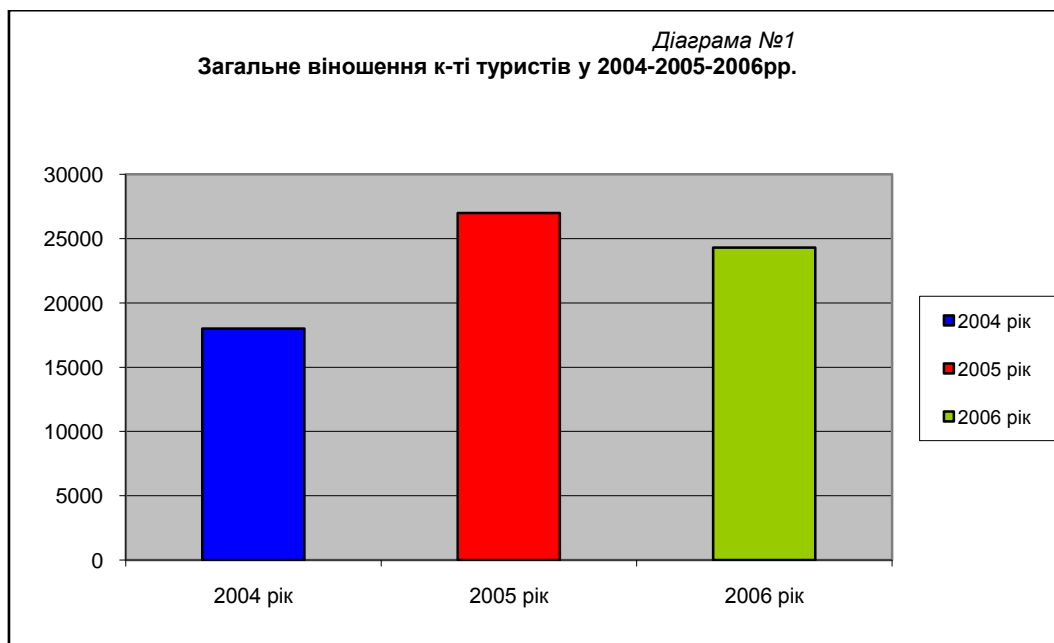


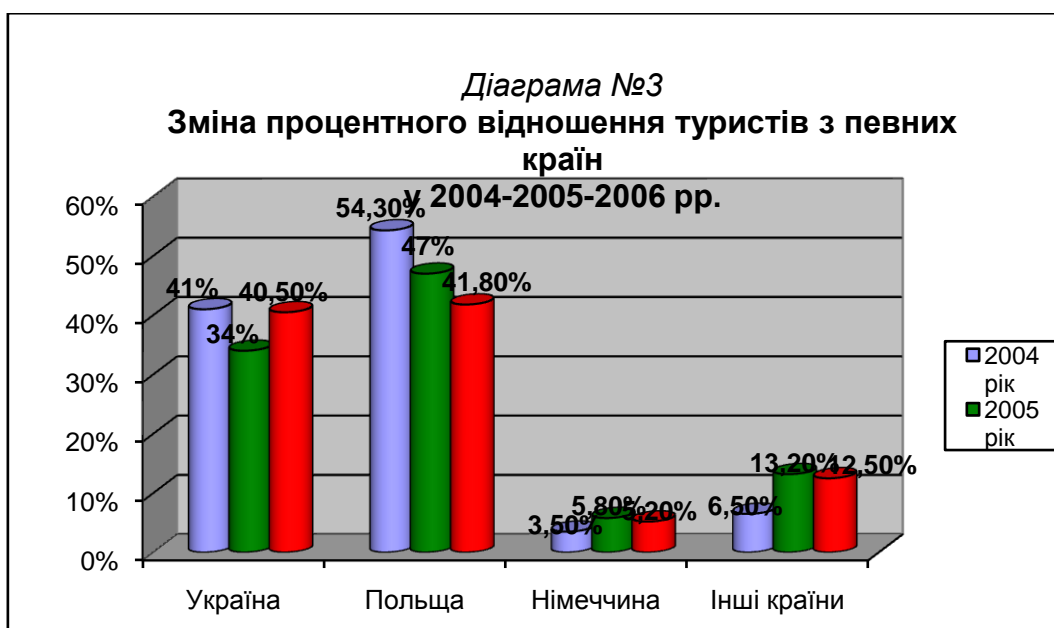
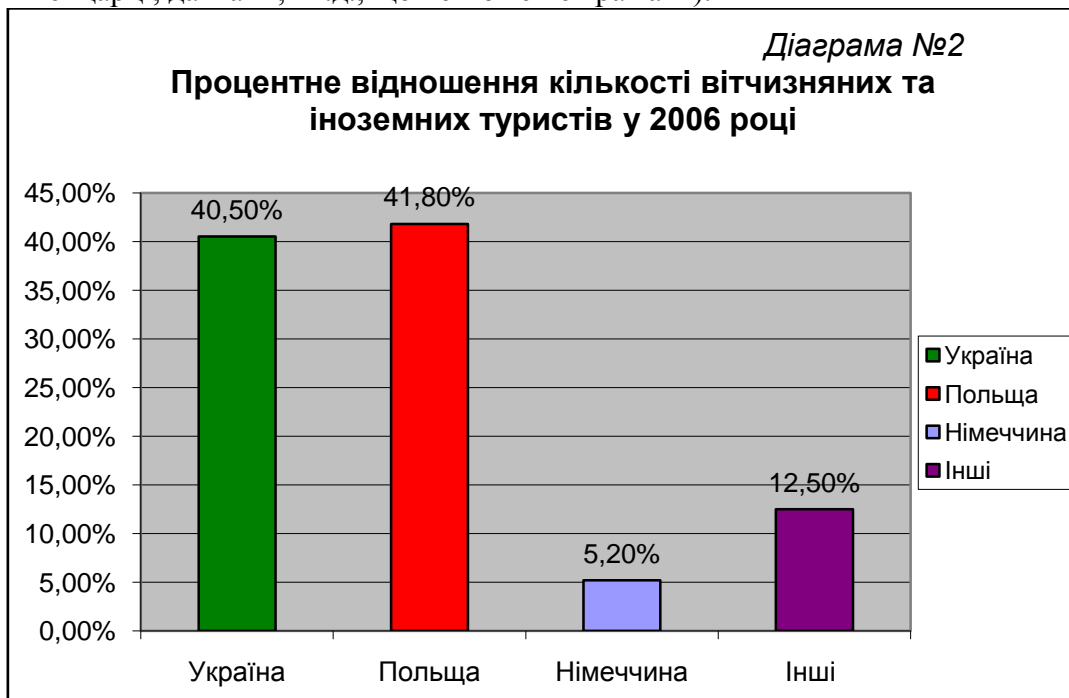
ДОДАТОК

Протягом 2004, 2005 та 2006 років Комунальне підприємство Жовківської міської ради „Туристичний Інформаційний Центр” (далі ТІЦ) проводило моніторинг туристичних потоків до м. Жовкви, ціллю якого було отримання реальних статистичних даних, які в кінцевому результаті були б основою для побудови правильної стратегії дій Туристичного Інформаційного Центру для забезпечення якісними туристичними послугами відвідувачів міста та його розвитку, як пріоритетного соціально-важливого об’єкту на території Жовківського району. Дане дослідження стане також базовим статистичним документом, котрий буде мати великий вплив для прийняття рішень інвесторів, котрі захочуть вкладати свої фінансові та матеріальні фонди для створення туристичної інфраструктури в місті (створення готелів, атракціонів, відкриття туристичних бюро подорожей та екскурсій і т.д.). Дякуючи чіткості та наполегливості працівників ТІЦу, які працювали 7 днів на тиждень протягом усього року, можемо стверджувати, що Жовква являється туристичним центром, популярність якого зростає з кожним роком, що в свою чергу змушує нас на якісно вищому рівні готуватися до зустрічі гостей в наступному році! Жовква являється лицем не тільки мешканців та влади цього міста, а й цілої України. Більшість маршрутів, котрі ведуть через місто розпочинаються або закінчуються нашим містом – а, як відомо, перше та останнє враження є найбільш незабутніми. Потрібно зробити все, що ми запам’яталися з якнайкращої сторони!

Отож, протягом 2006 року Жовкву відвідало 24,297 туристів (див. **Діаграма №1**), що є на 35% більше, ніж протягом відповідного терміну 2004 року та на 10% менше, ніж у 2005 році. 2005 рік був надзвичайно продуктивним у плані відвідування міста через фактор Помаранчевої революції, коли Україна набула великої популярності серед туристів країн західної Європи; а завдяки відкритості кордонів (відміна віз) до України почали приїжджати навіть зі США та Австралії. Однак 2006 рік засвідчив, що до країни втратився інтерес, насамперед відвідувачами з Польщі. На нашу думку, це пов’язано з тим, що більшість туристів із цієї країни – це так званий сентиментальний вид туризму, який вже є на своєму спаді. За 2 роки в Україні так і не відбулося якихось кардинальних змін у кількості та якості надаваних туристичних послуг, причому вартість їх неупинно зростає і зростає, що, часом, є необґрунтованим. Ціни доходять до Європейських!

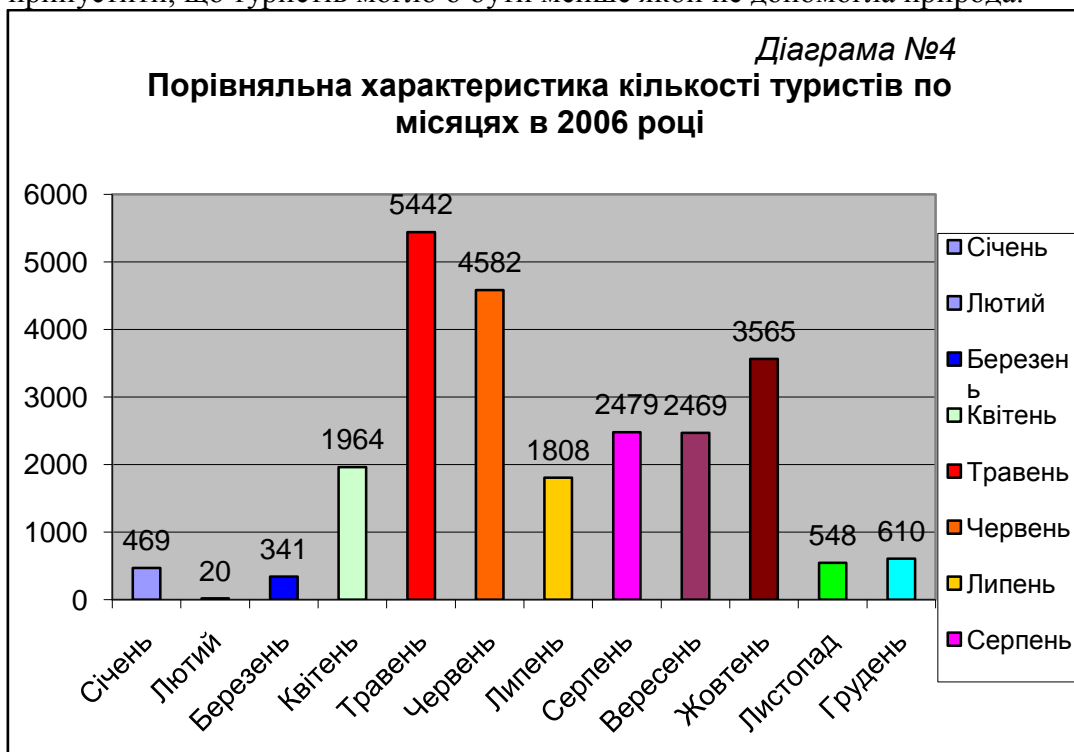


Найбільш чисельною групою туристів являється як і в попередньому році польська – вона становить 41,8% всіх відвідувачів, що є на 5,2% менше, ніж в 2005 році та на 12,5% менше, ніж у 2004 році. (див. **Діаграма №2, №3**), на другому місці серед гостей йдуть українці – 40,5% (на 6,5% більше, ніж у 2005 році та на 0,5% менше, ніж у 2004 році). Відносно вагомою групою в даному періоді є німецька – 5,2% (на 0,5% менше, ніж у 2005 році) та туристи з низки інших країн – 12,5%, що є на 0,7% меншим періоду 2005 року та на 6% більше, ніж у 2004 році. В перелік відвідувачів з інших країн входять (білоруси, росіяни, литовці, французи, латиші, чехи, англійці, італійці, канадці, шведи, ізраїльтяни, корейці, американці, японці, іспанці, угорці, португальці, норвежці, австрійці, голанці, швейцарці, датчани, і т.д., що не може не вражати).

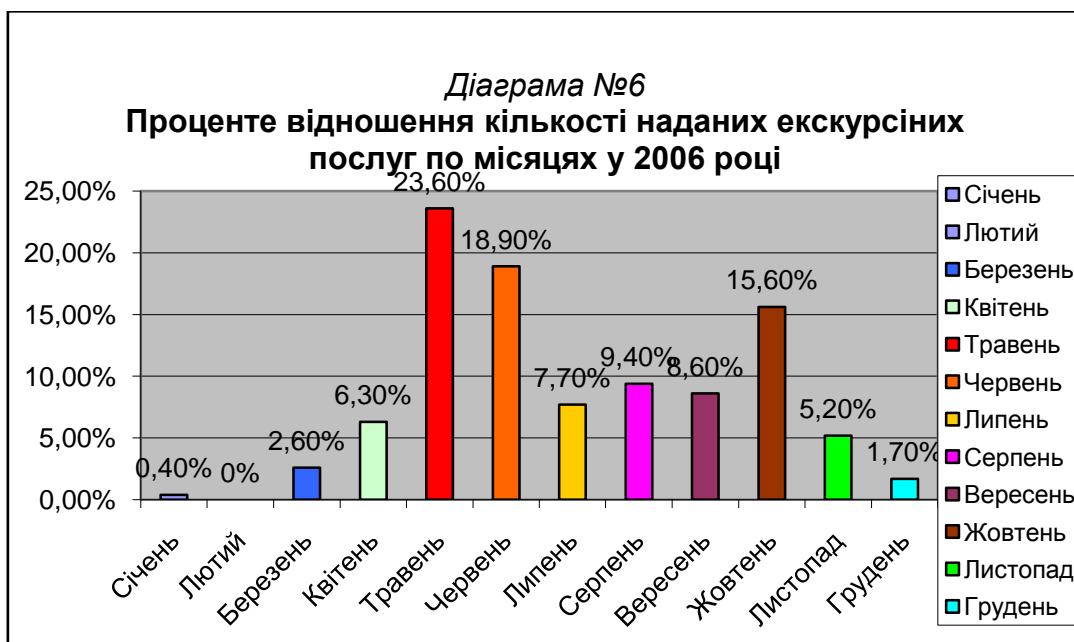


Цікаво виглядає картина із станом відвідування Жовкви туристами по місяцях. Отримані дані показують, що найбільш напруженим місяцем туристичних мандрівок до міста являється, як і в попередніх роках, травень – 5442 чоловік, що на 3458 менше, ніж у 2005 році, що складало 22,4% усіх туристів (на 10,6% менше періоду 2005 року усієї

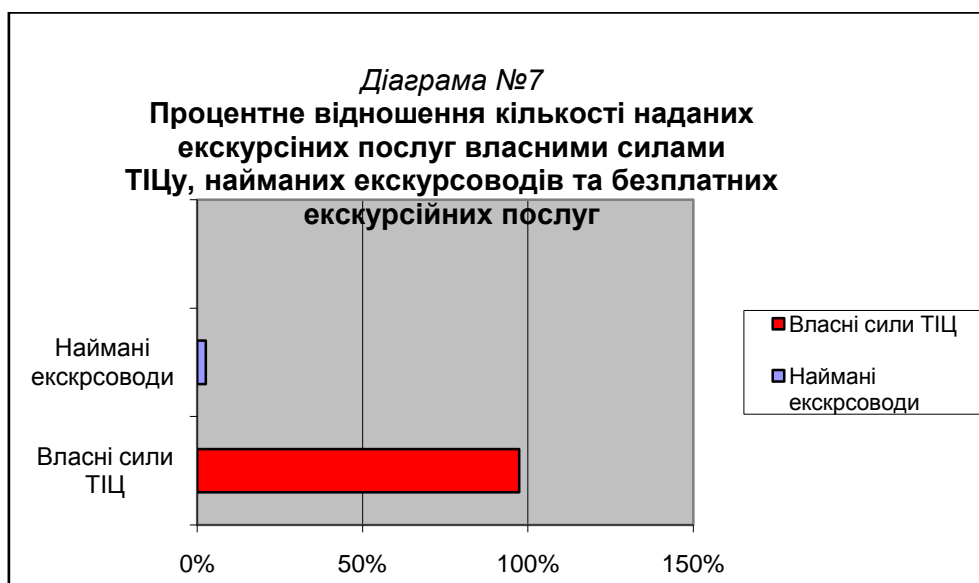
кількості відвідувачів (див. Діаграма №4, №5). Цього року травень місяць вже не відповідав відкриттю туристичного сезону, - ним став квітень. Протягом цього місяця відвідувачів було більше, ніж у липні на 156 чоловік. Це означає, що сезон цього року тривав на 2! місяці більше – з квітня по листопад включно, що у підсумку дає нам 8 місяців. Насамперед дана ситуація пов'язана з надзвичайно теплою погодою. Можна припустити, що туристів могло б бути менше якби не допомогла природа.



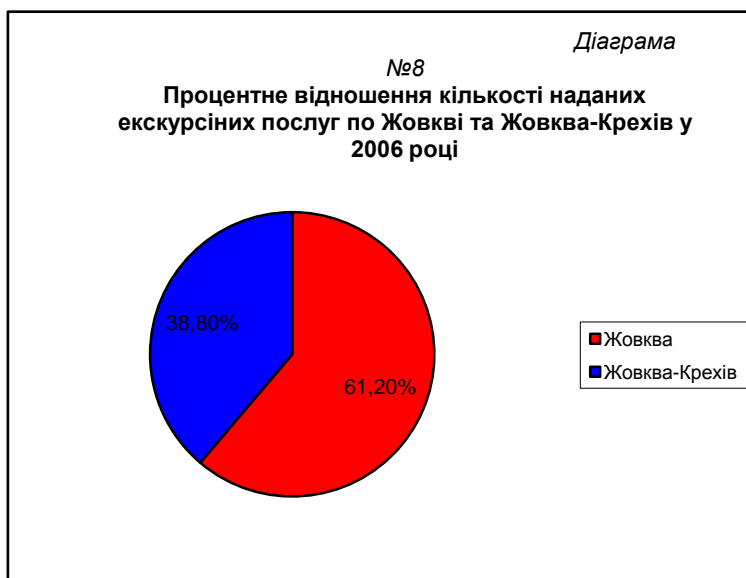
У 2006 році найбільш ефективним місяцем відносно кількості наданих послуг був, звичайно, травень – 23,6% всіх екскурсій, на другому місці ним був червень – 18,9% і жовтень – 15,6%. Найменша кількість екскурсій була надана в лютому. (див. Діаграма №6)



Екскурсійні послуги надавали як власні (97%) екскурсороводи ТІЦу так і наймані (3%) (див. Діаграма №7) З усієї кількості екскурсій безплатні склали 5%.

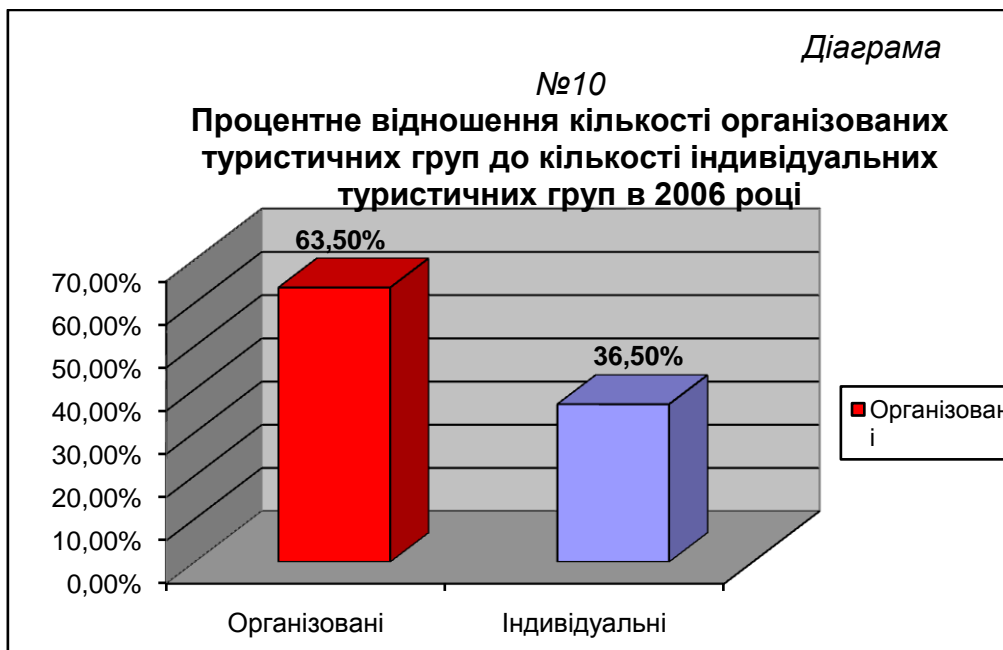


61,2% екскурсійних послуг надавались згідно екскурсійної програми по Жовкві і близько 40% „Жовква-Крехів” (див. Діаграма №8).

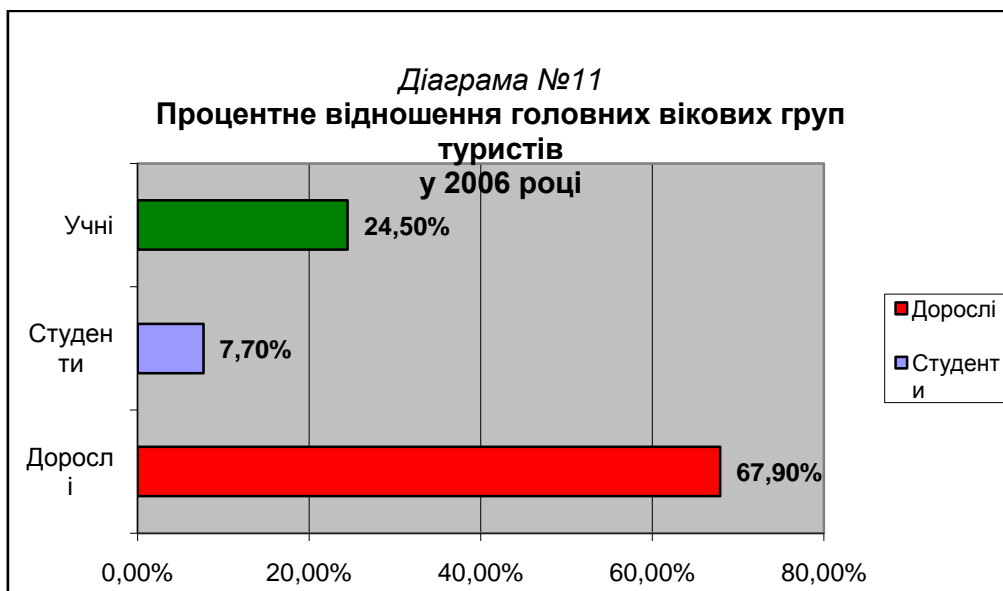


Хотілося б відмітити, що основний контингент туристів, котрі користувалися екскурсійними послугами, склали індивідуальні групи (до 10 чоловік, сім'я і т.д.).

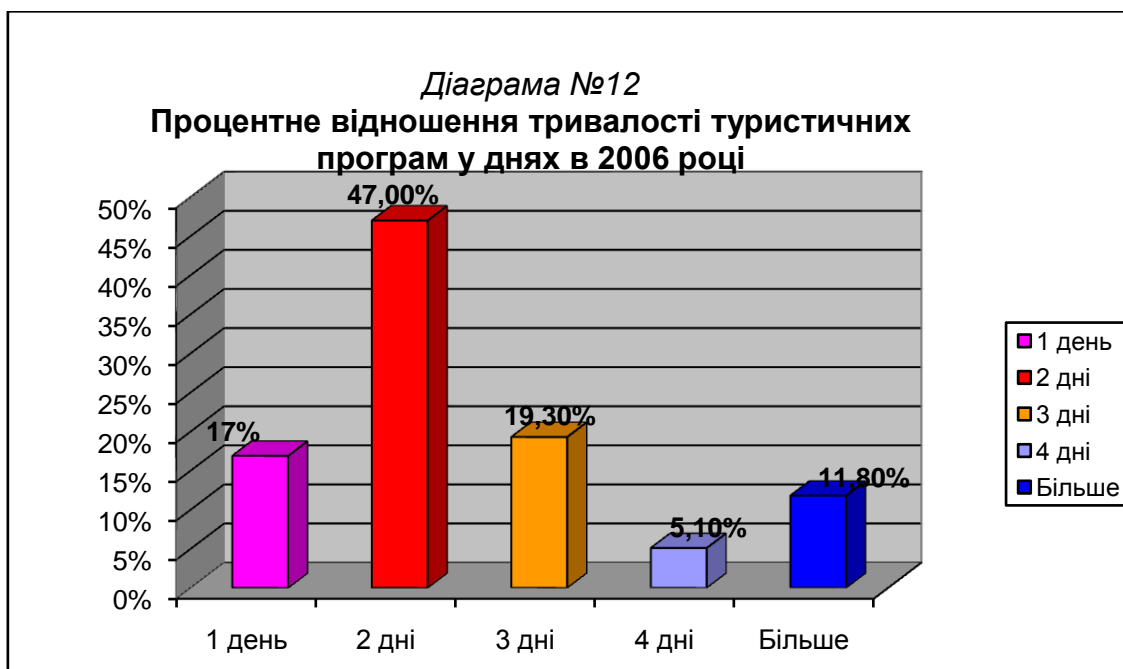
У процентному відношенні індивідуали склали близько 36,5% від усієї кількості туристів (див. Діаграму №10)



Серед вікових категорій, переважає доросла (67,9%), учні (24,5%) та студенти (7,7%) (див. Діаграму №11)



Тривалість туристичних програм в основному коливається від одного до чотирьох днів. Найбільш популярними та зручними програмами є такі, які тривають 4 дні – 47% (Золота Підкова Львівщини, Карпати). Програми, які тривають більше ніж 4 дні є зручними для індивідуальних туристичних груп, котрі самі собі планують маршрут подорожі (11,8%).



У підсумку, приходимо до висновку, що даний моніторинг слід продовжувати, для того, щоб мати постійно актуальну інформацію про стан туристичної сфери міста. На жаль Жовква ще досі не змогла хоча б мінімально впливати на процес становлення та прогнозування туристичних потоків до міста. В більшості випадків ТІЦ діє інтуїтивно „на дотик”. Бракує знань. Однак цей моніторинг буде однією з частин розробки „Стратегії розвитку туризму у Жовківському районі” Українським інститутом підприємництва (Київ).

„Хто володіє інформацією – той володіє світом!”

17.01.2007р.

Звіт моніторингу склав директор

„ТІЦ” Л. С. Кравець