

УДК 379.85

СУЧАСНІ ЕКСКУРСІЙНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЛЬВОВА

Михайло Клапчук¹ , Любомир Безручко¹ ,
Оксана Клапчук¹ , Ярослава Москвяк² 

¹ Львівський національний університет імені Івана Франка,
вул. П. Дорошенка, 41, 79007, м. Львів, Україна,
e-mail: Mykhailo.Klapchuk@lnu.edu.ua, lyubomyr.bezruchko@lnu.edu.ua,
Oks.Klapchuk@gmail.com

² Національний університет “Львівська політехніка”,
вул. С. Бандери, 12, 79013, Львів, Україна,
e-mail: slavakohanec1201@gmail.com

Львів як туристичний напрям уже впізнаваний не лише в Україні, а й за кордоном. З кожним роком щораз більше туристів приїжджає до міста Лева, щоб побачити світову спадщину ЮНЕСКО на власні очі та відчуті неймовірний колорит міста. Сьогодні туристи частіше цікавляться багатьма новими пам'ятками. Для багатьох гостей міста традиції регіону досі невідомі та дуже цікаві. Саме популяризація архітектурних і культурних цінностей може сприяти подальшому розвитку. Водночас це допоможе викоринити страх до відвідування України, який нині також є в багатьох гостей з інших країн, оскільки образ нашої держави з огляду на останні події (війна на сході України, незаконна анексія Криму) став значно гіршим. Туристичний бізнес міста часом не йде в ногу з побажаннями гостей і потребує нововведень. Це спонукало до широкого дослідження з використанням багатьох анкет для ліпшого розуміння туристичних процесів у Львові.

Для детального вивчення ситуації в місті розроблено спеціальну анкету-питальник для гостей міста, місцевих мешканців і працівників сфери туризму. Загалом опитано 900 респондентів – по 300 з кожної категорії. Наведено багато рекомендацій з метою поліпшення розвитку туризму у Львові. Розвиток екскурсійної діяльності у Львові сьогодні є сталонним для інших міст України, адже значне туристичне навантаження змушує місцеву владу та суб'єктів туристичної діяльності до пошуку оптимальних рішень і постійного вдосконалення сфери.

Сьогодні місто залучило чимало практик інших туристично розвинутих міст Європи, що дало позитивний результат, проте унікальність Львова свідчить про потребу виокремлення свого стилю надання екскурсійних послуг, який буде поєднувати закордонний досвід і власну оригінальну стратегію.

Ключові слова: Львів, екскурсія, туризм, інновації, відвідуваність.

У сучасному світі туризм займає 7 % від загального світового експорту і 29 % від експорту всіх послуг [2, 3, 10]. Зростання відбувається стабільно з року в рік. Львів завжди відігравав одну із ключових ролей у туристичній індустрії України. Потенціал туристичних ресурсів міст загалом і Львова зокрема ставав дослідженням багатьох науковців [1, 4–8]. Протягом останніх років кількість туристів у Львові зросла майже



втричі. Наприклад, у 2007 р. до Львова завітало близько 700 000 туристів, а в 2015 р. цей показник становив майже 2 000 000 (за даними міського управління туризму Львівської міської ради). У 2018 р. до Львова приїхало 2,2 млн туристів, а 2019 – уже 2,5, що свідчить про позитивну тенденцію зростання ролі міста Львова як туристичного центру.

Основним напрямом туристичної діяльності й основним аспектом є, безперечно, культурно-пізнавальний туризм. За даними центру туристичної інформації Львова, переважна більшість туристів (близько 75 %), які приїжджають до міста, приїхали відпочивати [4, 9].

Львів можна вважати фестивальною столицею України. Тут щороку відбувається близько 40 фестивалів, які мають різну тематику. Сьогодні у Львові офіційно працює понад 80 туристичних фірм [9]. Серед популярних турів Львовом виділимо такі: “Львів – перлина Юнеско”, “Середньовічний Львів”, “Підземеллями старого міста”, “Сім чудес Львова”, “Півний тур”, “Львів кавовий”, “Личаківський цвинтар”, “Шевченківський гай” та ін. Львівські туроператори пропонують багато варіантів одноденних екскурсій по Західній Україні (“Золота підкова”, “Жовква і Крехів”, “Замки Закарпаття”, “Карпатський трамвай”, “Почаїв”, “Фортеця Тустань”, “Озеро Синевир” та ін.). Як бачимо, туристичного продукту у Львові достатньо. Проте основна частка, а це 85 % від усіх туристів, які приїжджають до міста Лева, обирають самостійні мандрівки по місту, огляд місцевих пам’яток і харчування в колоритних львівських закладах. З огляду на це можна констатувати, що у Львові є великий потенціал розвитку інновацій у сфері задоволення екскурсійних потреб гостей.

Міська влада, враховуючи потреби туристів, для самостійних подорожей містом розробила три піші екскурсії з візуальним та аудіо супроводом: “Львів за 2 години”, “Львівське Корзо”, “Львів стародавній”. Також для самостійних прогулянок розроблено маршрут “Львів понад усе”, біля основних об’єктів споглядання розміщені спеціальні таблиці з QR-кодом, за яким можна прочитати основну інформацію. Зокрема, згідно з даними управління туризму, протягом 2019 року відбулось близько 100 тис. сканувань цих QR-кодів, що свідчить про значне зацікавлення такими інноваціями [9].

Активізація самостійних подорожей серед відвідувачів міста відбулась і завдяки впровадженню “LvivCity Card” – карток, які дають змогу безкоштовно відвідувати туристичні об’єкти, а також отримати знижки в закладах харчування міста. Зокрема у 2019 р. такими картками скористалось 843 особи [9]. Загалом, простежується зростання інтересу до такої інновації, адже, кількість проданих карток протягом року зросла практично вдвічі.

Сьогодні в туристичних трендах Львів відповідає вимогам сучасності. Наприклад, у межах пішохідної зони центральної частини міста фірми “Фаетон Леополіс” та “Шпацер кеб” успішно перейняли досвід європейських турфірм та запровадили екскурсії на електромобілях. Лідерські позиції тримають екскурсії на велосипедах. Такі інновації сприяють не тільки розумовій активності під час екскурсії, а й фізичній. Також уже більше року по Львову курсують екскурсійні автобуси з відкритим верхом та панорамними вікнами, які є офіційним туристичним транспортом міста, – “Чудобас”. Серед іншого виділимо можливість екскурсії на “Чудопотязі”. На ринку туристичних послуг Львова і прилеглих населених пунктів з’являються досить екзотичні, як то прогулянка на повітряній кулі, мотодельтаплані чи мотопараплані. У 2019 р. Укрзалізницею запущено туристичний потяг, який курсував довкола міста Лева з доступною функцією мовлення гіда. Не можна уявити Львів без трамвая, тому в місті до сфери туризму задіяно і цей вид

транспорту. На деякі свята (день св. Валентина, Різдво Христове та ін.) у місті їздять туристичні трамваї з екскурсійним супроводом.

На ринку екскурсійних послуг доступно багато авторських екскурсій, серед них “Двориками Львова”, “Місцями героїв”, “Дахами Львова”, “ФотоЛьвів” та ін. Ці екскурсії можуть задовольнити туристичні потреби багатьох людей, проте є ще велика частка, які вважають, що самостійна екскурсія ліпша ніж будь-який гід. Саме для них у Львові існує можливість театралізованих екскурсій, начебто з городянами XIII–XIX ст. Тут і князь Лев, і давній алхімік, львівський батяр чи відьма з середньовіччя, які можуть туристам у ненав’язливій формі розповісти про місто. Або навпаки, можуть бути різноманітні спецефекти. Уже доброю традицією стало проводити фестиваль “Ніч у Львові”, коли протягом вечора й ночі відчинені різноманітні туристичні та розважальні заклади (Личаківське кладовище, музеї, оглядові майданчики, храми, собори та ін.). Цікавим для молоді та дітей є таке ознайомлення з історією міста, як участь у квесті. Квести – це змагання спортивно-інтелектуального спрямування, основною метою якого є послідовне виконання завдань командами або окремими гравцями. Окремо виділимо доступні екскурсійні мандрівки на виробництва (пивзаводи, майстерня шоколаду, карамелі та ін.). Для екстремалів доступні теж різного роду екскурсії.

Активно розвивається діяльність пов’язана з медичним туризмом. У 2019 р. у Львові було створено кластер медичного туризму, який поступово починає виправдовувати сподівання. Проте зазначимо, що сьогодні основними напрямками медичного туризму є стоматологічні послуги. Хоча львівський медичний сектор має значні перспективи в офтальмології, кардіології, гінекології та медичній реабілітації.

Для детального вивчення ситуації в місті розроблено спеціальну анкету-питальник для гостей міста, місцевих мешканців і працівників сфери туризму. Загалом опитано 900 респондентів – по 300 з кожної категорії. Опитування проводили безпосередньою розмовою з респондентами та онлайн за допомогою застосунку “google forms”, що дало змогу опитати різні сегменти. Віковий діапазон опитаних – від 16 років. Серед туристів опитування проводили в індивідуальних та у групових відвідувачів. Працівники сфери гостинності – це співробітники туристичних фірм, засобів розміщення, закладів харчування, екскурсіводи та представники місцевої влади у сфері туризму.

Для туристів було запропоновано 11 запитань, а саме: Країна прибуття відвідувача? Вік туриста? Засіб розміщення, де зупинились? Назва засобу розміщення? Місця, які відвідали? Назвіть ТОП-5 відвіданих місць у Львові, які Вам сподобались найбільше? Які заклади культури Ви відвідали? Які заклади харчування Ви відвідали? Чи користувались Ви послугами турфірми чи гіда під час відпочинку в місті? Чи користувались Ви мобільним додатком для самостійних прогулянок по місту? Які з перелічених об’єктів за межами центру міста Ви б відвідали?

Опитуваннями з’ясовано, що за національністю близько 64 % туристи з України, 19 % – з Польщі, 12 % – з Білорусі і 5 % – (громадяни Туреччини, США, Литви та ін.). Хоча зазначимо що, згідно з даними Львівської міської ради, відсоток українського споживача туристичних послуг з кожним роком зменшується та значними темпами зростає популяризація львівського туристичного продукту серед іноземних туристів. Більшість відвідувачів це молодь: 44 % віком до 21 року, 35 % – 21–35, 15 % – 36–55, 6 % старші 55 років. Місця, де зупинялись гості, розділились приблизно однаково: по 30 % у хостелах, готелях і квартирах в оренду, 10 % зупинились у родичів.

Для організації екскурсійної діяльності в місті важливе значення має визначення найбільш відвідуваних локацій. За опитуванням, найбільш відвідувані об'єкти міста відображено на рис. 1.

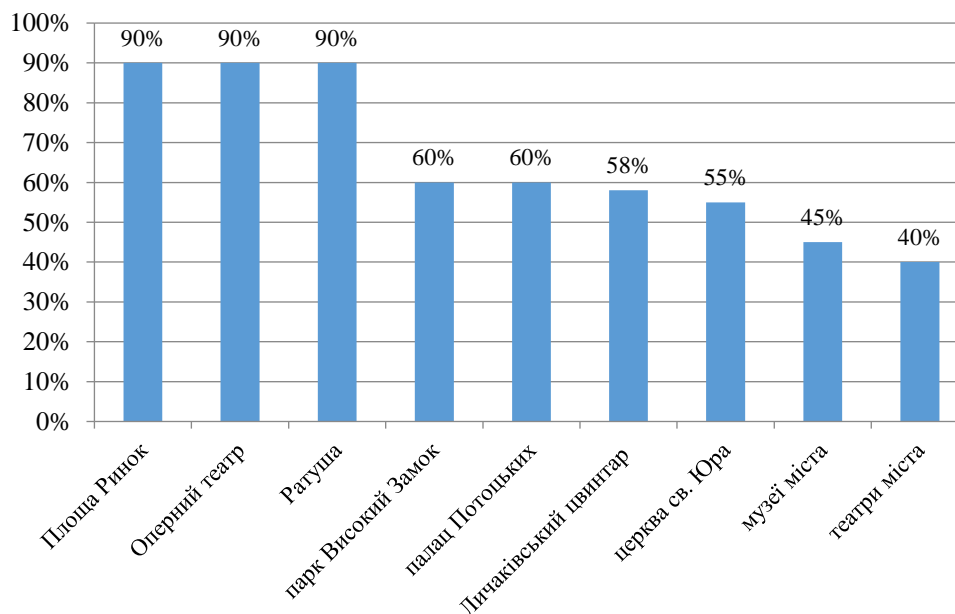


Рис. 1. Основні об'єкти відвідування туристами
Fig. 1. The main tourists visited objects

Отже, найбільш відвідуваними об'єктами міста є площа Ринок, Оперний театр, міська ратуша. Їх відвідало понад 90 % респондентів. Дещо менші показники мають парк Високий замок, палац Потоцьких, Личаківський цвинтар і церква святого Юра – по 55–60 % з усіх опитаних. Також туристи відвідували заклади культури, проте відсоток значно нижчий – усього 40–45 % туристів відвідували міські театри, музеї чи галереї та ін. Оперний театр розглядали тут не як туристичний об'єкт. Серед найбільш відвідуваних респондентами ресторанів та кафе виділено рестораційні групи “Фест” та “Кумпель”. Лідерами є “Криївка”, “Реберня”, “П'яна вишня”, “Кумпель”, “Челентано”, “Гасова лампа”, “Львівська майстерня шоколаду”, “Ресторація Бачевських”, “Львівська копальня кави”, “Львівська мануфактура кави”, “Чурраско”, “Львівські круасани” та інші. Послугами гідів користувались тільки 15–20 % опитаних, мобільними додатками та пошуковими сайтами – близько 70 % туристів. Серед запропонованих на вибір об'єктів за межею центру майже всі туристи (95 %) хотіли б відвідати львівські парки. Проведене дослідження свідчить про потребу активного залучення зелених зон міста до туризму. Адже сьогодні туристи використовують тільки парк “Високий замок” та частину РЛП “Знесіння” (де музей “Шевченківський гай”).

Для місцевих мешканців анкета була з такими запитаннями: Ваш вік? У якому районі міста ви живете? Як часто протягом тижня Ви відвідуєте центральну частину міста? Причина відвідування центральної частини Львова? Чи відчуваєте Ви проблему

туристичного перевантаження центральної частини міста? Чи завдають туристи Вам дискомфорту під час перебування в місті? Чи траплялись у Вас непорозуміння з відвідувачами міста? Чи згодні Ви, щоб у районі вашого проживання активізувався туризм? Чи пов'язуєте Ви зростання цін (особливо у сфері послуг) у місті з напливом туристів? Чи думали Ви про зайнятість у обслуговуванні туристів (ресторани, готелі тощо)? Чи задоволені Ви роботою місцевої влади, яка спрямована на розвиток туризму, якщо ні, то чому? На Вашу думку, який напрям економіки у м. Львів може бути альтернативою туризму?

Опитування місцевих мешканців дало змогу з'ясувати їхнє ставлення до інтенсивного розвитку туризму в місті. Загалом більшість людей (80 %), які взяли участь в опитуванні були віком до 35 років, 10 % – 36–50 років, і 10 % – старші 50 років. Співвідношення за районами їхнього постійного проживання майже рівномірне. Щоденно центральну частину Львова відвідують близько 60 % з усіх опитаних, тричотири рази в тиждень – 35 %, менше – 5 %. Тенденція простежується в тому, що молодь майже в 95 % випадків щоденно відвідує центр. Мета відвідування центральної частини міста відображена на рис. 2.

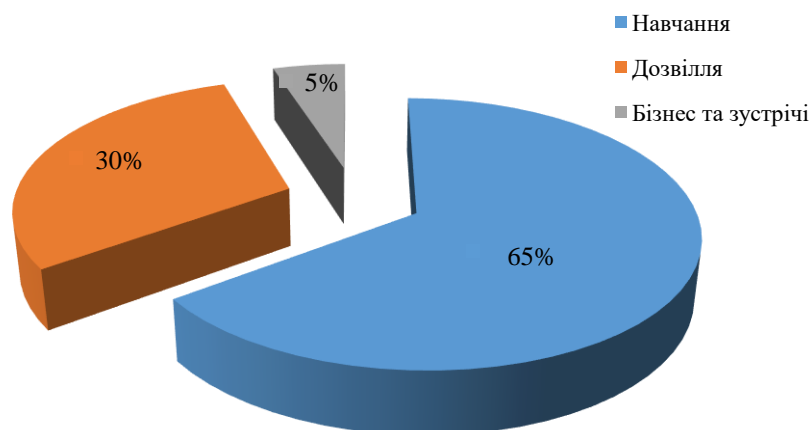


Рис. 2. Основна мотивація відвідування центральної частини міста серед респондентів
Fig. 2. The main motivation for visiting the city central part among the respondents

За метою відвідин центральної частини міста відсотки розподілились так: 65 % – навчання, 30 % – дозвілля, 5 % – бізнес та зустрічі. Зазначимо, що центральна частина міста є основним об'єктом конфліктів інтересів місцевих жителів і туристів. Сьогодні практично немає таких конфліктів, адже жителі, які приїжджають на навчання, мало перетинаються з туристами. Натомість найбільш уразливою категорією є жителі, що відвідують центр міста з метою відпочинку. Адже поступово місця їхнього традиційного відпочинку змінюються, підвищується вартість послуг, велике скупчення людей викликає соціально-психологічні дискомфорти, що може стати причиною конфліктів. Тому вже сьогодні потрібно передбачати відпочинок для місцевих жителів (дисконтні картки, збереження традиційних нетуристичних об'єктів тощо).

Нині простежується поступове “музеювання” центру міста, що робить його більш придатним для туристів, а не для місцевих жителів. Цю тенденцію підтверджують майже всі опитані, адже зазначають, що відчують туристичне перевантаження центральної частини міста. Проте конфлікти з приїжджими у них майже не траплялись (тільки 15 % респондентів зазначили, що в них були конфлікти).

Попри цей негатив, опитані розуміють важливе значення туризму для розвитку міста, адже 48–50 % стверджують, що вони не проти активізації туризму в їхньому районі. Проте зазначимо, що майже 95 % опитаних переконані, що зростання цін на продовольчі товари й оренду житла пов’язані саме з розвитком туризму. Близько 60 % опитаних не задумувались над можливістю працювати в туризмі, тоді як 30 % думали, а 10 % так, чи інакше працюють в індустрії гостинності. Загалом такий показник свідчить про суттєві перспективи працевлаштування у галузі туризму.

Майже всі задоволені роботою влади у сфері туризму (понад 90 %). Окрім туризму, львів’яни бачать розвиток міста в розширенні ІТ галузі, приватному підприємстві, точному і сучасному машинобудуванні, сфері послуг.

Що стосується анкети для працівників сфери гостинності, то питання в ній були такі: Якого напряму туробслуговування Ви представник? На туристів з яких країн Ви зорієнтовані? Скільки маршрутів містом Ви розробили? Скільки туристів користувались Вашими маршрутами та турами протягом року? Які місця у Львові, на Вашу думку, є найбільш відвідувані? Назвіть ТОП-5 місць у Львові, про які найчастіше запитують туристи? Чи відчуваєте Ви проблему туристичного перевантаження центральної частини міста? Чи задоволені Ви співпрацею місцевої влади та представників турбізнесу у Львові, якщо ні, то чому? Чи плануєте Ви залучати нові об’єкти до туристичного використання? Якщо так, то які? Які з перелічених об’єктів за межами центру міста, на Вашу думку, мають перспективу туристичного використання?

Основними напрямками туристичного зацікавлення респондентів (90 %) є Україна, Польща, Білорусь. Проте зафіксовано низький потенціал до розширення асортименту пропонованих послуг. Зокрема, у 90 % опитаних розроблено всього по декілька турів (до п’яти). Кількість туристів, які користувались розробленими маршрутами та турами протягом року коливається від 2–5 тисяч в опитаних представників турфірм до 100–200 в гідів. П’ять об’єктів, про які найбільше питають туристи, – площа Ринок з ратушею, Оперний театр, Личаківський цвинтар, палац Потоцьких та Високий замок. Майже всі опитані, а це близько 300 осіб, зазначили, що вони відчують туристичне перевантаження центральної частини міста. Співпрацею з місцевою владою в сфері туризму задоволені 95 % опитаних. Розробляти нові тури не планують 75–80% опитаних, проте якщо розроблятимуть, то обов’язково включать туди львівські парки. Цей показник свідчить про низьку зацікавленість місцевих організаторів туристичних послуг у вдосконаленні, тому сьогодні основний поштовх до оптимізації туристичної сфери міста простежується від управлінських структур.

Загалом проведені дослідження дають підстави виділити такі перспективи в розвитку екскурсійної діяльності в місті:

- активізація в екскурсійній діяльності на суміжних з центральною частиною територіях. Загалом сьогодні активно апробовують промислову частину міста (Підзамче, Замарстинів), нові вілли (Чупринки, Новий Львів) та ін. Також роблять спроби популяризувати Сихів (екскурсії до церкви Пресвятої Трійці та екскурсія “Нетиповий Сихів”) та інші віддалені ділянки;

- залучення до екскурсій зелених зон міста. Сьогодні є низка маршрутів, які охоплюють парки міста, проте їх мало просувають на туристичний ринок. Активні дії спрямовані на популяризацію нового об'єкта “Митрополичих садів Собору Святого Юра”, що несе в собі не тільки природниче, а й релігійне значення. Суттєвим пришвидшенням використання території РЛП “Знесіння” може стати спорудження запланованої канатної дороги;
- урізноманітнення тематики екскурсій. Попри основне історико-культурне значення міста, для розширення туристичних можливостей потрібно шукати нові тематики екскурсій. Сьогодні активно розробляють гастрономічні екскурсії. Ми вважаємо за доцільне зосередити увагу також на використанні ІТ-сектора (Львів технологічний), освітнього сектора (Львів освітній) тощо;
- запровадження нових транспортних засобів. Суттєвим удосконаленням екскурсійних послуг міста може стати розбудова мережі велосипедних доріжок, що сприятиме мобільності туристів. Нині в місті є низка пунктів прокату велосипедів, доцільне також здавання в оренду веломобілів, що розширить коло споживачів цих послуг;
- зростання диспропорції в кількості відвідувань різних об'єктів. Суттєва диспропорція у відвідуваності екскурсійних об'єктів свідчить про потребу подальшого обчислення кількості відвідувачів задля рівномірного туристичного навантаження на них;
- за результатами опитування місцевих жителів доцільно впровадити в місті систему знижок для місцевих мешканців на відвідування туристичних і гастрономічних об'єктів міста. Так можна зменшити негативне сприйняття туристів місцевими жителями [1].

Загалом розвиток екскурсійної діяльності у Львові сьогодні є еталонним для інших міст України, адже значне туристичне навантаження спонукає місцеву владу та суб'єктів туристичної діяльності до пошуку оптимальних рішень і постійного вдосконалення сфери. Сьогодні місто залучило чимало практик інших туристично-розвинутих міст Європи, що дало позитивний результат, проте, унікальність Львова свідчить про потребу виокремлення свого способу надання екскурсійних послуг, який поєднуватиме закордонний досвід і власну оригінальну стратегію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Безручко Л. С.* Туризм у містах: суть, чинники та проблеми розвитку // Географія та туризм. Київ: Альфа-ПК, 2017. Вип. 39. С. 45–53.
2. *Гладкий О. В., Скляр О. А.* Особливості формування та розвитку міського туризму в Україні // Географія та туризм. Київ: Альфа-ПК, 2017. Вип. 38. С. 71–81.
3. *Ешворт Г.* Міський туризм: нестійкість в увазі // Прогрес в туризмі, рекреації, управлінні гостинністю. Лондон, 1989. № 1. С. 33–54.
4. *Клапчук М. В.* Туристичні інновації Львова // Туристичний, готельний і ресторанный бізнес: інновації та тренди [Електронне видання] : тези. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. С. 149–151.
5. *Мальська М. П., Гаталяк О. М.* Туризм у містах : підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 224 с.

6. Смирнов І. Г. Іміджмейкинг та брендинг туристичної дестинації (на прикладі міського туризму) // Наукові записки СумДПУ імені А. С. Макаренка – Географічні науки. 2017. Вип. 8. С. 154–174.
7. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків: ХНАМГ, 2011. 284 с.
8. Bock K. The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities // *European Journal of Futures Research*. 2015. Vol. 3(1). Art. No 20. <http://dx.doi.org/10.1007/s40309-015-0078-5>
9. Львівська міська рада [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/>
10. Нойєнфельдт Г., Розе О. Міський туризм як економічний фактор в Аахені. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://uni-goettingen.de/>.

REFERENCES

1. Bezruchko, L. S. (2017). Tourism in cities: essence, factors and problems of development. *Geography and tourism*, 39, 45–53. (in Ukrainian).
2. Hladkyi, O.V., & Skliarov, O.A. (2017). Features of forming and development of municipal tourism are in Ukraine. *Geography and tourism*, 38, 71–81. (in Ukrainian).
3. Ashworth, G. J. (1989). Urban Tourism: an imbalance in attention. *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 1. Belhaven, London, 33–54.
4. Klapchuk, M. V. (2016). Tourist innovations of Lviv. In A. A. Mazaraki (Ed.). Proceedings from International. scientific-practical conf. *Tourist, hotel and restaurant business: innovations and trends*. (Kyiv, April 7, 2016). Kyiv, 149–151. (in Ukrainian).
5. Malska, M. P., & Gatalyak, O. M. (2018). *Tourism in cities: a textbook*. Kyiv: Center for Educational Literature, 224 p. (in Ukrainian).
6. Smirnov, I. G. (2017). Imitation and Branding of Tourist Destinations (on Example of Urban Tourism). *Scientific herald of Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko. Geographical sciences*, 8, 154–174. (in Ukrainian).
7. Pysarevskyi, I. M. (Ed.). (2011). Tourism and city: experience, problems and prospects. Kharkiv, 284 p. (in Ukrainian).
8. Bock, K. (2015). The changing nature of city tourism and its possible implications for the future of cities. *European Journal of Futures Research*, 3(1). <http://dx.doi.org/10.1007/s40309-015-0078-5>
9. Lviv City Council. URL: <http://city-adm.lviv.ua/>
10. Neuenfeldt, H., & Rose, O. Urban tourism as an economic factor in Aachen. URL: <https://uni-goettingen.de/>.

Стаття: надійшла до редакції 09.07.2020
доопрацьована 15.08.2020
прийнята до друку 21.09.2020

MODERN EXCURSION TRENDS OF LVIV**Mykhailo Klapchuk¹, Lubomyr Bezruchko¹, Oksana Klapchuk¹, Yaroslava Moskvayak²**

¹ *Ivan Franko National University of Lviv,
P. Doroshenko St., 41, UA – 79007 Lviv, Ukraine,
e-mail: Mykhailo.Klapchuk@lnu.edu.ua, Lyubomyr.bezruchko@lnu.edu.ua, Oks.Klapchuk@gmail.com*

² *Lviv Polytechnic National University,
S. Bandery St., 12, UA – 79013 Lviv, Ukraine,
e-mail: slavakohanec1201@gmail.com*

Lviv as a tourist destination is already recognizable not only in Ukraine but also abroad. Every year, more and more tourists come to the city of Lviv to see UNESCO's world heritage on their own eyes and experience the incredible colour of the city. Today tourists are increasingly interested in many new attractions. For many guests of the city, the traditions of the region are still not well-known and very interesting. It is the popularization of architectural and cultural values which can provide an opportunity for further development. At the same time, it will help to eradicate the fear of visiting Ukraine, which many visitors from other countries currently have, as the image of our country has become much worse in view of recent events (the war in the east of Ukraine, the illegal annexation of Crimea). The tourist business of the city sometimes does not keep up with the development of the wishes of guests and needs innovations. That why authors decided to make wide research with many questionnaire for better understanding of tourism processes in Lviv.

For a detailed study of the situation in the city was developed a special questionnaire, separately for city guests, local residents and tourism workers. In total, 900 respondents were interviewed - 300 from each category. In the article were given many recommendations how to upgrade tourism development in Lviv. In general, the development of excursion activities in Lviv today is a benchmark for other cities in Ukraine, as a significant tourist load compels local authorities and tourist entities to search for optimal solutions and continuous improvement of the sphere.

Today, the city has attracted many practices from other tourist-developed cities in Europe, which has yielded a positive result, however, the uniqueness of Lviv indicates the need to separate its path of providing excursion services, which will combine foreign experience and its own original strategy.

Key words: Lviv, excursion, tourism, innovation, attendance.