

- 3.Saukh, I.V. (2017), "Classification model and characteristics of the strategies of tourist enterprises", *Visnyk ZhDTU*, no. 4(82), pp. 90-97.
- 4.Tyshchenko, S.V. (2018), "Rural green tourism in the context of the development of an unconventional form of management", *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*, Iss. 8, pp. 293-301.
- 5.Shershnova, Z.Ye. and Oborska, S.V. (2012), *Stratehichne upravlinnia* [Strategic management], KNEU, Kyiv, Ukraine, 384 p.
- 6.Shulhina, L.M., Klisynskyi, Ya. and Suslova, T.O. (2015), "Complex of the coordinated strategies of the tourist enterprise", *Marketynhovyi instrumentarii upravlinnia popytom na tovary i posluhy: Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Marketing tools for demand management for goods and services: Proceedings of an International scientific and practical conference] (Ternopil, 8-10 October 2015), TNTU, Ternopil, Ukraine, pp. 102-105.
- 7.Yurchenko, Yu.Yu. (2016), "Conceptual directions of development of domestic tourism in Ukraine", *Ekonomika Ukrainy*, no. 6(655), pp. 29-39.
- 8.Karloff, B. (1989), *Business Strategy. A Guide to Concepts and Models*, Palgrave Macmillan UK, London and Basingstoke, Great Britain, 166 p.
- 9.Porter, M. (1998), *On Competition*, Harvard Business School, Boston, USA, 485 p.

Стаття надійшла до редакції 03.05.2019 р.

Рецензент: д-р екон. наук, професор Тернопільського національного економічного університету В.Я. Брич

УДК 338.48

JEL Classification: L83, Z3

Никига О.В.,
викладач кафедри туризму,
Львівський державний університет
фізичної культури імені Івана Боберського

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ СТАЦІОНАРНИХ ПІЗНАВАЛЬНИХ ТУРІВ (НА ПРИКЛАДІ МІСТА ЛЬВОВА)

Нукуха О.В.,
lecturer at the department of tourism,
Lviv State University of Physical
Culture named after Ivan Boberskyi

SOCIAL AND ECONOMIC PROBLEMS OF ORGANIZATION OF STATIONARY COGNITIVE TOURS (ON THE EXAMPLE OF LVIV)

Постановка проблеми. З-поміж видів туризму, які мають провідне значення для соціально-економічного розвитку регіонів, виокремлюється пізнавальний туризм. Висока популярність екскурсійних турів серед туристів, а також повноцінне використання у процесі їх організації ресурсного потенціалу регіону дають змогу говорити про системоформувальну роль пізнавального туризму у дестинаціях.

Місто Львів є одним з найбільш перспективних міст для розвитку пізнавального туризму в Україні. Основними передумовами розвитку пізнавального туризму є історичний та культурний потенціал міста, рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на досить велику кількість наукових праць, що присвячені дослідженням економічних, соціальних та організаційних аспектів розвитку туристичної сфери України (О. Бейдик [1], А. Голод [4; 5], О. Любіцева [11], Л. Федоришина [5], Л. Черчик [13], І. Школа [14] та ін.), широкий спектр видів туризму досі залишається поза увагою науковців.

Попри те, що проблеми організації та наукового аналізу пізнавального туризму уже були

об'єктом окремих досліджень (Г. Вишнеvsька [3], М. Дрогомирецька [7], Л. Савранчук [12] та ін.), методологічні засади та практичні підходи до організації пізнавальних турів в українській науці все ще недостатньо розроблені. Особливо важливим є наукове обґрунтування заходів щодо оптимізації використання великих туристичних центрів, таких як місто Львів, для організації довготривалого перебування туристів із пізнавальною метою.

Постановка завдання. Метою дослідження є виокремлення та аналіз соціально-економічних проблем організації стаціонарних пізнавальних турів у великому місті на прикладі Львова. Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання, як: аналіз наукових підходів до визначення пізнавального туризму та стаціонарних турів, оцінювання проблем та перспектив організації стаціонарних пізнавальних турів у Львові з використанням соціологічних методів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стаціонарний туризм – різновид туризму, пов'язаний з постійним місцем розміщення туриста на увесь період, що спрямований на задоволення рекреаційних потреб. Інші експерти відносять до стаціонарного туризму групові або індивідуальні поїздки без активного пересування маршрутом із перебуванням в одному або двох місцях призначення (морському узбережжі, турбазі), насамперед з оздоровчими цілями або з метою відпочинку [10].

Пізнавальні тури проводяться з метою вивчення культури, історії та визначних пам'яток міста. Організація таких турів є процесом взаємодії туроператора зі всіма постачальниками туристичних послуг (транспорт, розміщення, екскурсії, розваги та ін.). Для прямої організації турів необхідні:

- відмінне володіння працівниками туроператора всією інформацією про особливості роботи постачальників туристичних послуг;
- особисті зв'язки менеджменту туроператора з керівництвом компаній постачальників туристичних продуктів (транспорт, готельєрами, аніматорами та ін.);
- володіння іноземними мовами;
- наявність можливостей легального переведення грошових коштів за кордон [9].

В Україні пряма організація пізнавальних турів, особливо у внутрішньому туризмі, використовується не надто часто. Популярним способом формування такого тур-продукту є робота через посередників – місцевих туроператорів.

Останнім часом спостерігається поступове покращення стану справ у туристичній сфері після економічної кризи, однак велика кількість туристів все ще надає перевагу відпустці без значних фінансових вкладень. Як це не парадоксально, такий вибір лише на користь Львову, перевагою якого для туристів залишається можливість якісного відпочинку за порівняно невеликі кошти [6].

З метою виокремлення основних соціально-економічних проблем організації стаціонарних пізнавальних турів до Львова, насамперед, необхідно проаналізувати результати досліджень низки науковців, що досліджували сучасні проблеми розвитку туристичної сфери міста.

Найчастіше серед проблем, які уповільнюють адаптацію туристичної галузі міста до європейських стандартів, фахівці називають такі:

- часткова відповідність туристичних закладів міжнародним стандартам; перенасиченість автомобільних доріг транспортними засобами у центральній частині міста;
- недостатнє фінансування для реставрації і відновлення історико-культурних, архітектурних пам'яток, раціонального використання та збереження туристично-рекреаційних і природних ресурсів;
- низький рівень транспортних послуг усіх видів, особливо міського сполучення в межах міста; недостатня кількість туристів у певні періоди року;
- недостатня методична, організаційна, інформаційна та матеріальна підтримка суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку центральних органів влади;
- недостатня якість туристичних послуг, невідповідність туристичних закладів міжнародним стандартам;
- недостатня забезпеченість автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною інфраструктурою;
- недосконалість бази даних щодо рекреаційно-туристичних об'єктів та недостатність туристичних карт, інформації, реклами про місто [15].

Ю. Жук та М. Назарук, аналізуючи стан та перспективи розвитку туризму в містах, виокремлюють такі проблеми:

1. Незадовільний стан загальної інфраструктури міст (дороги, водопостачання та водовідведення, теплопостачання, засміченість побутовими відходами) та недостатній рівень розвитку комунікаційної інфраструктури (рівень телефонізації та зв'язку, інформатизації та доступу до мережі Інтернет, транспортного сполучення).

2. Відсутність кваліфікованих кадрів і низька якість підготовки наявних спеціалістів.

3. Недостатнє інформаційне забезпечення та сприяння промоції туризму.

4. Низький рівень ділової активності населення в туристично-рекреаційній сфері малих міст внаслідок надмірного податкового навантаження, великого розміру обов'язкового фінансового забезпечення цивільної відповідальності діяльності туроператорів і туристичних агентів.

5. Проблеми збереження та утримання в належному стані культурно-історичних об'єктів, які становлять туристичну цінність, внаслідок недостатнього державного фінансування.

6. Нескоординованість нормативно-методичних документів планування розвитку туристично-рекреаційної сфери в містах та загальнодержавними програмами і стратегіями розвитку через відсутність кваліфікованих спеціалістів у сфері туризму.

7. Відсутність кластерних утворень в туристичній та рекреаційній сфері, які б дозволили акумулювати фінансові, людські та матеріально-технічні ресурси для надання комплексних туристичних послуг [8].

Серед проблем, що гальмують подальший розвиток туризму у Львові, І. Белявська виокремлює:

- неналежний рівень туристично-рекреаційної інфраструктури;
- незадовільний стан доріг;
- брак професійних кадрів в галузі туризму і рекреації;
- неналежна маркетингова політика у галузі туризму.

Для вирішення цих проблем автор пропонує:

- створити сприятливі економіко-правові та організаційні умови для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в туристичну галузь;
- удосконалити інформаційно-рекламну роботу щодо популяризації та пропаганди туристичної галузі Львівщини на світових туристичних ринках;
- підвищити якість сервісного обслуговування для вітчизняних та іноземних туристів.
- підвищити рівень кваліфікації працівників туристичної галузі [2].

Слід зауважити, що запропоновані різними авторами проблеми мають, головним чином, загальний характер і можуть стосуватися практично усіх міст-дестинацій України. Водночас для вирішення соціально-економічних проблем організації пізнавального туризму в окремому місті потрібен більш ґрунтовний аналіз.

Із цією метою нами було проведено соціологічне дослідження методом анкетного опитування респондентів-туристів, які відвідали місто Львів із пізнавальною метою. Метою проведення опитування було вивчення проблем розвитку пізнавального туризму у Львові. Анкетування проводилось у мережі Інтернет за допомогою сервісу Google Docs. Загальна кількість опитаних – 200 осіб, вибірка – стихійна, методом «снігової кулі».

Переважає більшість респондентів (86%) відповіли, що їх цікавить пізнавальний туризм, 10,5% не визначилися з відповіддю і лише 3,5% відповіли, що їх не цікавить пізнавальний туризм. Однак такі результати, очевидно, пов'язані з тим, що елементи пізнавального туризму у вигляді екскурсій притаманні практично всім видам туризму.

Проаналізувавши сучасний стан туристичного ринку Львова та результати опитування, можна виокремити такі проблеми організації стаціонарних пізнавальних турів: відсутність комфортних умов проживання за доступною ціною; реставрація історичних об'єктів; недиференційовані пізнавальні програми; старіння туристичного продукту; низький розвиток транспортної мережі (інформація про рух громадського транспорту); погана якість автошляхів; відсутня реклама внутрішнього туризму; якість проведення екскурсії; неправильне формування думки про Львів (бойові дії, що тривають на сході України).

За результатами проведеного соціологічного дослідження встановлено, що оптимальний термін стаціонарних турів у Львові – не менше 3-х днів. Програма туру будується в залежності від тематики туру. Основний час приділяється екскурсіям. Для того, щоб туристи залишались в місті на довший час, можна їм запропонувати заміські екскурсії.

За результатами опитування 95,3% респондентів визнали, що найбільше у Львові їх приваблює сама архітектура міста. Очевидно це пов'язано з тим, що на сьогоднішній день майже 55% всіх пам'яток архітектури України перебувають у Львові. Також з відповідей респондентів можна зробити висновок, що туристів приваблюють у Львові фестивалі і свята (64,3%). На культуру і побут населення туристи також звертають значну увагу (50%). Найменшу увагу туристи звертають на ціни на туристичні послуги (9,5%), готелі та інші заклади розміщення (7,1%) та природні умови (4,8%).

За результатами проведеного соціологічного опитування за різними категоріями респондентів можна зробити висновок, що найбільш популярними туристичними об'єктами є: Олеський замок, Підгорецький замок, Золочівський замок та Урицькі скелі (Тустань). Водночас, варто звернути увагу, що мешканці Львівської області дещо недооцінили Урицькі скелі (Тустань) для розвитку пізнавального туризму, порівняно з іншими категоріями респондентів.

Багато туристичних фірм пропонують різноманітні заміські пізнавальні тури. Основними туристичними атракціями довкола Львова є Олеський, Золочівський та Підгорецький замки. Найбільш популярними заміськими екскурсійними маршрутами є «Золота Підкова», «Урицькі скелі», «Крехівський монастир», «Страдчанська печера», «Свірзький замок». Варто зауважити, що хоча згадані маршрути і популярні серед туристів, їх охоплення подорожуючими, які зупинилися у Львові більш, ніж на 3 дні, невелике. Пов'язано це, насамперед, з тим, що більшість туристів, які залишаються у Львові на більш тривалий термін, мають на меті вирішення ділових питань, а не

задоволення пізнавальних потреб. Дуже часто такі туристи, якщо й відвідують туристичні атракції регіону, роблять це самостійно без участі туристичних підприємств.

Одна з важливих проблем організації пізнавального туризму – оптимальне прокладання маршрутів екскурсійних турів. В економічно розвинених країнах такі завдання вирішуються досить просто за допомогою електронних картографічних сервісів, однак у Львові подібний підхід зазвичай не спрацьовує через різну якість автошляхів. Поїздка поганою дорогою призводить до перевтоми туристів. А це, у свою чергу, позначається на привабливості туристичної програми та її вартості.

Розміщення туристів є одним із важливих елементів організації стаціонарних турів. Необхідною умовою для організації пізнавальних турів в Львові є ефективне функціонування готельної індустрії. Істотним недоліком місцевих готельних закладів є низька культура обслуговування, порівняно високі ціни за проживання та недосконалий сервіс. Тому внутрішні туристи у Львові переважно зупиняються в орендованих квартирах або хостелах. Водночас іноземні туристи головним чином поселяються в готелях, оскільки більше потребують комфорту і безпеки.

Об'єкти харчування – другий за важливістю елемент туристичної подорожі. Під час стаціонарних турів частіше пропонується напівпансіон або (рідше) тільки сніданок. При цьому треба врахувати, що низка екскурсійних і розважальних заходів містить обід або вечерю (наприклад, у вигляді дегустації). Загалом обов'язковим під час проживання туриста є лише сніданок, тому велика частина закладів гостинності включає цю послугу у вартість розміщення.

Актуальною проблемою не лише для місцевого населення, а й для туристів, у Львові є транспорт. Бракує інформаційних таблиць або електронних таблиць з інформацією про маршрути та графік руху міського транспорту іноземними мовами. Для зручності і кращого обслуговування туристів необхідно запровадити систему електронних квитків. Великою проблемою у Львові є відсутність місць для паркування туристичних автобусів в центральній частині міста. Значно погіршує мобільність туристів в межах міста відсутність єдиної мережі автобусних маршрутів, які б сполучали три основні транспортні вузли міста – аеропорт, залізничний вокзал і автовокзал. Потребує невідкладного вирішення проблема з паркуванням приватного транспорту в центральній частині міста. З одного боку, переважання запаркованими автомобілями вулиць не дає змоги повноцінно проводити екскурсії і оглядати історико-архітектурні об'єкти, а з іншого – створює проблему для використання туристами орендованого автотранспорту.

Вагомий вклад у розвиток Львівської туристичної дестинації може зробити внутрішній туризм. Однак для цього необхідна якісна і ефективна реклама стаціонарних пізнавальних турів. Потрібно використовувати соціальну рекламу, а також розробляти спеціалізовані сайти і оперативно наповнювати їх інформацією. Крім того, важливою є реклама в соціальних мережах, для якої слід використовувати наочні засоби, що показують переваги туристичних послуг, які доступні у Львові. Для ефективної промоції нового туру, його необхідно описати якомога яскравіше, створивши особливий образ – бренд. З метою представлення туристичного потенціалу міста в інших регіонах України та за кордоном можна організувати презентації, семінари та інші заходи, розширювати представництво туристичних інституцій міста на міжнародних спеціалізованих виставках і ярмарках. Доцільною є також організація інформаційних пізнавальних турів для представників засобів масової інформації і туристичних компаній з інших країн.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, проаналізувавши сучасний стан туристичного ринку Львова та результати проведеного опитування, можна виокремити такі соціально-економічні проблеми організації стаціонарних пізнавальних турів:

- 1) відсутність комфортних умов проживання за доступною ціною;
- 2) реставрація історичних об'єктів;
- 3) недиференційовані пізнавальні програми;
- 4) старіння туристичного продукту;
- 5) низький розвиток транспортної мережі, зокрема комунального громадського транспорту;
- 6) погана якість автошляхів;
- 7) відсутня реклама внутрішнього туризму;
- 8) нестабільна якість проведення екскурсій;
- 9) недостовірне формування громадської думки про Львів як небезпечне для туристів місто.

Водночас Львів має значний потенціал для розвитку внутрішнього пізнавального туризму. Однак необхідно підвищити рівень обслуговування туристів до європейських стандартів; розробляти нові програми стаціонарних пізнавальних турів. Потрібна також доступна практична інформація для туриста щодо транспортних послуг, харчування та проживання у місті і регіоні.

Література

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ: КНУ ім. Т. Шевченка, 2001. 395 с.
2. Белявська І. Проблеми та шляхи вирішення туристичної і курортно-рекреаційної сфери міста.

URL: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17351/1/242-243.pdf> (дата звернення: 26.04.2019).

3. Вишнеvsька Г.Г. Потенціал культурно-пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. Вип. 19(2). С. 192-196.
4. Голод А.П. Безпека регіональних туристичних систем: теорія, методологія та проблеми гарантування: монографія. Львів: ЛДУФК, 2017. 350 с.
5. Голод А.П., Федоришина Л.М. Соціальні проблеми організації міжнародного в'їзного туризму в Україні. *Сталий розвиток економіки: міжнар. наук.-виробн. журнал*. 2019. № 1(42). С. 115-121.
6. Горбаль Н.І., Ліпей В.М., Спольська З.В. Туризм у Львові: реалії та перспективи розвитку. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. 2014. № 790. С. 36-41.
7. Дрогомирецька М.І. Культурно-пізнавальний туризм і його роль у стійкому розвитку регіонів. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.)*. С. 68-69.
8. Жук Ю.І., Назарук М.М. Проблеми та перспективи розвитку туризму в малих історичних містах Львівської області. *Матеріали X Всеукраїнських наукових Таліївських читань*. Харків, 2014. С. 66-71.
9. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демюра Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту. Київ: Кондор, 2009. 394 с.
10. Кляп М.П., Шандор Ф.Ф. Сучасні різновиди туризму. Київ: Знання, 2011. 334 с.
11. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ: Альтерпрес, 2002. 436 с.
12. Савранчук Л.А. Перспективи залучення історико-культурних ресурсів Івано-Франківської області у туристичну галузь краю. *Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому*. 2014. № 18. С. 136-142.
13. Черчик Л.М. Сучасні реалії формування та розвитку регіональних рекреаційних систем в умовах посилення інтеграційних процесів. *Економічний форум*. 2012. № 4. С. 228-236.
14. Школа І.М., Ореховська Т.М., Корольчук О.П., Кифяк В.Ф. Розвиток туристичного бізнесу регіону: монографія. Чернівці: Книги–XXI, 2007. 291 с.
15. Що заважає Львову стати туристичним центром? URL: https://zaxid.net/shho_zavazhaye_lvovu_stati_turistichnim_tsentrom_n1039009 (дата звернення: 25.04.2019).

References

1. Beidyk, O.O. (2001), *Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia* [Recreational and tourist resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning], KNU im. T. Shevchenka, Kyiv, Ukraine, 395 p.
2. Bieliavska, I. "Problems and ways of solving of the tourist and recreation sphere of the city", available at: <http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/17351/1/242-243.pdf> (access date April 26, 2019).
3. Vyshnevskaya, H.H. (2013), "Potential of cultural and cognitive tourism in preserving the cultural heritage of Ukraine", *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, Iss. 19(2), pp. 192-196.
4. Holod, A.P. (2017), *Bezpeka rehionalnykh turystychnykh system: teoriia, metodolohiia ta problemy harantuvannia* [Security of regional tourism systems: theory, methodology and guarantee problems], monograph, LDUFK, Lviv, Ukraine, 350 p.
5. Holod, A.P. and Fedoryshyna, L.M. (2019), "Social problems of organization of international inbound tourism in Ukraine", *Stalyi rozvytok ekonomiky: mizhnar. nauk.-vyrobn. zhurnal*, no. 1(42), pp. 115-121.
6. Horbal, N.I., Lipei, V.M. and Spolska, Z.V. (2014), "Tourism in Lviv: realities and prospects of development", *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika"*, no. 790, pp. 36-41.
7. Drohomiretska, M.I. (2014), "Cultural and cognitive tourism and its role in the sustainable development of regions", *Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy dop. Mizhnar. nauk.-prakt. konf.* [Tourism: realities and perspectives of sustainable development: materials of the report International scientific and practical conference], (Kyiv, 23–24 October 2014), pp. 68–69.
8. Zhuk, Yu.I. and Nazaruk, M.M. (2014), "Problems and prospects of tourism development in small historical cities of Lviv region", *Materialy X vseukrainskykh naukovykh Taliivskykh chytan*, Kharkiv, Ukraine, pp. 66-71.
9. Kariahin, Yu.O., Tymoshenko, Z.I., Demura, T.O. and Munin, H.B. (2009), *Marketynh turproduktu* [Marketing of tourist products], Kondor, Kyiv, Ukraine, 394 p.
10. Klyap, M.P. and Shandor, F.F. (2011), *Suchasni riznovydy turyzmu* [Modern varieties of tourism], Znannia, Kyiv, Ukraine, 334 p.
11. Liubitseva, O.O. (2002), *Rynok turystychnykh posluh (heoprostorovi aspekty)* [Market of tourist services (geospatial aspects)], Alterpres, Kyiv, Ukraine, 436 p.
12. Savranchuk, L.A. (2014), "Perspectives of attraction of historical and cultural resources of Ivano-Frankivsk region in the tourist industry of the region", *Visnyk DITB. Serii: Ekonomika, orhanizatsiia ta upravlinnia pidpriemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi haluzi v tsilomu*, no. 18, pp. 136-142.

13. Cherchyk, L.M. (2012), "Modern realities of formation and development of regional recreational systems in the conditions of strengthening of integration processes", *Ekonomichnyi forum*, no. 4, pp. 228-236.

14. Shkola, I.M., Orekhovska, T.M., Korolchuk, O.P. and Kyfiak, V.F. (2007), *Rozvytok turystychnoho biznesu rehionu* [Development of tourism business in the region], Knyhy–XXI, Chernivtsi, Ukraine, 291 p.

15. "What prevents Lviv from becoming a tourist center?", available at: https://zaxid.net/shho_zavazhaye_lvovu_stati_turistichnim_tsentrom_n1039009 (access date April 25, 2019).

Стаття надійшла до редакції 03.05.2019 р.

*Рецензент: д-р екон. наук, доцент Науково-дослідного центру
митної справи НДІ ФП УДФСУ Л.М. Федоришина*