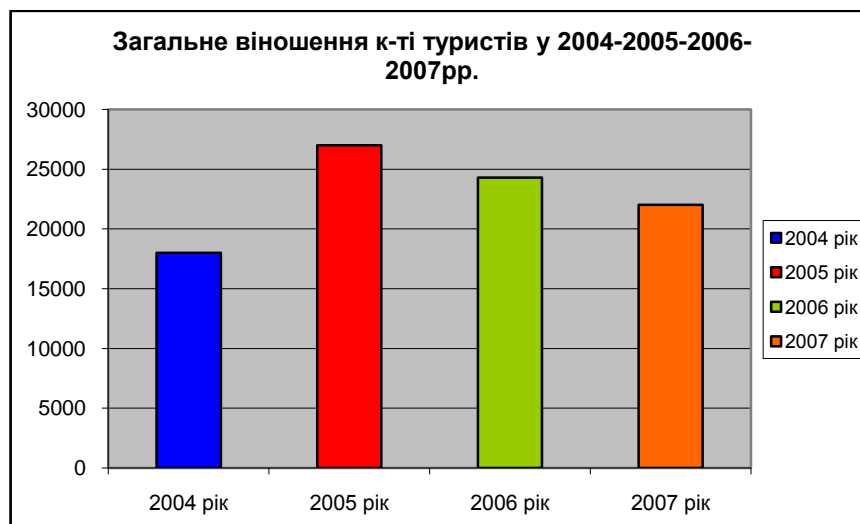


ДОДАТОК

Протягом 2004, 2005, 2006 та 2007 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 міста так і самого ТІЦ, щоб забезпечити якісними туристичними послугами відвідувачів міста, розвитку туризму, як пріоритетного соціально важливої сфери 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!

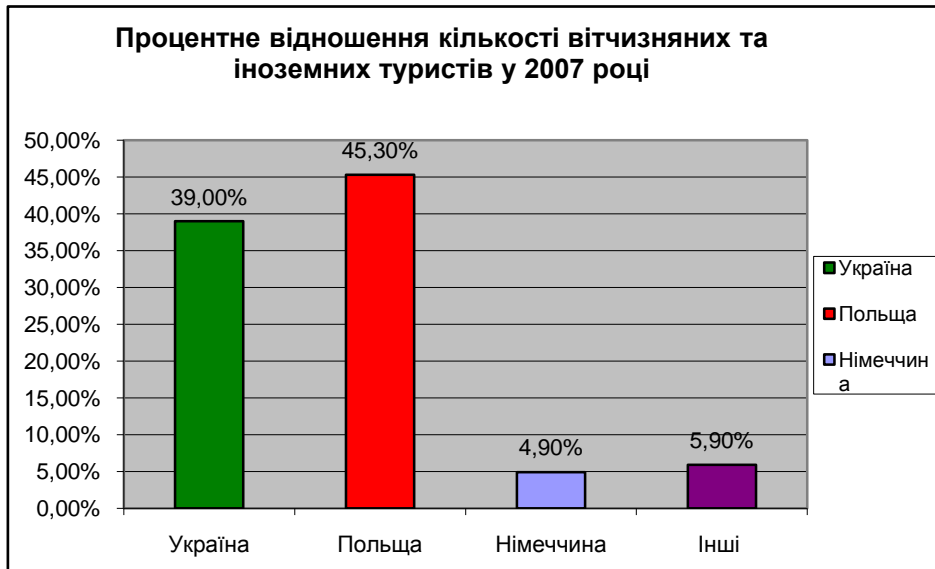
Отож, протягом 2007 року Жовкву відвідало 22,014 туристів (див. **Діаграма №1**), незначне зменшення кількості відвідувачів у порівнянні з минулим роком пов’язане, перш за все, відсутністю скоординованої стратегії розвитку туризму у місті та районі, котра б перепліталася з усіма дієвими особами: підприємцями, громадськими організаціями, комунальною сферою та органами влади. Чималий вплив мала політична ситуація 2007 року у державі, що негативно відбилася на її іміджі у світі, так як спад туристів якраз і намітився з України та з країн заходу, крім Польщі, де спостерігається навіть збільшення. 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. 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 3 роки в Україні так і не відбулося якихось кардинальних змін у кількості та якості надаваних туристичних послуг, причому вартість їх неупинно зростає, що, часом, є необґрунтованим. Ціни вже перестрибують Європейські! Необхідно приділяти більше уваги фахівцям у галузі туризму, плануванні, молодим активістам, заохочувати їх до роботи в місті, що дало би основу для не тільки створення туристичних продуктів на території міста та району, а ще й втілення їх у життя.

Діаграма №1

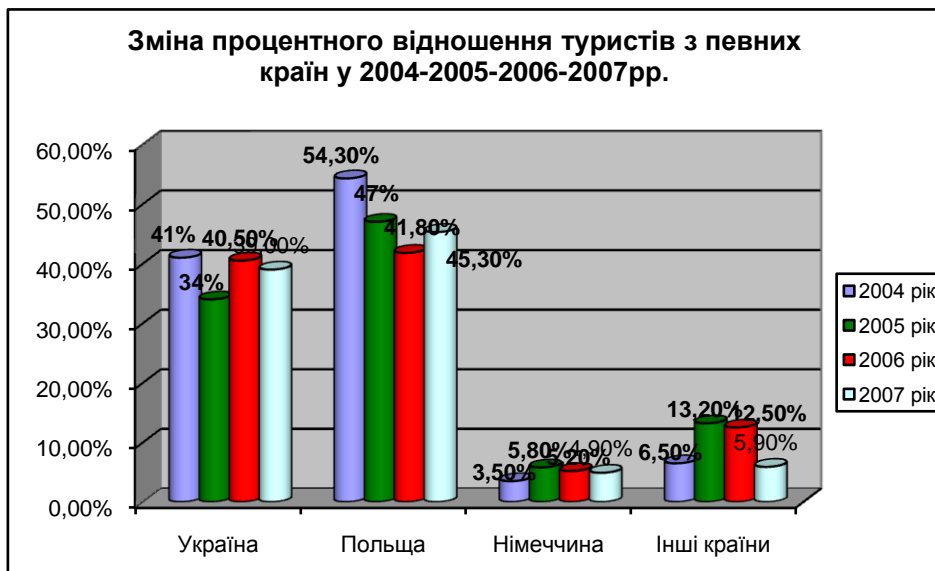


Найбільш чисельною групою туристів являється як і в попередньому році польська – вона становить 45,3% всіх відвідувачів, що є на 3,5% більше, ніж в 2006 році. (див. **Діаграма №2, №3**), на другому місці серед гостей йдуть українці – 39%. Відносно вагомою групою в даному періоді є німецька – 5,2% (на 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).

Діаграма №2



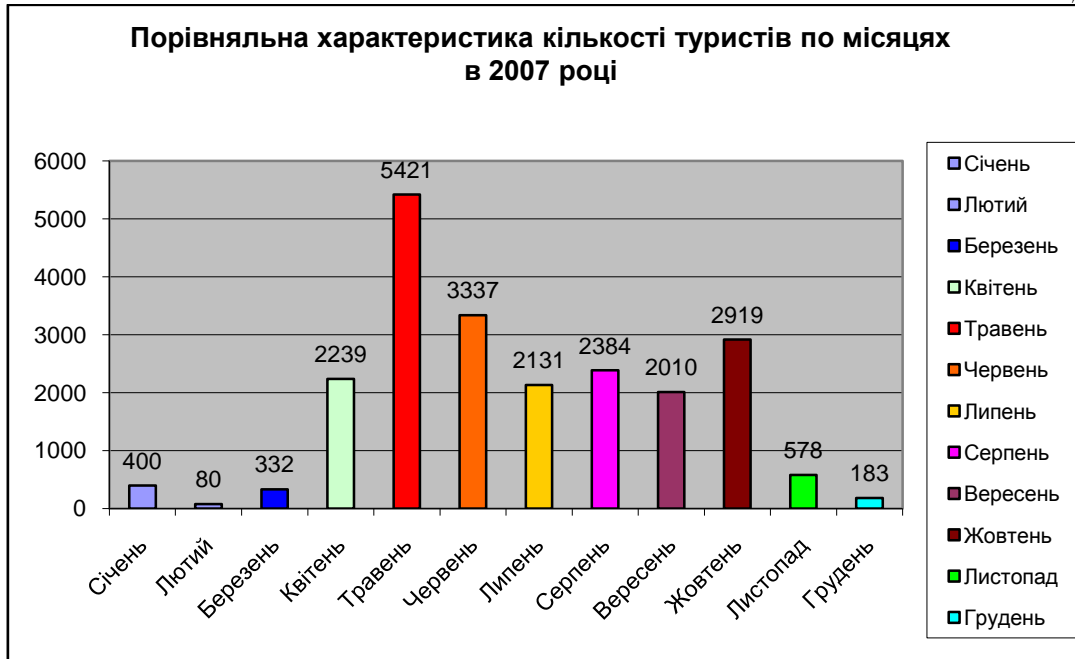
Діаграма №3



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 – 5421 чоловік, що є практично таким ж як у 2006 році, але склало вже 24,6% усіх відвідувачів за цілий рік (в 2006 році 22,4% усіх туристів на 10,6% менше періоду 2005 року усієї кількості відвідувачів (див. **Діаграма №4, №5**). Відкриттям туристичного сезону як і в 2006 році став квітень. Протягом цього місяця відвідувачів було більше, ніж у липні на 108 чоловік. Вкрай незадовільним став грудень в числі туристів, у зв'язку з різким похолоданням, що має пряме відношення до

такого чутливого ринку, як туризм. Припущення 2006 року, що погода впливає на туристичний рух справдилось.

Діаграма №4

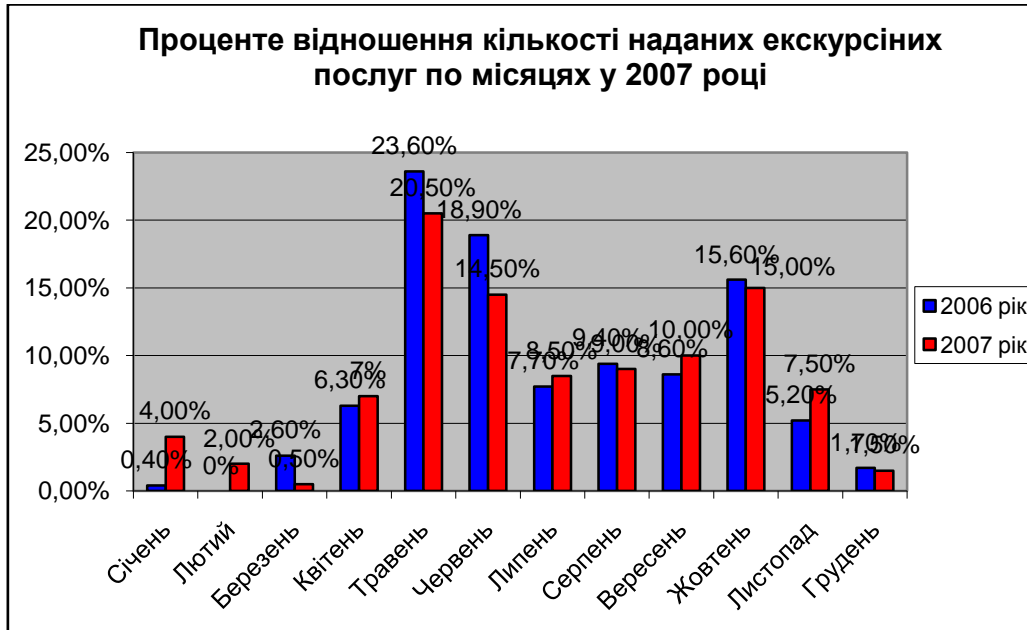


Діаграма №5

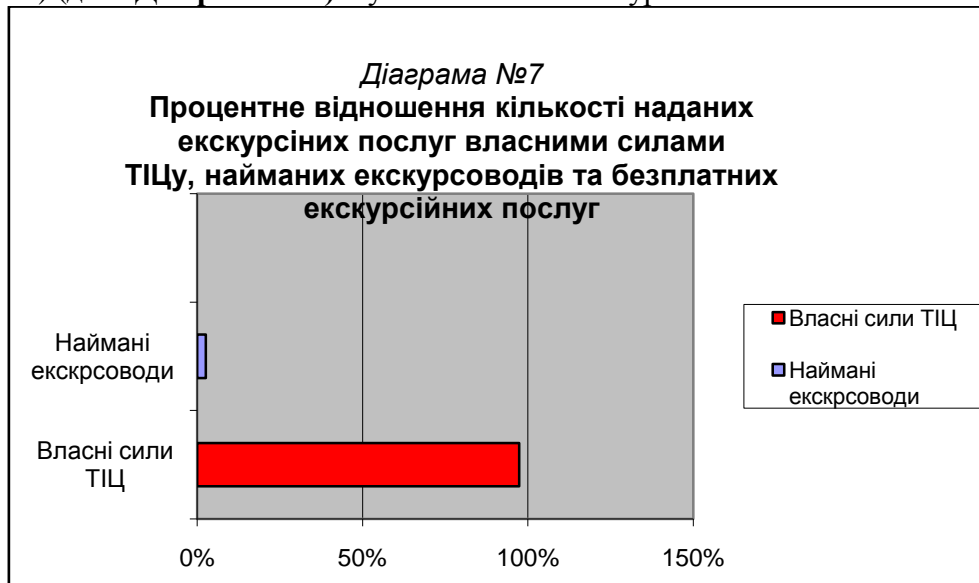


У 2007 році найбільш ефективним місяцем відносно кількості наданих послуг був, звичайно, травень – 20,5% всіх екскурсій, що на 3,1% менше попереднього, на другому місці ним був жовтень – 15,0% і червень – 14,5%. Найменша кількість екскурсій була надана в лютому. Загалом було екскурсійних послуг було надано менше на 20%, через нестачу екскурсиводів зі знанням іноземних мов. (див. Діаграма №6).

Діаграма №6



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



59,9% екскурсійних послуг надавались згідно екскурсійної програми по Жовкві, близько 36,5% „Жовква-Крехів” і „Жовква-Крехів-Страдч” – 3,6% (див. **Діаграма №8**).

Діаграма №8

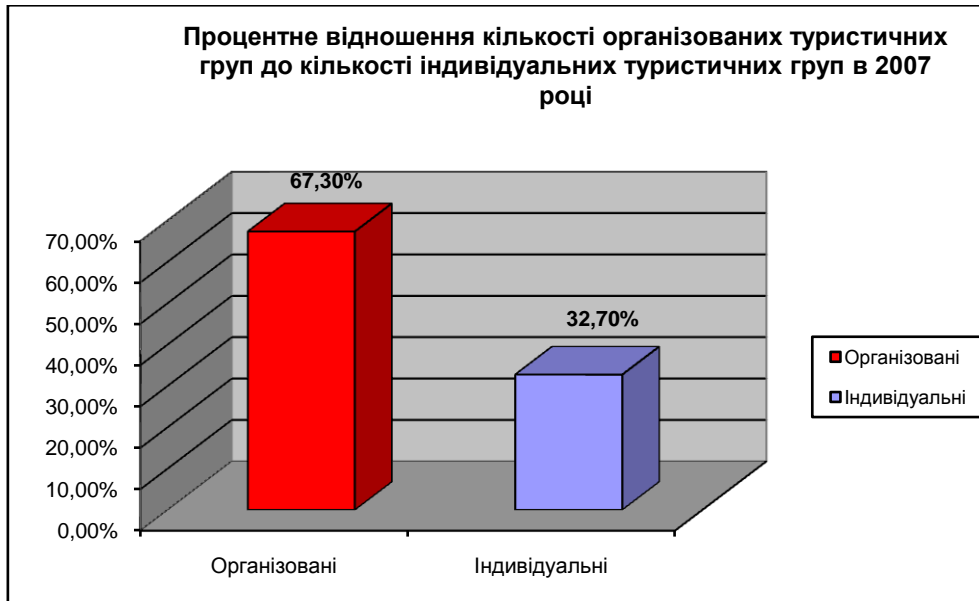


Екскурсійні послуги ТЩ користуються попитом, насамперед серед категорії учнів. Зменшення груп з Польщі не позначилося на кількості екскурсій, оскільки поляки практично ніколи не користуються послугами місцевих екскурсоводів (хоча складають більшість усіх туристичних потоків до міста), надаючи перевагу своїм гідам та пілотам (т. з. „Піратський туризм”), що завдає великих фінансових, культурних та історичних збитків українській стороні. Приймаючи „Правила ведення екскурсійної діяльності на території Жовківського історико-архітектурного заповідника” дозволило б систематизувати та врегулювати цю важливу сферу місцевого бізнесу і забезпечити багатьох кваліфікованих екскурсоводів місцем праці.

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 32,7% на 3,8% менше, ніж у 2007 році. Можливо саме з цієї причини екскурсійних послуг було надано менше. (див. Діаграму №9)

Діаграма №9

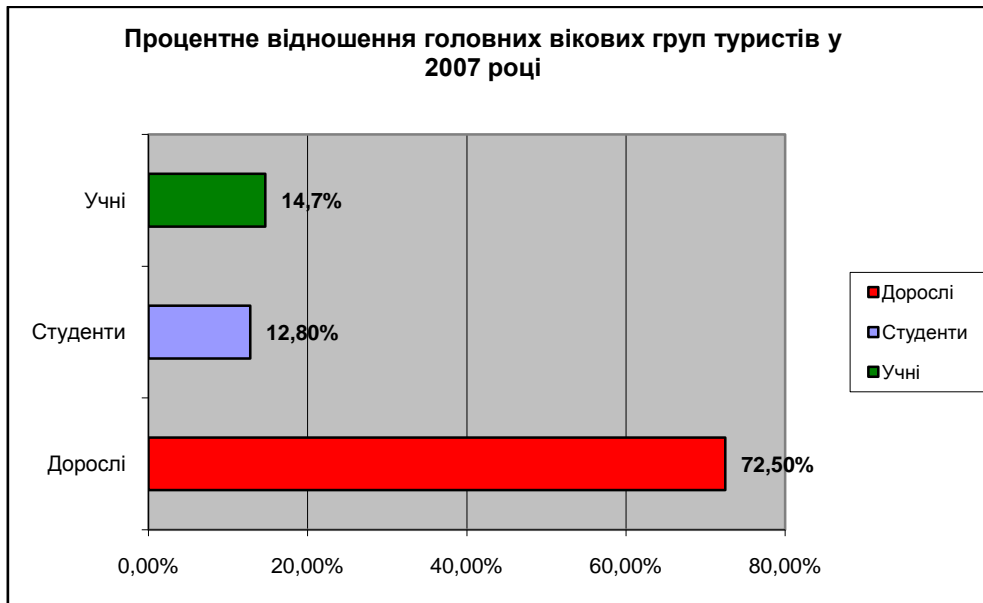


Діаграма №10

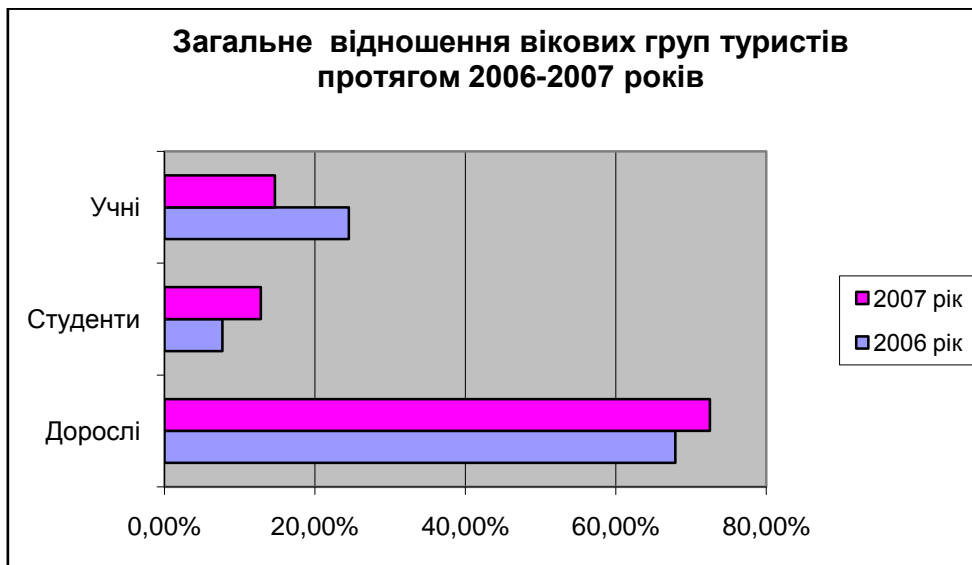


Серед вікових категорій, переважає доросла (72,5% на 4,6% більше, ніж у 2006 році), учні (14,7% на 9,8% менше, ніж у 2006 році) та студенти (14,7% на 7% більше, ніж у 2006 році) (див. Діаграму №11)

Діаграма №11

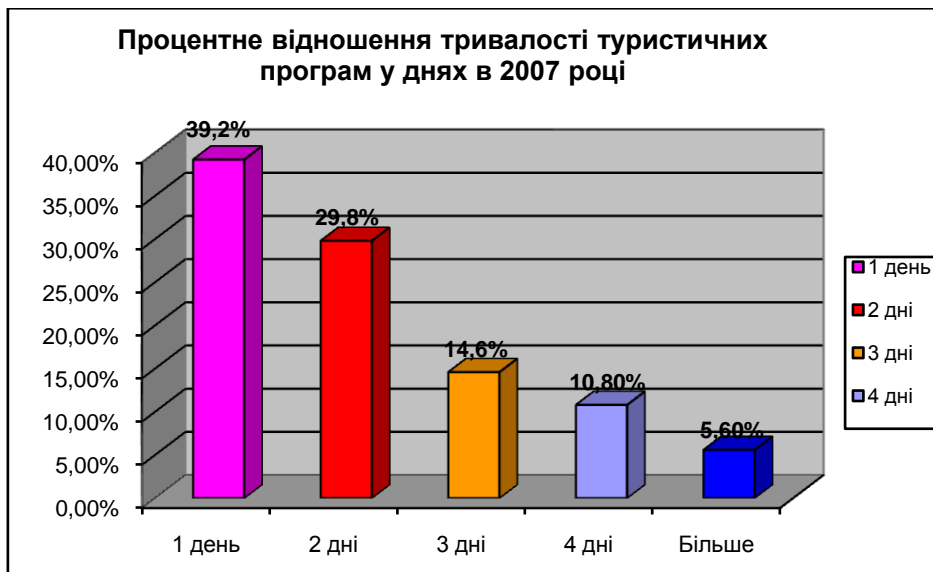


Діаграма №12

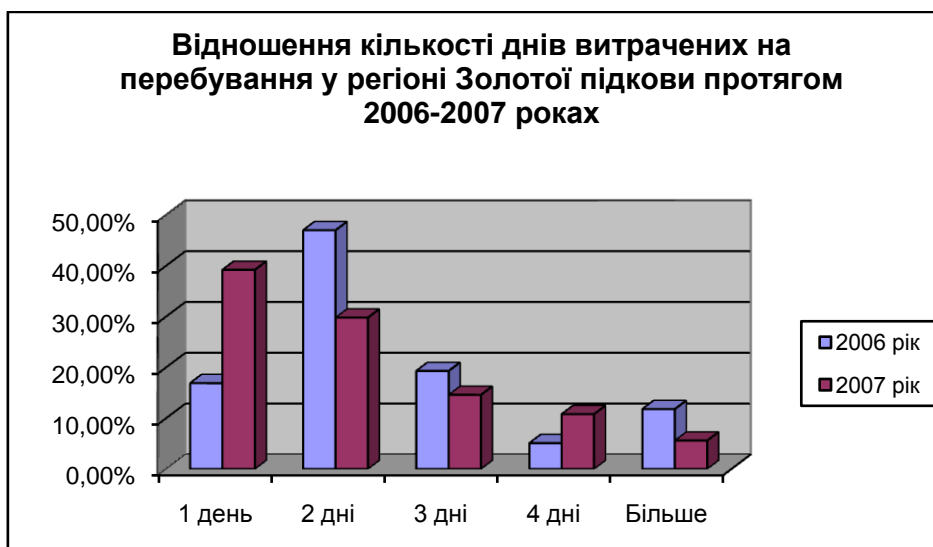


Тривалість туристичних програм в основному коливається від одного до чотирьох днів. Найбільш популярними та зручними програмами є такі, які тривають від 1 до 4 днів – 94,4% (Золота Підкова Львівщини, Карпати). Програми, які тривають більше ніж 4 дні є зручними для індивідуальних туристичних груп, котрі самі собі планують маршрут подорожі (5,6%).

Діаграма №13



Діаграма №14



За чотири роки ведення моніторингу туристичних потоків до міста дало можливість прогнозувати та впливати на хід розвитку ситуації, яка склалася у галузі туризму Жовківщини. Володіючи такими важливими даними місто може з меншими зусиллями спрогнозувати аналізуючи усі фактори як внутрішні так і зовнішні (Жовква-Україна-Світ) яка кількість туристів відвідає місто у наступному році, чого гості очікують від нас і чи взагалі, туризм існує в районі, чи ні.

Результат аналізу показує як важливі та складні економічні, соціальні та політичні державні процеси відбиваються і впливають на чутливу галузь економіки – туризм. Жовква як ядро туризму Львівщини має стати його лідером. Активність ТЩ залучає кошти на його розвиток з Києва, України так і з-за кордону.

23.01.2008р.

Звіт моніторингу склав директор ТЩ

Л. С. Кравець