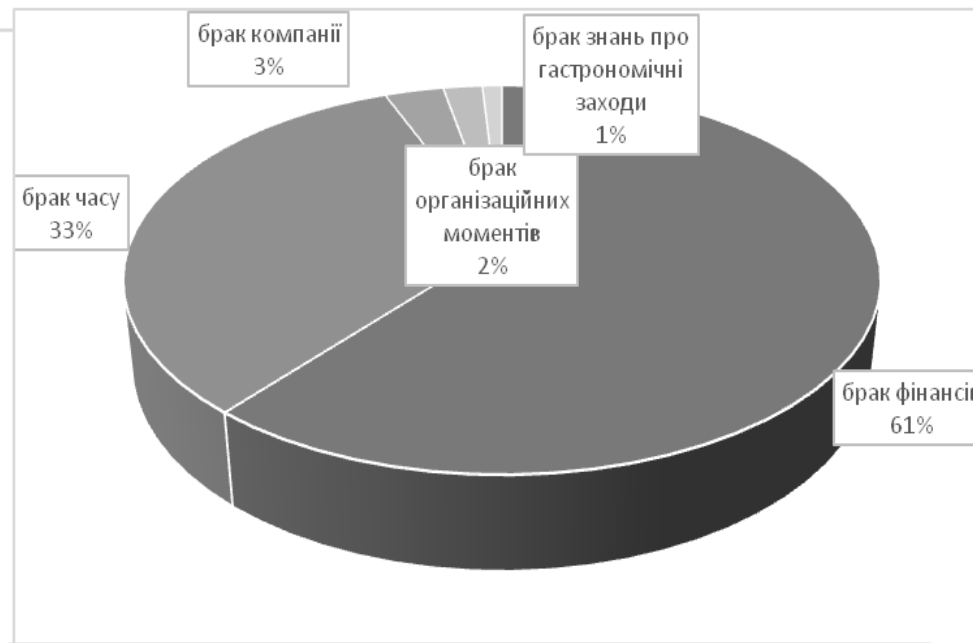
1	2	3	4
4. Просування продуктів на ринку			
Реклама	5	8	7
Індивідуальний продаж	9	7	6
Піар-акції	7	7	6
Згадування в ЗМІ	4	8	6
<i>Сума балів</i>	25	30	25
<i>Середній бал</i>	6,3	7,5	6,3
РАЗОМ СУМА БАЛІВ	138	132	123

Пропозиції щодо розвитку туризму у м. Львів на базі світового досвіду

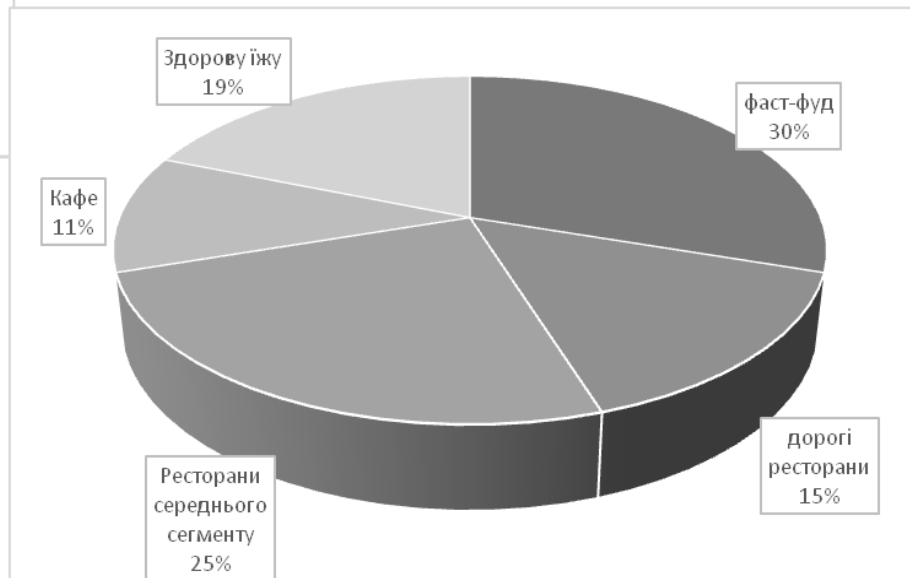


- Напої
- Морепродукти
- Овочеві та фруктові страви
- Кондитерські вироби
- Мясні страви
- Все перелічене

Смакові переваги респондентів



Переваги респондентів по вартості та корисності їжі



Перешкоди для подорожей

Модель туристичної дестинації гастрономічного туризму

Для просування гастрономічного туру використовуються стандартні методи просування: рекламна кампанія, стимулювання збуту, персональні продажі; зв'язки з громадськістю

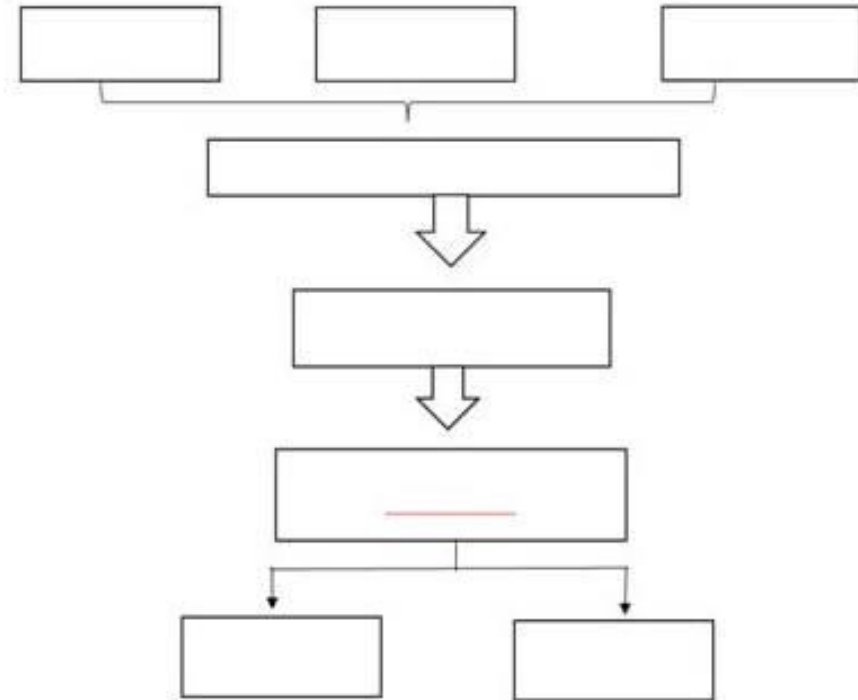


Рис. 4.4. Модель туристичної дестинації гастрономічного туризму [власна]

Розробка туру «Гастрономічна подорож по Львову»

Основна ідея туру – розкрити переваги та таємниці гастрономічних надбань Львова.

Схема маршруту 3-денного туру «Гастрономічна подорож по Львову»:

День 1

08:15

Приїзд у Львів. Зустріч групи з представником турфірми на залізничному вокзалі м. Львів.

9:00

Приїзд у готель «Оптіма». Розміщення туристів.

09:30

Сніданок у готелі.

10:30

Зустріч з гідом у готелі, збір групи на екскурсію «Оглядова екскурсія м. Львів».

14:00

Обід у кафе «Теплий п'єц» в місті.

16:30

Майстер клас з приготування кави у ресторані «Реберню».

18:00

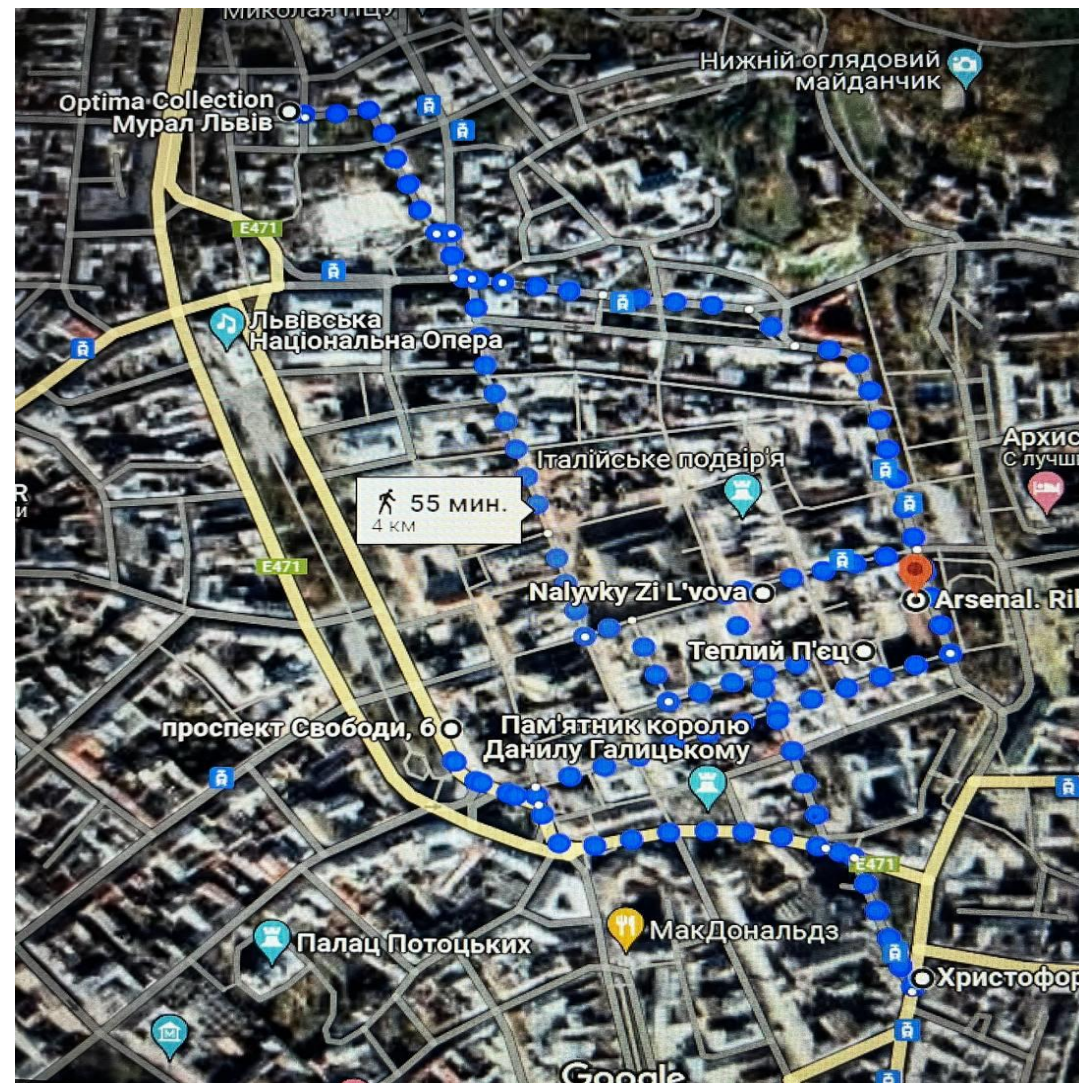
Вечеря та вечір акустичної музики у ресторані «Музей Сала».

21:00

Повернення до готелю.

21:20

Вільний час для вечірньої прогулянки містом. Нічліг.



День 2

08:00

Сніданок у готелі.

9:00

Зустріч з гідом у холі готелю. Збір групи на екскурсію до пабу «Христофор».

09:30

Майстер-клас по приготуванню українського обіду у пабі «Христофор».

13:00

Обід у ресторані «Наливки зі Львова».

14:00

Майстер-клас приготування наливки у ресторані «Наливки зі Львова».

16:00

Кава-брейк для туристів в ресторані «Реберню».

17:00

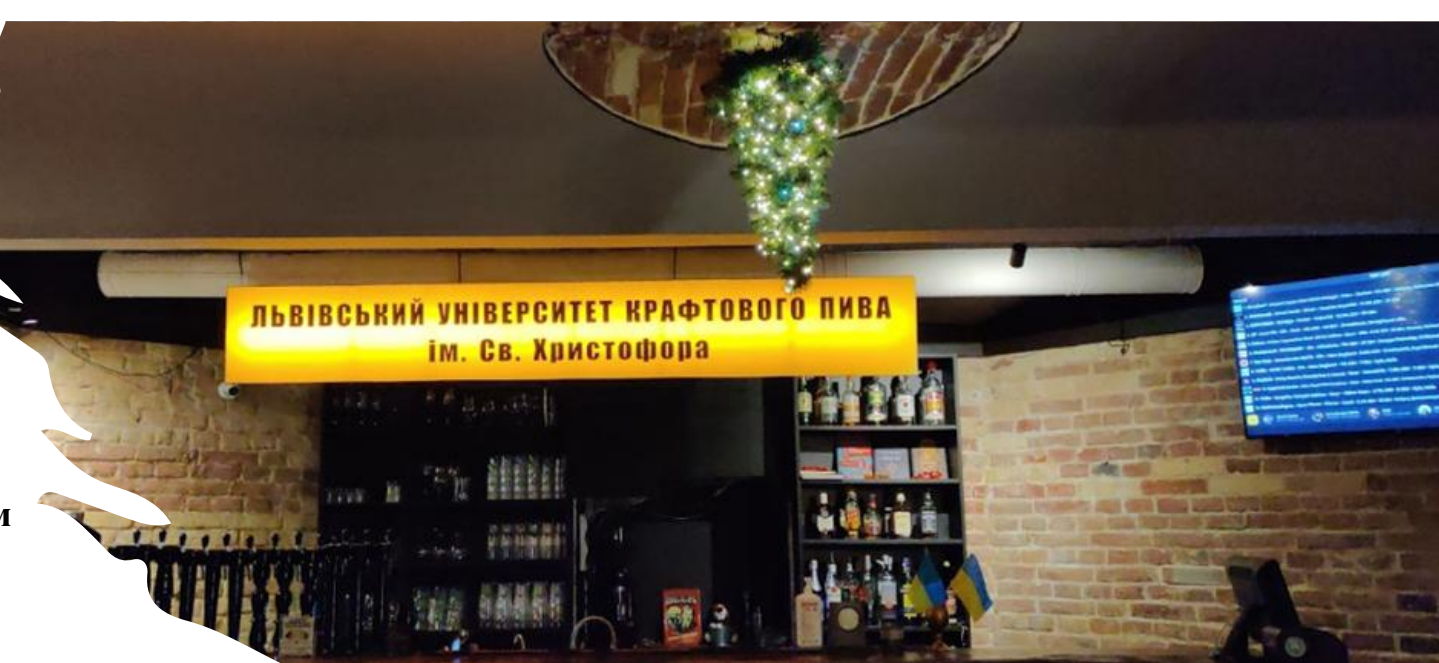
Повернення до готелю.

18:00

Вечеря у ресторані «Реберню».

19:00

Акустичний вечір каверів на поп, рок, інді хіти з молодіжним гуртом «Happiness Street».



День 3

08:00

Сніданок в ресторані готелю.

08:45 – виселення з готелю.

09:10 – трансфер до з/д вокзалу.

Самостійне відправлення
поїздом № 102 зі Львова у Київ
о 09:53.



№п/п	Назва статті	Вартість за одиницю		Кількість (дн.)	Загальна вартість	
		у.о.	грн		у.о.	грн
1	Вартість проживання від умов розміщення					
	2-місний номер (напів люкс)	29,3	594	3	88	2376
	4-місний номер (люкс)	40	810	3	120	3240
2	Вартість харчування					
	Сніданок					
	Обід					
	Вечеря					
3	Трансфер	30	810	1	30	810
4	Екскурсійна програма					
4.1	Кафе «Теплий п'єц»	1	27	1	1	27
4.2	Ресторан «Реберню»	1	27	1	1	27
4.3	Паб «Христофор»	1	27	1	1	27
4.4	Ресторан «Наливки зі Львова»	2	54	1	2	54
4.5	Ресторан «Музей Сала»	10	270	1	10	270
5	Страховання	6	162	1	6	162
Розрахунок загальної вартості туру	Собівартість туру напівлюкс				139	3753
	Собівартість туру люкс				171	4617
	Прибуток туроператора (10%) напівлюкс				13,9	375,3
	Прибуток туроператора (10%) люкс				17,1	461,7
	Загальна вартість напівлюкс				152,9	4128,3
	Загальна вартість люкс				188,1	5078,7

ВИСНОВОК

Проведене нами дослідження дає підстави стверджувати, що Львів є дійсно туристичною столицею України.

Незважаючи на розміри та промисловий розвиток, місто сприймають перш за все як культурно-історичний та освітній центр.

Різноманіття природних умов та багатство еколого-рекреаційних ресурсів Львівщини створюють сприятливі передумови для розвитку екологічного туризму. Загалом у Львівській області можна відзначити: Заповідник Розточчя; Національні природні парки: «Яворівський» та «Сколівські Бескиди»; Регіональні ландшафтні парки: «Верхньодністровські Бескиди», «Надсянський» та «Знесення»; 37 резервів; 176 пам'яток природи; 48 охоронних урочищ; 261 парк-пам'яток садово-паркового мистецтва; 3 ботанічні сади та 1 зоопарк.

Щодо інфраструктури туристичної галузі, вона включає в себе: 124 санаторії, 500 садиб зеленого туризму, 250 закладів розміщення, 280 закладів харчування, 12 туристичних інформаційних центрів, понад 162 державних та громадських музеїв та галерей, 10 театрів, інші туристичні та рекреаційні заклади; 320 найбільш відвідуваних туристичних об'єктів та пам'яток архітектури, 37 природних комплексів.

Галузь туризму у м. Львів є привабливою (за аналізом основних критеріїв) та оцінена значенням – 4,5 балів. Конкурентні позиції галузі туризму у місті Львів є досить сильними (оцінка – 4,3 балів).

ВИСНОВОК

Туризм у місті Львів потрапляє в зону С – агресивного зростання (висока привабливість – сильна конкурентоспроможність) – це є найвигіднішим положенням для нього, аналогічне «зіркам» в матриці Бостонської консультаційної групи. Потрібно обрати Стратегію втримування, а саме зосередитись на активізації реклами, ціновій політиці, направити всі сили на зниження цін та розширення ринку.

SWOT-аналіз розвитку туризму у м. Львів вказує на внутрішні сильні та слабкі фактори, а також на зовнішні можливості та загрози, які впливатимуть на його розвиток. Так, сильними сторонами розвитку туризму у місті Львів є його давня унікальна історична та культурна спадщина, сприятливе геополітичне положення, транспортний потенціал, наявність туристичної інфраструктури (готелів, ресторанів)

Слабкими сторонами туризму міста Львів є низька якість туристичних послуг, невідповідність туристичної інфраструктури, європейським стандартам якості, незадовільний стан транспортної інфраструктури тощо.

До основних можливостей туризму у місті Львів слід виокремити, популяризацію України в інших регіонах і континентах (після Євро 2012, про Україну почула Європа. Анексія Криму та конфлікт з РФ, зробили Україну відомою у всьому світі. Позитивним є те що ці події підштовхнули владу до просування бренду України), розвиток внутрішнього туризму, покращення рівня туристичного обслуговування, покращання екологічної ситуації в місті, розроблення нових видів турів, зниження цін на гастрономічні тури.

Звичайно найбільшою загрозою розвитку туризму у місті Львів є нестабільна політична ситуація (події, пов'язані з бойовими діями відлякують значну частину туристів, деякі країни внесли Україну в червоний список і не рекомендують своїм громадянам її відвідувати)

На основі результатів проведеного опитування та власних досліджень для розвитку туризму у місті нами було складено гастрономічний тур по Львову.

Основна ідея туру розкрити переваги та таємниці гастрономічних надбань Львова.

Загальна вартість туру «Гастрономічна подорож по Львову» на 3 дні становитиме 5078,7 грн., що підтверджує що даний тур розрахований на людей з середнім ступенем доходу.

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!