ДОРОЖНЯ КАРТА
СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ МІКРОРЕГІОНУ «ЛЬВІВСЬКЕ ОПІЛЛЯ»

УКРАЇНСЬКА МЕРЕЖА ЕКОТУРИЗМУ

Карпатські стежки

Зміст

Список скорочень

Вступ

1. Аналіз туристичного потенціалу території
   1.1. Інвентаризація і картування туристичних ресурсів та інфраструктури
   1.2. Аналіз туристичних ресурсів
   1.3. Аналіз доступності та логістики
   1.4. Аналіз інфраструктури для туризму
   1.5. Аналіз управлінських основ та маркетингу
   1.6. Туристичні дестинації та проекти, що розвиваються на Львівщині
   1.7. Аналіз та оцінка ланцюга доданої вартості
   1.8. SWOT аналіз
2. Головні напрямки туристичного розвитку Львівського Опілля та туристичні продукти
   2.1. Опис основних туристичних продуктів
   2.2. Визначення цільових груп та ринків
   2.3. Приклади туристичних продуктів в Україні та за кордоном, що характерні для Львівського Опілля
3. Визначення базової інфраструктури для туризму
   3.1. Дорожня навігація та інфраструктура
   3.2. Визначення, знакування і маркування туристичних шляхів
   3.2.1. Етапи створення мережі шляхів для активного туризму
   3.2.2. Аналіз стану існуючих та перспективних туристичних шляхів
   3.2.3. Пропозиції до формування концептуальної мережі туристичних шляхів Львівського Опілля
   3.2.4. Система закування туристичних шляхів
   3.3. Рекомендації щодо облаштування базової туристичної інфраструктури
4. Рекомендації до менеджменту та маркетингу
5. Рекомендації щодо запровадження інструментів сталого розвитку у туристичній галузі регіону
6. Планування розвитку туризму дестинації на період до 2024 р.

Список скорочень

АЗС	Автозаправна станція
ВНЗ	Вищий навчальний заклад
ГО	Громадська організація
ДНВП	Державне науково-виробниче підприємство
ЄС	Європейський Союз
ЗМІ	Засоби масової інформації
ІКЗ	Історико-культурний заповідник
ОДА	Обласна державна адміністрація
ОТГ	Об’єднана територіальна громада
ОУЛМГ	Обласне управління лісового та мисливського господарства
ПЗФ	Природно-заповідний фонд
РДА	Районна державна адміністрація
РЛП	Регіональний ландшафтний парк
ТІП	Туристично-інформаційний пункт
ТІЦ	Туристично-інформаційний центр
ТОВ	Товариство з обмеженою відповідальністю
УКФ	Український культурний фонд
AR	Augmented reality / Доповнена реальність
DMO	Destination management organization / Організація з управління дестинацією
HoReCa	Hotel – Restaurant – Catering / Сфера закладів розміщення та харчування
OSM	OpenStreetMap / Онлайн-карта світу для вільного використання під відкритою ліцензією
SUP	Standup paddleboarding / Сапсерфінг (водний вид активного відпочинку та спорту)
UNWTO	United Nations World Tourism Organization / Світова туристична організація
VR	Virtual reality / Віртуальна реальність

Вступ

Дорожня карта сталого розвитку туризму на території мікрорегіону «Львівське Опілля» є продуктом ентузіазму великої команди однодумців, які тут живуть і працюють. Даний документ визначає напрямки розбудови туристичної інфраструктури і туристичних продуктів, механізми управління та стратегічного розвитку території. У документі інвентаризовано всі основні туристичні об'єкти регіону, які мають природне та антропогенне походження, туристичну інфраструктуру та послуги. Команда, яка працювала над розробкою дорожньої карти напрацювала приклади туристичних продуктів, що є перспективними для втілення саме на території Львівського Опілля. То ж ми запрошуємо до співпраці всіх зацікавлених, які мають бажання інвестувати свої знання, час та кошти у власний туристичний бізнес на території Львівського Опілля та разом з нами розвивати цей чудовий регіон.

Дорожня карта розроблена в межах реалізації спільного проекту Уряду Швеції та Програми розвитку ООН (ПРООН) в Україні «Посилене партнерство для сталого розвитку», який впроваджується Агенцією трансформацій «M.CLASS» у партнерстві з Тростянецькою сільською радою та громадською організацією «Львівське Опілля».

Розробка даного документу проводилася у кілька етапів: аналізу туристичного потенціалу території і картуванні туристичних об'єктів та інфраструктури, визначенні головних векторів розвитку та характерних туристичних продуктів, плануванні концепції мережі туристичних шляхів та визначенні необхідної інфраструктури, формуванні основ для менеджменту і маркетингу та плануванню реалізації Дорожньої карти.

Відповідальним за розробку дорожньої карти був Сергій Підмогильний – консультант зі стратегічного планування в туризмі, експерт з екологічного туризму і координатор розвитку мережі Зелених шляхів в Україні, +380675068039 greenwaysukraine@gmail.com. До розробки Концепції були залучені консультанти за окремими напрямками: Олександр Бурсанов – голова Туристичного товариства «Карпатські Стежки», регіональний координатор мережі Зелених шляхів в Україні (планування і облаштування туристичних шляхів та екологічних стежок), Павло Приймич – виконавчий директор Української мережі екотуризму, організатор турів компанії «Терра Інкогніта» (інвентаризація туристичних ресурсів та інфраструктури, організація туристичних програм).

Висловлюємо вдячність за активне долучення на всіх етапах розробки документу, консультації та різноманітне сприяння представникам місцевого бізнесу, громадського сектору, краєзнавцям, органам місцевого самоврядування та державної влади, представникам місцевих лісових господарств, адміністраціям природно-заповідних територій та історико-культурних об'єктів, зокрема: Антимису Ростиславу, Бліновій Світлані, Бучинській Альбертині, Гентошу Володимиру, Дзяному Андрію, Дорощуку Тарасу, Жилі Андрію, Зіньку Назарію, Гринчишину Тарасу, Корді Василю, Коропецькому Руслану, Кузьо Ганні, Лазарчуку Петру, Левику Андрію, Луню Остапу, Майданському Миколі, Мільчевичу Антону, Пилипіву Мирославу, Процику Остапу, Риштуну Андрію, Сидоренко Ганні, Стрільціву Мар'яну, Ткачуку Юрію.

1. Аналіз туристичного потенціалу території

Аналіз туристичного потенціалу проводився згідно моделі розвитку туристичних дестинацій і складався із дослідження природних та антропогенних туристичних ресурсів, транспортної доступності і логістики, інфраструктури туризму, а також управлінських можливостей, маркетингу та кадрового забезпечення (Рис. 1).

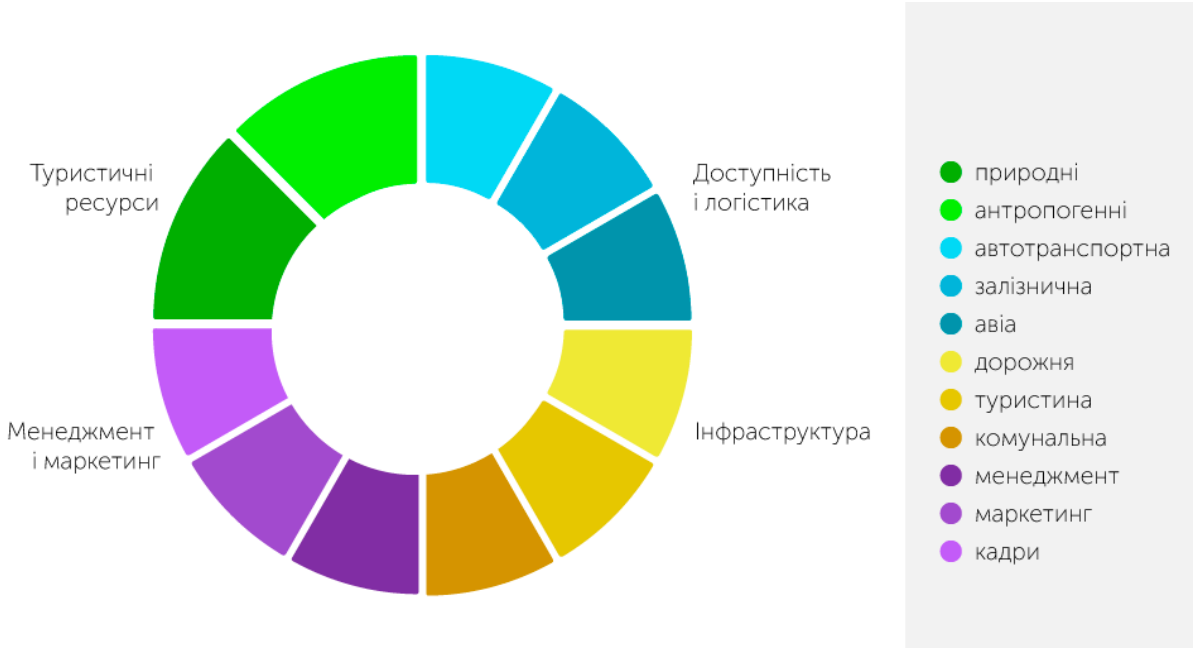


Рис. 1. Складові туристичної дестинації

1.1. Інвентаризація і картування туристичних ресурсів та інфраструктури

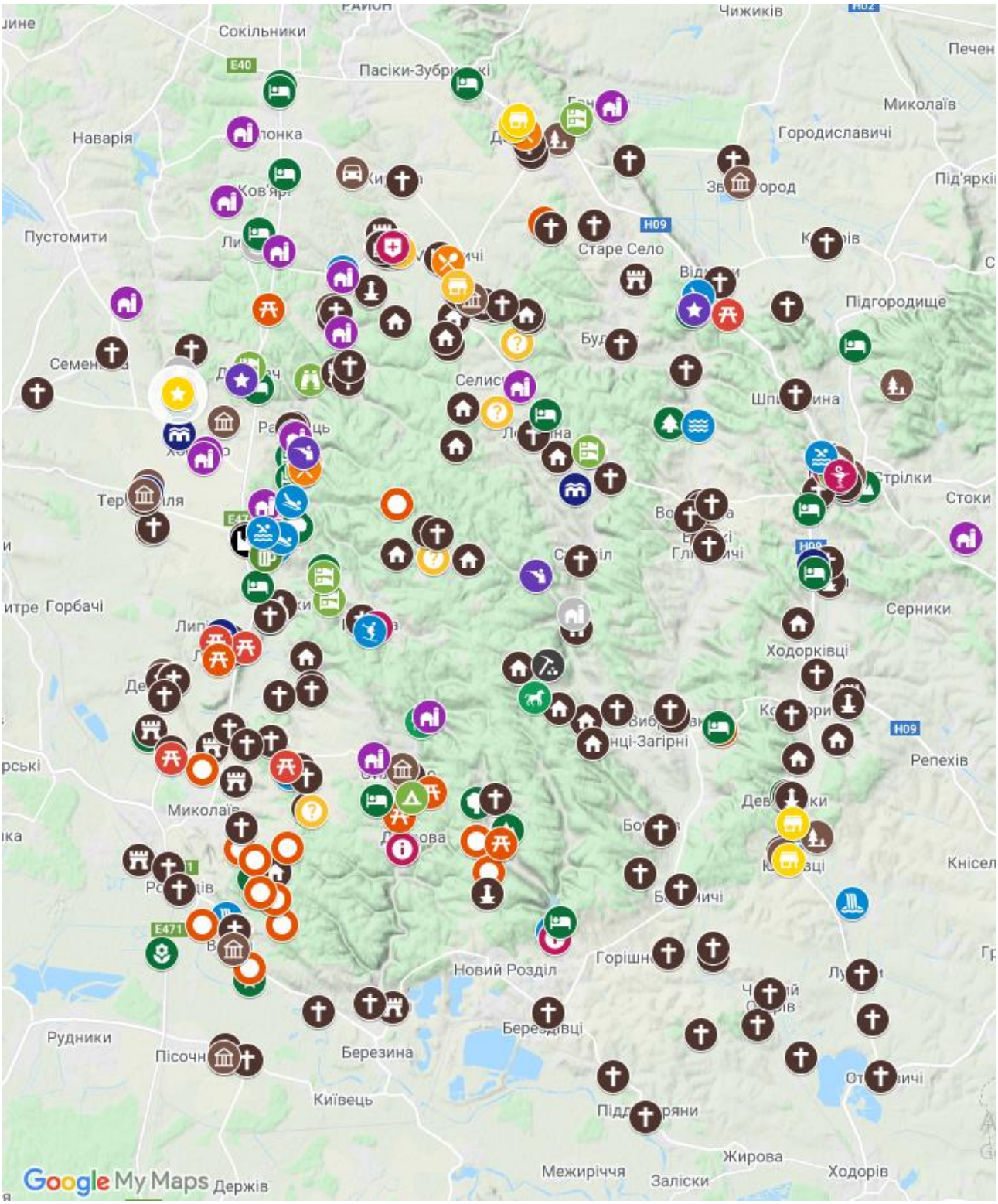
Протягом березня – квітня 2021 року нами було проведено інвентаризацію, картування туристичних ресурсів та об'єктів туристичної інфраструктури.

Для аналізу використовувалися різноманітні джерела даних – як офіційні, так і неофіційні, зокрема:

- Реєстри пам'яток різного рівня природно-заповідного фонду, археології, культурної спадщини
- Інформації від адміністрацій РЛП «Стільське Горбогір'я» та ІКЗ «Стільське городище»
- Інформації від місцевих лісових господарств
- Інформації від профільних підрозділів органів місцевого самоврядування
- Дані профільних управлінь місцевих адміністрацій (туризму, екології, культури, освіти, спорту і т.п.)
- Топографічні, онлайн-карти та існуючі треки на Google Maps, OSM, Strava та інші
- Інформації про існуючі туристичні шляхи
- Природничі, археологічні, історичні, етнографічні та інші дослідження
- Топонімічні та краєзнавчі інформації і статті, довоєнні карти
- Інформації туристичного та екологічного характеру від неурядових організацій
- Карти корисних копалин ДНВП "Геоінформ України"
- Дані про сполучення від Укрзалізниці, Укравтодору, аеропортів регіону
- Значна частина даних отримана шляхом виїзних досліджень території, експертних опитувань, консультацій з місцевим туристичним активом і бізнесом.

Результатом даних робіт є електронна Google карта інвентаризації [1] та у форматі .pdf [2] (Рис. 2). Нанесені тут об’єкти дають можливість групувати їх за певними типами.

Рис. 2. Картування туристичних ресурсів та інфраструктури Львівського Опілля



[1] Електронна Google карта інвентаризації: https://cutt.ly/qv1za9E
[2] Електронна .pdf карта інвентаризації: https://cutt.ly/wv47s4A

1.2. Аналіз туристичних ресурсів

Під час проведення інвентаризації на території Львівського Опілля загалом опрацьовано і нанесено на робочу карту понад 350 точок. Основна їх частина стосується туристичних ресурсів, які можна виділити в три основні групи:

I. Природні туристичні ресурси.

Ландшафти Львівського Опілля становлять одну з основних цінностей для туризму. Візуально виділяються плавні обриси часто заліснених пагорбів, які в багатьох місцях обриваються глибокими ярами, з мальовничими струмками та багатьма невеликими штучними водоймами. В окремих місцях, особливо в околицях Миколаєва на поверхні трапляються виходи пісковикових та вапнякових скель, невеликих печер і гротів, кар'єрів.

До даної категорії відносяться окремі території та об'єкти природно-заповідного фонду, більшість з яких увійшла до РЛП «Стільське Горбогір'я», в т.ч. ділянки старовікових лісів, ландшафтний заказник «Стариці Дністра», ботанічний заказник «Надітичі» з місцями зростання рябчика шахового, ландшафтний заказник «Липниківський», заповідне урочище «Модринове насадження», лісовий заказник «Під Закладом», комплексна пам'ятка природи «Стільська», дендрарій «Радів», окремі дерева – пам'ятки природи, як дуб «Король», Веринський дуб, тюльпанове дерево, геологічні пам'ятки – відслонення тортонських пісковиків зі скупченням викопної фауни, «Скеля з трьома печерами», місця зростання першоцвітів, парки, сади, мальовничі джерела та інші водойми.

Згадані вище природні туристичні ресурси цілком можуть лягти в основу як комплексних екскурсій, так і нішевих турів, напр., екологічних, геологічних, орнітологічних, ботанічних і т.п., а також стаціонарних заходів з екотуризму (екошколи, екотабори) чи просто відпочинку на природі.

II. Антропогенні туристичні ресурси.

До групи антропогенних туристичних ресурсів відноситься ряд археологічних пам’яток – від кам’яного віку аж до середньовіччя. Візуально виділяються численні кургани Комарівської культури II-I тис. до н.е., що знаходяться в найвищих точках у глибині лісів Львівського Опілля. За даними археологів, виявлено понад 230 таких курганів. Окрім того, інші візуально цікаві об’єкти відносяться до давньоруського періоду, зокрема це Стільське городище, а також скельні об’єкти в околиці Стільська, які пов’язують з племенами білих хорватів. Ці об’єкти входять до складу історико-культурного заповідника «Стільське городище». Поряд із дестинацією знаходиться відоме давньоруське городище Звенигород, де готується до створення історико-культурний парк «Древній Звенигород», а також Музей-заповідник «П’ятничанська вежа», що входить в структуру Львівської національної галереї мистецтв ім. Б.Возницького.

Окрім археологічних об’єктів, на території є ряд цікавих архітектурних пам’яток: Старосільський замок XV-XVII ст., залишки Миколаївського форту поч. XX ст., маєтки XIX-XX ст., палаци в Закладі та Роздолі, старовинна житлова та муніципальна архітектура малих містечок регіону XIX-XX ст.

Велику групу пам’яток становлять церкви, костели, каплиці, фігури, пам’ятні хрести. Частина цих об’єктів реставрується, але значна частина, особливо у віддалених місцях або на місці розташування колишніх поселень – у вигляді руїн та потребує хоча б консервації.

Антропогенні пам’ятки Львівського Опілля можуть бути як в складі комбінованих екскурсійних програм, так і лягти в основу нішевих турів – археологічної, військово-історичної, архітектурної, релігійної, етнокультурної та інших тематики.

III. Музеї, події, цікаві об’єкти.

У регіоні діє близько десятка музеїв, з яких найбільш відомі у Звенигороді (Музей історії давньоруського міста Звенигрод), Вовкові (Музей-садиба Устияновичів), Хоросно (нещодавно створений Музей загиблих літаків). Проводяться різноманітні фестивалі, події та заходи – релігійні прощі, фестиваль ГорбоГори, спортивні змагання.

Окремі місця можна використовувати для експонування ландшафтів Львівського Опілля та спостереження за об’єктами живої та неживої природи.

Для подальшого розвитку туризму на основі вищезгаданих територій та об’єктів важливим є їх стан та можливість залучення до туризму, а також розуміння питання підпорядкування/власності та управління ними.

1.3. Аналіз доступності та логістики

Характерною особливістю території Львівського Опілля є близькість до Львова, його логістично-транспортних можливостей, насамперед аеропорту, залізничного та автобусного вокзалів, відстані до яких складають всього 20-60 км. Основний спосіб добирання до території та пересування нею є приватний та рейсовий автомобільний транспорт. Окремі, особливо віддалені від Львова ділянки автомобільних доріг знаходяться в поганому стані і потребують ремонту.

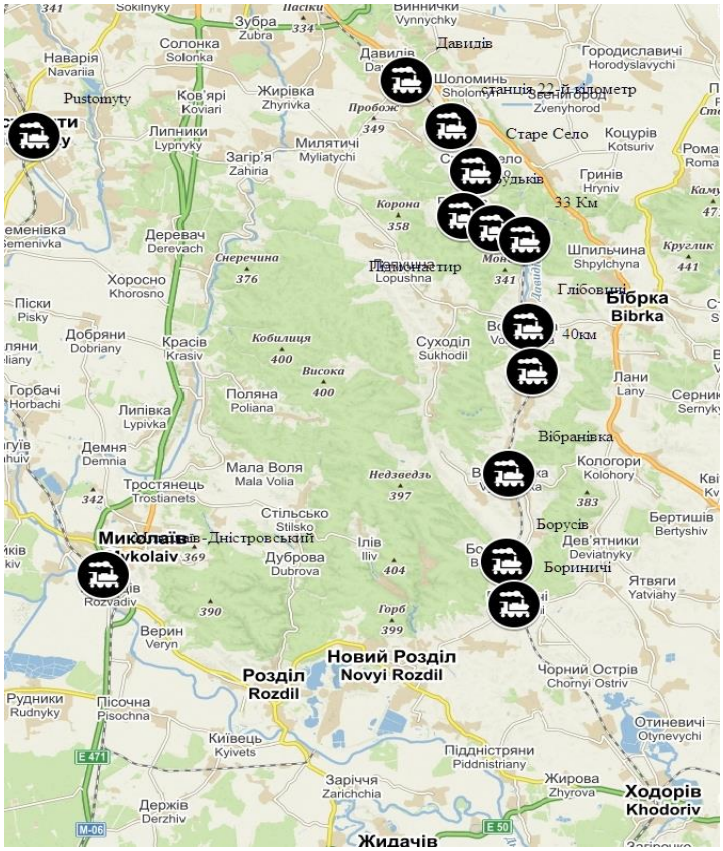


Рис. 3. Розташування залізничні станцій на карті Львівського Опілля

Близькість до Львова дає всі можливості скористатися як послугами таксі, так і оренди автомобіля. Відносно невеликі відстані між заправками з можливістю заряджання електромобілів сприяють подорожуванню територією на цьому виді транспорту.

Зручним може також бути пересування на велосипеді, оскільки більшість доріг мають тверде покриття.

Не менш сприятливим для подорожей на Львівське Опілля може бути використання приміського залізничного сполучення зі Львова, оскільки вся територія знаходиться між двома залізничними гілками – Львів – Миколаїв – Стрий та Львів – Бориничі – Ходорів (Рис. 3 – 5). Для велотуристів ця зручність полягає у графіку руху по обидвох залізничних напрямках, а також логістиці подорожування на велосипеді по території та можливості планувати не кільцеві, а лінійні маршрути між двома залізничними гілками.

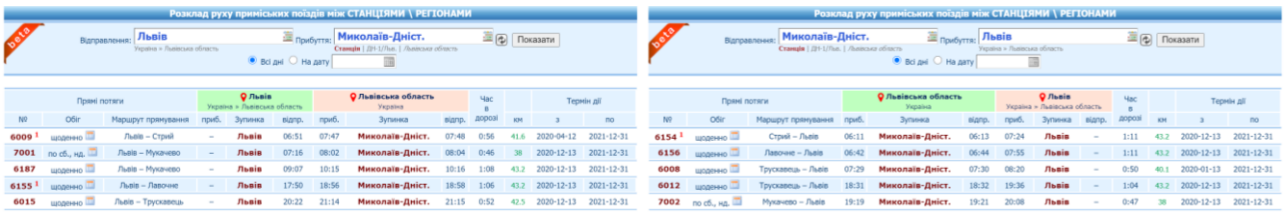


Рис. 4. Приміське залізничне сполучення по лінії Львів – Миколаїв – Стрий.

Рис. 5. Приміське залізничне сполучення по лінії Львів – Бориничі – Ходорів.

1.4. Аналіз інфраструктури для туризму

Станом на березень 2021 року на території Львівського Опілля діє ряд об'єктів туристичної інфраструктури (Рис. 6). Найбільш масовим є сегмент місць короткотермінового перебування – місця для пікніків, сауни, бані, ресторани, багато з яких знаходяться поряд з автошляхами або поблизу водойм.

Окрему групу інфраструктури становлять заклади розміщення – готелі, мотелі, бази відпочинку, садиби, кемпінги, які знаходяться у рекреаційних зонах або поряд з транзитними автошляхами. На території Львівського Опілля також діє один санаторій (Центр оздоровлення та відпочинку) «Барвінок», який пропонує профілактичне безмедикаментозне оздоровлення.

Загалом у регіоні працює 25 закладів розміщення туристів загальним фондом близько 192 номерів та 551 місць відповідно (Табл. 1)

Назва закладу розміщення	Номерів / кімнат / котеджів	Кількість осіб	Примітки
Ранчо Скарбова Гора	3	22	http://skarbovagora.com.ua/ салун, ночівля, катання на конях
Готельно-ресторанний комплекс «Пайташ»	17	60	https://paytash.com.ua/ вісім будиночків з терасами - чотири номери "Стандарт" - чотири номери "Економ" - один номер "Люкс - двоповерховий будинок з банею та басейном
Готельно-ресторанний комплекс «Гостинна Поляна»	5	20	https://restaurant-37574.business.site/
Forest House (котеджі в оренду)	2	6	https://website--9035058711396784908 75-hotel.business.site/?utm_source=gmb&utm_medium=referral
Санаторій «Барвінок»	19	45	Санаторій на березі озера Барвінок пропонує профілактичне безмедикаментозне оздоровлення. https://barvinok.life/ua 19 номерів 40-45 осіб (2-3-місні номери)
База відпочинку «Мостище»	2	20	http://www.mostyshche.lviv.ua 2 котеджі на 20 місць
Ресторан-готель «ХАП-ОК»	7	20	Ресторан, готель. 7 номерів, 20 осіб
Готельно-відпочинковий комплекс «Галицька корона»	40	100	https://galkorona.com 40 номерів, 100 осіб
Відпочинковий комплекс «Поляна Купіль»	8	28	https://www.facebook.com/pg/poliana.kupil/about/?ref=page_internal 8 номерів (в готелі і котеджі), 28 осіб
Відпочинковий комплекс «Морозів кут»	3	10	Поруч озера, в яких можна купатися. 3 кімнати відпочинку, 10 осіб
Відпочинковий комплекс «Карпатська діброва»	5	25	https://www.karpatska-dibrova.com/
Готель «Європа»	15	35	15 номерів, 35 осіб
Готель «Чагарі»	13	30	13 номерів, 30 осіб
Мотель «Ельбрус»	10	22	http://elbrus.lviv.ua/index.php?lang=ua 10 номерів, 22 особи

Мотель «Під лісом»	4	9	4 номери, 9 осіб http://dovidnuk.lviv.ua/index.php?chapt=20&stor=6
Мотель	3	10	
Садиба «Дика черешня»	1	5	
Фазенда на Гончарах	19	40	https://fazenda.lviv.ua/ 19 номерів, 40 осіб
Садиба «Замок Лева»	1	5	
Сільський простір «Княгиньки»	1	5	Родинне обійстя, старт туристичних маршрутів, простір для подій та відпочинку, дитячий простір
Садиба «Kazan Resort»	1	5	
Садиба «Чаверед»	1	5	https://www.facebook.com/chavered.sadyba/?ref=page_internal
Готель «Богема»	7	14	7 номерів, 14 осіб
Мотель «Сієста»	5	10	5 номерів, 10 осіб
РАЗОМ	**192**	**551**	

Табл. 1. Заклади розміщення туристів на території Львівського Опілля

Рис. 6. Заклади обслуговування туристів на території Львівського Опілля на карті

Попри чималу кількість закладів розміщення регіону, їхня присутність у міжнародних системах бронювання зовсім незначна (Рис. 7 – 9):

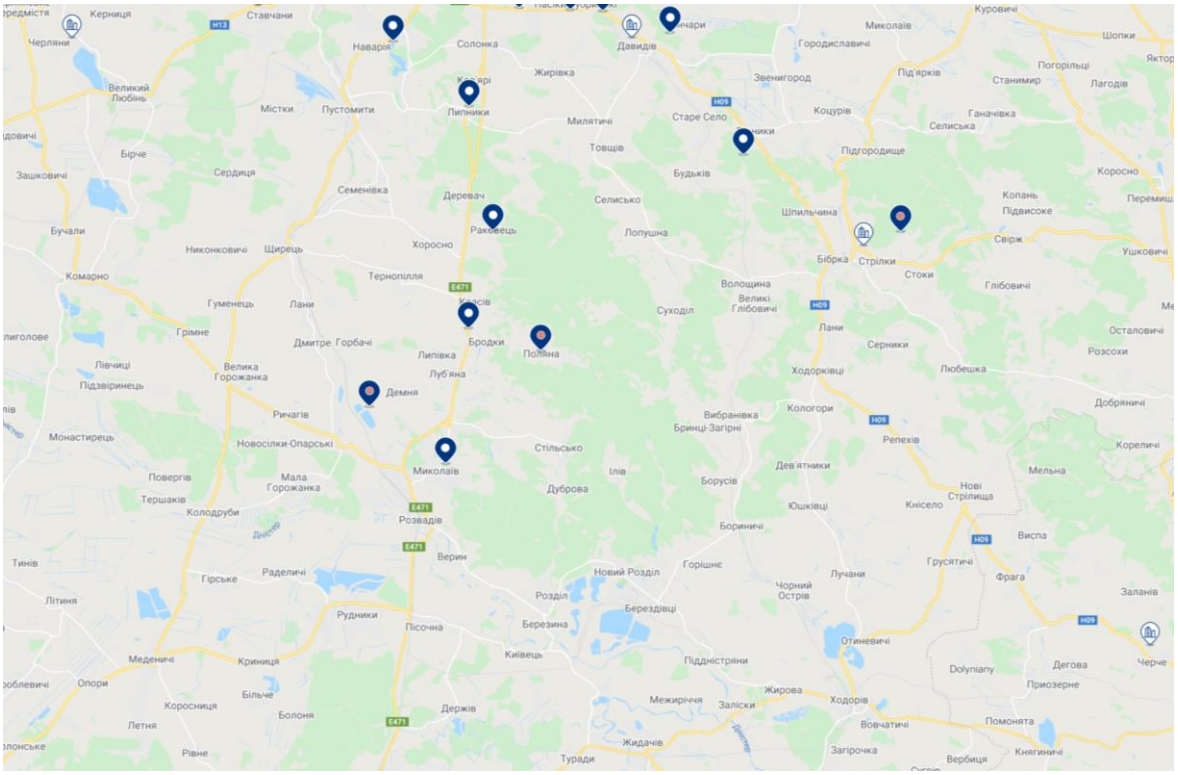


Рис. 7. Заклади розміщення Львівського Опілля в системі booking.com

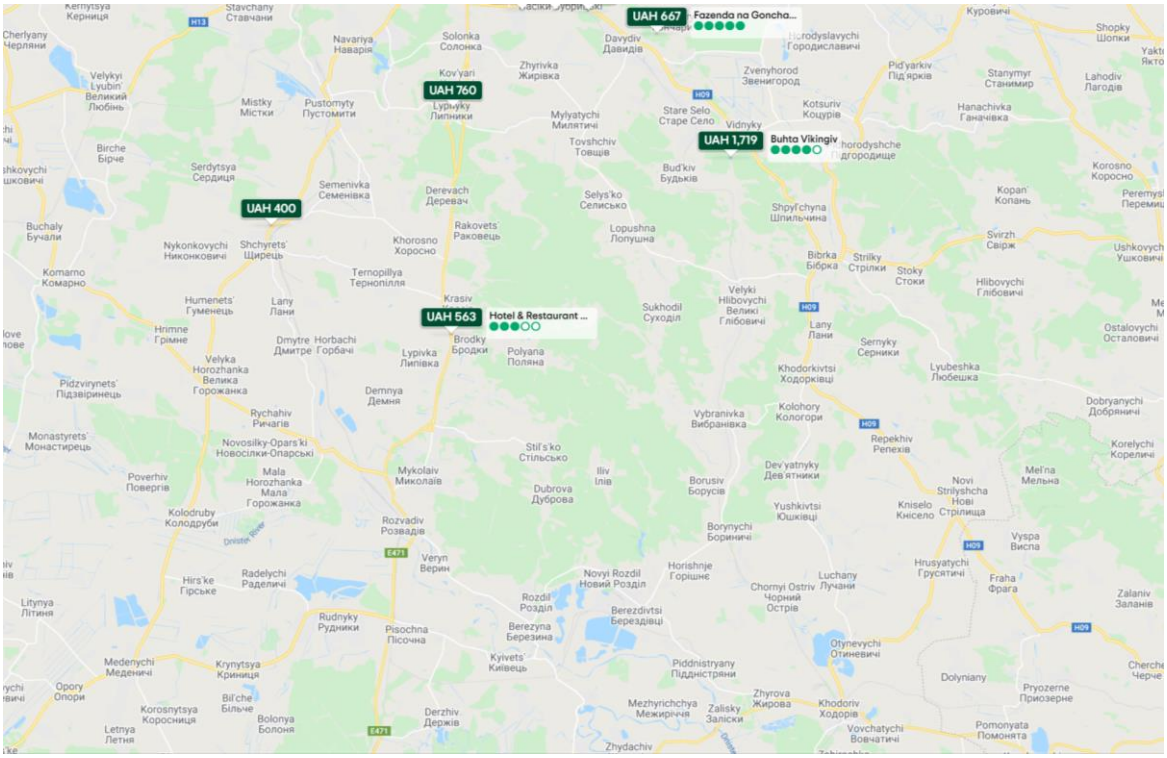


Рис. 8. Заклади розміщення Львівського Опілля в системі tripadvisor.com

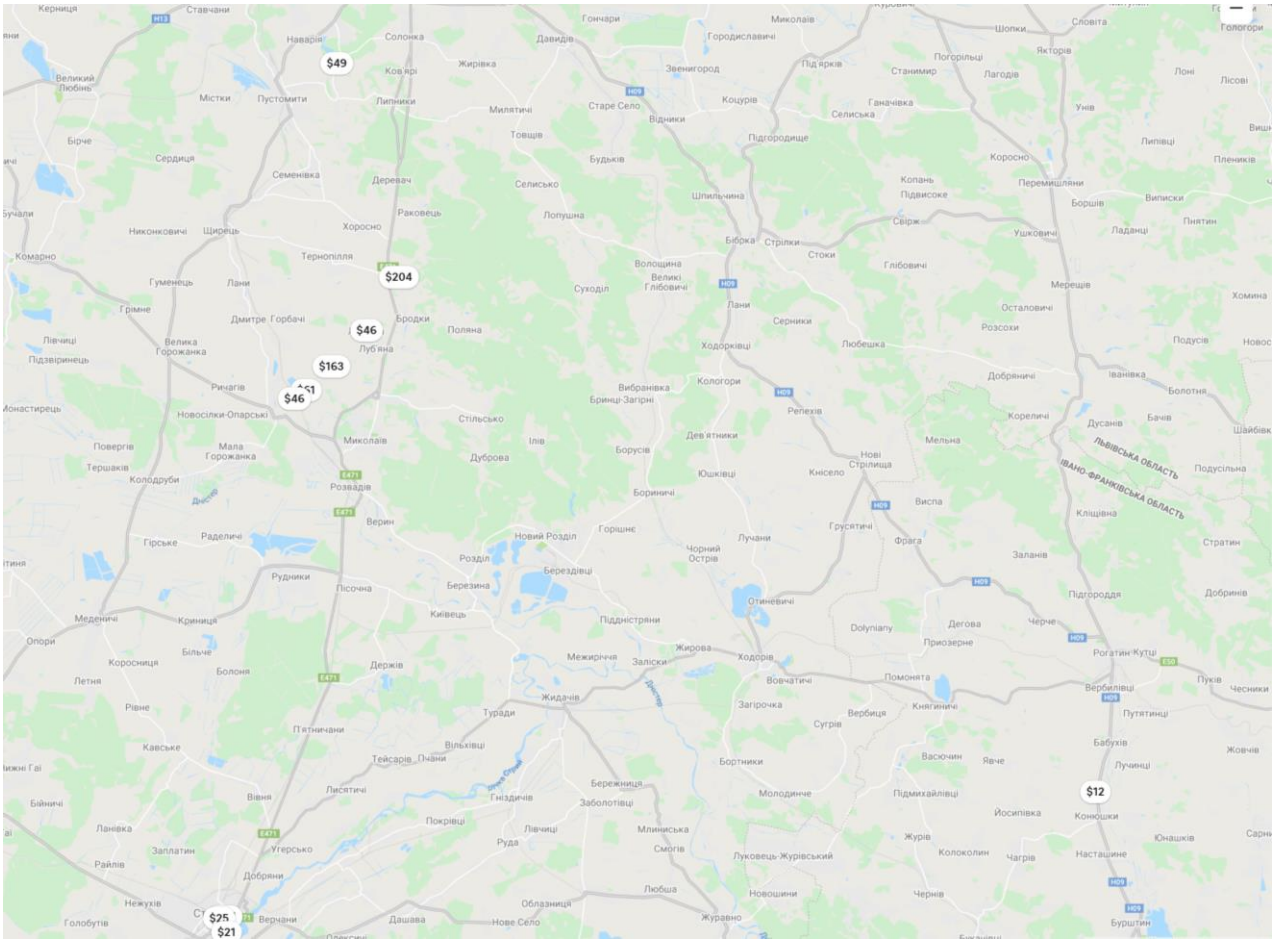


Рис. 9. Заклади розміщення Львівського Опілля в системі airbnb.com

Крім того, у регіоні працюють «точкові» об’єкти туристичної інфраструктури: гірськолижний центр «Казкова Поляна», зони сноутюбінгу «Їжак-Парк» та «Бухта Вікінгів», прокат SUP «До води» та човнів на озері Барвінок, мисливське господарство «Зубр» і т.п. Інших пунктів прокату немає.

В регіоні є ініціативи місцевих фермерів, які тісно переплітаються з туризмом: «Медв’яна роса», «Медовий блюз», приватні пасіки, бананова ферма, полуничне господарство «ФайнаBerry», ягідна ферма «Lucky Berry», соковий завод «SOKO», равликові ферми, сироварня «Джерсей», Красівська крафтова пивоварня і т.п. (проведення тематичних екскурсій, дегустацій, продажу сувенірів та фермерських продуктів, оздоровчих послуг і т.п.) З інших дотичних до туризму об’єктів є новостворений громадський простір «Коворкінг на селі».

Також є ряд місцевих мешканців, які на момент розробки даної дорожньої карти не займалися туризмом, але виявили інтерес та бажання до створення послуг для туристів і приєднання до місцевої ініціативної групи з розвитку туризму.

1.5. Аналіз управлінських основ та маркетингу

Станом на березень 2021 року територію проекту повністю або частково охоплює сім територіальних громад Львівського та Стрийського районів Львівської області (Тростянецька, Солонківська, Бібрська, Давидівська, Розвадівська, Новороздільська громади, частинка Ходорівської).

Реалізацію державної політики в сфері туризму Львівської області здійснює Управління туризму та курортів обласної державної адміністрації.

Протягом 2019-2021 року найбільше ініціатив з активізації туристичного розвитку регіону та об'єднання зацікавлених учасників довкола нової дестинації Львівського Опілля провадить однойменна ініціативна група, яка складається з представників бізнесу та окремих активних громадян. До цих ініціатив долучаються інші локальні ключові гравці:

- представники територіальних громад, відповідальні за розвиток туризму
- історико-культурний заповідник «Стільське городище»
- регіональний ландшафтний парк «Стільське горбогір'я»
- державні підприємства «Львівське лісове господарство» та «Стрийське лісове господарство».

На даний час всі згадані суб'єкти здійснюють реалізацію своїх завдань виключно в межах своїх територій, тому діяльність ГО «Львівське Опілля» направлена на об'єднання (кластеризацію) усіх зацікавлених сторін та активне залучення бізнесу до створення повноцінної туристичної дестинації.

В частині маркетингу, на даний час розроблений прототип бренду Львівського Опілля, основна діяльність висвітлюється через соціальні мережі[3]. Паралельно створюється туристичний веб-сайт та розпочато підготовку окремих туристичних продуктів.

Задані вектори розвитку туристичної дестинації є правильними, але вимагають більшої їх деталізації та формування сталих моделей у розвитку.

Важливим є також формування спільного календаря подій та заходів.

Дуже незначною є присутність регіону і на найбільших національних туристичних порталах IGotoWorld та Zruchno.Travel (Рис. 10 – 11).

[3] https://www.facebook.com/lvivskeopillya

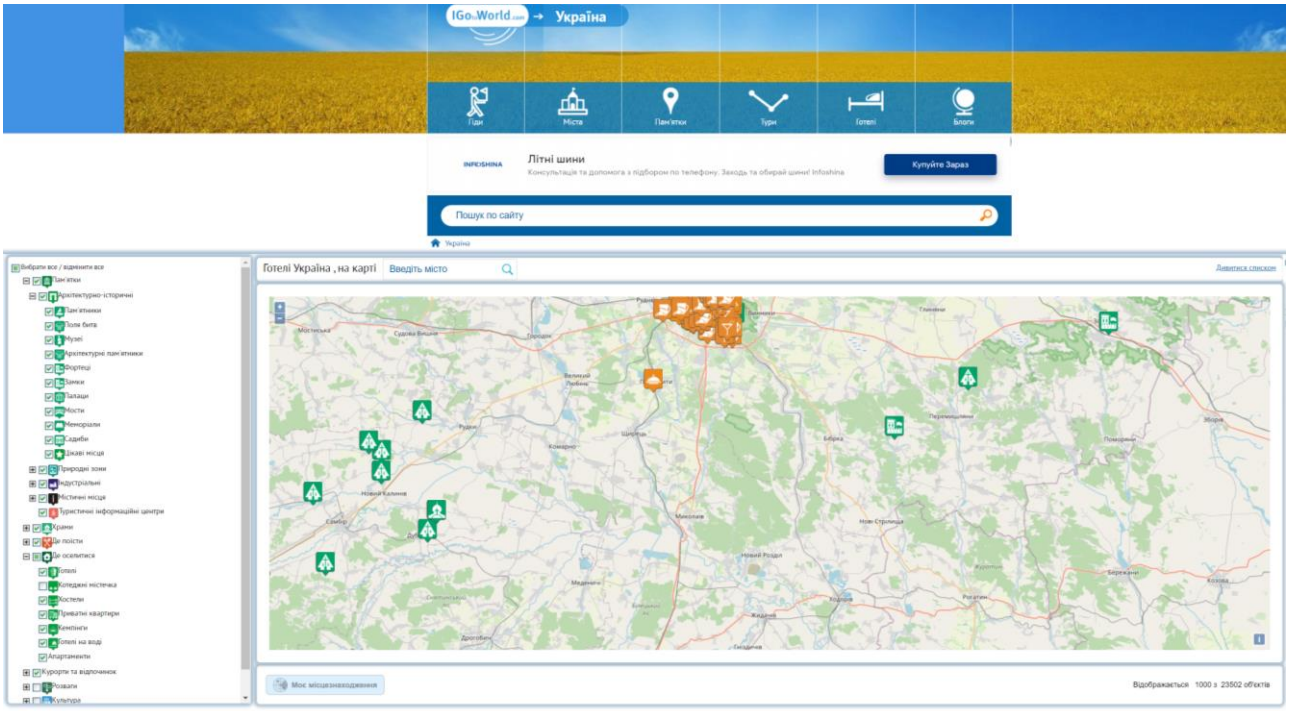


Рис. 10. Відображення туристичних пам’яток і послуг регіону на порталі IGotoWorld

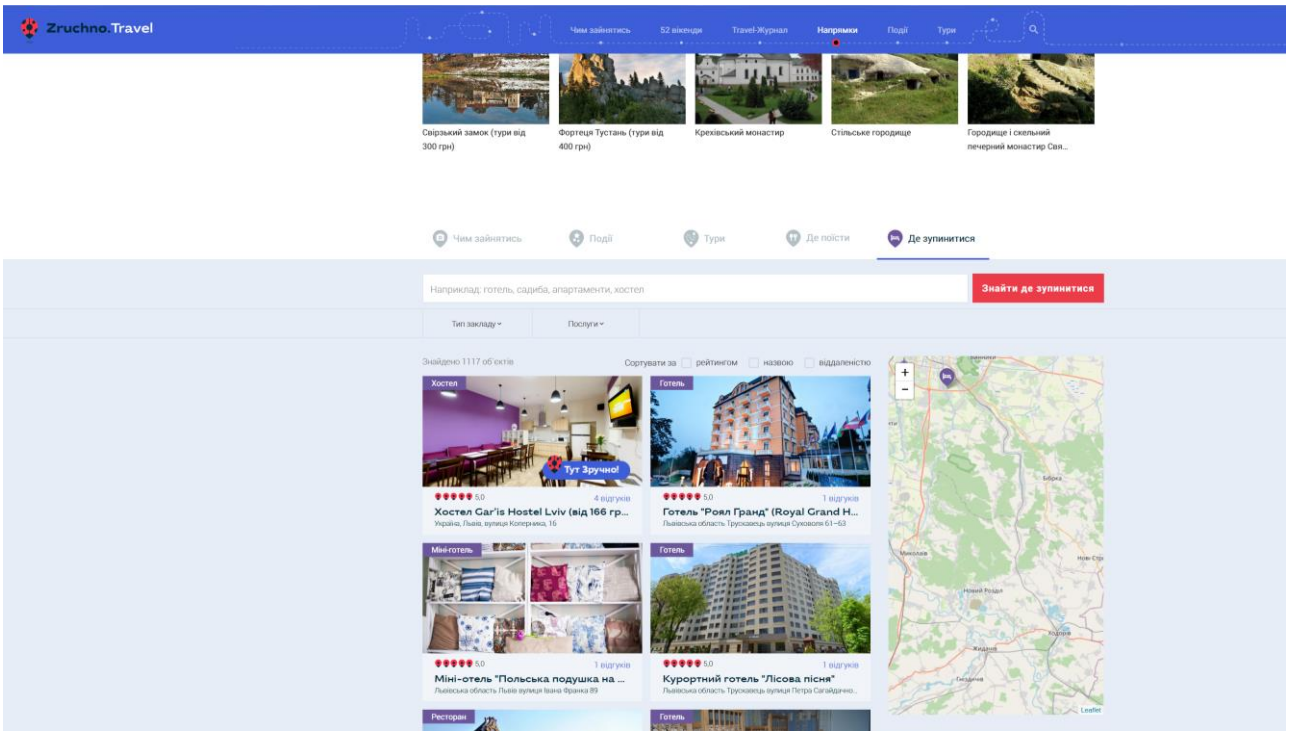


Рис. 11. Відображення туристичних послуг регіону на порталі Zruchno.Travel

1.6. Туристичні дестинації та проекти, що розвиваються на Львівщині

У Львівській області в останні роки активно реалізується ряд ініціатив та проектів територіальних громад, більшість з яких бачить в туризмі один зі стратегічних пріоритетів свого розвитку. Це особливо помітно по кількості проектів, що подаються або вже реалізуються за кошти донорів. Найбільш подібними в області є розвиток малих дестинацій:

- Тустань [4]

  Туристичну основу цієї туристичної дестинації складає Державний історико-культурний заповідник «Тустань». Заповідник займається: активною дослідницькою, науковою та просвітницькою діяльністю; охороною і збереженням об'єктів культурної спадщини – наскельного оборонного комплексу фортеці Тустань; культурно-освітньою роботою та популяризацією культурної спадщини; роботою з відвідувачами; доглядом та благоустроєм території; співпрацею з місцевим населенням і підприємцями та контролем за дотриманням норм їхньої діяльності в заповідних зонах; наданням рекомендацій для будівництва та реконструкції територій і споруд у межах заповідних зон; реставраційно-відновлюваними роботами; створенням історико-культурного рекреаційного середовища Українських Карпат, розвитку туризму, в тому числі й міжнародного. У сферу діяльності входить: сприяння збереженню об'єктів культурної спадщини та природи, захист та розвиток пам'ятки археології національного значення Городище літописного міста «Тустань» та її охоронних зон; організація та проведення Фестивалю української середньовічної культури «Ту Стань!»; збір коштів на збереження, розвиток та популяризацію Тустані; налагодження діалогу та співпраці між державними і громадськими організаціями, а також між ними та органами влади, інститутами громадянського суспільства; підвищення суспільної, культурологічної та наукової активності суспільства.

  Партнером Державного історико-культурного заповідника «Тустань» у численних спільних ініціативах є львівська обласна громадська організація «Тустань». Окрім заповідника та громадської організації у 2020 році було створено ТОВ «Агенція культурного туризму». Ця структура стала результатом серії стратегічних сесій в рамках проекту «Фестиваль Ту Стань! – розширення впливу та підсилення спроможності найбільшого фестивалю української середньовічної культури», що фінансувався у 2019 році за підтримки УКФ. Агенція культурного туризму була створена з метою організації і проведення фестивалів та подій, пошуку інвестицій для заходів і розвитку дестинації, а також створення туристичних сервісів на території села Урич та долини Тустань.

  Агенція також працює над покращенням рівня сервісу: надає торгові місця в оренду, займається облаштуванням території для комфортного дозвілля, налагоджує співпрацю з місцевими мешканцями, які підтримують та розвивають інфраструктуру Урича, опікується навчанням підприємців. Окрім того пропонує власні послуги туристам: карпатську кухню, брендовані сувеніри та розваги.

- Ковбойки [5]

[4] https://tustan.ua/
[5] https://cowboyky.ua/

Проект «Ковбойки: Український дикий захід» через поєднання образу ковбоїв американського Дикого Заходу та традицій колоритної української Бойківщини створює своєрідну атмосферу для розвитку місцевого туризму. Туристичний кластер знаходиться на території Добромильської ОТГ Самбірського району Львівщини. Головним завдання проекту є розвиток місцевого бізнесу, нові зареєстровані підприємці та підприємства. У створеному кластері під маркою «Cowboyky» діють цікаві локації - тепличне господарство та цех для сушіння «Полуничні пагорби», сироварня «Молочне ранчо», парк розваг «COWBOYKY», кілька зелених садиб.

- Горбогори [6]

  Агротуристичний кластер «ГорбоГори» створений в 2017 році з ініціативи місцевих фермерів, органів місцевої і обласної влади, наукових і навчальних установ на території Семенівської сільської ради та Солонківської ОТГ. Наближеність території кластеру до обласного центру, наявність природно-кліматичних, аграрного і людських ресурсів дозволяє розвивати виробництво органічної сільськогосподарської продукції, надавати рекреаційні, агротуристичні послуги, відновлювати автентичні види ремісництва.

  Для розвитку кластеру, Львівською обласною державною адміністрацією, як ініціатором, розроблено проект регіонального розвитку «Розвиток сільського підприємництва та інфраструктури агротуристичного кластера «ГорбоГори». Цей проект став одним із переможців серед проектів регіонального розвитку та отримав відповідне фінансування за рахунок коштів державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу. Мета проекту - забезпечення сталого розвитку території названих громад через розбудову інфраструктури, маркетинг альтернативних видів сільського підприємництва та бізнесу в межах агротуристичного кластера.

- Бойківське коло (Мале Карпатське коло).

  Це нова туристична дестинація, що формується на межі Львівської, Івано-Франківської та Закарпатської областей. Вона діє у форматі регіональної асоціації органів місцевого самоврядування, метою якої є сприяння розбудові місцевої і регіональної економіки та розвитку туризму карпатського регіону Бойківщини, шляхом посилення міжрегіональної співпраці та координації зусиль місцевої влади, бізнесу і громадського сектору. Асоціація «Бойківське коло» ставить перед собою ряд важливих завдань, зокрема сприяння залученню та притоку інвестицій у будівництво і відновлення дорожньо-транспортної і туристичної інфраструктури, залученню державних, регіональних, муніципальних та приватних інвестицій, позабюджетних коштів, коштів міжнародної технічної допомоги задля розвитку місцевої економіки, підтримці малого і середнього бізнесу, розвитку інфраструктури територіальних громад субрегіону.

Кожна зі згаданих дестинацій має свою специфіку та особливості, які слід враховувати у Львівському Опіллі для пошуку своєї ідентичності та своєї ніші на туристичному ринку.

[6] https://www.horbory.com.ua/

Аналіз та оцінка ланцюга доданої вартості

До обслуговування туристів задіяна велика кількість гравців за різними напрямками і видами послуг – як прямо дотичних до туризму, так і опосередковано (Рис. 12).

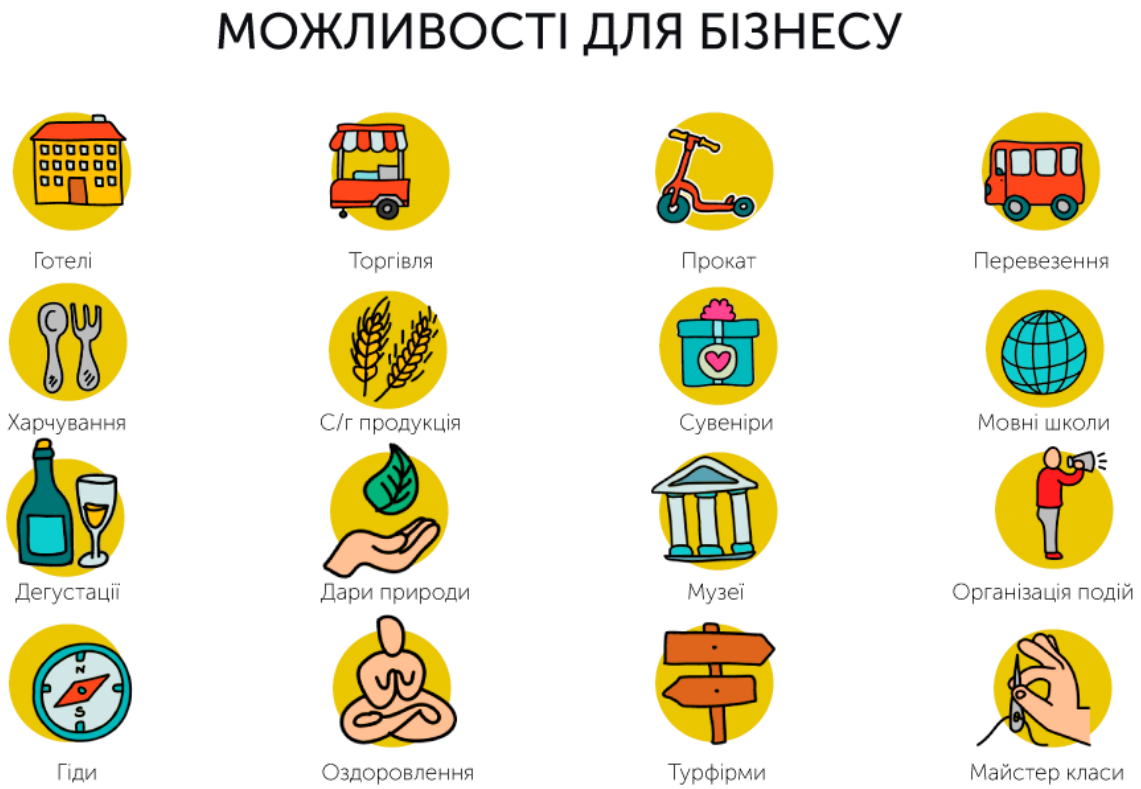


Рис. 12. Можливості для бізнесу в туризмі

Ланцюг створення вартості є моделлю, яка описує послідовність додавання вартості, в процесі якої пов'язуються постачальник послуг та товарів і їх споживач (турист).

Аналіз ланцюга доданої вартості з точки зору туриста, показує нам, як розвиваються туристичні атракції, заклади та постачальники послуг, що пропонують відвідувачам комплексний досвід, починаючи з першої інформації про регіон, через надання можливостей подорожі до місця призначення, користування послугами проживання, харчування, відвідування туристичних об'єктів, споживання інших продуктів та послуг, аж до пост-продажних пропозицій – сувенірів, програми лояльності, спонукання гостя до повторних візитів. Цей процес можна представити на рисунку нижче – етапами від моменту, коли турист нічого не знає про територію і тільки починає шукати інформацію, і аж до моменту наступного приїзду або рекомендацій іншим (Рис. 13):

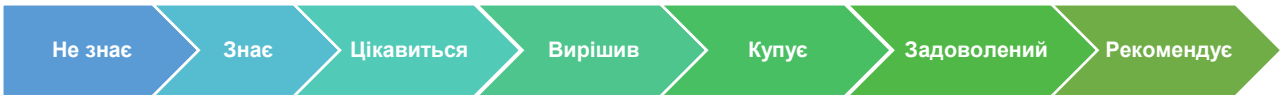


Рис. 13. Ланцюжок етапів прийняття рішень туристом

В туризмі такий аналіз проводиться разом з оцінкою за наступними кроками (згідно досвіду туриста):

1. Отримання інформації туристом (як і звідки туристи отримують інформацію про регіон)
2. Бронювання (як туристи бронюють послуги)
3. Можливість добирання (види транспорту, зручність логістики, пересування по регіону)
4. Послуги після прибуття та місцева гостинність
5. Відвідування пам'яток природної та культурної спадщини
6. Додаткові продукти та послуги, які можна отримати у регіоні
7. Пост-продажі, повторне відвідування, рекомендації

Чим вища якість, професійність та більш збалансований та насичений ланцюг, тим більша ймовірність того, що відвідувачі матимуть позитивні враження, досвід та рекомендації для інших туристів. Такі відвідувачі стають амбасадорами туризму в регіоні або окремих його напрямків.
На основі проведеного експертного дослідження та інвентаризації, аналізу наявних матеріалів та особистого досвіду було проведено оцінку на основі 7 етапів ланцюжка доданої вартості (Табл. 2)

Табл. 2. Оцінка досвіду основних кроків у плануванні, виконанні та запам'ятовуванні поїздки з точки зору туриста (оцінки: 1-2 - дуже погано, 3-4 - погано, 5-6 - середньо, 7-8 - добре, 9-10 - дуже добре)

ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ	ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС і ПОСЛУГИ, ЩО ЗАДІЮЮТЬСЯ НА МІСЦІ	ОЦІНКА	ОПИС
Доступна інформація про регіон	- Маркетингові агенції - Рекламні агенції - Виставкові компанії - Туристичні портали - Туристичні медіа - Туристично-інформаційні центри	4-5	Туристичної інформації про Львівське Опілля досить мало. Існуючі інформації про туристичні об'єкти, події або заходи переважно на сайтах локальних виробників послуг або у місцевих групах в соціальних мережах. В інтернеті трапляються згадки про окремі об'єкти, на зразок Стільського городища та гроту Прийма. Онлайн просування в інтернеті чи соціальних мережах незначне. Відсутня інформація іноземними мовами. Центрів туристичної інформації немає. Відсутній офіційний онлайн-ресурс про Львівське Опілля.
Бронювання та купівля поїздки	- Туристичні фірми - Системи онлайн-бронювання - Страхові агенції	4-5	Включення туристичних пам'яток Львівського Опілля в програми львівських туроператорів незначне. Туристичні продукти регіону наразі не мають чіткого позиціонування. Можливостей онлайн-бронювання майже немає. У найбільш популярних міжнародних системах бронювання регіон мало присутній.
Варіанти подорожі до регіону	- Транспортні послуги - Прокат атомобілів - Таксі - Автозаправні станції	7-9	До туристичних об'єктів регіону дістатися досить легко різними видами транспорту через м. Львів. Якість шляхів сполучення переважно хорошого рівня, проте є віддалені ділянки, що потребують ремонту. Працює громадський транспорт, послуги таксі, можливо брати авто на прокат (недалеко аеропорт «Львів»). Розвинуті мережі брендових АЗС, в т.ч. для заряджання електромобілів.
Прибуття та гостинність на місці	- Заклади розміщення - Заклади харчування - Лікувально-оздоровчі заклади - Послуги супроводу - Прокат туристичного обладнання	7-8	Персонал закладів обслуговування привітний, проте часто працює не в прийнятих стандартах обслуговування. Вибір основних туристичних послуг зі сфери HoReCa і супутніх їм наразі незначний. Персонал часто володіє польською, рідше англійською мовами. На території з'являються нові об'єкти туристичного сервісу. Майже відсутня інфраструктура для людей з інвалідністю.

Відвідування об’єктів природної та культурної спадщини, рекреаційних, лікувальних та інших, що є метою подорожі	- Регіональний парк - Лісові господарства - Історико-культурний заповідник - Музейні об'єкти - Театри, концерти - Гастро-об'єкти		Вибір об'єктів відвідування на даний час невеликий, хоча окремі з них унікальні в своєму роді (напр., об'єкти ІКЗ «Стільське городище», грот «Прийма», старовікові ліси, Музей загиблих літаків). За останні роки регіон стає відомим завдяки об'єктам стаціонарного відпочинку – літнього (пікнік-зони біля води) та зимового (лижне катання, сноутюбінг). У окремих туристичних локаціях є цікаві і фахові гіди та працівники, але їх є мало. Бракує місць для інтерпретації природної та культурної спадщини. Мережі туристичних шляхів та екостежок не сформовані цілісно та не уніфіковані. Чимало туристичних об'єктів в непривабливому або аварійному стані. Відсутня інформація про об'єкти відвідування на місцях.
Наявність / споживання в регіоні додаткових продуктів і послуг (в т.ч. дотичних до туризму)	- Локальна гастрономія - Оздоровчі посуги - Атракціони - Івент-компанії - Майстер-класи		У регіоні з'являється що раз більше можливостей, що доповнюють туристичні пропозиції. З існуючих це насамперед різноманітна локальна гастрономія та продукти, іпо- та апі-терапія, банні послуги, масажі і т.п. Також в окремих локаціях проводяться фестивалі та інші події, що можуть бути цікаві туристам. Їх вибір що раз збільшується та стає цікавішим і все більше інтегрується до туризму.
Пост-продажі – повторна поїздка / рекомендації для відвідування регіону	- Брендована і сувенірна продукція		Майже відсутні програми лояльності для відвідувачів, а також брендовані сувеніри та регіональні продукти, які турист може придбати на згадку або як подарунок.

Джерело: Аналіз ланцюга доданої вартості проводився на основі наявної інформації, експертної інвентаризації, обговорень з основними зацікавленими сторонами туристичної та дотичних сфер, а також досліджень експертів проекту

1.7. SWOT аналіз

Сильні сторони	Слабкі сторони
✓ Сприятлива екологія, чисте повітря, багато водойм (невеликих ставків, потічків, малих річок, джерел) ✓ Мальовничі ландшафти та особливі природні об'єкти і території (насамперед РЛП «Стільське Горбогір'я», лісгоспи регіону) ✓ Значна частка заліснених території, в т.ч. зі старовіковими лісами ✓ Об'єкти культурної та історичної спадщини (ІКЗ «Стільське городище») ✓ Наявність базової туристичної інфраструктури, існуючі якісні та неординарні приклади ведення туристичного бізнесу ✓ Розуміння у територіальних громадах регіону значення туризму та бажання розвивати його ✓ Близькість до країн ЄС, розташування поряд зі Львовом (великий внутрішній ринок) та наявним туристичними потоком у регіон (туристів з України та іноземців) ✓ Сильні позиції Львова та Львівської області на туристичному ринку та значна підтримка туристичної і дотичної сфер з боку органів влади та самоврядування ✓ Добре розвинуті транспортні комунікації та логістика через м. Львів ✓ Наявність кадрового потенціалу для розвитку туризму, навчальних закладів туристичного та дотичного профілів (навчальна та наукова база, що сконцентрована у м. Львів)	✓ Незначна кількість локальних туристичних продуктів ✓ Спрямованість туризму в даний час переважно для короткострокового перебування та пікніків ✓ Незначна присутність туристичних об'єктів в мережі Інтернет ✓ Відсутність системи промоції туризму Львівського Опілля ✓ Розрізненість учасників туристичного ринку ✓ Розрізненість типів знакування туристичних шляхів у Львівському Опіллі ✓ Необлаштованість та аварійний стан багатьох потенційних туристичних об'єктів ✓ Відсутність інформації про об'єкти відвідування на місцях
Можливості	**Загрози**
✓ Популярність внутрішнього туризму та пошук туристами нових ніш та напрямків для подорожувань ✓ Активізація та об'єднання туристичного бізнесу, інтеграція до туризму суміжних галузей ✓ Наявність різноманітних регіональних, національних та міжнародних програм підтримки туристичної і дотичних сфер ✓ Активне оновлення транспортного сполучення з регіоном ✓ Міжрегіональна (перспектива розвитку всієї зони Опілля разом з Тернопільською та Івано-Франківською областями) та міжмуніципальна співпраця в туризмі, створення спільних продуктів	✓ Тривале подолання пандемії COVID-19 ✓ Глобальні зміни клімату та антропогенний тиск, що впливає на втрату природних туристичних ресурсів (наприклад, зменшення площі лісів, обміління водойм, розорювання луків і т.п.) ✓ Загострення військових дій на сході України ✓ Політична нестабільність ✓ Економічна криза ✓ Нестабільність гривні та суттєве зростання рівня інфляції ✓ Нестабільність державного управління в сфери туризму та дотичних сфер (часті реорганізації міністерств і відомств, а також місцевих управлінь)

2. Головні напрямки туристичного розвитку Львівського Опілля та туристичних продуктів

2.1. Опис основних туристичних продуктів

Активності, спорт - Прогулянки туристичними шляхами регіону - Літній відпочинок на воді, плавання, веслування - Зимові активності на лижах, сноутюбінг - Змагання (пригодницькі перегони, біг, вело, коні, SUP, ін.) - Скандинавська ходьба - Спортивні табори - Орієнтування - Бушкрафт - Тімбілдінг	
Екоосвіта, пізнання - Нішеві тури (екотури та спостереження дикої природи, птахоспостереження, археологічні та геотури і т.п.) - Прогулянки екологічними стежками - Екотабори, екошколи	
Оздоровлення і рекреація - Санаторне оздоровлення - Здорове харчування - Теренкури - Shinrin-yoku - Практики особистісного розвитку - Медитації - Йога - Сауни, чани - Масажі - Апітерапія - Іпотерапія	
Події та заходи - Події в стилі «еко», що підсилюють всі інші напрямки, наприклад – ярмарки, змагання, квести, фестивалі і т.п. - Культурні та мистецькі події і заходи (виставки, пленери) - Створення окремих мистецьких локацій, наприклад ленд-арту - Запрошення відомих митців та створення резиденцій	
Пікнік-локації - Визначені місця на території Львівського Опілля для короткотермінового перебування невеликих груп	

До створення та розвитку окремих туристичних продуктів потрібно залучати фахівців за напрямками з України та з-за кордону (геологів, геоморфологів, палеонтологів, екологів, біологів, лісівників, археологів, етнографів, істориків, архітекторів, митців, краєзнавців), надавати їм майданчики для дій та сприяти у проведенні заходів, стимулювати до створення і оперування тематичних продуктів дестинації та відкриття повноцінної діяльності. Також слід інтегрувати місцевих мешканців і вчити їх за допомоги цих фахівців, надавати менторську підтримку і супровід проектів.

2.2. Визначення цільових груп та ринків

Розуміння розвитку дестинації Львівського Опілля спирається не тільки на її наявні ресурси, планування того, що потрібно зробити, а, насамперед, на цільові групи – певні категорії споживачів одного або кількох туристичних продуктів регіону. Кошти, які залишатимуть ці відвідувачі, і враження, які вони передаватимуть далі, є надзвичайно важливими для розвитку всієї дестинації. Дуже важливо запропонувати відповідні туристичні продукти відповідним групам споживачів, кожна з яких має свої потреби та можливості. Розуміння цільових груп допоможе як усій дестинації, так і окремим її суб'єктам і у плануванні розвитку (адже кожна окрема група вимагає певних, притаманних їй умов) і у маркетингу.

Таблиця нижче (Табл. 3) вказує на базові характеристики різних цільових груп та мотив їхнього перебування на території Львівського Опілля:

- ✓ категорія
- ✓ географія
- ✓ вік
- ✓ інтереси
- ✓ фінансові можливості
- ✓ масовість
- ✓ тривалість перебування
- ✓ основний сезон

ТУРИСТИЧНІ КЛУБИ	ПРАЦЮЮЧА МОЛОДЬ
• львів'яни та мешканці сусідніх областей • активні дорослі – члени клубів • інтерес – активний/пізнавальний туризм • середній достаток • організовані групи • від 2-3 днів і більше • цілорічно	• львів'яни та мешканці інших областей • молодь віком 25-45 років • інтерес – активний/пізнавальний туризм, події • середній достаток • парами та невеликими групами • 2-3 дні • цілорічно
СІМ'Ї З ДІТЬМИ	ОРГАНІЗОВАНІ ТУРФІРМАМИ ГРУПИ
• львів'яни та мешканці інших областей • дорослі з неповнолітніми дітьми (батьки та діти, прабатьки та онуки) • інтерес – пізнавальний туризм, відпочинок, події • середнього і вище достатку • індивідуально • від 1-3 дні • цілорічно	• приїжджі з усієї України та з-за кордону • різновікові • інтерес – пізнавальний туризм, події • середній достаток • групи • 0.5-1 день • цілорічно
СТУДЕНТИ	КОРПОРАТИВНІ ГРУПИ
• переважно львів'яни • молоді люди, що навчаються (до 25 років) • інтерес – активний/пізнавальний туризм, події • невисокий достаток • індивідуально або малі групи • 1-3 дні • цілорічно	• переважно львів'яни • працюючі дорослі • інтерес – тімбілдінг, події • середній і вище достаток • групи • 1-2 дні • цілорічно
ШКОЛЯРІ, ЮНАЦЬКІ СПІЛКИ	СПОРТСМЕНИ
• місцеві, львів'яни та мешканці сусідніх областей	• місцеві та приїжджі з усієї України і з-за кордону

• діти під опікою дорослих (10 - 16р.) • інтерес – активний/пізнавальний туризм, події, змагання, табори • невисокий достаток • організовані групи • від 2 днів до 2 тижнів • весна – осінь	• молоді люди (до 35р.) • інтерес – події, змагання, тренування • середній достаток • індивідуально, групи • 2-3 дні • цілорічно
ЛІТНІ ЛЮДИ	НІШЕВІ КАТЕГОРІЇ, МИТЦІ, МАЙСТРИ
• переважно місцеві та львів'яни • дорослі пенсійного віку • інтерес – відпочинок, пізнавальний туризм • середній достаток • індивідуально • 2-3 дні • цілорічно	• львів'яни та приїжджі з усієї України і з-за кордону • творчі дорослі (любителі і професіонали) • інтерес – події • середній і вище достаток • індивідуально і малі групи • 2-3 дні • цілорічно

Табл. 3. Профілі цільових груп туристів Львівського Опілля та їх характеристика

Нижче подаємо співвідношення характерних для регіону напрямків туристичних продуктів відносно цільових груп їхніх споживачів (Табл. 4):

Туристичні продукти / Цільові групи	Активний відпочинок, спорт	Екоосвіта, пізнання	Оздоровлення, рекреація	Події	Пікнік-локації
Туристичні клуби	■	■			
Працююча молодь	■	■	■	■	■
Сім'ї з дітьми		■	■	■	■
Організовані групи (турфірмами)		■		■	
Студенти		■		■	
Корпоративні групи	■				■
Школярі, юнацькі спілки		■			
Спортсмени	■			■	
Літні люди		■	■	■	■
Нішеві категорії, митці, майстри		■		■	

Табл. 4. Співвідношення груп туристичних продуктів Львівського Опілля та цільових груп

2.3. Приклади туристичних продуктів в Україні та за кордоном, що характерні для Львівського Опілля

Продукти на основі лісів мають великі можливості для туризму з різноманітним набором пропозицій, якими можуть бути:

- **Туристичні шляхи,** призначені для різних видів туризму, спорту, активного відпочинку (в нашому випадку – пішохідного, велосипедного, кінного, скандинавської ходьби і т.п.).

Користувачами таких продуктів є активні люди, які часто подорожують індивідуально. Тому для них необхідні створити безпечні і комфортні умови перебування на території (знакування, маркування і облаштування шляхів), а також забезпечити різними послугами і сервісами з боку місцевих підприємців.

- **Екологічні стежки** для пізнання природи. Такі стежки можуть бути як комбіновані (включати різнопланові об’єкти огляду), так і спеціалізовані, наприклад ботанічні чи орнітологічні, з відповідним знакуванням, інфраструктурою та інформаційним забезпеченням.

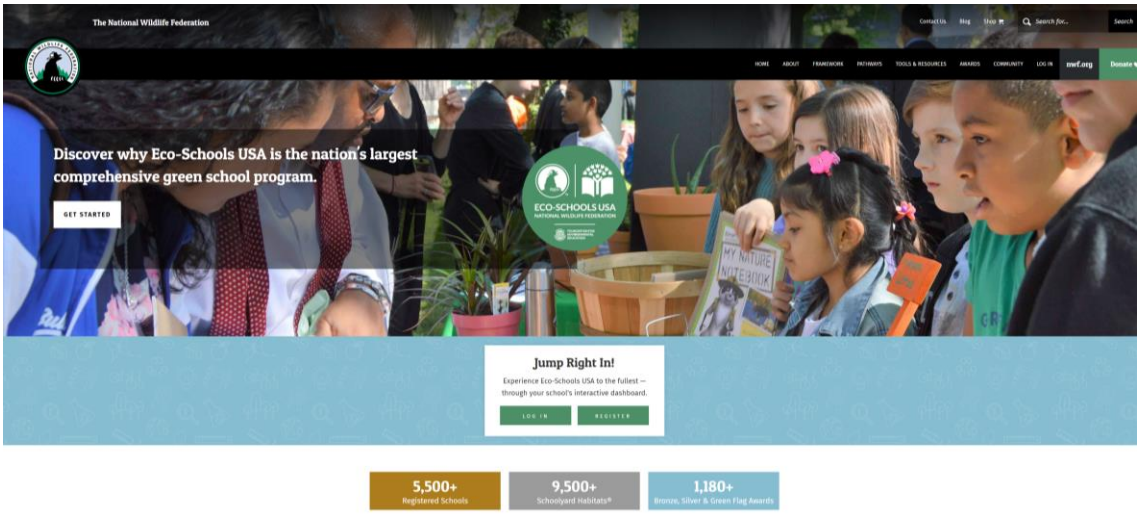
Зазвичай такі стежки мають позначені точки початку та кінця стежки, спеціальне маркування та знаки навігації (відмінні від туристичних шляхів), обов’язковими елементами є пізнавальна інформація, що відображає тематику екостежки, а також різноманітні форми малої архітектури, як то оглядові майданчики і вежі, місця для спостереження за тваринами, обладнані місця для лекцій на природі, відпочинку, санітарних потреб тощо.

Екологічні стежки, на відміну від туристичних шляхів, зазвичай невеликої протяжності, розраховані на індивідуальних туристів та малі групи, котрі сповідують принципи екотуризму. Їх користувачі – насамперед сім’ї з дітьми, активна і свідома молодь, нішеві групи. При

створенні декількох екостежок, принаймні одну потрібно зробити інклюзивною. Добрим доповненням для функціонування в регіоні екостежок є наявність на місці навчального центру (інформаційного або візит-центру), гідів та інших супутніх послуг.

- **Навчальний або візит-центр** – окремі споруди, облаштовані для прийому туристів, проведення стаціонарної екоосвіти, місце початку відвідування регіону. Такі центри успішно функціонують там, де є сучасні інтерактивні експозиції, кваліфіковане обслуговування, місця для лекції чи кінозали, місця для продажу сувенірної та іншої супутньої продукції для туристів. Для Львівського Опілля створення такого центру це питання радше середньо або довгострокової перспективи.

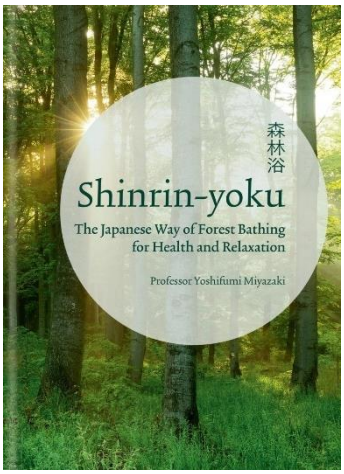
- **Еко-школи** – дитячі та молодіжні мандрівні або стаціонарні навчально-пізнавальні заходи, які проводяться в певні сезони (переважно в період літніх та зимових канікул) у форматі таборів, а також можуть проводитись у вихідні дні у форматі коротких навчань. Необхідним для таких таборів є якісна організація з цікавою програмою і супроводом, а також база для розміщення та харчування. Такі табори можуть бути як кемпінгового формату (в наметах), так і стаціонарні на базах відпочинку регіону, а саму програму зручно будувати використовуючи природний та історико-культурний потенціал територій поряд.



- **Тімбілдінг** – корпоративні програми командотворчих тренінгів, які дуже часто проводять на природі. Одним з поширених його видів є т.зв. «мотузковий курс». Це активний формат тренінгів, направлений на покращення навичок роботи в команді, особистісного розвитку, формуванні лідерства. В якості спорядження часто використовуються альпіністське спорядження (мотузки, карабіни, страхувальні системи, засоби для переправ, інші навісні конструкції). На таких тренінгах учасникам ставлять різноманітні завдання, які вони повинні вирішити шляхом спільних/командних логічних і фізичних вправ, з відповідним аналізом

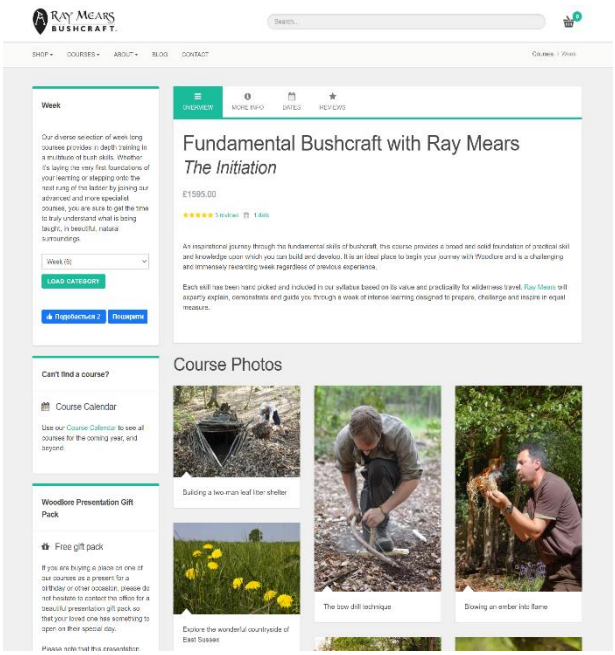
зробленого. Площадками для них є переважно лісові зони. Такі тренінги час від часу вже проводяться в лісових масивах Львівського Опілля. Їх замовниками в більшості є різноманітні комерційні підприємства. Командотворчі тренінги часто комбінуються з іншими послугами – кейтерінгу, організації подій, активного відпочинку, проживання, перевезень та інших. Організація таких програм поряд зі Львовом не потребує великих організаційних та фінансових зусиль, натомість може мати позитивний ефект (в т.ч. фінансовий) для такого виду підприємницької діяльності, а також для позитивного іміджу території.

- **Лісова терапія** (Shinrin-yoku) – японська практика, яка вже відома у багатьох країнах світу і набирає популярності насамперед серед мешканців великих міст і направлена на покращення фізичного і психічного самопочуття людей. Її ще називають «купанням у лісі». Це досить простий, але ефективний спосіб відпочинку не вимагає значних фізичних навантажень, а більше спрямований на «відчуття» лісу всіма органами чуття людини. Потрібно слухати спів птахів, насолоджуватися візуально красою лісу незалежно від пір року, доторкнутися до зеленого моху, листя чи самих дерев і т.п. Часто лісову терапію поєднують із медитаціями. За цією практикою, достатньо проводити у лісі 2-3 години один раз на тиждень, щоб суттєво зменшити ризик раку, серцево-судинних, легеневих захворювань, психологічної втоми, депресії, безсоння. Лісова терапія підходить для людей будь-якого віку. Практику Shinrin-yoku можна впроваджувати як самостійно, так і в малих групах в супроводі тренера. Основою для неї має бути насамперед чистий красивий ліс без стороннього шуму, доповнений приємними ландшафтами, водоймами. Зі спеціальної інфраструктури можна передбачити малу архітектуру у вигляді лежаків, лавочок, навісів, оглядових майданчиків.

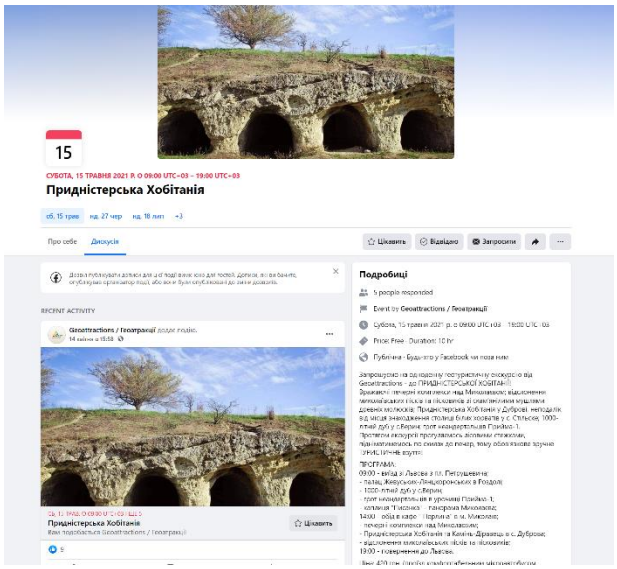


.

- **Бушкрафт** (bushcraft або мистецтво життя в лісі) та різноманітні тренінги з виживання в природі. Приклади таких продуктів можна побачити вже подекуди в Україні, але найбільше їх є за кордоном. Такі програми можуть бути не лише для категорії дорослих або чоловіків, а цілком успішно пропонуватися для дітей чи сімей. Їхня цінність окрім типових навичок життя в лісі ще й у навчанні відповідальному ставленню до лісу і природи загалом. Необхідним для формування і реалізації таких програм є кваліфіковані оператори цього продукту. Один з найкращих прикладів використання теми бушкрафту можна бачити на сторінці відомого його сподвижника Рея Мерса https://www.raymears.com/



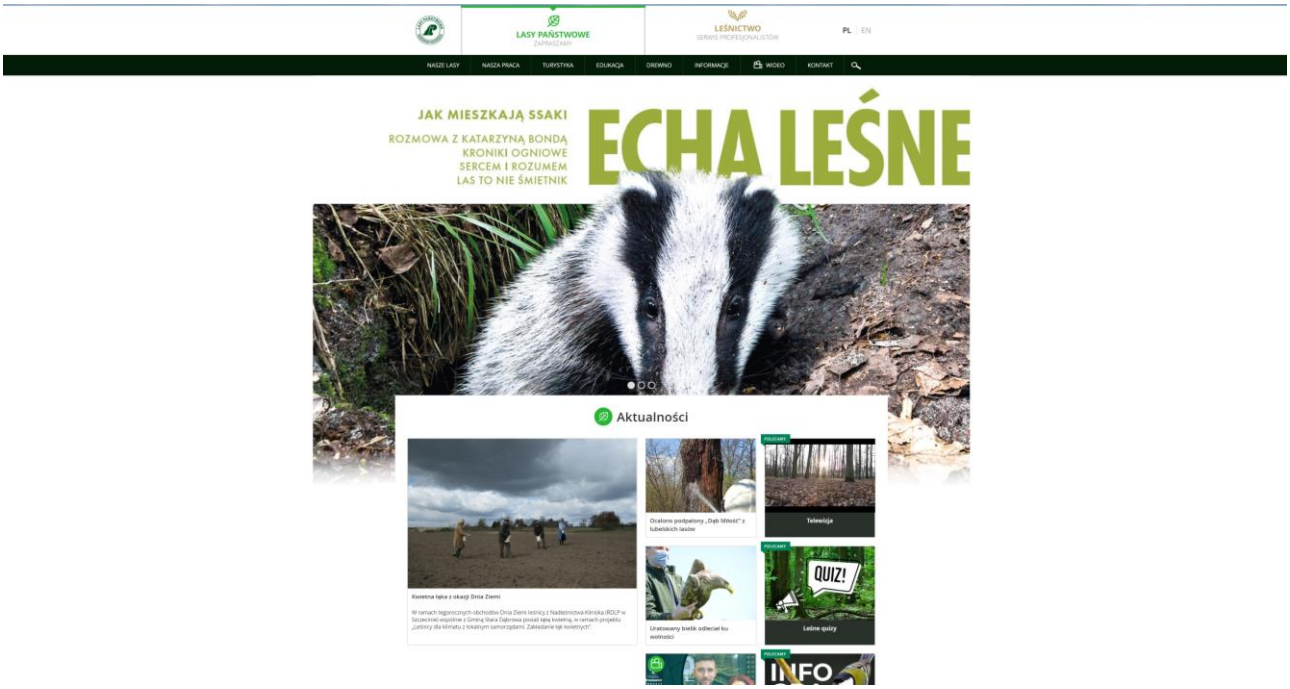
- **Геотуризм** – напрямок, який добре відомий у розвинених туристичних країнах і є як нішевим спеціалізованим видом туризму, так і частиною оглядових турів. Базисом для геотуризму є окремі об'єкти геологічної спадщини, процеси та явища. Інтерес до геотуристинчих об'єктів заохочують дослідники наук про Землю. Успіх у розвитку геотуризму залежить з одного боку від якісної, сучасної та цікавої інетерпертації, наявності кваліфікованих гідів, а з іншого боку від спеціалізованої інфраструктури, зокрема інформаційної. Одним з кращих прикладів розвитку геотуризму в Україні є проект «Гео-Карпати» та розвиток геотуризму в Кривому Розі. Щодо розвитку геотуризму у Львівському Опіллі, то до цього доречно долучити дослідників ВНЗ Львова.



- **Спостереження за птахами (birdwatching) та іншими видами дикої природи** – вид туризму, який набуває все більшої популярності у світі, а за останні роки і в Україні. Найбільш притаманний територям, де можливі такі спостереження в різні пори року або як сезонний продукт, наприклад, в періоди весняної та осінньої міграцій тварин, весняного пробудження флори та фауни. Може реалізовуватись у спосіб створення спеціальної інфраструктури для спостереження за птахами та іншими тваринами (різноманітні споруди типу схованок для спостережень, загорож, оглядових вишок, розміщення інформації про тварин регіону по території і місцях можливих

спостережень), а також в супроводі фахівців – переважно орнітологів, герпетологів, теріологів і т.п., а часом фотографів-анімалістів, які готують спеціалізовані програми турів.

Для Львівського Опілля загалом, одним з кращих прикладів використання лісового фонду для туризму і рекреації можуть слугувати Lasy Panstwowe [7] – державні ліси Польщі (зокрема, поряд великих міст) та їхній окремий проект Czas w Las («Час до лісу»)[8] що спрямований на різноплановий відпочинок у лісі, від активного і стаціонарного, до різних видів екоосвіти та інфраструктури для туризму і рекреації.



[7] https://www.lasy.gov.pl/
[8] http://www.czaswlas.pl/

3. Визначення базової інфраструктури для туризму

3.1. Дорожня навігація та інфраструктура

Правилами дорожнього руху України передбачена дорожня навігація до туристичних об’єктів та територій. Практика використання такої навігації в Україні загалом лише починає впроваджуватися і Львівська та Закарпатська області є її лідерами. Разом з тим, на даний час на території Львівського Опілля такі знаки майже відсутні, а ті що є потребують заміни. Самі знаки повинні бути уніфіковані, в єдиному стилі та узгоджено використовуватись всіма учасниками Львівського Опілля.

При комплексному плануванні розвитку туризму важливим є визначення ключових зон, об’єктів і територій з т. зв. «точками входу», визначення пріоритетності та місць встановлення знаків дорожньої навігації до них. (Рис. 14)

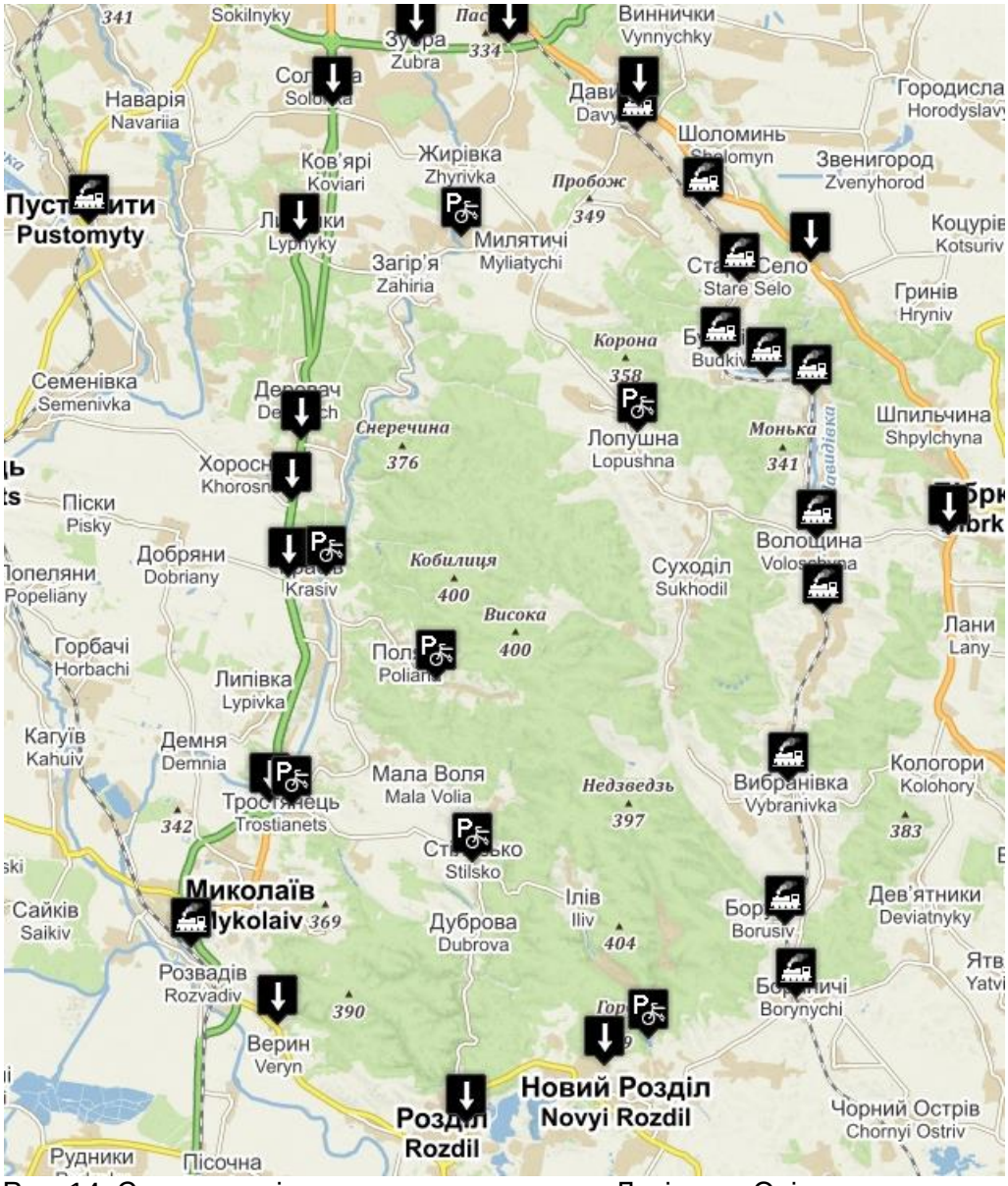


Рис. 14. Схема розміщення «точок входу» на Львівське Опілля

«Точки входу» і ключові об’єкти відвідування повинні мати визначені місця для паркування транспорту та відповідне ознакування, туалети, сміттярки, інформаційне забезпечення як про конкретну зону чи об’єкт відвідування, так і про всю дестинацію.

3.2. Визначення, знакування і маркування туристичних шляхів

Для розвитку туризму новостворюваної дестинації створення мережі туристичних шляхів важко переоцінити. Значна частина Львівського Опілля заліснена та має складний рельєф, що може суттєво утруднювати пересування та орієнтування туристів і навіть бути небезпечним. Також, ця територія входить до складу РЛП «Стільське Горбогір'я», яке має своє зонування та двох лісгоспів Львівського ОУЛМГ, які провадять господарську діяльність, що потрібно враховувати при плануванні мережі туристичних шляхів та узгоджувати її із землекористувачами.

Що дає створення єдиної мережі туристичних шляхів на Львівському Опіллі:

Безпека:

- покращення орієнтування туристів, підвищення зручності подорожей, спрощення їх планування;
- підвищення безпеки мандрівок, зменшення кількості і зниження вартості пошуково-рятувальних робіт.

Екологія:

- оптимізація рекреаційного навантаження на туристичні об'єкти, диверсифікація туристичних потоків;
- врахування зонування територій ПЗФ.

Економіка:

- покращення туристичної привабливості і підняття рівня відвідуваності територій;
- підвищення якості і створення додаткової вартості туристичного продукту;
- порівняно невелике і дуже ефективне вкладення з довготривалим ефектом.

Перебування туриста там де є розвинута інфраструктура стає для нього більш комфортним та зрозумілим. Туристичні шляхи унапрямлюють туриста, дають можливість чітко планувати навантаження туристичного потоку на територію. Організована інфраструктура допомагає вести статистику та динаміку туристичного потоку і відвідування території. Інвестиції в таку інфраструктуру є відносно невеликі, досить швидкі як щодо встановлення, так і щодо окупності, оскільки можуть принести перші результати одразу після її створення.

Зі створенням туристичної інфраструктури місцеве населення більш усвідомлено починає відноситись до своєї території, як туристичної, а також з часом активніше починає долучатися до підприємництва в туризмі або дотичних сферах. Поєднання надавачів туристичних послуг мережею шляхів формує візуальну цілісність туристичної дестинації і прискорює формування там кластерів, асоціацій чи інших об'єднань в туризмі або ж підсилює вже існуючі.

3.2.1. Етапи створення мережі шляхів для активного туризму

1) Розробка схеми мережі шляхів:
   a) Інвентаризація і картування ресурсів
   b) Вивчення і аналіз доступних матеріалів: карт, пуівників, відкритих баз тощо
   c) Камеральна розробка концептуальної схеми мережі шляхів
   d) Розвідка в терені, запис геоданих, визначення точного перебігу шляхів
   e) Розробка схеми мережі маршрутів

2) Проектування шляхів:
   a) Запис треків і маршрутних точок, фотофіксація (на етапі 1d)
   b) Визначення точок встановлення вказівників, картосхем, елементів облаштування
   c) Визначення відсічок по часу і відстані між точками
   d) Макетування вказівників і картосхем
   e) Розробка кошторису виконання робіт
   f) Оформлення проекту

3) Ознакування шляху:
   a) Прочистка (при необхідності)
   b) Прочистка під знаки і маркування фарбою
   c) Встановлення опор для вказівників і стендів для картосхем
   d) Монтаж вказівників і картосхем
   e) Запис фінального треку та фотофіксація
   f) Оформлення звіту

4) Промоція:
   a) Опис шляху (для використання на сайті, друкованих матеріалах тощо)
   b) Паспортизація (для внесення в реєстри тощо)
   c) Внесення у відкриті бази та передача геоданих видавцям карт
   d) Публікації

3.2.2. Аналіз стану існуючих та перспективних туристичних шляхів

На даний час в південній частині Львівського Опілля ознаковано два велосипедних та один пішохідний шлях (Рис. 15).

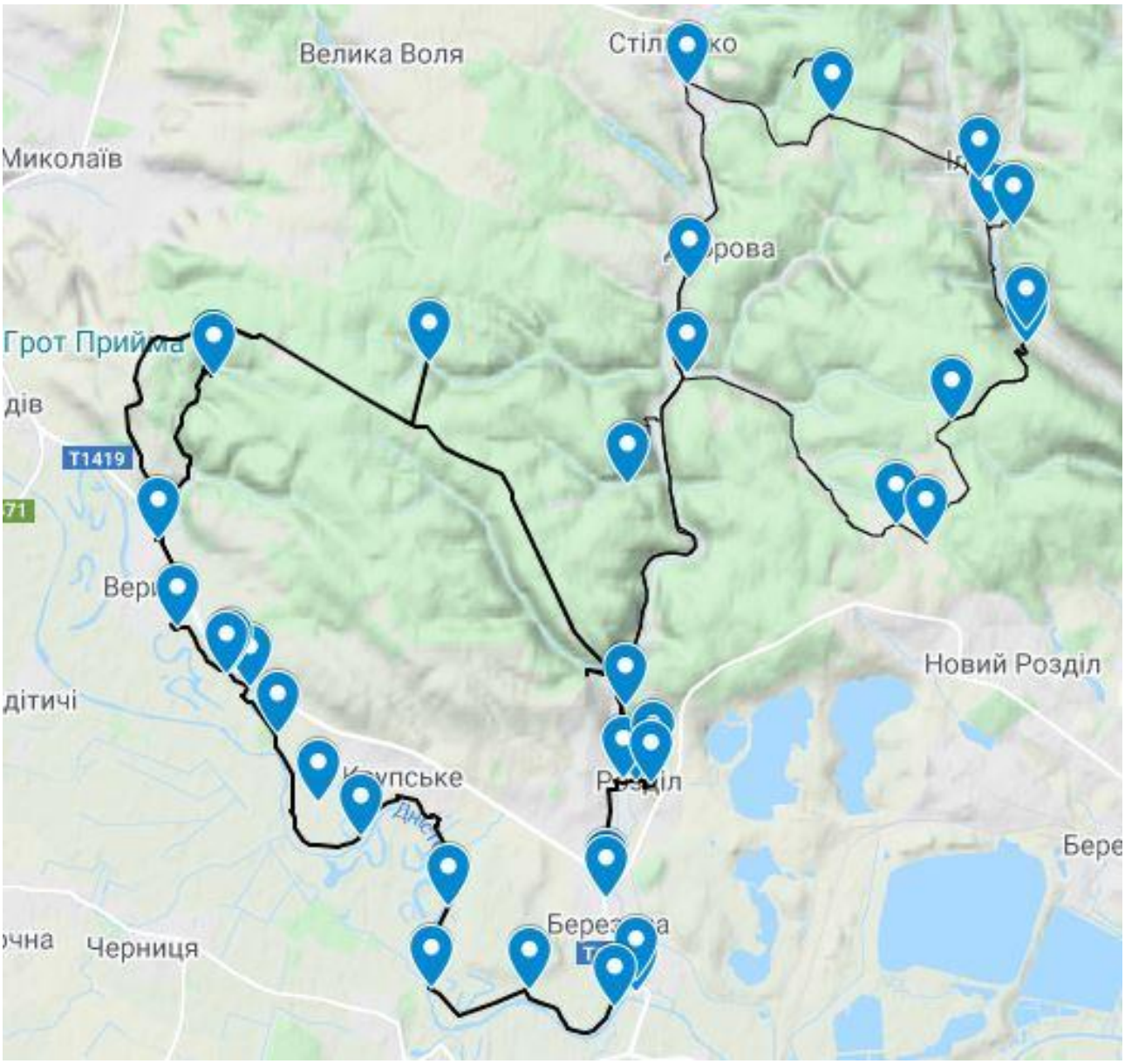


Рис. 15. Схема існуючих велосипедних шляхів

Знакування здійснювалось кілька років тому, проте його стан незадовільний та потребує оновлення. Місцями вказівники розміщенні лише в одному напрямку руху, зустрічаються багато не позначених роздоріжь. Вказівники часто змонтовані або надто високо, або надто низько на опорах. На території відсутні загальні картосхеми. Також зафіксовано використання трьох різних типів знаків (Фото 1).

Фото 1. Стан знакування чинних велошляхів.

Окрім того є кілька спроектованих і запланованих вело шляхів, зокрема проекту «Горбогори» та «У пошуках Золотої колиски» (Рис. 16 – 17).

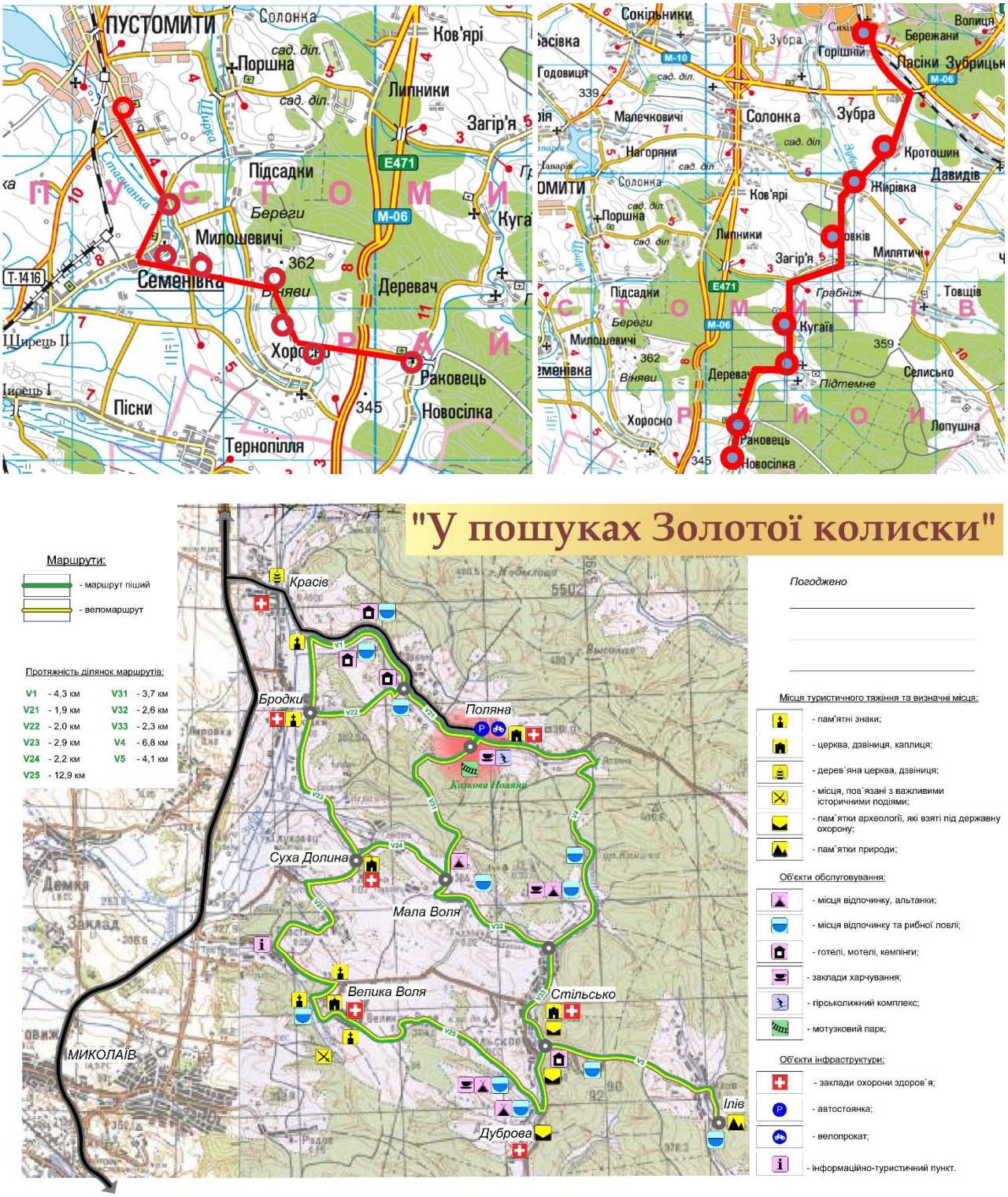


Рис. 16. Схеми запланованих вело шляхів

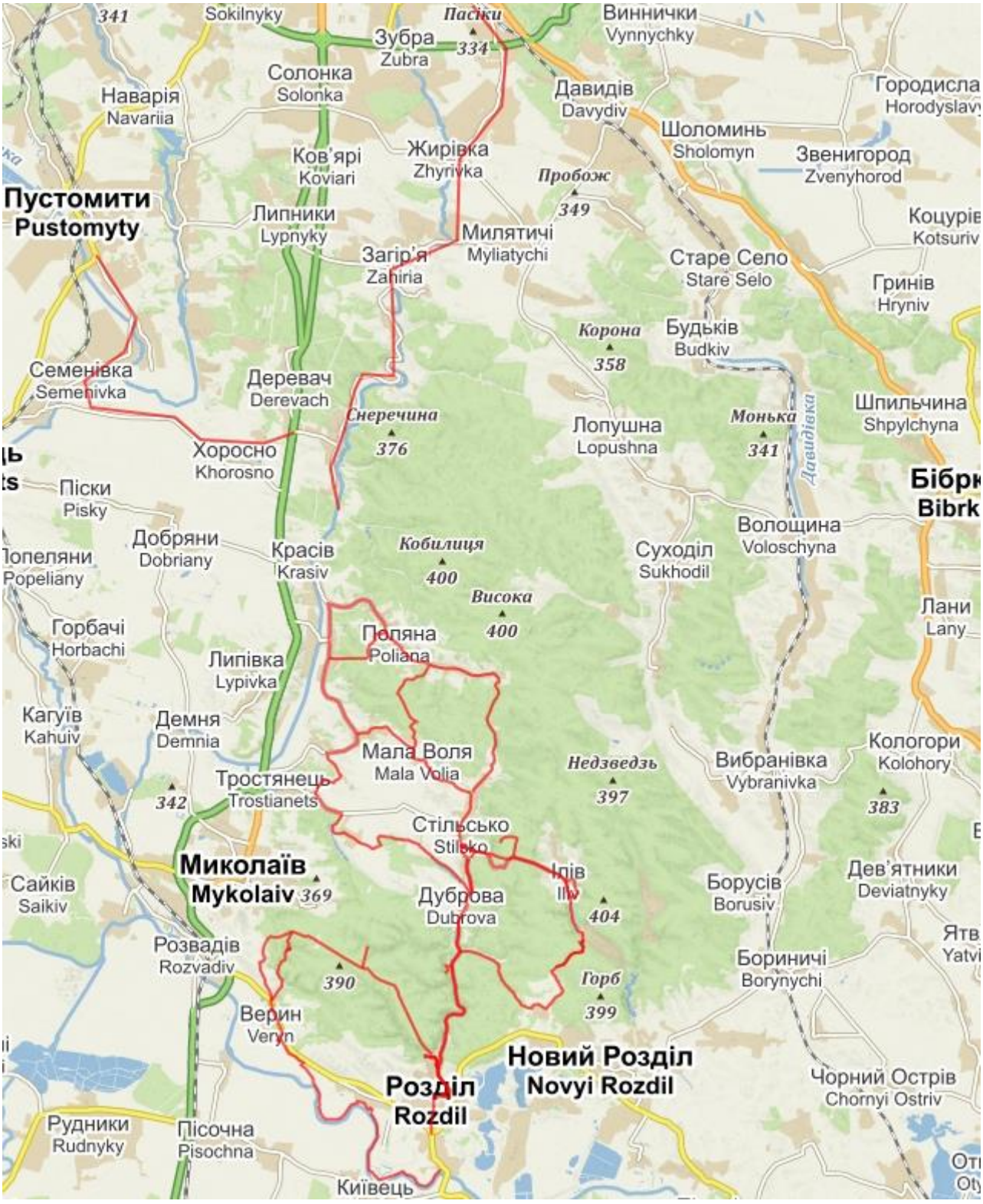


Рис. 17. Зведена схема чинних і запланованих велошляхів

Наразі на території Львівського Опілля хоч і є окремі активності щодо створення шляхів для активного туризму, вони ніяк не координуються між собою. В результаті, навіть з врахуванням запланованих вело шляхів, не виходить цілісної мережі, яка б об'єднала територію та хоча б основні точки інтересів.

3.2.3. Пропозиції до формування концептуальної мережі туристичних шляхів

Згідно даних інвентаризації, враховуючи неперсоналізовані дані про пересування велосипедистів з відкритих джерел (зокрема даних сервісу Strava (Рис. 18), OSM тощо) ми сформували концепцію схеми мережі велошляхів Львівського Опілля. При цьому збережено нитки тих шляхів, що вже прокладено або заплановано.

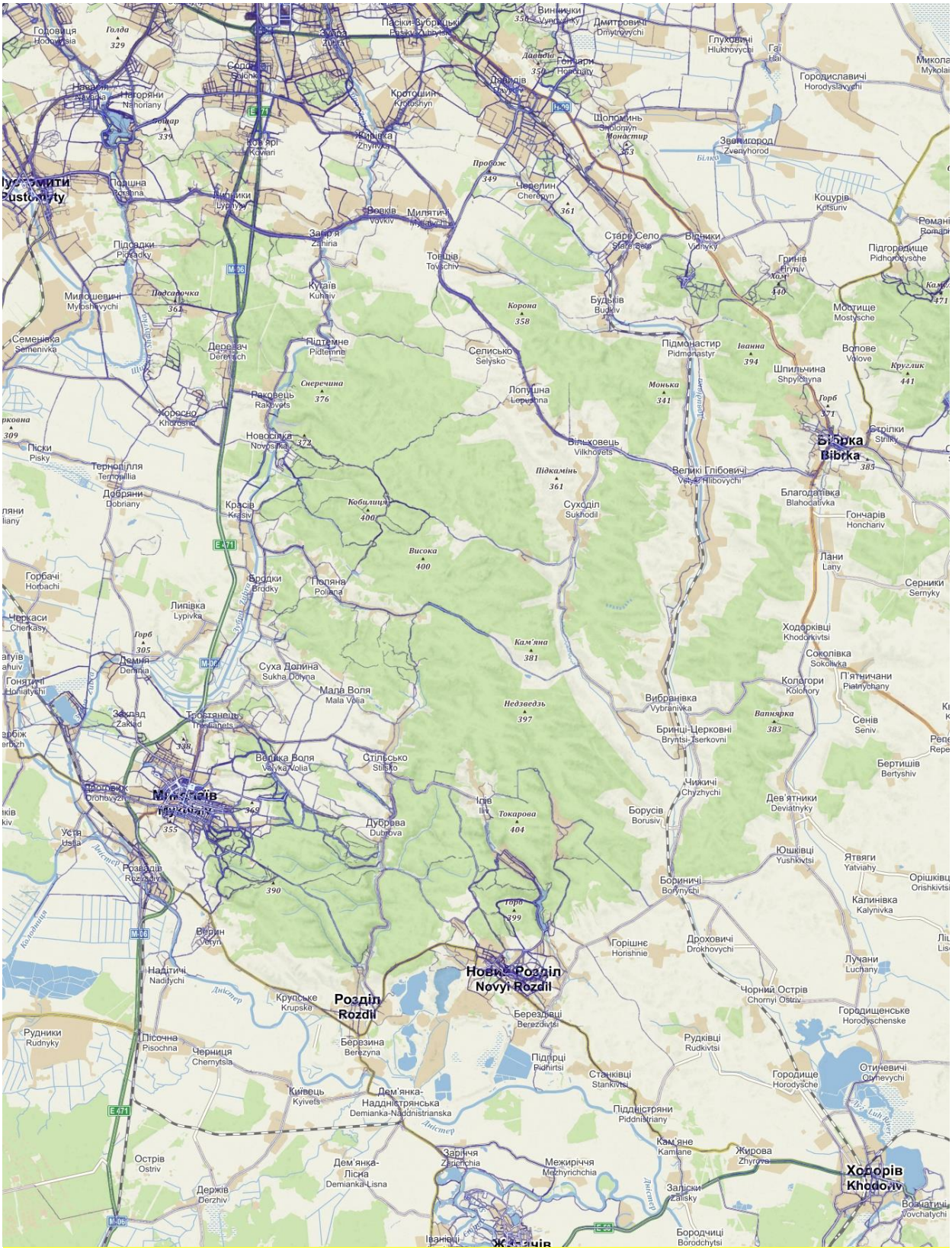


Рис. 18. Візуалізація інтенсивності велотрафіку на території, за даними Strava.com

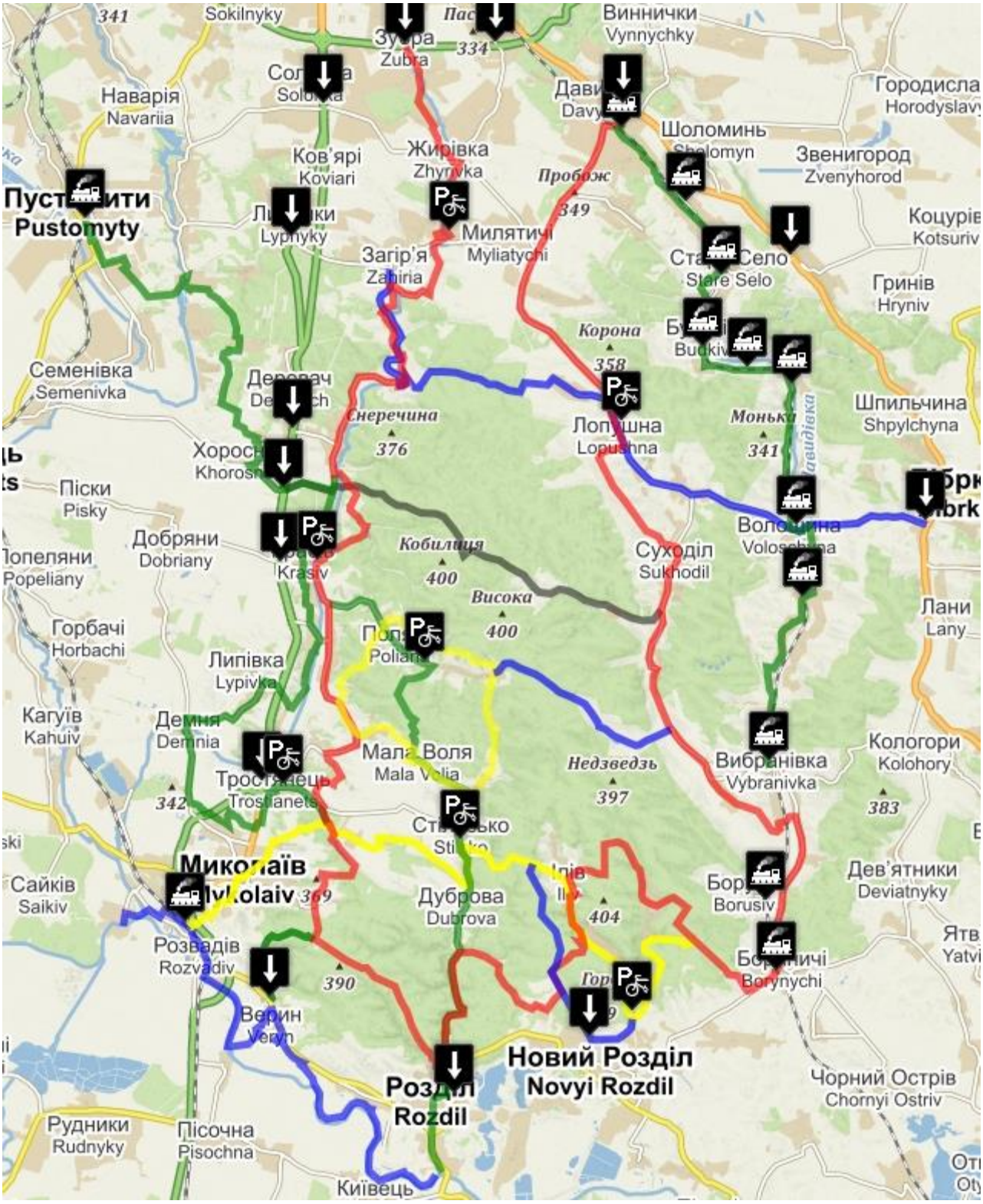


Рис. 19. Концептуальна схема велосипедних шляхів Львівського Опілля.

Ключовим в цій концепції (Рис. 19) є велошлях «Навколо Львівського Опілля» (на схемі позначено червоним кольором), що з'єднує всі найцікавіші точки та ландшафти. Окрім цього закладено і кілька альтернативних ниток що дозволить мандрівникам дуже гнучко планувати і коригувати маршрути подорожей. Ми рекомендуємо певну пріоритетність у впроваджені мережі шляхів, В першу чергу варто знакувати центральну зону між селами Стільсько, Поляна, Красів, Лопушна, Вільховець, адже там уже активно розвивається сфера послуг та є значний потік відвідувачів.

За тими ж принципами розроблено і концепцію мережі пішохідних стежок. При існуючому потенціалі, територія Львівського Опілля наразі має незначне відвідування пішохідними туристами (Рис. 20). Пропонується один магістральний шлях, що з'єднує ключові точки, а також підхідні шляхи до нього з точок входу на територію. Також визначено зони де варто прокласти прогулянкові екостежки (Рис. 21). Більш детальне проектування мережі потребує розвідки і запису геоданих безпосередньо в терені, що рекомендуємо робити наступним етапом.

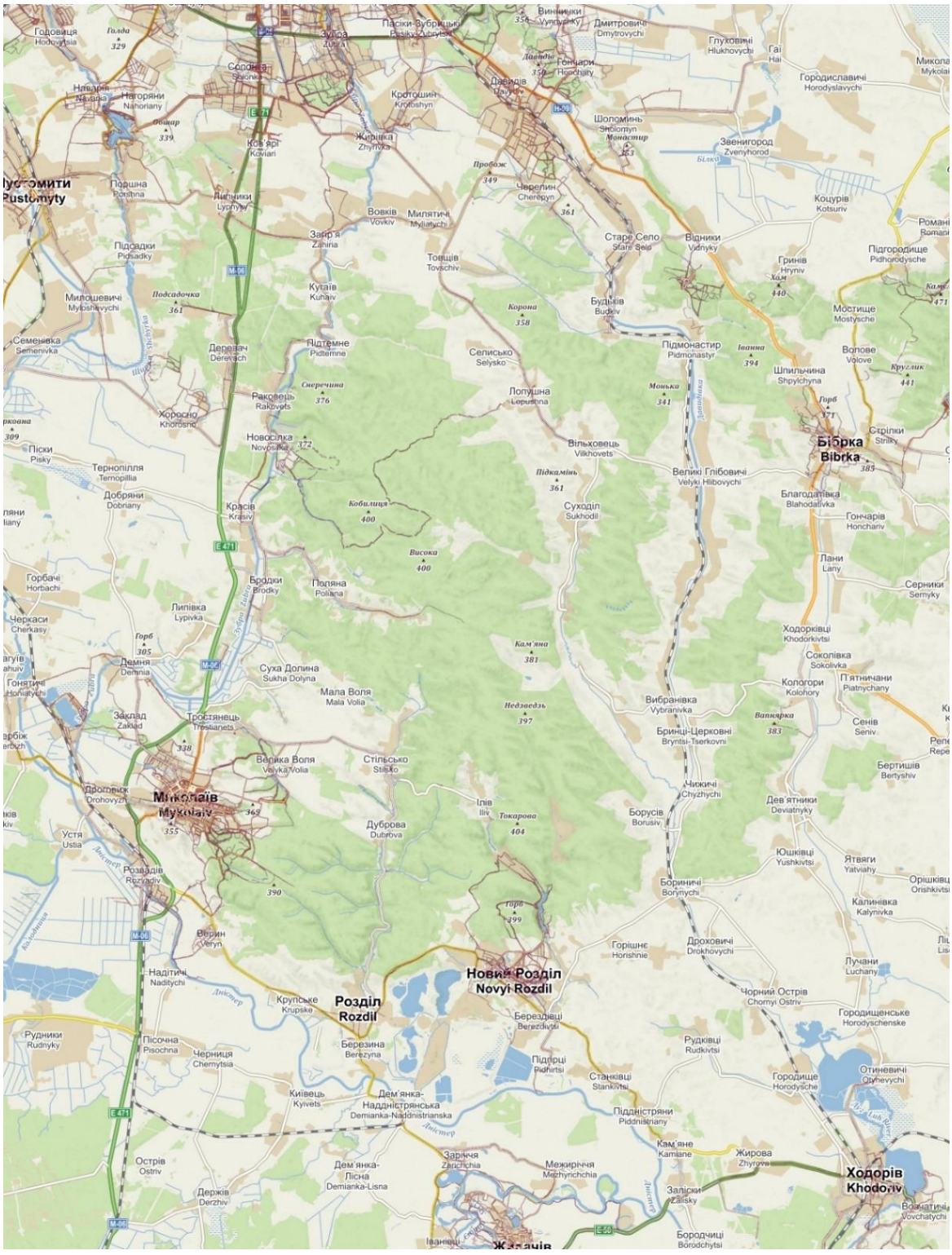


Рис. 20. Візуалізація інтенсивності руху пішоходів на території Львівського Опілля, за даними Strava.com

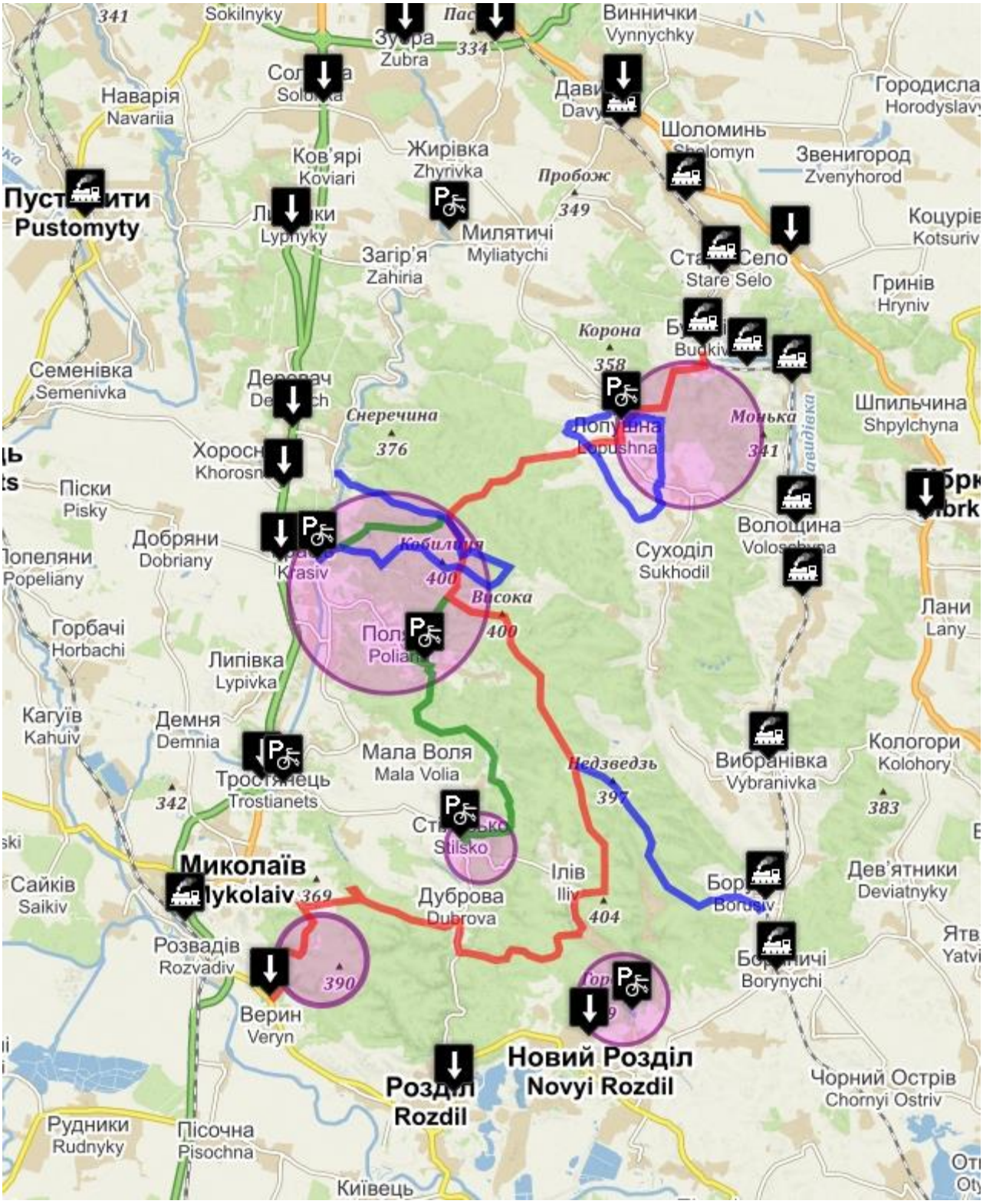


Рис. 21. Концептуальна схема пішохідних шляхів і зон для облаштування прогулянкових екостежок Львівського Опілля.

3.2.4. Система закування туристичних шляхів

Автори рекомендують використовувати колірну систему знакування, як найбільш поширену у світі і максимально зрозумілу для туристів. В її основі лежить принцип колірного кодування, тому такі навігаційні знаки сприймаються людьми інтуїтивно та сприяють більшій безпеці. Окрім того, така система є простішою, швидшою і дешевшою при створенні та утриманні (Рис. 22 – 26).

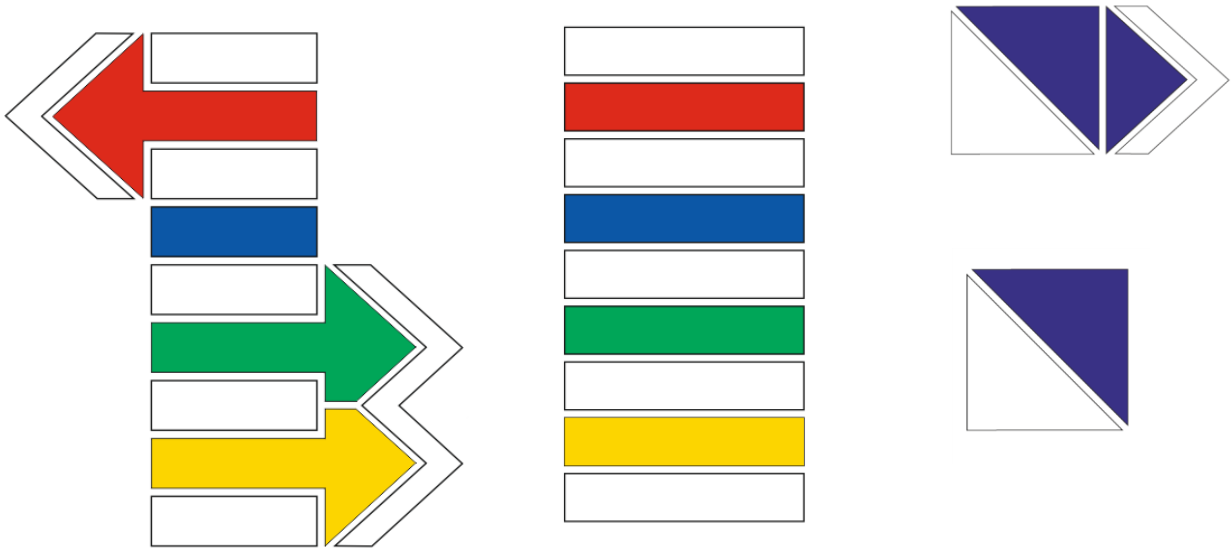


Рис. 22. Знаки для маркування пішохідних шляхів і прогулянкових (екологічних) стежок

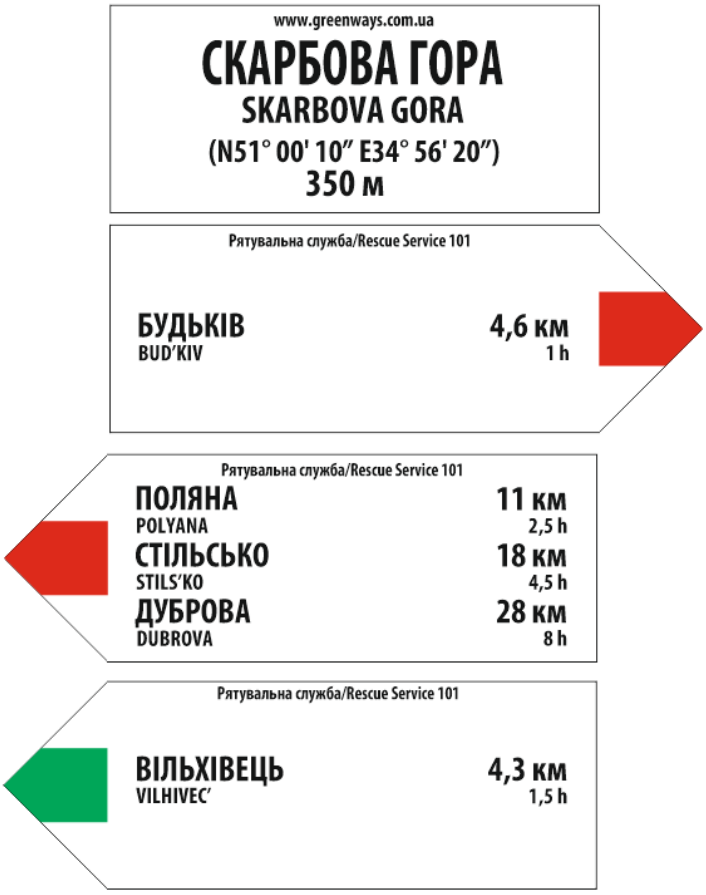


Рис. 23. Приклад макетів вказівників для пішохідних шляхів

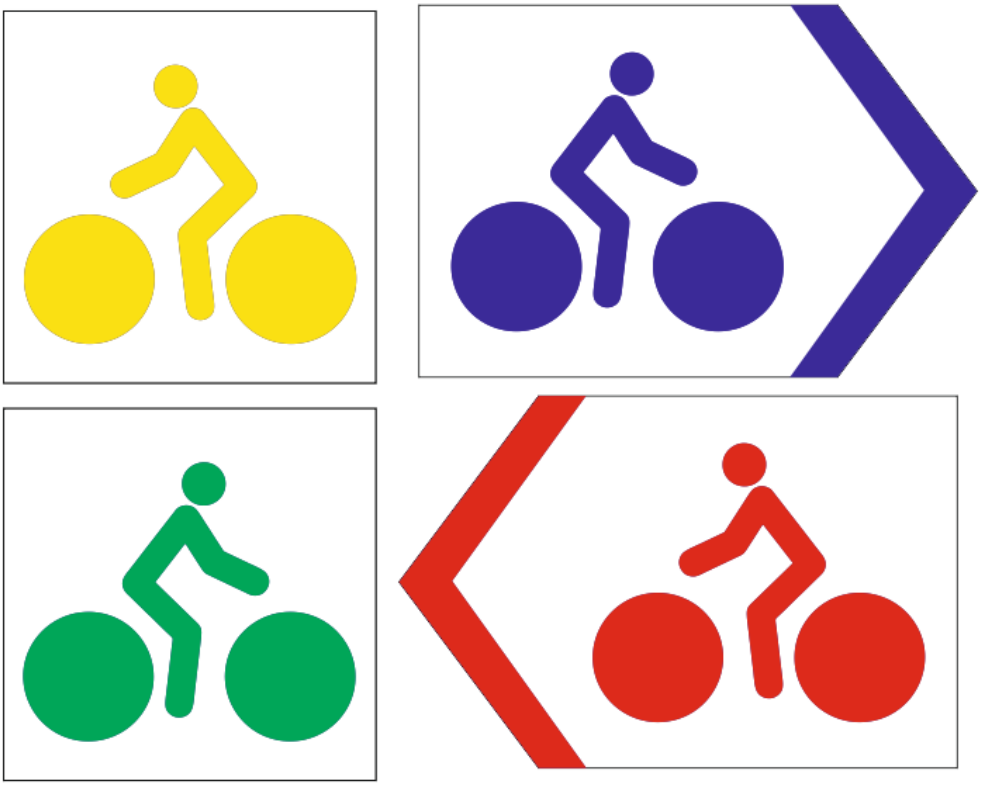


Рис. 24. Знаки для маркування велошляхів

Рис. 25. Приклад макетів вказівників для велосипедних шляхів.

Рис. 26. Приклади навігаційних знаків.

При плануванні та створенні туристичних шляхів і екостежок слід враховувати фізичні особливості руху туристів по території, а також необхідність прочистки та облаштування окремих місць, вжиття заходів щодо збільшення тривалості експлуатації і т.п. (Рис. 27)

Рис. 27. Облаштування стежок в лісовій місцевості.

Всі шляхи що будуть створюватися в лісах рекомендуємо вносити у лісовпорядні матеріали лісових господарств та в проект організації території РЛП «Стільське Горбогір'я».

3.3. Приклади елементів облаштування базової туристичної інфраструктури в регіоні Львівського Опілля

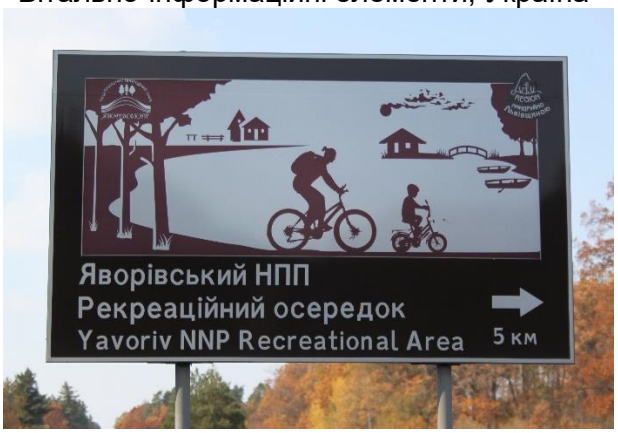
Готуючи облаштування інфраструктури для нової туристичної дестинації, необхідно підійти до цього питання комплексно. Важливим є формування уніфікованого візуального стилю (Рис. 28), функціональність та витривалість кожного елементу створюваної інфраструктури (в т.ч. антивандальність), безбар'єрність та доступність для всіх, відповідні місця розміщення та фаховий і якісний підхід до реалізації. Нижче подаємо приклади елементів облаштування в Україні та за кордоном, які будуть доречні до створення у Львівському Опіллі та подані тут у певній логічно-хронологічній послідовності руху туриста до дестинації і по ній.

Рис. 28. Приклади планування єдиного стилю навігації по території

Дорожня навігація та елементи дорожньої (вхідної) інфраструктури

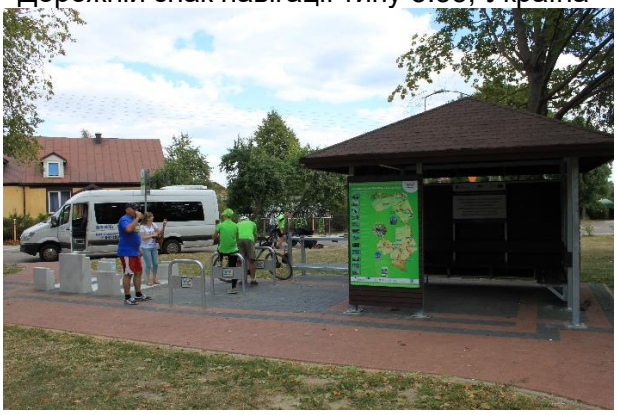
Вітально-інформаційні елементи, Україна

Дорожній знак навігації типу 5.53, Україна



Дорожній знак навігації типу 5.53, Україна

Туристичне паркування, Німеччина



Туристичне паркування, Польща

Туристичне паркування, Естонія

Туалет для туристів, Естонія

Комплекс вхідної групи, Ізраїль

Місця отримання туристичної інформації на території

ТІЦ, Латвія

ТІЦ, Румунія

ТІЦ, Україна

Тематичний музей, Україна

Візит-центр, Латвія

Візит-центр, Іспанія

Знакування і маркування туристичних шляхів

Навігація, Болгарія

Навігація, Люксембург

Знакування, Німеччина

Знакування, Чехія

Маркування, Польща

Навігація, Ізраїль

Оглядові майданчики та інформаційні таблиці

Інформаційні таблиці, США

Оглядовий майданчик, Литва

Інформаційна таблиця, Словенія

Інформаційна таблиця, Словенія

Інформаційна таблиця на оглядовому майданчику, Україна

Інформаційні таблиці на оглядовому майданчику, США

Елементи облаштування туристичних шляхів, місць для відпочинку та екоосвіти

Сміттярки

Сміттярки та обгородження стежки

Місце відпочинку

Стіл для екоосвіти

Пізнавальна інформація про дерева

Місце для відпочинку та екоосвіти

Місце для відпочинку туристів з вежею для спостереження за птахами

Пікнік-локація

Облаштування місця для вогнища

Літні еко-класи

Інклюзивна інфраструктура

4. Рекомендації до менеджменту, маркетингу та сталого розвитку туризму Львівського Опілля

Туризм є сферою діяльності різних сторін, частина з яких безпосередньо долучена до формування туристичного продукту, частина має дотичне відношення до туризму, інші учасники виконують управлінські, маркетингові, освітні та ін. завдання. Їх взаємодія та співпраця має ключове значення для успішного розвитку як локального, так регіонального туризму. Основними суб'єктами такої взаємодії є профільні департаменти/управління ОДА/РДА, адміністрації природоохоронних та культурних об'єктів і територій, підприємства та підприємці, територіальні громади, громадські організації та ініціативи, окремі особи. На даний час об'єднавчі ініціативи взяла на себе ГО «Львівське Опілля». Такий крок є абсолютно органічним для старту. Разом з тим, з практик туризму можливі інші форми об'єднань в майбутньому:

- ✓ Туристична рада. Дорадчий орган при профільних підрозділах туризму місцевих адміністрацій і створюється за їх ініціативою. Складається з ключових зацікавлених сторін бізнесу та громадського сектору. Має консультативну і координаційну роль, пов'язану з розвитком туризму, формуванням місцевих програм розвитку, маркетингом, окремими проектами та заходами.

- ✓ Кластерна модель. В її основі лежить проектна модель. Засновується насамперед місцевим бізнесом. Учасники кластеру беруть участь у реалізації заходів з промоції регіону, підтримки туристичних продуктів та послуг, розвитку окремих продуктів на основі відомих або нішевих пам'яток. Керівництво кластеру готує план роботи з бюджетом та пропозицією щодо внесків учасників за певними категоріями. Коли ціль реалізується повністю або частково, кластер може припинити своє існування або його учасники поставлять собі нову мету чи перетворять кластер в інституційну структуру (компанію, асоціацію тощо).

- ✓ Модель асоціації. Є інституційною моделлю, де учасники створюють асоціацію направлену на туристичний розвиток дестинації. Є неприбутковою організацією (в Україні асоціації зазвичай діють в статусі громадських спілок, але також існують асоціації органів місцевого самоврядування) з довгостроковими цілями, розробленим планом дій, сформованим бюджетом діяльності та визначеним внеском учасників. Асоціація організовує органи управління, моніторингу та нагляду, загальні збори. Членами асоціації переважно є всі, хто має будь-яке відношення до туризму в регіоні з приватного, державного, громадського секторів, установ охорони природної та культурної спадщини, навчальних закладів та ін. Важливим є включення до асоціації ключових у регіоні гравців туристичної сфери. Сама асоціація створюється на невизначений час.

- ✓ Модель DMO (destination management organization) – організація з менеджменту дестинації. Є інституційною моделлю. Створюється для управління туризмом та маркетингу великих територій. Засновниками DMO є переважно державний сектор (органи місцевого/регіонального самоврядування), які також вносять більшу частку фінансування такої організації. Створюються органи управління та нагляду, всі члени формують загальні збори. Основні учасники – ключові зацікавлені сторони з державного та приватного сектору, а також ключові неурядові організації. DMO має

членський внесок для фінансування своєї діяльності. Це професійна організація, яка здійснює також комерційну діяльність для збільшення свого бюджету. Головними напрямками діяльності є: стратегічне планування і розробка політики дестинації, моніторинг, дослідження та аналітика, створення мережі туристичних інформаційних центрів, розробка і підтримка туристичних продуктів, запровадження інновацій та сучасних рішень в туризмі, управління якістю, розвиток людських ресурсів та підвищення рівня знань в туристичній сфері, брендинг та маркетинг дестинації, залучення інвестицій, формування культури гостинності. Зазвичай DMO створюється у розвинутих туристичних регіонах. Для розвитку організацій з менеджменту дестинацій UNWTO видано тематичний посібник в електронному доступі [9]

Реалізація того чи іншого формату співпраці є унікальною для кожного регіону та окремих дестинацій і залежить від багатьох чинників: існуючого досвіду взаємодії між учасниками з різним досвідом, психологічної готовності та довіри один до одного, комунікації та кооперації між місцевими гравцями туристичного ринку, розуміння необхідності спільної діяльності та готовності до співфінансування, сприйняття конкурентів як партнерів, наявності лідерів та ін. Незалежно від форми співпраці між стейкхолдерами, мають бути сформовані чіткі цілі співпраці, зрозумілий план роботи, узгоджений і затверджений більшістю учасників, забезпечене фінансування діяльності, а також прозоре і ефективне управління та моніторинг результатів діяльності.

Базовий маркетинговий план повинен бути підготовлений на три роки з основними маркетинговими інструментами і діяльністю щодо основних туристичних ринків і цільових груп, а саме:

- ✓ Розробка туристичного сайту, формування і підтримка туристичного контенту, адаптованого до основних туристичних ринків і цільових груп
- ✓ Використання соціальних медіа, що пов’язані з офіційним сайтом/порталом: Facebook, YouTube, Instagram та ін.
- ✓ Цифрові карти для навігації до дестинації та по ній, туристичні маршрути, в т.ч. туристичні місця, продукти та послуги, події, планувальник маршрутів за інтересами, ін.
- ✓ Створення відео для промоції, інформування та залучення туристів
- ✓ Створення набору основних друкованих матеріалів, про дестинацію, місця, події, послуги і продукти (в т.ч. листівки, буклети, путівники, карти)
- ✓ Оцифрування туристичних активів та їх просування з використанням сучасних технологій та креативної реклами (аеро і панорамної зйомки, AR та VR, імерсивні тури, 3D, онлайн карти, віртуальні відкритки і т.п.)
- ✓ Створення набору брендованої сувенірної продукції та продукції пов’язаної з локальними брендами
- ✓ Системна участь в основних туристичних та дотичних до туризму вітчизняних та закордонних виставках, подіях і заходах з презентацією туристичних можливостей

[9] https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420841

- ✓ Активна комунікація і співпраця з туроператорами, гідами, закладами розміщення Львова та міст-курортів
- ✓ Проведення промо та інфотурів для туроператорів, ЗМІ, нішевих медіа, блогерів
- ✓ Системна співпраця із ЗМІ, поширення інформації в електронних і друкованих медіа
- ✓ Проведення прес-конференцій на туристичні тематики
- ✓ Спеціалізовані програми просування (напр., Амбасадори регіону)
- ✓ Представлення інформації різними мовами (англійською та мовами основних цільових ринків)

На даний час Львівське Опілля має прототип бренду та сторінку в соціальних мережах, через які проводяться активні комунікації. Надалі доцільно сформувати брендбук та поширити його використання на всіх учасників туристичної сфери регіону. Дуже важливим є формування у споживача впізнаваності бренду та асоціювання його з позитивними місцями та історіями. Необхідні єдиний візуальний стиль, стандарти, підходи, уніфіковані елементи інфраструктури.

5. Рекомендації щодо запровадження інструментів сталого розвитку у туристичній галузі регіону

   Для забезпечення сталого розвитку туризму Львівського Опілля доцільно врахувати декілька факторів, які допоможуть у цьому:

   - оскільки основні туристичні продукти регіону стосуються в першу чергу туризму на основі природної спадщини і пропагування здорового та активного способу життя, тому рекомендуємо розвивати і популяризувати відповідну інфраструктуру і туристичні продукти з використанням немоторизованого пересування (пішохідні, велосипедні, кінні), які мінімізуватимуть негативний екологічний вплив (шумове та повітряне забруднення території) і підвищуватимуть загальний рівень безпеки руху;
   - дестинація розташована поряд з містом-мільйонником, тому доречно адаптувати окремі елементи інфраструктури (в т.ч. туристичних шляхів і екостежок) та туристичних продуктів для різних соціальних груп, особливо для людей з інвалідністю та маломобільних, для яких близькість і зручність добирання до Львівського Опілля та пересування по ньому може бути суттєвим мотивом для подорожувань;
   - вже з початку розвитку туризму слід бути готовим до збільшення потоку відвідувачів (антропогенного навантаження) та ефективно управляти ним; тут важливою буде правильна робота з туристами в частині їх інформування про територію, що де можна робити та що не можна, за необхідності вживати превентивних заходів для збереження природи (наприклад, у весняний період тиші, пожежонебезпечний період, стосовно можливих загроз життю і здоров'ю та ін.); важливими елементами інфраструктури для мінімізації впливу антропогенного навантаження є визначені місця паркування транспорту з облаштованими туалетами, смітниками та інформаційними носіями (т. зв. «точки входу» на територію (див. розділ 3.1.));
   - одним із способів забезпечення сталого розвитку туризму Львівського Опілля буде розвиток туристичних продуктів на основі екологічної освіти, який може передбачати не лише знайомство з природою регіону, а й різноманітні практичні та волонтерські заходи, наприклад, відновлення лісових насаджень, розчистка джерел, облаштування екостежок, навчання щодо використання відновлювальних джерел енергії, компостування, очистки стічних побутових вод та інших екологічних технологій для домашніх господарств і туризму;
   - оскільки Львівське Опілля лежить в межах семи територіальних громад, лісгоспів, охоронюваних територій та інших землекористувачів, тому важливим є співфінансування розвитку, що особливо стосується універсальних рішень, які застосовуватимуться однаково для всіх учасників (напр., брендування, єдиний візуальний стиль, сайт, реклама, спільний менеджмент і т.п.);
   - застосовувати максимально уніфіковані підходи до розвитку, в тому числі намагатися розбудувати єдину управляючу структуру всією дестинацією;
   - через обмеженість фінансових та людських ресурсів важливим є чітке планування розвитку, визначення етапів та пріоритетності реалізації завдань, розуміння доцільності тих чи інших дій;
   - комунікація і кооперація між учасниками, яка формує стійкі і тривалі основи для спільних та узгоджених дій, написання і реалізації проектів в туризмі;
   - необхідно постійно моніторити, вивчати та застосовувати вітчизняний і закордонний досвід, в тому числі враховувати негативний.

6. Планування розвитку туризму дестинації на період до 2024 р.

Заходи	Рекомендовані терміни виконання у місяцях																									Виконавець, партнери	Джерело фінансування
	1й рік												2й рік												3й рік		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Стратегічна ціль	**1. Розвиток організаційних основ і кадрового потенціалу**																										
1.1. Вибір організаційної форми для розвитку туризму дестинації																										- ГО «Львівське Опілля» - профільні структури ОТГ - залучені експерти - провайдери послуг - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - грантові кошти - інші фонди
1.2. Налагодження комунікації між учасниками туристичної сфери та створення громадської ради з туризму																											
1.3. Тренінгові програми для учасників туристичної сфери на теми: підприємництво в туризмі, робота гідів, діяльність ТІЦ, туристичний маркетинг, комунікації та ін																											
1.4. Навчальні тури в Україні і за кордон (Польща, Чехія, країни Балтії, Румунія)																											

Заходи	Рекомендовані терміни виконання у місяцях																									Виконавець, партнери	Джерело фінансування
	1й рік												2й рік												3й рік		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Стратегічна ціль	**2. Розвиток туристичних продуктів за напрямками**																										
2.1. Вибір провайдерів продуктів за напрямками. Проектування розвитку окремих продуктів на території.																										- профільні структури ОТГ - провайдери послуг - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдера - грантові кошти
2.2. Створення умов для туристів (туристичної інфраструктури)																											
2.3. Навчання надавачів послуг (в т.ч. навчальний тур)																											
2.4. Розробка маркетингових заходів. Промозаходи.																											

Заходи	Рекомендовані терміни виконання у місяцях																								Виконавець, партнери	Джерело фінансування
	1й рік												2й рік												3й рік	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Стратегічна ціль	**3. Розвиток туристичної інфраструктури**																									
	3.1. Розвиток системи навігації																									
3.1.1. Проектування, визначення місць встановлення. Макетування вказівників і дороговказів																									- профільні структури ОТГ - балансоутримувачі доріг - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- районний бюджет - обласний бюджет - місцеві бюджети
3.1.2. Погодження та отримання дозволів на встановлення																										
3.1.3. Встановлення знаків навігації згідно Проекту																										
	3.2. Розвиток системи знакування																									
3.2.1. Проектування, визначення місць встановлення. Макетування знаків																									- профільні структури ОТГ - провайдери послуг - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- кошти провайдерів - місцеві бюджети - районний бюджет - грантові кошти
3.2.2. Погодження із землекористувачами																										
3.2.3. Проведення знакування згідно Проекту																										
	3.3. Інформаційне забезпечення на території																									
3.3.1. Проектування, визначення місць встановлення інформаційних таблиць																									- профільні структури ОТГ - провайдери послуг - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - районний бюджет - грантові кошти - кошти провайдера - інші фонди
3.3.2. Погодження із землекористувачами																										
3.3.3. Виготовлення і встановлення згідно Проекту																										
	3.4. Малі архітектурні форми (альтанки, лавки, т.п.)																									

3.4.1. Визначення місць, Проектування																										- профільні структури ОТГ - провайдери послуг - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - районний бюджет - грантові кошти - кошти провайдера
3.4.2. Погодження із землекористувачами																											
3.4.3. Виготовлення і встановлення згідно Проекту																											

Заходи	Рекомендовані терміни виконання у місяцях																								3й рік	Виконавець, партнери	Джерело фінансування
	1й рік												2й рік														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Стратегічна ціль	**4. Маркетинг території**																										
	4.1. Створення локального бренду																										
4.1.1. Пошук підрядників (бренд-агенції)																										- профільні структури ОТГ - провайдери послуг - ГО «Львівське Опілля» - експерти - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдерів - інші фонди - грантові кошти
4.1.2. Розробка брендбуку																											
4.1.3. Впровадження локального бренду																											
	4.2. Створення тематичного туристичного сайту																										
4.2.1. Пошук підрядника																										- профільні структури ОТГ - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдерів - інші фонди - грантові кошти
4.2.2. Узгодження технічного завдання																											
4.2.3. Розробка сайту																											
4.2.4. Підготовка матеріалів для сайту																											
	4.3. Створення іміджевої сувенірної продукції																										

4.3.1. Вибір підрядників																										- профільні структури ОТГ - ГО «Львівське Опілля» - провайдери послуг - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдерів - інші фонди - грантові кошти
4.3.2. Створення макетів сувенірної продукції																											
4.3.3. Виготовлення																											
	4.4. Забезпечення друкованою рекламно-інформаційною продукцією																										
4.4.1. Пошук підрядників																										- профільні структури ОТГ - ГО «Львівське Опілля» - провайдери послуг - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдерів - інші фонди - грантові кошти
4.4.2. Створення макетів																											
4.4.3. Виготовлення																											
	4.5. Участь у промозаходах, виставках																										
4.5.1. Планування промозаходів та поширення промопродукції																										- профільні структури ОТГ - провайдери послуг - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдерів - інші фонди - грантові кошти
4.5.2. Участь у туристичних виставках											весна, осінь																
4.5.3. Участь у ділових тематичних заходах																											
4.5.4. Проведення інфотурів											весна, осінь																
4.5.5. Співпраця зі ЗМІ																											

Заходи	Рекомендовані терміни виконання у місяцях																									Виконавець, партнери	Джерело фінансування
	1й рік												2й рік												3й рік		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
Стратегічна ціль	**5. Створення Туристично-Інформаційного центру**																										
	5.1. Створення ТІЦ/ТІП																										
5.1.1. Відбір та навчання працівників та партнерів для роботи в ТІЦ/ТІП																										- профільні структури ОТГ - ГО «Львівське Опілля» - лісгоспи, РЛП, ІКЗ	- місцеві бюджети - кошти провайдерів - інші фонди - грантові кошти
5.1.2. Проектування і вибір місць для ТІЦ/ТІП																											
5.1.3. Планування діяльності ТІЦ/ТІП																											
5.1.4. Створення і відкриття																											