

Шифр “Містичний туризм”

НАУКОВА РОБОТА

на тему:

**«ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ
У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ»**

2019 р.

АНОТАЦІЯ

Туризм завжди був і продовжує бути популярним у світі. Потреба в подорожуванні світом зростає. За даними Всесвітньої туристичної організації ООН туристичний внесок у світову економіку оцінюється в 10% світового ВВП. На долю міжнародного туризму припадає 30% світового експорту послуг і 7% від загального обсягу експорту товарів і послуг [1]. Туризм є однією з найбільш динамічних та перспективних галузей світової економіки, істотно впливає на економічний розвиток держави та її регіонів, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з економічною рівновагою. Враховуючи велике значення туристичної галузі, Українська держава задекларувала її одним із пріоритетних напрямів розвитку національної економіки [2, с. 148].

Постає питання у виборі виду туризму, який задовольнив би смаки подорожуючих. На сьогодні існує чимало туристичних програм, які пропонують туристичні компанії, проте, на противагу класичним, щораз більшим попитом починають користуватися інноваційні, екзотичні, незвичні туристичні напрями, програми, екскурсії. Серед таких напрямів варто виокремити містичний туризм.

Дослідження перспектив розвитку містичного туризму є актуальним, адже ця проблематика є недостатньо опрацьованою у наукових джерелах. Враховуючи значний туристичний потенціал України, у т.ч. Львівщини, а також наявність значної кількості об'єктів та місць містичного характеру, які зараз знаходяться в занедбаному стані, необхідно проводити подальші дослідження і науково обґрунтовувати напрями їхнього збереження та відновлення завдяки просуванню містичного туризму та формування рекомендацій щодо популяризації цього виду туризму. А це дозволить одержати не тільки економічний ефект, а й підвищить туристичний імідж країни та Львівщини зокрема, дозволить зберегти історичну та культурну цінність, звичаї, традиції та легенди наших предків, вберегти свою оригінальну

українську національну ідентичність, уберегти від знищення ворогами чи природного руйнування сторінок історії становлення та розвитку наших територій через збереження історичних пам'яток, будівель та споруд чи інших історичних об'єктів, що й відображає **актуальність обраної теми дослідження**.

Мета наукової роботи: розроблення теоретичних положень та прикладних рекомендацій щодо аналізування можливостей та перспектив розвитку містичного тризму в Україні на прикладі Львівської області.

Об'єктом дослідження є процес аналізування можливостей та перспектив розвитку містичного тризму в Україні на прикладі Львівської області.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні положення аналізування можливостей та перспектив розвитку містичного тризму в Україні на прикладі Львівської області.

Завдання наукової роботи:

- висвітлити теоретичні аспекти розвитку містичного туризму як виду “темного” туризму, виділити специфічні особливості цього виду туризму;
- проаналізувати тенденції розвитку туризму у Львівській області та передумови розвитку містичного туризму;
- розробити карту найбільш популярних “містичних” місць України та Львівської області;
- провести соціологічне опитування туристів з метою виявлення їхнього ставлення до можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області; сформулювати профіль туриста, який цікавиться містичним туризмом;
- виокремити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози містичного туризму з подальшим формуванням стратегічних дій для туристичних фірм;
- запропонувати програму туру “Містика темної Львівщини” та обґрунтувати її економічну ефективність.

Для вирішення поставлених завдань дослідження використано такі **методи:** теоретичного узагальнення – для висвітлення теоретичних аспектів

містичного туризму, його сутності, історичних даних про об'єкти містичного характеру Львівщини шляхом дослідження наукових та літературних джерел із використанням елементів *аналізу, синтезу, порівняння і систематизації; метод SWOT-аналізу* (для виділення сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз містичного туризму як нового напрямку на ринку туристичних послуг); *методи описової (дескриптивної) статистики* (для оброблення та аналізування статистичних даних про кількість туристів, обсяги розподілу туристичних потоків тощо; зведення та аналізування відповідей респондентів); *метод біваріантного аналізу (χ^2 -тест Пірсона)* (виявлення взаємозв'язку між різними змінними); *метод анкетування* (для збору інформації про ставлення туристів до можливостей та перспектив розвитку містичного туризму); *метод логічного узагальнення та системного підходу* (для формування висновків та рекомендацій); *прийоми графічного, картографічного та табличного відображення даних* (для наочного подання результатів дослідження).

Наукова новизна дослідження полягає у:

1) формуванні власного бачення щодо трактування поняття “містичний туризм” на основі досліджень підходів науковців та виділенні специфічних особливостей цього виду туризму;

2) розробленні карти найбільш популярних “містичних” місць України та Львівської області;

3) виявленні ставлення туристів до можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області та аналізі взаємозв'язків між різними змінними за результатами соціологічного опитування;

4) виокремленні сильних та слабких сторін, можливостей та загроз містичного туризму Львівщини з подальшим формуванням стратегічних дій для туристичних фірм;

5) запропоновано програму туру “Містика темної Львівщини”.

Результати наукової роботи **впроваджено** у діяльності туристичного агентства “Фесрія Мандрів” (Довідка про впровадження від 12 грудня 2019 р. додається).

Практичне значення наукової роботи: результати наукової роботи можна використовувати у діяльності туристичних компаній не тільки Львівщини, а й інших регіонів України, які досліджують чи планують розроблення містичних турів, а також на рівні державних та обласних органів влади і районних державних адміністрацій у сфері формування стратегій розвитку туризму певного регіону чи країни загалом.

Результати наукового дослідження **опубліковані та апробовані** у матеріалах таких науково-практичних конференціях: 1. Міжнародна наукова конференція “Формування сучасної наукової думки” (м. Кропивницький, 31 січня 2020 р.). 2. II Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція “Соціально-економічні проблеми сучасності”, (м. Маріуполь, 15 червня 2018 р.). 3. 77-а Студентська науково-технічна конференція: Секція “Економіка і менеджмент” (м. Львів, жовтень 2019 р.).

Робота складається з трьох розділів, обсяг без списку використаних джерел та додатків становить 30 с., 4 таблиці, 3 рисунків, 11 додатків. Загальний обсяг роботи – 61 с. У *першому розділі* досліджено теоретичні аспекти розвитку містичного туризму як виду “темного” туризму, виділено специфічні особливості цього виду туризму; проаналізовано тенденції розвитку туризму в Україні та Львівській області і визначено передумови розвитку містичного туризму. У *другому розділі* подано результати соціологічного опитування туристів з метою виявлення їхнього ставлення до можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області та сформовано профіль туриста, який цікавиться містичним туризмом. У *третьому розділі* виокремлено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози містичного туризму з подальшим формуванням стратегічних дій для туристичних фірм; запропоновано програму туру “Містика темної Львівщини” та обґрунтовано її економічну ефективність.

Ключові слова: туризм, містичний туризм, темний туризм, туристичні потоки, містичні об’єкти, містичні місця, карта “містичних” місць, анкетування, χ^2 -тест Пірсона, SWOT-аналіз, стратегічні дії.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку містичного туризму.....	8
1.1. Понятійно-категорійне підґрунтя дослідження “містичного” туризму.....	8
1.2. Аналізування особливостей та передумов розвитку містичного туризму в Україні та Львівській області.....	11
Розділ 2. Соціологічне дослідження ставлення респондентів до можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області.....	15
Розділ 3. Містичний туризм: SWOT-аналіз та перспективи розвитку у Львівській області.....	21
3.1. SWOT-аналіз можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області.....	21
3.2. Розроблення та обґрунтування економічної ефективності програми туру “Містика темної Львівщини”	24
Висновки.....	30
Список використаних джерел.....	31
Додатки.....	34

ВСТУП

Витоки туризму сягають часів до нашої ери, хоча до початку минулого століття він популярним не став і відповідно про нього мало говорили і досліджували. Починаючи з 20 століття туризм став розвиватися, а люди, що хочуть побачити на власні очі ту чи іншу пам'ятку архітектури вже нікого не здивують. Необхідність вивчення туристичного феномену, як потужного рушія економіки країни, виникла після сталого збільшення туристичних потоків та доходів від туризму (у різних країнах світу доходи від туризму коливаються від 4 до 43 відсотків).

Ключова та визначальна роль туристичної діяльності багато у яких факторах полягає у її вагомому внеску в економіку кожної країни, при тому, що початкові інвестиції в туризм можуть бути відносно невеликими.

Варто зазначити, що саме туризм – це галузь економіки, яка є дотичною до багатьох інших галузей, що дає змогу розвиватися та продукувати свої послуги та товари. Наприклад, транспорт, будівництво, торгівлю, громадське харчування, сільське господарство, житлово-комунальне господарство, культуру, мистецтво, спорт тощо.

Сьогодні просто туризмом чи цікавими місцями вже нікого не здивуєш і не заохотиш вибагливого клієнта приїхати та побачити це чи інше надбання, тому починають виникати різні галузі туризму (гастрономічний, екологічний, сільський, урбаністичний). На піку своєї популярності зараз перебуває містичний туризм, який розвивається не лише у світі, але й в Україні, та на Львівщині зокрема, що за останні десятиліття просто став туристичною «родзинкою» для різного роду праці, віку, національності та статі.

Саме тому дослідження та аналізування ролі містичного туризму є надзвичайно актуальним. Особливо хотілося б зробити акцент на розвитку містичного туризму у місті Львові та Львівщині, де сьогодні ця галузь є надзвичайно затребувана.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Понятійно-категорійне підґрунтя дослідження “містичного” туризму

Культурна та історична спадщина України посідає чільне місце в системі пізнавально-культурного розвитку нації. Більше тисячі місцевих пам’яток та пам’яток національного значення створюють туристичний потенціал для України. Феномен туризму полягає у його великому значенні для розвитку економічної, культурно-пізнавальної та суспільно-політичної сфер, що розглядає історико-культурну спадщину в комплексі, перш за все, як вагому базу для формування туристичної привабливості регіону, помітний чинник популяризації пам’яток минулого [3].

Чому ж хочуть далі покращувати та розвивати дану галузь, якщо вона і так перебуває на піку своєї затребуваності. Відповідь проста і криється у тому, що у XXI ст. туризм став частиною стилю життя розвиненого та прогресивного людства, чоловіки та жінки воліють не купувати дорогий одяг, а краще відпочити чи побачити новий куточок земної кулі. Участь у туристичному процесі вже не є можливістю для окремих верств населення, а стає частиною життя кожного з охочих. У даному контексті можна туризм розглядати як складник якості та насиченості життя.

Умовою розвитку туризму в будь-якому суспільстві та середовищі насамперед є створення сприятливого внутрішнього мікросередовища, що включає у себе організаційно-правове та економічне середовища. Саме задоволення майбутніх туристів у безпеці спрямоване на формування туристичної послуги, що зможе конкурувати на світовому ринку і не буде поглинута іншими пропозиціями.

Як вже зазначалось вище, туризм зараз є досить популярним і звичайним переглядом та відвіданням музею вже нікого не здивуєш і не «затягнеш» у те чи інше місто. Виникає нагальна потреба, що полягає у створенні нового

креативного туристичного продукту, що, у свою чергу, випередить потреби споживачів і не лише задовольнить їх теперішню потребу, але й буде потрібним у найближчому майбутньому.

З кожним роком нових різновидів туризму стає дедалі більше і кожен з них користується великою популярністю. Наприклад, зараз у світі розвиваються нові напрямки туризму, такі як гастрономічний, атомний, медичний, релігійний, екологічний, урбаністичний. Новим віянням та вимогам споживачів у наш час постає містичний туризм. Що це за напрям? Чи доцільно його розвивати? І як поширити серед потрібних верств населення?

На сьогодні суспільство щораз менше подорожує чи відпочиває пасивно, віддаючи протизвагу активному або новому виду відпочинку. Результатом цього працівники туристичного сектору вимушені «створювати» нові, нетипові та раніше ніким не запропоновані види відпочинку, які супроводжуються багатьма атракціями з наявністю гострих відчуттів.

Відповідно до цього і розвиваються нові види туризму, про які наші бабусі та дідусі навіть не здогадувалися та не могли відчутти на собі його переваги та недоліки. Саме тому популярністю серед туристів особливо користується «нашумілі» екстремальний та нетрадиційний види туризму, який в даній роботі ми хочемо дослідити.

У першу чергу хотілося б зазначити, що легенди приваблюють туристів більше, ніж історичні пам'ятки чи музеї. Цю просту істину вже давно збагнули у великих туристичних центрах.

Містичний туризм виступає одним з різновидів «темного» туризму, до якого також відносять й інші види, такі як [4]:

а) туризм катастроф (відвідини місць природних, техногенних катастроф чи місць людської недбалості (Чорнобиль, промислові зони Краматорська та Маріуполя, кар'єри в Кривому Розі);

б) туризм смерті (відвідини місць та об'єктів людської трагедії: концентраційних таборів (табори ГУЛАГу, Освенцим, Аушвіц (Польща)), місць Голодомору та Голокосту (Національний музей “Меморіал жертв Голодомору”,

Київ), місць серійних вбивць, музеїв тортур (тюрма на Лонцького (Львів)), територій та об'єктів, які пов'язані зі знищенням людей через релігійні переконання;

в) некропольний («кладовищний») туризм (відвідини міських кладовищ – музей-некрополь “Личаківський цвинтар” (Львів, Україна), Байкове кладовище (Київ, Україна).

У електронній базі даних Національної бібліотеки України ім. І. Вернадського за пошуковими запитами “містичний туризм” та “темний туризм” видає тільки по одній науковій фаховій публікації: “Алістратова К.Е. Містичний туризм: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні” [5] та “Іванов А.М. "Темний" туризм як один з перспективних видів туризму” [6] проти 3180 публікацій за пошуковим запитом “туризм”, що свідчить про відсутність наукової бази у дослідженні містичного туризму. Про містичний туризм чи містичні об'єкти (місця) можемо частково одержати інформацію у публіцистично-популярних виданнях, новинах ЗМІ, на інформаційних сайтах туристичних компаній.

У вище зазначеному джерелі містичний туризм трактується вченою Лістратовою К.Е. як подорож до місць аномалій з метою отримання гострих відчуттів та непересічних вражень. Містичний туризм варто поділяти на два великі блоки: 1) містичний туризм з метою відвідати місця, де мешкають привиди, вампіри та інша нечисть; 2) містичний туризм до так званих “місць сили” – місцевостей, які мають позитивну (м'яку), або негативну (жорстку) енергетику [5, с. 94].

“Містичне”, згідно зі словниковим визначенням, означає “релігійно-ідеалістичні погляди, що визнають існування надприродних сил і можливість спілкування з ними людини” [7].

Ще у інших публікаціях можемо знайти такі трактування: містичний туризм передбачає відвідування всіляких замків з історіями про привидів, а також місця, пов'язані з інопланетянами [8].

Отже, на наш погляд, містичний туризм – це різновид “темного” туризму, пов’язаний з відвідуванням місць чи історичних пам’яток, де “проживають” привиди, навідуються інопланетяни чи пов’язані з містичними явищами, подорож до місць з паранормальною активністю. Також сюди відносять подорожі з метою отримання сили шляхом проведення медитацій, йоги, спеціальних подій, церемоній чи ритуалів.

1.2. Аналізування особливостей та передумов розвитку містичного туризму в Україні та Львівській області

Розглянемо динаміку туристичних потоків до України та з України в період 2015-2018 рр. (рис. 1.1).

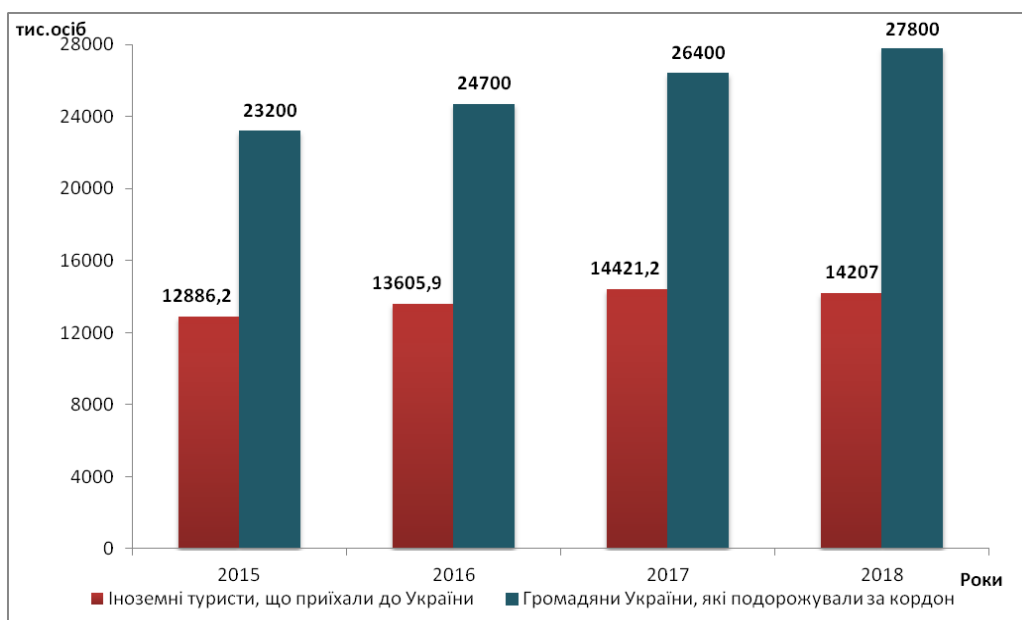


Рис. 1.1. Динаміка туристичних потоків у період 2015-2018 рр. [9]

Як свідчать дані рисунка 1.2, більшість громадян віддають перевагу подорожам за кордон, ніж екскурсії в межах країни. А це свідчить про гостру необхідність спрямування зусиль на підтримку і розвиток внутрішнього туризму, формування таких туристичних продуктів, щоб привабити та переконати свого туриста залишити кошти у своїй країні, а не відправляти їх за кордон. Аналогічно необхідно ще більше зацікавлювати іноземного туриста. На нашу думку, інноваційним інструментом розширення туристичної

привабливості України, у т.ч. Львівської області та Львова, може слугувати містичний туризм як новий та перспективний напрям.

Протягом 2018 р. Київщину відвідали 5 684 тис. відвідувачів. У ТОП-3 також входять області Львівська – 2 505 тис. осіб та Одеська – 2 335 тис. осіб. За обсягами туристичних відвідувань в літній період лідерами є Одеська, Херсонська, Запорізька, Львівська, Івано-Франківська та Миколаївська обл.[10].

Львів завжди приваблював з усіх куточків світу до себе туристів. Це перше місто в Україні, яке увійшло в ТОП 100 туристичних міст Європи і посіло у цьому рейтингу 64 місце серед 126 європейських міст.

Львів є популярним для гостей та жителів міста, як вишукане та красиве місто, з безліччю пам'яток архітектури та кав'ярнями, де можна випити каву та з'їсти чогось солоденького. Хоча варто відкрити для себе його з іншої сторони, – сторони містики, загадковості, незрозумілих речей та станів, а також перетворень паранормальних.

Згідно з аналізом ринку, найбільше в'їзних туристичних потоків до Львова безпосередньо з України – 35,7%. Водночас у 2019 р. у Львові зростає кількість туристів з інших країн: Польщі (18,3%), Білорусі (6,6%), Туреччини (6,2%), Німеччини (5,4%). Також у Львів приїжджали туристи зі США (2,5%), Канади (1%) та Ізраїлю (1%). Побільшало у Львові туристів з Литви (2,7%), Франції (1%) та Австрії (1%) [11].

Емоції є дуже важливими для будь-якої людини, будь вони позитивні чи негативні. Страх, емпатія, розпач – без них немає людини. Хтось із можливих туристів шукає відповідь на питання історичного характеру чи власної зацікавленості, хтось хоче вирішити психологічні чи етичні проблеми, а є й такі, які люблять «гострі» емоції. А хтось не замислюється глибоко та просто цікавиться «всім незвичним».

Містичний туризм не дуже поширений в Україні, проте користується великою популярністю у світі. Подамо карту популярності пошукових запитів у web-сервісі Google trends за пошуковим терміном англійською мовою “dark tourism” (у перекладі – “темний туризм”) у світі (рис. 1.2).

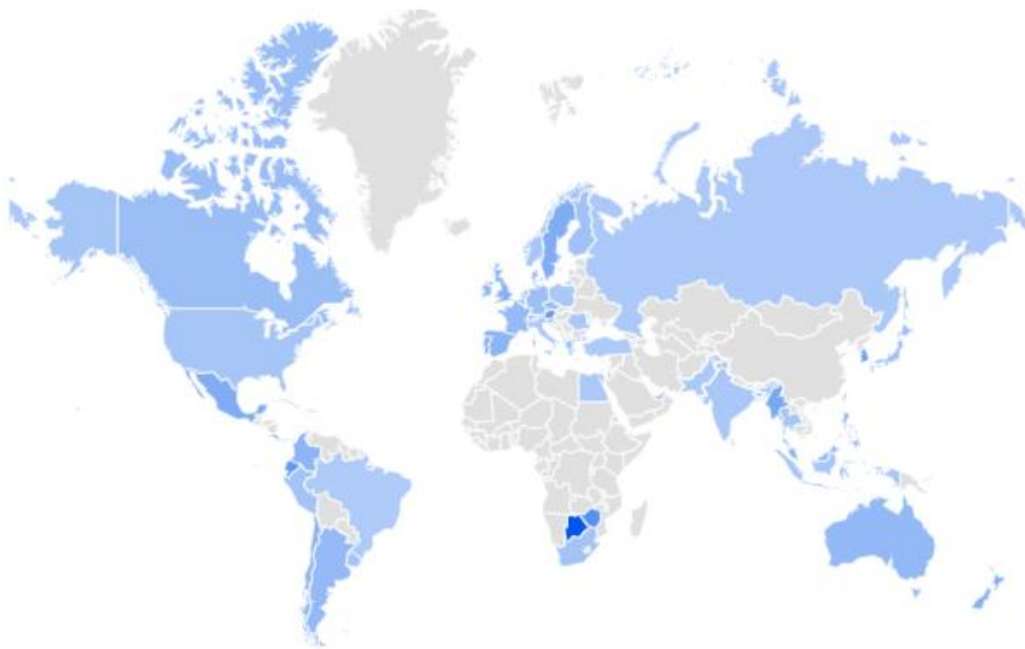


Рис. 1.2. Популярність пошукового запиту «dark tourism» у світі [12]

Відмітимо, що 100% – це пік популярності пошукового запиту “dark tourism”, 50% – популярність пошукового запиту “dark tourism” вдвічі менша, а 0% означає, що замало даних про пошуковий запит “dark tourism” у мережі Інтернет.

Таким чином, найбільшу цікавість до темного туризму проявляють жителі Ботсвани (100%), Маврикію (76%) та Австрії (45%), менш популярним він є в Новій Зеландії (39%) та Сінгапурі (34%). Найменшою популярністю користується в Японії та Бразилії (1%). Як бачимо, Україна на карті не позначена, оскільки частота пошукових запитів є низькою, що підтверджує слабку зацікавленість та популярність даного виду туризму в Україні.

У світі існує значна кількість місць, які приваблюють своєю містичністю та загадковістю, серед яких найбільш відомими є острів Пасхи (Чилі), Стоунхендж (Англія), замок Віхров (Чехія), замок Бран (Румунія, помешкання вампіра графа Дракули), озеро Лох-Несс (Шотландія), гора Афон (Греція) та інші. Багато турів приурочені до Дня всіх святих – Хеллоуїна (31 жовтня).

В Україні популярними містичними місцями є Кам’яна могила (Запорізька обл.), музей гуцульської магії (Івано-Франківська обл.), Золочівський, Олеський

та Підгорецький замок (Львівська обл.), Гора Жевахова (Одеська область), Соминське озеро (Волинська область), Замок паланок (Закарпатська область), Галявина Гроновище (Житомирська область) та ін.

Найбільшого поширення містичний туризм здобув у Західній Україні. Особливо славиться своїми середньовічними замками Закарпаття з оповідями про привидів. Сьогодні можна почути розповіді про снігову людину Карпат, відьом, лісовиків, мольфарів – карпатських чаклунів тощо. Набуває популярності на Закарпатті демонологічний туризм.

За результатами нашого дослідження, нами розроблені карти найбільш популярних «містичних» місць України та Львівщини, які сформовані шляхом позначення їх на карті з розподілом за кількістю пошукових запитів у web-сервісі Google trends (див. Додаток А та Додаток Б).

Аналіз туристичної діяльності країни дозволяє визначити, які ніші ще не зайняті, чим цікавляться туристи в першу чергу, шукаючи місця для відпочинку і яку мету вони переслідують, вибираючи ту чи іншу країну для подорожі. Найбільшу перевагу туристи надають дозвіллю та відпочинку (95,82 %), лікування – 3,17 %, спортивний туризм – 0,06 %, а на спеціалізований туризм припадає 0,03 %. Подорож з лікувальною метою займає значну частку (21,34%) серед відвідувачів Львівської області [19].

Львівська область поширена серед туристів не тільки як місце відпочинку (78,58 %), але й як «лікувальний центр» (21,34 %). Ще однією передумовою розвитку містичного туризму на Львівщині є те, що він включає в себе ще й відвідування «місць сили», що пов'язано з лікувальним туризмом.

Львівщина має чималий містичний потенціал, який потрібно розвивати, оскільки це принесе додаткові грошові надходження в економіку країни. Найбільш відомими містичними місцями та об'єктами Львівщини є: Підгорецький замок [20], Олеський замок [21], Золочівський замок [22], Підкамінь [23]. Місто Львів славиться такими визначними містичними об'єктами, як: Домініканський собор, підземелля Єзуїтського костелу, Лиса гора, Цитадель та ін. [13-18], Парк Знесіння [24] та Личаківський цвинтар [25].

РОЗДІЛ 2

СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ РЕСПОНДЕНТІВ ДО МОЖЛИВОСТЕЙ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ МІСТИЧНОГО ТУРИЗМУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Сьогодні на туристичному ринку існує чимала кількість екскурсій на різний смак, проте, що стосується містичного туризму, то його ринковий сегмент ще не повністю заповнений. Тому для більш детального аналізу цього сегменту ринку необхідно провести дослідження споживчих вподобань для вдосконалення роботи туристичної галузі Львівщини. Нами розроблена анкета для визначення ставлення туристів до можливостей та перспектив розвитку містичного туризму на Львівщині (див. Додаток В) та профіль ймовірного туриста (див. Додаток Г). Анкетування проводилось протягом вересня-жовтня 2019 р. шляхом надсилання потенційним респондентам через електронну пошту посилення-запрошення відповісти на питання анкети. У формуванні бази потенційних клієнтів нам допомогли туристичні компанії Львівської області – “Феєрія Мандрів” (м. Стрий) та “Світ Тревел” (м. Львів). Основним критерієм вибору респондентів було не львівське проживання, оскільки містичні пам’ятки жителі Львова можуть відвідувати самостійно, деякі живуть по-сусідству, деякі працюють на цих об’єктах (наприклад, менеджерами, охоронцями, бухгалтерами тощо) і це могло б вплинути на якість дослідження. Окрім цього, до результатів були включені відповіді, одержані шляхом живого спілкування з 24-а респондентами, які приїхали у м. Львів з туристичною метою. Участь в анкетуванні прийняли 83 респонденти.

Для аналізу зібраних соціологічних даних застосовано статистичний метод. Для представлення результатів використано описову (дескриптивну) статистику, зокрема, за допомогою програмного забезпечення Statistica 6.0 розраховано такі статистичні показники: середнє значення, медіану, стандартне відхилення та стандартну похибку середнього. Результати подано у Додатку Д.

Згідно результатів соціологічного аналізу, гендерний розподіл респондентів розділився практично порівну – жінки – 51,7%, чоловіки – 48,3%. Як зазначили опитані респонденти, першочергова мета відвідування міста - відпочинок та розваги (36,1%), відвідування друзів та родичів (19,3%) та відвідування культурних об'єктів/пам'яток (16,9%).

Розподіл туристів за видами діяльності виглядає таким чином: наймані працівники (39,8%), приватні підприємці/бізнесмени (13,3%), студенти (24,1%), держслужбовці (10,8%), пенсіонери (7,2%) та безробітні (4,8%). За частотою відвідування міста Львів відповіді поділились таким чином: раз в рік – 48,2%; двічі на рік – 32,5%; декілька разів на рік – 15,7%; декілька разів в місяць – 3,6%. 89,2 % респондентів мають бажання відвідати Львів ще раз, 3,6% – не планують та 7,2% туристам важко відповісти на це питання. Середня тривалість подорожі переважно становить 1-2 дні – 67,5%; до 7 днів – 24,1%; більше 7 днів – 4,8%.

Планування подорожі розпочинається з вибору місця відпочинку, на який впливає багато факторів. Проте найбільш поширеними є поради від родичів чи знайомих, самостійний пошук інформації в Інтернеті або форумах (блогах). Серед опитаних найбільшою популярністю користується використання інтернет-ресурсів.

На запитання з чим асоціюється Львів, чимало туристів, а саме 43%, відповіли, що Львів – багатий на величні архітектурні та історичні пам'ятки, які ваблять своєю загадковістю та таємничістю, 22% респондентів асоціюють Львів з кавою та шоколадом, ще 20% туристів приваблюють львівські вулички, кожна з яких має якусь свою історію.

Найбільш популярними пам'ятками Львова вважаються площа Ринок, костел Єзуїтів, Оперний театр, Високий замок, вежа Корнякта. Не меншою популярністю користується Цитадель, Храм св. Ольги та Єлизавети, Львівська копальня кави та майстерня шоколаду. Близько 8% опитаних відвідували нічні екскурсії підземеллями Львова і були приємно вражені.

Результати анкетування показали, що 18,1% опитаних вперше почули про існування містичного виду туризму, 78,3% – були ознайомлені з ним, але ніколи не користувались таким видом туристичного продукту та лише 3,6% опитаних – відвідували містичні місця та екскурсії. 60,24% опитаних нейтрально ставляться до містичного туризму, 21,68% ставляться позитивно та 18,08% – негативно. На запитання «Чи знайомі Ви з містичними об'єктами Львівщини та якими?» 26% опитаних відповіли так, 72% - ні та 2% не були впевнені чи ті об'єкти, які вони знають є містичними. Найпопулярнішим містичним місцем Львова є Личаківське кладовище, а Львівської області – Підгорецький замок.

Основними бар'єрами, які стримують розвиток містичного туризму на Львівщині, на думку опитаних, є мала поінформованість населення країни та туристів про наявні містичні об'єкти в області та Україні загалом, відсутність рекламної інформації, низька популярність деяких об'єктів, спричинена поганою інфраструктурою та транспортним сполученням. Також одним із аргументів була суперечність у відвідуванні таких місць згідно віросповідання.

33,7% опитаних респондентів хотіли б взяти участь у подорожі по містичних місцях Львівщини, 18,1% - не мають наміру відвідувати екскурсії такого плану та 48,2% опитаних важко відповісти на дане питання. Оцінка перспектив розвитку містичного туризму у Львові виглядає більше позитивно (24,10%), ніж негативно (18,07%). 57,83% не мають ствердної думки про перспективність розвитку містичного туризму на Львівщині.

Кожна людина індивідуальна і відноситься до навколишнього світу по-різному. Тому і ставлення до містичного туризму переважно нейтральне.

З метою поглиблення нашого розуміння результатів опитування респондентів та виявлення взаємозв'язку між різними змінними було проведено біваріантний аналіз (χ^2 -тест Пірсона). Матрицю значень χ^2 та p -значень подано у Додатку Е. Результати побудови таблиць спряженості тих змінних (структури відповідей респондентів при співставленні двох питань), для яких підтверджена гіпотеза H_1 , подано у Додатку Є. Розглядаючи як нульову гіпотезу H_0 те, що

аналізовані змінні є незалежними, і як альтернативну гіпотезу H_1 про те, що змінні пов'язані між собою, та використовуючи χ^2 статистику, були отримані такі результати:

1) виявлено сильну кореляцію між статтю туриста та віком ($\chi^2 = 12,91$, $p = 0,00$) і сферою діяльності ($\chi^2 = 15,71$, $p = 0,01$). Бачимо, що чоловіки в молодшому віці (18-25 років) більше віддають перевагу туристичним подорожам, ніж жінки-однолітки, що пов'язано з фізичним розвитком хлопців та бажанням більше рухатись, займатись спортом (актуальним зараз стають спортивний туризм, велосипедний туризм), меншим страхом подорожувати в інші країни тощо. Жінки надають більше перевагу подорожам у старшому віці – 26-40 років. А з цього, у свою чергу, випливає, що чоловіків-туристів більше серед студентів, а жінок-туристів – найманих працівників, тобто тих, які вже закінчили навчання, здобули кар'єру чи вийшли заміж і можуть вільний час приділити подорожам;

2) виявлено кореляцію між віком туриста та сумою коштів, яку вони готові витратити на добу ($\chi^2 = 19,12$, $p = 0,02$), наявністю знань про містичний вид туризму ($\chi^2 = 16,58$, $p = 0,01$) і ставленням до містичних місць / пам'яток ($\chi^2 = 16,72$, $p = 0,01$). Як чоловіки, так і жінки віком до 55 років готові витратити на туристичні подорожі суми 50-100 \$, а старші 55 р. готові витратити до 50 \$, що свідчить про низьку платоспроможність старшого покоління, особливо пенсіонерів. Саме тому туристичним компаніям слід рекомендувати дорожчі тури молоді, а старшим клієнтам – дешевші. Респонденти середнього віку більше знайомі із містичними турами, порівняно з старшими респондентами, що свідчить про те, що містичний тур є новим та маловідомим видом туризму в Україні, та Львівській області зокрема. Також молодше покоління ставиться до містичного туризму більш нейтрально, ніж старше покоління, що дозволить для туристичних фірм уникати упереджень від потенційних клієнтів щодо етичних, релігійних чи інших міркувань при реалізації турів досліджуваного виду.

3) найбільш визначальним фактором згідно досліджень є сфера діяльності респондента, особливо коли мова йде про:

– частоту подорожі ($\chi^2 = 34,27$, $p = 0,00$): виявлено, що наймані працівники більш схильні до подорожей раз в рік, що пов'язано, швидше за все, наявністю щорічних відпусток. Для інших категорій опитуваних не виявлено залежностей між їхньою сферою діяльності та частотою подорожей;

– джерела інформації, які використовуються для планування подорожі ($\chi^2 = 60,76$, $p = 0,00$): більшість респондентів – найманих працівників – віддають перевагу Інтернет-ресурсам, порівняно з іншими джерелами інформації, що свідчить про значну вагомість просування нового туру через Інтернет-сайт компанії та інших спеціалізованих сайтів;

– тривалість подорожі ($\chi^2 = 35,32$, $p = 0,00$) – більшість студентів та найманих працівників віддають перевагу короткотерміновим подорожам – 1-2 дні. Саме тому доцільним буде організувати містичні тури короткої тривалості – не більше 3 днів;

– відвідини Львова ($\chi^2 = 21,50$, $p = 0,00$) – більшість опитуваних, які були у Львові – це студенти та наймані робітники. Студенти сьогодні більш мобільна категорія, яка має бажання та більше освітніх можливостей подорожувати, навчатись в інших університетах за програмами мобільності, поступати в різні університети України без будь-яких територіальних обмежень тощо. Відсоток кількості студентів, які навчаються у Львові з інших регіонів збільшився;

– наявністю знань про містичний вид туризму ($\chi^2 = 34,58$, $p = 0,00$) – найбільш знайомі з містичним видом туризму студенти та наймані працівники, які можуть бути потенційними клієнтами туристичних фірм;

4) частота подорожі туристів (тих, хто подорожує раз в рік) найбільше корелює з одержанням інформації з Інтернет-джерел, які використовуються для планування подорожі ($\chi^2 = 26,11$, $p = 0,01$). Також виявлено сильну залежність частоти подорожі туристів та середньою тривалістю подорожі ($\chi^2 = 43,93$, $p = 0,00$) та наявністю знань про містичний вид туризму ($\chi^2 = 24,14$, $p = 0,00$);

5) вибір джерела інформації для планування подорожі значно впливає на тривалість подорожі ($\chi^2 = 72,44$, $p = 0,00$). Як показують результати, для

планування короткотермінових подорожей – 1-2 дні – туристи користуються порадами друзів, родичів, знайомих та Інтернет-ресурсами.

Серед запропонованих джерел інформації найбільше впливають на формування бажання повторного відвідування Львова туристом поради друзів (родичів, знайомих) та Інтернет-ресурси ($\chi^2 = 29,78$, $p = 0,00$). Відповідно ці джерела є основними в одержанні туристами інформації про містичний вид туризму ($\chi^2 = 39,93$, $p = 0,00$), – саме на ці джерела необхідно орієнтуватись туристичним компаніям для успішного просування тур продуктів;

6) сильна кореляція простежується між вибором туристами залізного транспорту для подорожі до Львова з метою відпочинку та розваг ($\chi^2 = 32,99$, $p = 0,00$), що пояснюється дешевизною та доступністю даного виду транспорту порівняно з авіаперельотами.

7) найбільше середня тривалість подорожі туриста (особливо короткотермінова, 1-2 дні) корелює з бажанням повторно відвідати Львів ($\chi^2 = 17,03$, $p = 0,01$), наявністю знань про містичний вид туризму ($\chi^2 = 21,52$, $p = 0,00$) та участю у містичних турах ($\chi^2 = 12,87$, $p = 0,00$);

8) від того, чи були туристи у Львові формується у них думка про майбутні перспективи розвитку містичного туризму Львівщини ($\chi^2 = 16,96$, $p = 0,01$). Цікавим є той факт, що більшість респондентів, які були у Львові, не можуть чітко вказати на подальшу долю розвитку містичного туризму у Львівщині. Це є аргументом для туристичних фірм і для органів влади сформуванню своєї чіткої позиції щодо підтримки цього напрямку та його подальшого розвитку.

9) виявлено сильну кореляцію між метою відвідування Львова та бажанням повторного відвідування Львова ($\chi^2 = 16,96$, $p = 0,01$). Близько 75 % опитуваних, які відвідують Львів з метою відпочинку та розваг, відвідування родичів (знайомих), відвідування культурних об'єктів (історичних пам'яток) – задоволені поїздкою та мають бажання повторно відвідати це місто.

Попри те, що туристи мають бажання відвідати Львів, вони ще не визначились, чи мають бажання взяти участь у містичних турах, що свідчить про недостатність інформації про цей вид туризму ($\chi^2 = 16,96$, $p = 0,01$).

РОЗДІЛ 3

МІСТИЧНИЙ ТУРИЗМ: SWOT-АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

3.1. SWOT-аналіз можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області

Містичний туризм має як свої недоліки (слабкі сторони), так і переваги (сильні сторони). Досі ведуться дискусії між туристами, політиками, гостями і жителями міст про доцільність та необхідність розвитку даного виду туризму.

У декого з мандрівників чи постійних туристів інколи постає питання – чи з моральної та етичної точки зору можна відвідувати місця чи об'єкти містичного характеру.

На нашу думку, подорожі – це не лише розвага і фото в соцмережах, але й велика робота, яка проробляється від початкового до кінцевого етапу. Інколи подорожі містичними місцями виконують важливу роль пам'яті про страшні речі та каторжні сторінки історії, які ніколи більше не можна повторювати у реальності. Не можна стверджувати однозначно, але буває і таке, що самі туристичні агентства вигадують історії, щоб привернути увагу публіки. Хоча, здебільшого, містичний туризм люблять та практикують люди, які хочуть сформуванати власне бачення стосовно певних дій, побачивши все вживу та відчувши ту атмосферу, яка охоплює дане місце.

Щоб розібратися та дати вичерпну відповідь щодо можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області, нами проведено SWOT-аналіз, результати якого подані у табл. 3.1.

Сильні та слабкі сторони, а також можливості і загрози були оцінені відповідно до спеціально розроблених шкал (див. Додаток Ж) та побудовано SWOT-матрицю за моделлю, яка подана у Додатку 3.

Результати розрахунку інтегральних оцінок наведено в табл. 3.2.

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у
Львівській області

Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Знана кількість місць та об'єктів, сповнених легендами та містичними історіями (S ₁)	Порівняно висока вартість, додаткові фінансові витрати на добирання у непоширені місця, відсутність транспортної інфраструктури (W ₁)
Збереження легенд, звичаїв, традицій, сформованих на Львівщині чи пов'язані з певним об'єктом; визнання Львова містом світової спадщини ЮНЕСКО (S ₂)	Мала поінформованість про цей вид туризму (W ₂)
	Малий перелік «протоптаних місць», не завжди придатних для відвідування туристами (W ₃)
Розвиненість Львівщини за багатьма економіко-соціальними параметрами (S ₃)	Психологічні фактори людини як бар'єри щодо позитивного сприйняття такого виду туризму: страх, негативні спогади, забобонність, релігійність тощо (W ₄)
Врахування туристичними агентствами потреб групи та їх реалізація (S ₄)	
Групова комунікація з гідом чи організатором даного туру (S ₅)	Потреба у додатковому часі для планування та реалізації даної форми (W ₅)
Можливості (O)	Загрози (T)
Велике охоплення та сфера діяльності нерозрекламованого виду туризму (O ₁)	Невідповідність потреб та вимог до реальної картини (T ₁)
Посилена увага та додаткове залучення інвестиційних ресурсів до місць, де буде поширений даний вид туризму (O ₂)	Знищення чи псування пам'ятки, забруднення території через часті відвідини туристів (T ₂)
Розвиток інноваційних та передових технологій для забезпечення комфорту (O ₃)	Перевантаження дуже популярних місць та міст (T ₃)
Формування нових туристичних продуктів, збільшення кількості туристів (O ₄)	Неетичність проведення даного виду та типу екскурсій (T ₄)

Джерело: сформовано авторами

Подальші дії полягають у формуванні матриці стратегічного вибору за результатами SWOT-аналізу, у якій запропоновані стратегічні дії для туристичних фірм залежно від співставлення різних комбінацій: сильні сторони – можливості, сильні сторони – загрози, слабкі сторони – можливості, слабкі сторони – загрози (табл. 3.3).

Застосування SWOT-аналізу дає можливість встановити зв'язок сильних і слабких сторін та можливостей і загроз. У процесі планування розвитку необхідно поєднувати внутрішні можливості (сильні і слабкі сторони) і зовнішню ситуацію (можливості і загрози). Поєднання негативних і позитивних чинників, що впливають на діяльність туристичної компанії ззовні та з

середини, допоможе правильно оцінювати можливості, які відкриті перед організацією [26].

Таблиця 3.2

Інтегральні розрахунки можливостей та перспектив розвитку містичного туризму у Львівській області

		Можливості (O)				Загрози (T)				9,25	
		O_1	O_2	O_3	O_4	T_1	T_2	T_3	T_4		
Значимість (k_i)		5	4	4	5	3	4	4	3		
Ймовірність (p_i)		0,75	0,5	0,75	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5		
Сильні сторони (S)	Значимість (a_{si})	SO				ST				365	
	S_1	5	18,75	10	15	12,5	7,5	10	10		7,5
	S_2	5	18,75	10	15	12,5	7,5	10	10		7,5
	S_3	4	15	8	12	10	6	8	8		6
	S_4	3	11,25	6	9	7,5	4,5	6	6		4,5
S_5	3	11,25	6	9	7,5	4,5	6	6	4,5		
Слабкі сторони (W)	Значимість (a_{wi})	WO				WT				346,75	
	W_1	5	18,75	10	15	12,5	7,5	10	10		7,5
	W_2	4	15	8	12	10	6	8	8		6
	W_3	4	15	8	12	10	6	8	8		6
	W_4	3	11,25	6	9	7,5	4,5	6	6		4,5
W_5	3	11,25	6	9	7,5	4,5	6	6	4,5		
165,75		438,75				273					

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 3.3

Рекомендована матриця вибору стратегічних дій, спрямованих на розвиток містичного туризму

	Сильні сторони (S)	Слабкі сторони (W)
Можливості (O)	<p>Квадрант SO</p> <p>Стратегія розвитку</p> <p>Необхідно поєднувати можливості та сильні сторони туризму для його розвитку. Ґрунтуючись на найвагоміших сильних сторонах можна найбільш повно використати зовнішні можливості</p>	<p>Квадрант WO</p> <p>Стратегія конкуренції</p> <p>Необхідно поєднувати найзначніші можливості і слабкі сторони туризму для його розвитку. Слабкі сторони заважатимуть (стримуватимуть) використанню переваг зовнішніх можливостей</p>
Загрози (T)	<p>Квадрант ST</p> <p>Стратегія збереження</p> <p>Необхідно поєднувати найзначніші загрози та сильні сторони туризму для його розвитку. Ґрунтуючись на найвагоміших сильних сторонах, можна найбільш повно захиститися від зовнішніх загроз</p>	<p>Квадрант WT</p> <p>Стратегія оборони</p> <p>Необхідно поєднувати найзначніші загрози і слабкі сторони туризму для його розвитку. Найкритичніші слабкі сторони заважатимуть захисту від зовнішніх загроз і навіть підсилуватимуть їх негативний вплив</p>

Джерело: запропоновано авторами

Вектор спрямованості стратегічного орієнтиру містичного туризму у Львівській області знаходиться у квадранті SO (рис. 3.1), що вказує на те, що для подальшого розвитку містичного туризму у Львівській області необхідно поєднувати можливості та сильні сторони цього виду туризму.

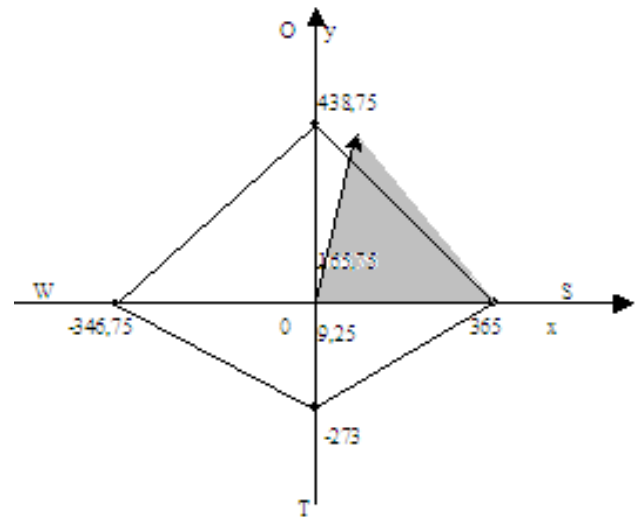


Рис. 3.1. Вектор спрямованості стратегічного орієнтиру розвитку містичного туризму Львівщини

3.2. Розроблення та обґрунтування економічної ефективності програми туру «Містика темної Львівщини»

Якщо брати до уваги побажання респондентів, то вони б з радістю відвідали містичні та загадкові місця не тільки Львова, але й Львівщини. Саме тому ми розробили туристичний маршрут «Містика темної Львівщини».

День 1. Львів

Прибуття до Львова. Трансфер з залізничного вокзалу до готелю. Поселення (згідно з правилами готелю з 14:00). Пішохідна екскурсія по середньовічному-містичному-історичному місту.

Лабіринтами містичних львівських вулиць:

Турист може побачити такі атракції:

- Фортифікації XIV-XV ст., Ансамбль Успенської церкви;
- Монастирський домініканський костел Божого тіла;
- Підземелля аптеки-музей.

Екскурсія «Підземелля Львова»

Колись кожен порядний львів'янин знав кілька входів і виходів у підземелля Львова. У підземеллях зберігали товар, а батяри (виключно

львівське слово), кажуть, заносили туди вкрадені скарби (цікаво, чи багато їх залишилося).

Як же туди потрапити і побачити містичні таємниці підземельного та темного життя міста. Нехай туристи не хвилюються, бо екскурсовод магічним ключем відкриє двері 18 століття і можна буде потрапити в підземелля костелу єзуїтів і заглянути в таємниче підземелля Домініканського собору [27].

Втомилися і бажаєте поновити сили за допомогою чашечки ароматної кави? Хоча тут не все просто, ви не будете її купувати, а самостійно добувати у підземеллі, де є найсмачніша кава у світі.

Після кави закололо серце чи розболівся зуб? Не хвилюйтеся, бо в аптеці-музей запропонують спеціальні ліки, що можуть вилікувати зразу кілька болячок [28].

Також пропонуємо до вашого перегляду зал катувань (звучить моторшно, чи не так?) та перший ярус княжого палацу Лева Даниловича (що зробив Львів столицею Галицько-Волинського князівства та всіляко розбудовував місто, що має співзвучне з ним ім'я), побачите старовинні фрески та залишки мурів, відчуєте атмосферу старовинних підземель Львова.

Багатьом туристам найцікавіше є наступний саркофаг, що був призначений для єпископа Вижицького. Хоча він так і не був у ньому похований. Уважні туристи помічають, що саркофаг є пошкоджений і припускають, що хтось намагався вибратися. Хто знає правда це чи лише невелика легенда [29].

Інші 2 рівні підземелля відносяться до споруди, що стояла близько 14 століття на місці храму. Цікаво є те, що незважаючи на давність споруди, вона гарно збереглася і її можна бачити у первісному вигляді. Можливо, саме тут і через це по даних підземеллях блукає привид Чорного Монаха, який все оберігає та опікується?

Преображенська церква (інша назва церква Преображення Господнього) одна з найпопулярніших пам'яток серед туристів не лише України, але й світу та зокрема Європи. Саме тут знаходяться найбільші підземелля Львова, що розташовані під церквою та є доступні для відвідування [30].

Ночівля на території готелю.

День 2. Підгорецький замок. Нічний сторож Львова.

Підйом о 7.30. Сніданок та виїзд з готелю о 8.30. Прибуття до Підгорецького замку о 10.00.

Підгорецький замок. Замки Львівщини, ніби Бермудський трикутник (3 точки, у яких можна загубитися не на один день). Хоча для туру ми обрали лише один, що славиться своєю містичною історією та виконаний у відповідному стилі. Трішки про цей замок.

Географічна локація у селі Підгірці на Львівщині. Закладений був ще у далекому 17 столітті. Цей замок є популярний серед режисерів, бо багато фільмів знято було саме тут (наприклад д'Артаньян прямував саме у даний замок, підвозячи королеві підвіски) [20].

Хто з нас не чув про популярне шоу «Битва екстрасенсів»? Для дослідження однієї Білої Пані цього приїжджали екстрасенси та відомі на весь світ «Мисливці за привидами». Що ж було сказано у висновку даними експертами? Відповідь дуже проста, а саме, що привиди живуть на постійній основі.

Хто ж така ця Біла Пані, що ходить по залах палацу і не може заспокоїтись і лякає всіх людей? Мешканці та історики стверджують, що це Марія Жевуська, яку було живцем замуровано у стіну за наказом її чоловіка. Чому її чоловік проявив таку жорстокість до своєї дружини? Кажуть, що графиня зрадила своєму на 40 років старшому чоловікові та не змогла його зробити щасливим батьком, бо не народила спадкоємців [20].

Повернення до Львова буде о 18-18.30. До 20.00 вільний час та 20.30 зібрання та початок найтемнішої екскурсії.

Нічна екскурсія "Містика древнього Львова"

Ця темна історія у середньовічному та цікавому місті Лева не можна назвати просто словом екскурсією. Це свого роду відтворення життя того часу за допомогою постановок та начиння (одягу, предметів побуту та реконструкцій минулого).

Ви помітили, що за чашкою кави старші львів'яни говорять пошепки? Про які таємниці та секрети?

Темнота та світло ліхтарів надасть шарму цій прогулянці, а історії просто зачарують та не можуть залишити байдужими.

Наводимо лише кілька питань, що будуть розкриті під час екскурсії:

- Хто такий Томша і чому він був страчений у Львові?

- Чому Львів названий на честь сина засновника?

- Чому охоронця Порохової Вежі не можна змінити і він там залишився назавжди?

- Чи стратить когось старий кат Львова?

- Де з'являється чорна труна Львова?

День 3.

Підйом о 7.30. Сніданок та виїзд з готелю о 8.30. Прибуття до Янівського цвинтаря о 9.00.

У 19 столітті Львів був дуже великим містом та вже 4 старих цвинтарів було замало. Саме тоді був побудований за Янівський цвинтар, за межами тогочасного міста. Зараз він один із львівських цвинтарів, де поховані визначні українські та польські діячі та, де є одна з найбільших кількостей відвідувачів 1 листопада. Вони хочуть вшанувати пам'ять своїх предків або просто молитися за людей, що тут були вбиті [31].

Саме на даній території під час II Світової війни були одне з найжорстокіших та найбільших місць страт і допитів. Саме звідти відправляли в'язнів на примусову роботу в Німеччину. У 1941 нацистські німці створили тут місце допитів політичних в'язнів та місце розправи з євреями [31].

На цвинтарі можна побачити численні гробівці, що мають високу мистецьку вартість, а також цивільні та військові поховання з Першої і Другої світових воєн, зокрема стрільців УГА, польських військових, гітлерівців, жертв Янівського концтабору 1941-1943 рр. У 1962 р. до цвинтаря приєднано територію розташованого поруч єврейського цвинтаря, заснованого ще у

1855 р. З 1980-х рр. Янівський цвинтар закритий для поховань через брак вільного місця [31].

Вільний час та трансфер до вокзалу чи аеропорту о 18.00.

Вартість туру – 2244 гривень.

У вартість туру входить: проїзд комфортабельним автобусом єврокласу (кондиціонер, аудіо, відео); супровід керівника групи по всьому маршруту; проживання в готелі ***, сніданки; екскурсії згідно з програмою.

У вартість туру не входить: індивідуальне медичне страхування на період туру – 120 грн.; оплата в громадському транспорті та таксі; особисті витрати та покупки; доплата за одномісне розміщення.

Програму туру та карта маршруту наведено в Додатку К та Л.

Необхідне кадрове забезпечення: гід та екскурсовод. Для проведення туру необхідно укласти відповідні договори з ресторанами та готелями, що обслуговуватимуть туристів. При розробленні туру необхідно узгодити проектну документацію з власниками рекреаційних ресурсів, органами санітарно-епідеміологічного контролю і пожежного нагляду.

Проведемо розрахунок собівартості і ринкової ціни туру в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Розрахунок собівартості туру «Містика темної Львівщини»

№	Послуга	Кількість	Вартість, грн.	Загальна вартість, грн.
1	Готель			
1.1	Проживання в стандартному двомісному номері	2 ночі	250	500
1.2	Харчування (сніданки)	3	-	-
2.	Трансфери	-	500	500
3.	Екскурсії			
3.1	Екскурсія «Підземеллями Львова»	1	320	320
3.2	Екскурсія у Підгорецькому замку	1	230	230
3.3	Нічна екскурсія	1	250	250
3.4	Екскурсія «Янівський цвинтар»	1	170	170
4	Всього, грн.			1870

Вартість програми розраховується кожного разу індивідуально, виходячи з періоду перебування, наявності вільних кімнат і переваг мандрівника, оскільки в готелях, що пропонуються туристам кожна кімната має свою ціну.

При формуванні ринкової ціни даного туру врахуємо: 15% – рентабельність туру, 5% від вартості – інші витрати на організацію розробленого туру.

Прибуток туристичної фірми в розрахунку на 1 особу становитиме – 374 грн. (2244 – 1870 грн.). Отже, даний тур буде економічно ефективним.

Для популяризації у Львівській області містичного туризму потрібно провести ряд заходів [4, с. 55-56]:

- здійснити моніторинг туристичного ринку Львівщини на наявність «містичних» місць та об'єктів і визначити, які з них є придатними для відвідування туристами;

- дослідити зарубіжний досвід організації містичного туризму, визначити основні тенденції його розвитку у світі та можливості використання передового досвіду в організації “містичних” турів вітчизняними туристичними компаніями;

- проведення культурних акцій та заходів, конкурсів, фестивалів, навчальних екскурсій у містичних місцях задля їхньої популяризації та залучення додаткових інвестицій;

- промоція містичних місць в Україні та за кордоном, реклама їх на популярних каналах та інших засобах масової інформації; створення веб-сайту з інформацією про містичні місця Львівщини та “містичні” тури туристичних компаній;

- створення інтерактивної карти містичних місць Львівщини;

- покращення інфраструктури поблизу розташування містичних об'єктів.

Таким чином, бачимо про перспективність та економічну доцільність впровадження містичного туризму по місцях та об'єктах Львівської області.

ВИСНОВКИ

Україна має чималий містичний потенціал, який потрібно розвивати, оскільки це принесе додаткові грошові надходження в економіку країни. Однак, залучення українських містичних ресурсів незначне, відбуваються поодинокі екскурсії містами, які не розкривають всю суть і загадковість відвідуваних місць. У першу чергу, це пов'язано з релігійними переконаннями більшої частини населення України, проте можна орієнтуватися на туристів, які тільки шукають цікаві і незвідані ніким раніше місця. «Містична» спадщина України налічує близько 20 об'єктів в кожній області: середньовічні замки з загадовими історіями, підземелля, печери, собори, давні поселення тощо.

Найбільшого поширення містичний туризм здобув у Західній Україні. Львівщини є одним із найкращих осередків скупчення відомих містичних місць та об'єктів. Зокрема, місто Львів славиться такими визначними містичними об'єктами, як: Домініканський собор, підземелля Єзуїтського костелу, Лиса гора, Цитадель та ін.

Як показують результати соціологічного опитування, респонденти з радістю б відвідали містичні та загадкові місця Львова та Львівщини, тому доцільно цей напрям в подальшому розвивати, розробляти нові туристичні програми. Економічне обґрунтування підтвердило перспективність та економічну доцільність впровадження містичного туризму по місцях та об'єктах Львівської області.

Отже, хоч містичний туризм є порівняно новим видом туризму, проте користується чималою популярністю у світі та Україні. Львівщина має значний потенціал і ресурсну базу для його розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Програма розвитку туризму та курортів в Одеській області на 2017-2020 рр. URL: <https://oda.odessa.gov.ua/statics/pages/files/5a58d0f18f339.pdf>.
2. Савіцька О.П., Савіцька Н.В., Кулиняк І.Я. Формування туристичної привабливості території. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України: збірник науково-технічних праць*. 2012. Вип. 22.15. С. 148-154.
3. Історико-культурні туристичні ресурси як основа розвитку пізнавального туризму в Чернівецькій області. URL: <http://buk-visnyk.cv.ua/naukova-dumka/727/>
4. Кулиняк І.Я., Ярмола К.М., Малішевська Б.О. Перспективи розвитку містичного туризму в Україні / *матеріали Міжнародної наукової конференції "Формування сучасної наукової думки"* (м. Кропивницький, 31 січня 2020 р.). Кропивницький: МЦНД, 2020. С. 53-56.
5. Алістратова К. Е. Містичний туризм: зарубіжний досвід та перспективи розвитку в Україні. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 26. С. 93-101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_26_15.
6. Іванов А.М. "Темний" туризм як один з перспективних видів туризму. *Бізнес-навігатор*. 2011. № 5. С. 186-191. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bnav_2011_26_36.
7. Містика. Словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/mistyka>.
8. Арайс О., Сологуб Ю. Темний туризм. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті : програма і матеріали 80 міжнародної наукової конференції молодих учених, аспірантів і студентів, 10-11 квітня 2014 р. К. : НУХТ, 2014. Ч. 3. С. 482-483.*
9. Інформація щодо відвідування України іноземцями та виїзду громадян України за кордон (2015-2018 роки) (за даними Адміністрації Державної прикордонної служби). URL:

<http://www.me.gov.ua/Documents/Download?id=78cda465-68c3-4646-976c-61e7e9cdae03>.

10. Як змінився внутрішній туризм в Україні? URL: <https://zaporizhzhia.city/news/lideri-vnutrisnogo-turizmu-v-ukrainys>.

11. Звідки приїжджали та скільки витрачали туристи у Львові в 2019 році. URL: <https://zaxid.net/news/>

12. Веб-сервіс Google Trends. URL: <https://trends.google.com.ua/trends>.

13. Топ-10 наймістичніших місць України. URL: <https://tyzhden.ua/Travel/41341>.

14. 24 моторошні місця України, від яких застигає кров у жилах. URL: https://24tv.ua/24_motoroshni_mistsya_ukrayini_vid_yakih_zastigaye_krov_u_zhila_h_n601743.

15. 7 місць України, які страшно відвідувати. URL: https://gazeta.ua/articles/travels/_7-misc-ukrayini-yaki-strashno-vidviduvati/864500.

16. Мистические места в Украине: 32 локации, где сердце замирает. URL: https://ua.igotoworld.com/ru/article/1144_misticheskie-mesta-v-ukraine.htm.

17. Містичні місця України. URL: <https://changeua.com/nasha-mistichna-ukrayina/>

18. Місця сили України. Гиблі і аномальні зони. URL: <https://freetravel.com.ua/ua/world/ukraine/place-of-power>.

19. Туристична діяльність в Україні у 2018 р. / Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/tur_dil_18.xls.

20. Підгорецький замок. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Підгорецький_замок.

21. Одеський замок. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Одеський_замок.

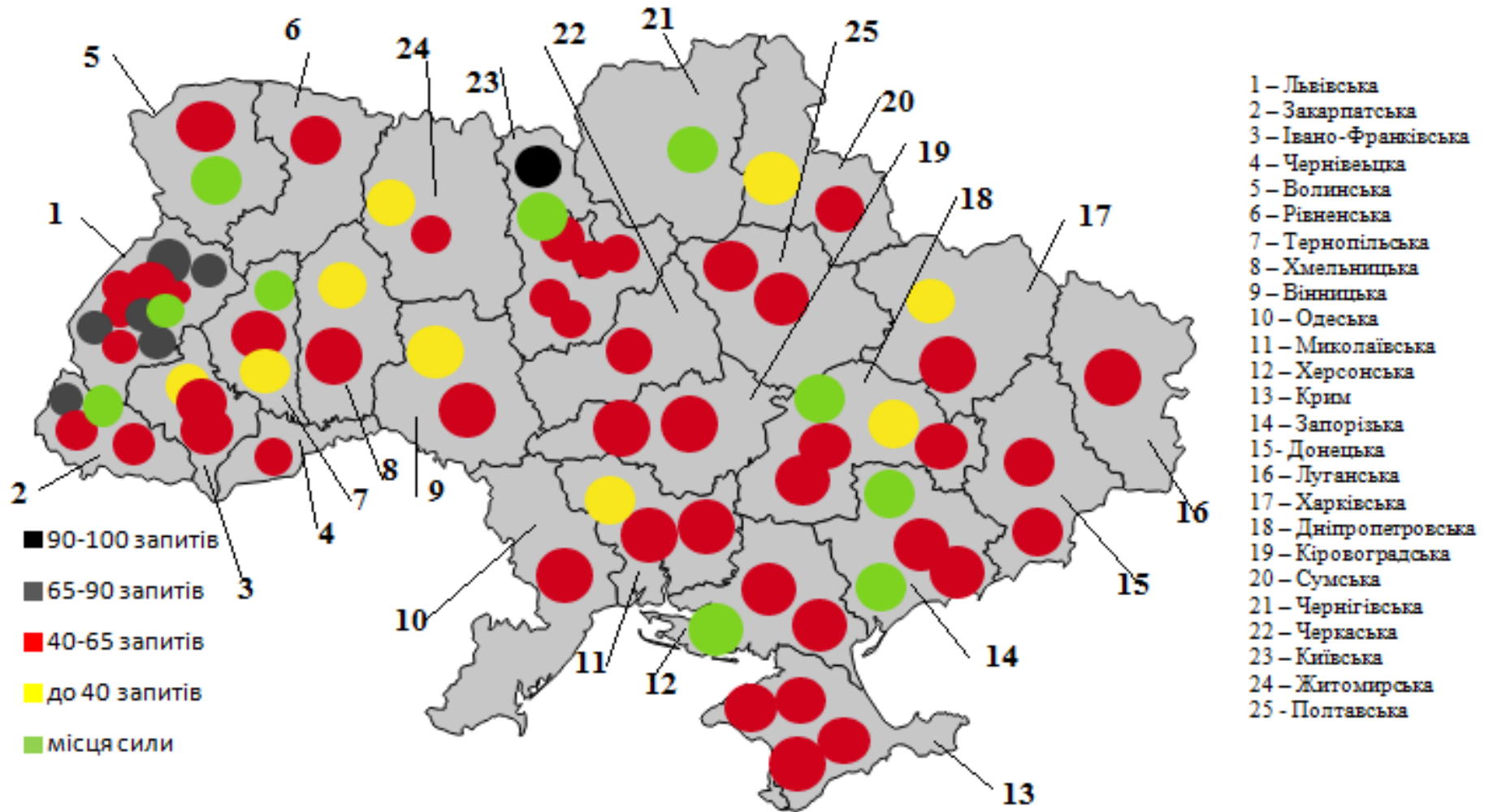
22. Подорож українськими замками, частина II. Містична Львівщина. URL: <https://www.unian.ua/tourism/wheretogo/10181630-podorozh-ukrajinskimi-zamkami-chastina-ii-mistichna-lvivshchina.html>.

23. Місця сили Карпат. Камінь велетень або чортів камінь. URL: <http://karpaty-ua.org.ua/miscya-syly-karpat-kamin-veleten-abo-chortiv-kamin.html>.
24. Львівські «місця сили». Загадка теренкурів. URL: <http://any-type-tour.com/Lviv/articles.php?ch=49>.
25. Личаківський цвинтар. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Личаківський_цвинтар.
26. Ільченко Т.В. Роль SWOT-аналізу в обґрунтуванні перспектив розвитку аграрного підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 23. С. 79-83.
27. Церква Пресвятої Євхаристії. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Церква_Пресвятої_Євхаристії_\(Львів\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Церква_Пресвятої_Євхаристії_(Львів)).
28. Аптека-музей “Під чорним орлом”. URL: <https://pharmacy-museum-lviv.virtual.ua/ua>.
29. Екскурсія “Підземелля Львова”. URL: <https://lviv-tourist.info/pidzemellya-lvova>.
30. Преображенська церква. URL: <https://ua.discover.net.ua/locations/hram-preobrazheniya-gospoda-iisusa-hrista>.
31. Харчук Х. Військові поховання на Янівському цвинтарі у Львові. URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Kharchuk_Khrystyna/Viiskovi_pokhovannia_na_Yanivskomu_tsvyntari_u_Lvovi.pdf.
32. Фучеджи В.І. SWOT-аналіз як інструмент антикризового фінансового управління. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2013. Вип. 9(2). С. 156-161.
33. Попов С.А., Сенча І.А. SWOT-аналіз як інструмент із визначення стратегічних орієнтирів інноваційного розвитку системи державного управління. *Ефективність державного управління*. 2013. Вип. 37. С. 114-122.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

КАРТА НАЙБІЛЬШ ПОПУЛЯРНИХ «МІСТИЧНИХ» МІСЦЬ УКРАЇНИ*

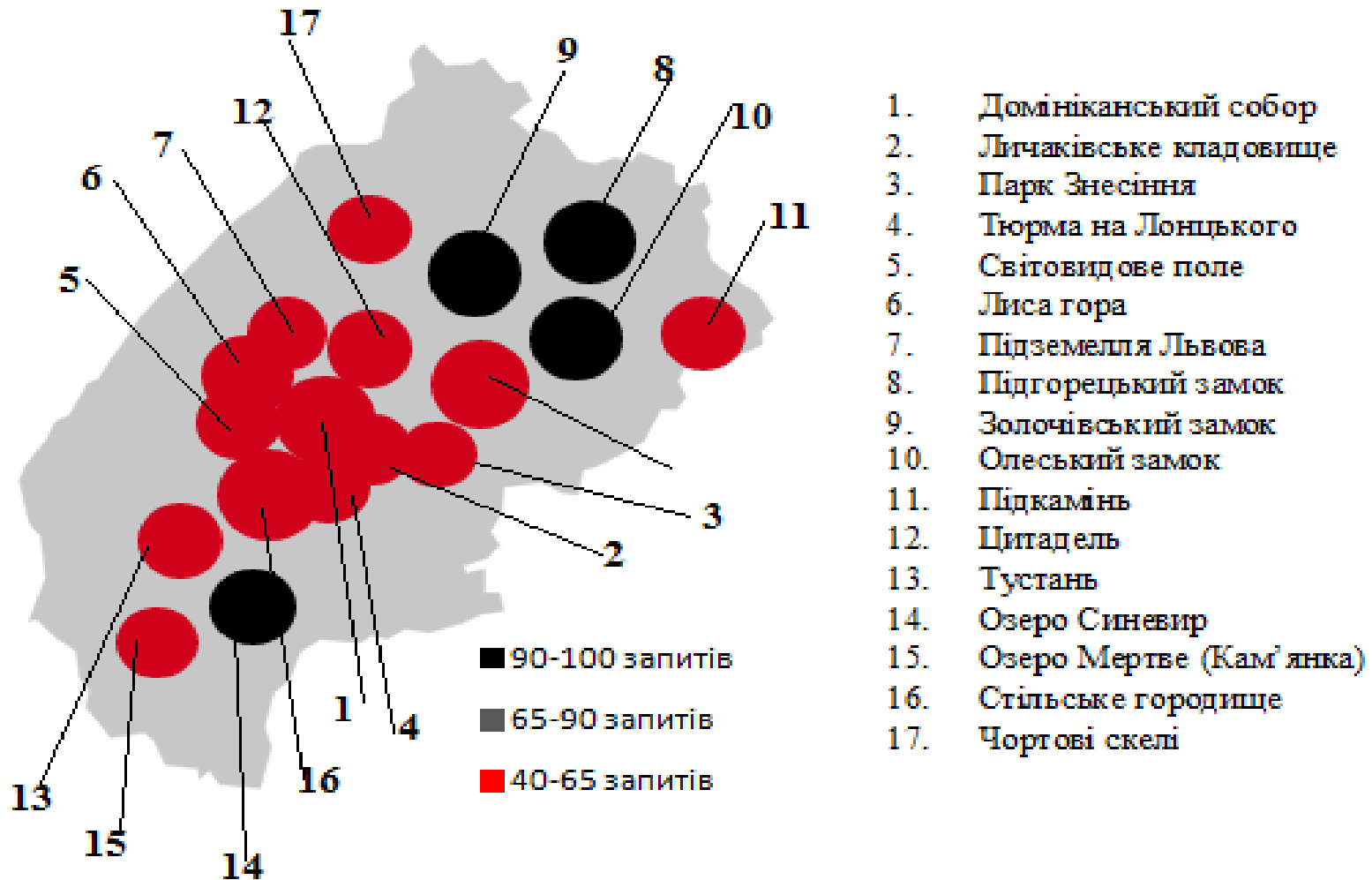


*розроблено авторами на основі [13-18] та пошукових запитів Google Trends [12]

Перелік об'єктів, представлених на карті

<i>Область</i>	<i>Перелік об'єктів</i>	<i>Область</i>	<i>Перелік об'єктів</i>
<i>Крим</i>	<i>Долина привидів (Алушта) Алимова балка Мис Айя Вулкан Карадаг</i>	<i>Київська</i>	<i>Лиса гора Зелений театр Прип'ять Байкове кладовище Бабин Яр Покинута лабораторія інституту Громашевського Будинок удови, яка плаче</i>
<i>Херсонська область</i>	<i>Термальні підземельні озера (Араратська стрілка) Олешківські піски Острів Зміїний</i>	<i>Житомирська</i>	<i>Камінне село Галявина Гроловище</i>
<i>Миколаївська</i>	<i>Кінбурнська коса Трикратський ліс Курган Солоха</i>	<i>Вінницька</i>	<i>Ставка Гітлера «Вервольф» Вінницька психіатрична лікарня</i>
<i>Одеська</i>	<i>Жевахова гора</i>	<i>Хмельницька</i>	<i>Озеро привидів Межибож</i>
<i>Запорізька</i>	<i>Лиса гора, Юрківка Озеро 27 ключів Терпенівські цілющі озера Кам'яна могила</i>	<i>Тернопільська</i>	<i>Дім з привидами Гора Бона Джуринський водоспад</i>
<i>Донецька</i>	<i>Соледарське озеро Кам'яні могили</i>	<i>Рівненська</i>	<i>Тараканівський форт</i>
<i>Луганська</i>	<i>Мергелева гряда</i>	<i>Волинська</i>	<i>Соминське озеро Шацькі озера</i>
<i>Сумська</i>	<i>Бугайський трикутник Яблунева колонія Кролевець</i>	<i>Чернівецька</i>	<i>Єврейське кладовище</i>
<i>Чернігівська</i>	<i>Село Заїзд Пригоризонтна обсерваторія(місце сили)</i>	<i>Івано- Франківська</i>	<i>Замок Паланок Ужгородський замок Невицький замок Водоспад Шипіт</i>
<i>Полтавська</i>	<i>Диканька Гадяч</i>	<i>Київська</i>	<i>Лиса гора Зелений театр Прип'ять Байкове кладовище Бабин Яр Покинута лабораторія інституту Громашевського Будинок удови, яка плаче</i>
<i>Черкаська</i>	<i>Трахтемирів</i>	<i>Житомирська</i>	<i>Камінне село Галявина Гроловище</i>
<i>Кіровоградська</i>	<i>Придніпровська височина Чорне озеро</i>	<i>Вінницька</i>	<i>Ставка Гітлера «Вервольф» Вінницька психіатрична лікарня</i>

КАРТА «МІСТИЧНИХ» МІСЦЬ ЛЬВІВЩИНИ*



*розроблено авторами на основі [13-18] та пошукових запитів Google Trends [12]

Вигляд анкети у Google Forms



Містичний туризм

Шановні респонденти!

Просимо Вас відповісти на представлені нижче питання. Ваші відповіді допоможуть у вивченні ставлення подорожуючих до перспектив та актуальності розроблення та розвитку містичного туризму у Львівській області. Отримані дані будуть використані тільки в узагальненому вигляді. Відповідаючи на кожне питання, вибирайте один варіант відповіді (якщо в формулюванні питання не вказано інше).
Дякуємо за участь в опитуванні!

*Обов'язкове поле

Ваша стать *

- Чоловіча
- Жіноча

Вкажіть Ваш вік *

- 18-25 років
- 26-40 років
- 41-55 років
- Старше 55 років

Вкажіть сферу Вашої діяльності *

- Найманий працівник
- Студент
- Приватний підприємець/бізнесмен
- Безробітний
- Пенсіонер
- Державний службовець
- Інше

Вкажіть місце Вашого проживання (місто, район) *

Ваша відповідь _____

Як часто Ви подорожуєте? (Терміном від 24 год) *

- Декілька раз в місяць
- Раз в рік
- Двічі на рік
- Декілька раз на рік

Продовження додатку В

Яким джерелам інформації Ви надаєте перевагу при плануванні подорожі? *

- Поради друзів/знайомих/родичів
- Планую подорож на власний розсуд
- Інтернет-ресурсам
- Форумам / Блогам
- Відвідую ті місця, де вже були

Яким видом транспорту Ви найчастіше користуєтесь під час подорожей? *

- Власним авто
- Залізничним транспортом
- Послугами авіакомпаній
- Маршрутним/автобусним сполученням

Яка середня тривалість Вашої подорожі? *

- 1-2 дні
- 7 днів
- Більше 7 днів
- Важко відповісти



Чи були Ви колись у Львові? *

- Так
- Ні

Які асоціації у Вас пов'язані з Львовом?

Ваша відповідь _____

Першочергова мета відвідування Львова? *

- Відвідування друзів/родичів
- Відпочинок та розваги
- Відвідування культурних об'єктів/історичних пам'яток
- Робота/навчання
- Лікування, рекреація
- Інше

Що найбільше Вас вразило у Львові?

Ваша відповідь _____

Чи є у Вас бажання повторно відвідати Львів? *

- Так
- Ні
- Важко відповісти



Вкажіть орієнтовну суму коштів, яку Ви витрачаєте на відпочинок за добу? *

- до 50\$
- 50-100\$
- 100-200\$
- Більше 200 \$

Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм? *

- Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць
- Вперше чую
- Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій

Яке Ваше ставлення до містичних місць/пам'яток? *

- Нейтральне
- Негативне
- Не бачу в цьому нічого поганого

Чи брали Ви коли-небудь участь в "містичних" екскурсіях? *

- Так
- Ні



Чи знайомі Ви з містичними об'єктами Львівщини? Якщо так, то вкажіть з якими?

Ваша відповідь

Оцініть перспективи розвитку містичного туризму на Львівщині *

- Високі перспективи
- Безперспективний напрям
- Важко відповісти

Чи хотіли б Ви взяти участь в екскурсії по містичних місцях Львівщини? *

- Так
- Ні
- Важко відповісти

Які, на Вашу думку, основні бар'єри, які стримують розвиток містичного туризму на Львівщині?

Ваша відповідь

Надіслати

ПРОФІЛЬ ТУРИСТА, ЯКИЙ ЦІКАВИТЬСЯ МІСТИЧНИМ ТУРИЗМОМ*

<p style="text-align: center;">Демографічні дані</p> <p>Вік: 26-49 років (52%), 18-25 років (23%), 41-55 років (15,6%), старше 55 років (9,4%)</p> <p>Стать: жіноча (51,7%), чоловіча (48,3%)</p> <p>Професія: найманий працівник (24,5%), бізнесмен (13,4%), студент (20,3%), держслужбовець (10,8%), пенсіонер (6%), безробітний (5%).</p>	<p style="text-align: center;">Бажаний туристичний досвід</p> <p>Першочергова мета подорожі: відпочинок та розваги (36,4%), відвідування друзів та родичів (19,2%) та відвідування культурних об'єктів/пам'яток (17,4%).</p> <p>Асоціації з Львовом: 43% - архітектурні та історичні пам'ятки; 22% - кава та шоколад, 20% - львівські вулички, кожна з яких має якусь свою історію.</p> <p>Найпопулярніші місця: площа Ринок, костел Єзуїтів, Оперний театр, Високий замок, вежа Корнякта.</p>
<p style="text-align: center;">Поведінка під час подорожі</p> <p>Джерела інформації при плануванні подорожі: найбільш поширеними є самостійний пошук інформації в інтернеті або блогах (45,6% та 3,4% відповідно); відвідування місць, де вже колись були (12,1%); поради від родичів чи знайомих (30,2%).</p> <p>Засіб пересування: залізничний транспорт (47%), автомобільний транспорт – 32,6%; авіаперельоти – 9%; власне авто – 11,4%.</p>	<p style="text-align: center;">Економічні показники</p> <p>Частка сегменту: 8%</p> <p>Частота подорожей до Львова: раз в рік – 45,7%; двічі на рік – 32,2%; кілька разів на рік – 14,2%; раз в місяць – 3,4%.</p> <p>Середня тривалість перебування: 1-2 дні – 67,3%; до 7 днів – 24,5%; більше 7 днів – 5,2%.</p> <p>Середні добові витрати: 50-100\$</p> <p>Ймовірність повторної подорожі: 89,4% бажають відвідати Львів ще раз</p>

*розроблено авторами за результатами анкетування

ДОДАТОК Д

Універсальний аналіз результатів опитування респондентів

№ питан-ня	Питання	Варіанти відповідей	Кількість відповідей	Відсоток відповідей, %	Середнє	Медіана	Стандартне відхилення	Стандартна похибка середнього																																																																																																																		
1.	Ваша стать	Чоловіча	42	50,6	1,493976	1,000000	0,503003	0,055212																																																																																																																		
		Жіноча	41	49,4					2.	Вкажіть Ваш вік	18-25 років	25	30,1	2,096386	2,000000	0,957823	0,105135	26-40 років	34	41,0	41-55 років	15	18,1	Старше 55 років	9	10,8	3.	Вкажіть сферу Вашої діяльності	Найманий працівник	33	39,8	2,481928	2,000000	1,706240	0,187284	Студент	20	24,1	Приватний підприємець/бізнесмен	11	13,3	Безробітний	4	4,8	Пенсіонер	6	7,2	Державний службовець	9	10,8	Інше	0	0,0	4.	Як часто Ви подорожуєте?	Декілька раз в місяць	3	3,6	2,650602	2,000000	0,847287	0,093002	Раз в рік	40	48,2	Двічі на рік	27	32,5	Декілька раз на рік	13	15,7	5.	Яким джерелам інформації Ви надаєте перевагу при плануванні подорожі?	Поради друзів/знайомих/родичів	25	30,1	2,590361	3,000000	1,288184	0,141397	Планую подорож на власний розсуд	7	8,4	Інтернет-ресурсам	38	45,8	Форумам / Блогам	3	3,6	Відвідую ті місця, де вже був (-ла)	10	12,1	6.	Яким видом транспорту Ви найчастіше користуєтесь під час подорожей?	Власним авто	17	20,48	2,650602	2,000000	1,173215	0,128777	Залізничним транспортом	25	30,12	Послугами авіакомпаній	11	13,25	Маршрутним/автобусним сполученням	30	36,15	7.	Яка середня тривалість Вашої подорожі?	1-2 дні	56	67,5	1,445783	1,000000	0,753091	0,082663	До 7 днів	20	24,1
2.	Вкажіть Ваш вік	18-25 років	25	30,1	2,096386	2,000000	0,957823	0,105135																																																																																																																		
		26-40 років	34	41,0																																																																																																																						
		41-55 років	15	18,1																																																																																																																						
		Старше 55 років	9	10,8																																																																																																																						
3.	Вкажіть сферу Вашої діяльності	Найманий працівник	33	39,8	2,481928	2,000000	1,706240	0,187284																																																																																																																		
		Студент	20	24,1																																																																																																																						
		Приватний підприємець/бізнесмен	11	13,3																																																																																																																						
		Безробітний	4	4,8																																																																																																																						
		Пенсіонер	6	7,2																																																																																																																						
		Державний службовець	9	10,8																																																																																																																						
		Інше	0	0,0																																																																																																																						
4.	Як часто Ви подорожуєте?	Декілька раз в місяць	3	3,6	2,650602	2,000000	0,847287	0,093002																																																																																																																		
		Раз в рік	40	48,2																																																																																																																						
		Двічі на рік	27	32,5																																																																																																																						
		Декілька раз на рік	13	15,7																																																																																																																						
5.	Яким джерелам інформації Ви надаєте перевагу при плануванні подорожі?	Поради друзів/знайомих/родичів	25	30,1	2,590361	3,000000	1,288184	0,141397																																																																																																																		
		Планую подорож на власний розсуд	7	8,4																																																																																																																						
		Інтернет-ресурсам	38	45,8																																																																																																																						
		Форумам / Блогам	3	3,6																																																																																																																						
		Відвідую ті місця, де вже був (-ла)	10	12,1																																																																																																																						
6.	Яким видом транспорту Ви найчастіше користуєтесь під час подорожей?	Власним авто	17	20,48	2,650602	2,000000	1,173215	0,128777																																																																																																																		
		Залізничним транспортом	25	30,12																																																																																																																						
		Послугами авіакомпаній	11	13,25																																																																																																																						
		Маршрутним/автобусним сполученням	30	36,15																																																																																																																						
7.	Яка середня тривалість Вашої подорожі?	1-2 дні	56	67,5	1,445783	1,000000	0,753091	0,082663																																																																																																																		
		До 7 днів	20	24,1																																																																																																																						
		Більше 7 днів	4	4,8																																																																																																																						
		Важко відповісти	3	3,6																																																																																																																						

Продовження додатку Д

8.	Чи були Ви колись у Львові?	Так	75	90,36	1,096386	1,000000	0,296913	0,032590
		Ні	8	9,64				
9.	Першочергова мета відвідування Львова?	Відвідування друзів / родичів	16	19,3	2,746988	2,000000	1,480305	0,162485
		Відпочинок та розваги	30	36,1				
		Відвідування культурних об'єктів / історичних пам'яток	14	16,9				
		Робота / навчання	8	9,6				
		Лікування, рекреація	10	12,1				
		Інше	5	6,0				
10.	Чи є у Вас бажання повторно відвідати Львів?	Так	74	89,2	1,180723	1,000000	0,544251	0,059739
		Ні	3	3,6				
		Важко відповісти	6	7,2				
11.	Вкажіть орієнтовну суму коштів, яку Ви витрачаєте на відпочинок за добу?	до 50\$	20	24,09	1,975904	2,000000	0,764708	0,083938
		50-100\$	50	60,24				
		100-200\$	8	9,65				
		Більше 200\$	5	6,02				
12.	Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм?	Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць	65	78,3	1,253012	1,000000	0,514269	0,056448
		Вперше чую	15	18,1				
		Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій	3	3,6				
13.	Яке Ваше ставлення до містичних місць/пам'яток?	Нейтральне	50	60,24	1,614458	1,000000	0,823901	0,090435
		Негативне	15	18,01				
		Не бачу в цьому нічого поганого	18	21,68				
14.	Чи брали Ви коли-небудь участь в "містичних" екскурсіях?	Так	13	15,77	1,156627	1,000000	0,365658	0,040136
		Ні	70	84,33				
15.	Оцініть перспективи розвитку містичного туризму на Львівщині	Високі перспективи	20	24,1	2,337349	3,000000	0,845030	0,092754
		Безперспективний напрям	15	18,07				
		Важко відповісти	48	57,83				
16.	Чи хотіли б Ви взяти участь в екскурсії по містичних місцях Львівщини?	Так	28	33,7	2,144578	2,000000	0,898950	0,098673
		Ні	15	18,1				
		Важко відповісти	40	48,2				

Джерело: складено та розраховано авторами за допомогою Statistica 6.0

ДОДАТОК Е

Матрицю значень χ^2 та р-значень

№ питання	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	-	$\chi^2 = 12,91$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 15,71$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 6,40$ $p = 0,09$	$\chi^2 = 4,12$ $p = 0,39$	$\chi^2 = 3,84$ $p = 0,28$	$\chi^2 = 2,19$ $p = 0,53$	$\chi^2 = 0,61$ $p = 0,44$	$\chi^2 = 11,84$ $p = 0,04$	$\chi^2 = 0,38$ $p = 0,83$	$\chi^2 = 6,37$ $p = 0,09$	$\chi^2 = 2,74$ $p = 0,25$	$\chi^2 = 6,67$ $p = 0,04$	$\chi^2 = 0,91$ $p = 0,33$	$\chi^2 = 0,34$ $p = 0,84$	$\chi^2 = 0,73$ $p = 0,69$
2	-	-	$\chi^2 = 14,69$ $p = 0,47$	$\chi^2 = 14,19$ $p = 0,12$	$\chi^2 = 18,01$ $p = 0,11$	$\chi^2 = 11,18$ $p = 0,26$	$\chi^2 = 7,49$ $p = 0,59$	$\chi^2 = 1,45$ $p = 0,69$	$\chi^2 = 24,55$ $p = 0,06$	$\chi^2 = 3,47$ $p = 0,75$	$\chi^2 = 19,12$ $p = 0,02$	$\chi^2 = 16,58$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 16,72$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 7,47$ $p = 0,06$	$\chi^2 = 6,82$ $p = 0,34$	$\chi^2 = 9,31$ $p = 0,16$
3	-	-	-	$\chi^2 = 34,27$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 60,76$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 26,07$ $p = 0,04$	$\chi^2 = 35,32$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 21,50$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 41,34$ $p = 0,02$	$\chi^2 = 13,17$ $p = 0,21$	$\chi^2 = 15,95$ $p = 0,39$	$\chi^2 = 34,58$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 4,22$ $p = 0,94$	$\chi^2 = 7,31$ $p = 0,20$	$\chi^2 = 8,60$ $p = 0,57$	$\chi^2 = 7,03$ $p = 0,72$
4	-	-	-	-	$\chi^2 = 26,11$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 12,03$ $p = 0,21$	$\chi^2 = 43,93$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 5,04$ $p = 0,17$	$\chi^2 = 17,71$ $p = 0,28$	$\chi^2 = 10,19$ $p = 0,12$	$\chi^2 = 17,87$ $p = 0,04$	$\chi^2 = 24,14$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 7,84$ $p = 0,25$	$\chi^2 = 0,91$ $p = 0,82$	$\chi^2 = 4,64$ $p = 0,59$	$\chi^2 = 4,90$ $p = 0,56$
5	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 18,98$ $p = 0,09$	$\chi^2 = 72,44$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 5,72$ $p = 0,22$	$\chi^2 = 25,51$ $p = 0,18$	$\chi^2 = 29,78$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 17,24$ $p = 0,14$	$\chi^2 = 39,93$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 9,26$ $p = 0,32$	$\chi^2 = 3,82$ $p = 0,43$	$\chi^2 = 8,11$ $p = 0,42$	$\chi^2 = 5,23$ $p = 0,73$
6	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 8,38$ $p = 0,50$	$\chi^2 = 11,39$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 32,99$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 4,77$ $p = 0,57$	$\chi^2 = 9,47$ $p = 0,40$	$\chi^2 = 6,98$ $p = 0,32$	$\chi^2 = 12,87$ $p = 0,05$	$\chi^2 = 4,60$ $p = 0,20$	$\chi^2 = 7,74$ $p = 0,26$	$\chi^2 = 16,96$ $p = 0,01$
7	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 1,44$ $p = 0,69$	$\chi^2 = 10,57$ $p = 0,78$	$\chi^2 = 17,03$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 13,72$ $p = 0,13$	$\chi^2 = 21,52$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 7,99$ $p = 0,24$	$\chi^2 = 12,87$ $p = 0,00$	$\chi^2 = 3,01$ $p = 0,81$	$\chi^2 = 4,13$ $p = 0,66$
8	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 7,51$ $p = 0,19$	$\chi^2 = 2,47$ $p = 0,29$	$\chi^2 = 5,84$ $p = 0,12$	$\chi^2 = 0,57$ $p = 0,75$	$\chi^2 = 1,96$ $p = 0,37$	$\chi^2 = 0,58$ $p = 0,44$	$\chi^2 = 7,46$ $p = 0,02$	$\chi^2 = 2,01$ $p = 0,37$
9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 22,64$ $p = 0,01$	$\chi^2 = 14,54$ $p = 0,48$	$\chi^2 = 12,30$ $p = 0,27$	$\chi^2 = 6,93$ $p = 0,73$	$\chi^2 = 4,21$ $p = 0,52$	$\chi^2 = 13,26$ $p = 0,21$	$\chi^2 = 24,18$ $p = 0,01$
10	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 5,50$ $p = 0,48$	$\chi^2 = 5,25$ $p = 0,26$	$\chi^2 = 2,73$ $p = 0,60$	$\chi^2 = 6,75$ $p = 0,03$	$\chi^2 = 3,24$ $p = 0,52$	$\chi^2 = 6,64$ $p = 0,16$
11	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 12,95$ $p = 0,04$	$\chi^2 = 7,46$ $p = 0,28$	$\chi^2 = 2,75$ $p = 0,43$	$\chi^2 = 1,08$ $p = 0,98$	$\chi^2 = 7,81$ $p = 0,25$
12	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 2,01$ $p = 0,73$	$\chi^2 = 0,70$ $p = 0,41$	$\chi^2 = 3,96$ $p = 0,14$	$\chi^2 = 6,91$ $p = 0,14$
13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 4,59$ $p = 0,10$	$\chi^2 = 4,43$ $p = 0,35$	$\chi^2 = 5,88$ $p = 0,21$
14	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 0,86$ $p = 0,65$	$\chi^2 = 5,42$ $p = 0,07$
15	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	$\chi^2 = 6,01$ $p = 0,20$
16	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Джерело: складено та розраховано авторами за допомогою Statistica 6.0

Таблиці спряженості відповідей респондентів

Джерело: складено та розраховано авторами за допомогою Statistica 6.0

Є.1. Розподіл відповідей респондентів залежно від статі та віку

	Стать	Вік				Разом осіб
		18-25 років	26-40 років	41-55 років	Старше 55 років	
Кількість осіб	Чоловіча	19	16	6	1	42
% в колонці		76,00%	47,06%	40,00%	11,11%	
% в рядку		45,24%	38,10%	14,29%	2,38%	
Кількість осіб	Жіноча	6	18	9	8	41
% в колонці		24,00%	52,94%	60,00%	88,89%	
% в рядку		14,63%	43,90%	21,95%	19,51%	
Разом осіб	Всі групи	25	34	15	9	83

Є.2. Розподіл відповідей респондентів залежно від статі та сфери діяльності

	Стать	Сфера діяльності						Разом осіб
		Найманий працівник	Студент	Приватний підприємець / бізнесмен	Безробітний	Пенсіонер	Державний службовець	
Кількість осіб	Чоловіча	14	16	5	0	1	6	42
% в колонці		42,42%	80,00%	45,45%	0,00%	16,67%	66,67%	
% в рядку		33,33%	38,10%	11,90%	0,00%	2,38%	14,29%	
Кількість осіб	Жіноча	19	4	6	4	5	3	41
% в колонці		57,58%	20,00%	54,55%	100,00%	83,33%	33,33%	
% в рядку		46,34%	9,76%	14,63%	9,76%	12,20%	7,32%	
Разом осіб	Всі групи	33	20	11	4	6	9	83

Є.3. Розподіл відповідей респондентів залежно від статі та мети відвідування Львова

	Стать	Першочергова мета відвідування Львова						Разом осіб
		Відвідування друзів / родичів	Відпочинок та розваги	Відвідування культурних об'єктів / історичних пам'яток	Робота / навчання	Лікування, рекреація	Інше	
Кількість осіб	Чоловіча	6	15	5	3	8	5	42
% в колонці		37,50%	50,00%	31,25%	50,00%	80,00%	100,00%	
% в рядку		14,29%	35,71%	11,90%	7,14%	19,05%	11,90%	
Кількість осіб	Жіноча	10	15	11	3	2	0	41
% в колонці		62,50%	50,00%	68,75%	50,00%	20,00%	0,00%	
% в рядку		24,39%	36,59%	26,83%	7,32%	4,88%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	16	30	16	6	10	5	83

Продовження додатку Є

Є.4. Розподіл відповідей респондентів залежно від статі та ставлення до містичних місць / пам'яток

	Стать	Ставлення до містичних місць/пам'яток			Разом осіб
		Нейтральне	Негативне	Не бачу в цьому нічого поганого	
Кількість осіб	Чоловіча	21	12	9	42
% в колонці		42,00%	80,00%	50,00%	
% в рядку		50,00%	28,57%	21,43%	
Кількість осіб	Жіноча	29	3	9	41
% в колонці		58,00%	20,00%	50,00%	
% в рядку		70,73%	7,32%	21,95%	
Разом осіб	Всі групи	50	15	18	83

Є.5. Розподіл відповідей респондентів залежно від віку та сумою коштів, яка витрачається на відпочинок за добу

	Вік	Сума коштів, яка витрачається на відпочинок за добу				Разом осіб
		до 50\$	50-100\$	100-200\$	Більше 200\$	
Кількість осіб	18-25 років	6	15	2	2	25
% в колонці		30,00%	30,00%	25,00%	40,00%	
% в рядку		24,00%	60,00%	8,00%	8,00%	
Кількість осіб	26-40 років	5	26	1	2	34
% в колонці		25,00%	52,00%	12,50%	40,00%	
% в рядку		14,71%	76,47%	2,94%	5,88%	
Кількість осіб	41-55 років	3	7	4	1	15
% в колонці		15,00%	14,00%	50,00%	20,00%	
% в рядку		20,00%	46,67%	26,67%	6,67%	
Кількість осіб	Старше 55 років	6	2	1	0	9
% в колонці		30,00%	4,00%	12,50%	0,00%	
% в рядку		66,67%	22,22%	11,11%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	20	50	8	5	83

Є.6. Розподіл відповідей респондентів залежно від віку та наявності знань про містичний туризм

	Вік	Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм?			Разом осіб
		Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць	Вперше чую	Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій	
Кількість осіб	18-25 років	16	8	1	25
% в колонці		24,62%	53,33%	33,33%	
% в рядку		64,00%	32,00%	4,00%	
Кількість осіб	26-40 років	30	4	0	34
% в колонці		46,15%	26,67%	0,00%	
% в рядку		88,24%	11,76%	0,00%	
Кількість осіб	41-55 років	12	3	0	15
% в колонці		18,46%	20,00%	0,00%	
% в рядку		80,00%	20,00%	0,00%	
Кількість осіб	Старше 55 років	7	0	2	9
% в колонці		10,77%	0,00%	66,67%	
% в рядку		77,78%	0,00%	22,22%	
Разом осіб	Всі групи	65	15	3	83

Є.7. Розподіл відповідей респондентів залежно від віку та ставлення до містичних місць / пам'яток

	Вік	Ставлення до містичних місць/пам'яток			Разом осіб
		Нейтральне	Негативне	Не бачу в цьому нічого поганого	
Кількість осіб	18-25 років	12	9	4	25
% в колонці		24,00%	60,00%	22,22%	
% в рядку		48,00%	36,00%	16,00%	
Кількість осіб	26-40 років	23	3	8	34
% в колонці		46,00%	20,00%	44,44%	
% в рядку		67,65%	8,82%	23,53%	
Кількість осіб	41-55 років	6	3	6	15
% в колонці		12,00%	20,00%	33,33%	
% в рядку		40,00%	20,00%	40,00%	
Кількість осіб	Старше 55 років	9	0	0	9
% в колонці		18,00%	0,00%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	50	15	18	83

Продовження додатку Є

Є.8. Розподіл відповідей респондентів залежно від сфери діяльності та частоти подорожі

	Сфера діяльності	Частота подорожі				Разом осіб
		Декілька раз в місяць	Раз в рік	Двічі на рік	Декілька раз на рік	
Кількість осіб	Найманий працівник	0	24	7	2	33
% в колонці		0,00%	60,00%	30,43%	11,76%	
% в рядку		0,00%	72,73%	21,21%	6,06%	
Кількість осіб	Студент	1	9	7	3	20
% в колонці		33,33%	22,50%	30,43%	17,65%	
% в рядку		5,00%	45,00%	35,00%	15,00%	
Кількість осіб	Приватний підприємець / бізнесмен	1	1	3	6	11
% в колонці		33,33%	2,50%	13,04%	35,29%	
% в рядку		9,09%	9,09%	27,27%	54,55%	
Кількість осіб	Безробітний	0	0	2	2	4
% в колонці		0,00%	0,00%	8,70%	11,76%	
% в рядку		0,00%	0,00%	50,00%	50,00%	
Кількість осіб	Пенсіонер	1	0	3	2	6
% в колонці		33,33%	0,00%	13,04%	11,76%	
% в рядку		16,67%	0,00%	50,00%	33,33%	
Кількість осіб	Державний службовець	0	6	1	2	9
% в колонці		0,00%	15,00%	4,35%	11,76%	
% в рядку		0,00%	66,67%	11,11%	22,22%	
Разом осіб	Всі групи	3	40	23	17	83

Продовження додатку Є

Є.9. Розподіл відповідей респондентів залежно від сфери діяльності та джерел інформації, яким надається перевага при плануванні подорожі

	Сфера діяльності	Джерелам інформації, які використовуються при плануванні подорожі					Разом осіб
		Поради друзів / знайомих / родичів	Планую подорож на власний розсуд	Інтернет-ресурсам	Форумам / Блогам	Відвідую ті місця, де вже був (-ла)	
Кількість осіб	Найманий працівник	5	0	23	0	5	33
% в колонці		20,00%	0,00%	60,53%	0,00%	50,00%	
% в рядку		15,15%	0,00%	69,70%	0,00%	15,15%	
Кількість осіб	Студент	7	2	9	0	2	20
% в колонці		28,00%	28,57%	23,68%	0,00%	20,00%	
% в рядку		35,00%	10,00%	45,00%	0,00%	10,00%	
Кількість осіб	Приватний підприємець / бізнесмен	6	3	1	0	1	11
% в колонці		24,00%	42,86%	2,63%	0,00%	10,00%	
% в рядку		54,55%	27,27%	9,09%	0,00%	9,09%	
Кількість осіб	Безробітний	2	0	0	2	0	4
% в колонці		8,00%	0,00%	0,00%	66,67%	0,00%	
% в рядку		50,00%	0,00%	0,00%	50,00%	0,00%	
Кількість осіб	Пенсіонер	2	2	0	1	1	6
% в колонці		8,00%	28,57%	0,00%	33,33%	10,00%	
% в рядку		33,33%	33,33%	0,00%	16,67%	16,67%	
Кількість осіб	Державний службовець	3	0	5	0	1	9
% в колонці		12,00%	0,00%	13,16%	0,00%	10,00%	
% в рядку		33,33%	0,00%	55,56%	0,00%	11,11%	
Разом осіб	Всі групи	25	7	38	3	10	83

Є.10. Розподіл відповідей респондентів залежно від сфери діяльності та середньої тривалості подорожі

	Сфера діяльності	Середня тривалість подорожі				Разом осіб
		1-2 дні	До 7 днів	Більше 7 днів	Важко відповісти	
Кількість осіб	Найманий працівник	20	13	0	0	33
% в колонці		35,71%	65,00%	0,00%	0,00%	
% в рядку		60,61%	39,39%	0,00%	0,00%	
Кількість осіб	Студент	15	3	1	1	20
% в колонці		26,79%	15,00%	25,00%	33,33%	
% в рядку		75,00%	15,00%	5,00%	5,00%	
Кількість осіб	Приватний підприємець / бізнесмен	9	1	0	1	11
% в колонці		16,07%	5,00%	0,00%	33,33%	
% в рядку		81,82%	9,09%	0,00%	9,09%	
Кількість осіб	Безробітний	2	0	2	0	4
% в колонці		3,57%	0,00%	50,00%	0,00%	
% в рядку		50,00%	0,00%	50,00%	0,00%	
Кількість осіб	Пенсіонер	4	0	1	1	6
% в колонці		7,14%	0,00%	25,00%	33,33%	
% в рядку		66,67%	0,00%	16,67%	16,67%	
Кількість осіб	Державний службовець	6	3	0	0	9
% в колонці		10,71%	15,00%	0,00%	0,00%	
% в рядку		66,67%	33,33%	0,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	56	20	4	3	83

Є.11. Розподіл відповідей респондентів залежно від сфери діяльності та відвідуванням Львова

	Сфера діяльності	Чи були Ви колись у Львові?		Разом осіб
		Так	Ні	
Кількість осіб	Найманий працівник	31	2	33
% в колонці		41,33%	25,00%	
% в рядку		93,94%	6,06%	
Кількість осіб	Студент	20	0	20
% в колонці		26,67%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	
Кількість осіб	Приватний підприємець / бізнесмен	6	5	11
% в колонці		8,00%	62,50%	
% в рядку		54,55%	45,45%	
Кількість осіб	Безробітний	3	1	4
% в колонці		4,00%	12,50%	
% в рядку		75,00%	25,00%	
Кількість осіб	Пенсіонер	6	0	6
% в колонці		8,00%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	
Кількість осіб	Державний службовець	9	0	9
% в колонці		12,00%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	75	8	83

Є.12. Розподіл відповідей респондентів залежно від сфери діяльності та наявністю знань про містичний туризм

	Сфера діяльності	Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм?			Разом осіб
		Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць	Вперше чую	Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій	
Кількість осіб	Найманий працівник	32	1	0	33
% в колонці		49,23%	6,67%	0,00%	
% в рядку		96,97%	3,03%	0,00%	
Кількість осіб	Студент	16	3	1	20
% в колонці		24,62%	20,00%	33,33%	
% в рядку		80,00%	15,00%	5,00%	
Кількість осіб	Приватний підприємець / бізнесмен	4	6	1	11
% в колонці		6,15%	40,00%	33,33%	
% в рядку		36,36%	54,55%	9,09%	
Кількість осіб	Безробітний	3	0	1	4
% в колонці		4,62%	0,00%	33,33%	
% в рядку		75,00%	0,00%	25,00%	
Кількість осіб	Пенсіонер	2	4	0	6
% в колонці		3,08%	26,67%	0,00%	
% в рядку		33,33%	66,67%	0,00%	
Кількість осіб	Державний службовець	8	1	0	9
% в колонці		12,31%	6,67%	0,00%	
% в рядку		88,89%	11,11%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	65	15	3	83

Продовження додатку Є

Є.13. Розподіл відповідей респондентів залежно від частоти подорожі та джерел інформації, яким надається перевага при плануванні подорожі

	Частота подорожі	Джерела інформації, яким надається перевага при плануванні подорожі					Разом осіб
		Поради друзів / знайомих / родичів	Планую подорож на власний розсуд	Інтернет-ресурсам	Форумам / Блогам	Відвідую ті місця, де вже були	
Кількість осіб	Декілька раз в місяць	1	2	0	0	0	3
% в колонці		4,00%	28,57%	0,00%	0,00%	0,00%	
% в рядку		33,33%	66,67%	0,00%	0,00%	0,00%	
Кількість осіб	Раз в рік	9	1	24	0	6	40
% в колонці		36,00%	14,29%	63,16%	0,00%	60,00%	
% в рядку		22,50%	2,50%	60,00%	0,00%	15,00%	
Кількість осіб	Двічі на рік	9	1	9	2	2	23
% в колонці		36,00%	14,29%	23,68%	66,67%	20,00%	
% в рядку		39,13%	4,35%	39,13%	8,70%	8,70%	
Кількість осіб	Декілька раз на рік	6	3	5	1	2	17
% в колонці		24,00%	42,86%	13,16%	33,33%	20,00%	
% в рядку		35,29%	17,65%	29,41%	5,88%	11,76%	
Разом осіб	Всі групи	25	7	38	3	10	83

Є.14. Розподіл відповідей респондентів залежно від частоти подорожі та середньої тривалості подорожі

	Частота подорожі	Середня тривалість подорожі				Разом осіб
		1-2 дні	До 7 днів	Більше 7 днів	Важко відповісти	
Кількість осіб	Декілька раз в місяць	1	0	0	2	3
% в колонці		1,79%	0,00%	0,00%	66,67%	
% в рядку		33,33%	0,00%	0,00%	66,67%	
Кількість осіб	Раз в рік	24	15	1	0	40
% в колонці		42,86%	75,00%	25,00%	0,00%	
% в рядку		60,00%	37,50%	2,50%	0,00%	
Кількість осіб	Двічі на рік	17	3	2	1	23
% в колонці		30,36%	15,00%	50,00%	33,33%	
% в рядку		73,91%	13,04%	8,70%	4,35%	
Кількість осіб	Декілька раз на рік	14	2	1	0	17
% в колонці		25,00%	10,00%	25,00%	0,00%	
% в рядку		82,35%	11,76%	5,88%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	56	20	4	3	83

Продовження додатку Є

Є.15. Розподіл відповідей респондентів залежно від частоти подорожі та наявністю знань про містичний туризм

	Частота подорожі	Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм?			Разом осіб
		Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць	Вперше чую	Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій	
Кількість осіб	Декілька раз в місяць	0	3	0	3
% в колонці		0,00%	20,00%	0,00%	
% в рядку		0,00%	100,00%	0,00%	
Кількість осіб	Раз в рік	38	2	0	40
% в колонці		58,46%	13,33%	0,00%	
% в рядку		95,00%	5,00%	0,00%	
Кількість осіб	Двічі на рік	16	5	2	23
% в колонці		24,62%	33,33%	66,67%	
% в рядку		69,57%	21,74%	8,70%	
Кількість осіб	Декілька раз на рік	11	5	1	17
% в колонці		16,92%	33,33%	33,33%	
% в рядку		64,71%	29,41%	5,88%	
Разом осіб	Всі групи	65	15	3	83

Є.16. Розподіл відповідей респондентів залежно від джерел інформації про подорожі та середньої тривалості подорожі

	Джерела інформації, яким надається перевага при плануванні подорожі	Середня тривалість подорожі				Разом осіб
		1-2 дні	До 7 днів	Більше 7 днів	Важко відповісти	
Кількість осіб	Поради друзів/знайомих/родичів	23	2	0	0	25
% в колонці		41,07%	10,00%	0,00%	0,00%	
% в рядку		92,00%	8,00%	0,00%	0,00%	
Кількість осіб	Планую подорож на власний розсуд	4	0	0	3	7
% в колонці		7,14%	0,00%	0,00%	100,00%	
% в рядку		57,14%	0,00%	0,00%	42,86%	
Кількість осіб	Інтернет-ресурсам	24	13	1	0	38
% в колонці		42,86%	65,00%	25,00%	0,00%	
% в рядку		63,16%	34,21%	2,63%	0,00%	
Кількість осіб	Форумам / Блогам	1	0	2	0	3
% в колонці		1,79%	0,00%	50,00%	0,00%	
% в рядку		33,33%	0,00%	66,67%	0,00%	
Кількість осіб	Відвідую ті місця, де вже був (-ла)	4	5	1	0	10
% в колонці		7,14%	25,00%	25,00%	0,00%	
% в рядку		40,00%	50,00%	10,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	56	20	4	3	83

Продовження додатку Є

Є.17. Розподіл відповідей респондентів залежно від джерел інформації про подорожі та бажання повторного відвідування Львова

	Джерела інформації, яким надається перевага при плануванні подорожі	Чи є у Вас бажання повторно відвідати Львів?			Разом осіб
		Так	Ні	Важко відповісти	
Кількість осіб	Поради друзів/знайомих/родичів	23	1	1	25
% в колонці		31,08%	33,33%	16,67%	
% в рядку		92,00%	4,00%	4,00%	
Кількість осіб	Планую подорож на власний розсуд	6	1	0	7
% в колонці		8,11%	33,33%	0,00%	
% в рядку		85,71%	14,29%	0,00%	
Кількість осіб	Інтернет-ресурсам	37	0	1	38
% в колонці		50,00%	0,00%	16,67%	
% в рядку		97,37%	0,00%	2,63%	
Кількість осіб	Форумам / Блогам	2	1	0	3
% в колонці		2,70%	33,33%	0,00%	
% в рядку		66,67%	33,33%	0,00%	
Кількість осіб	Відвідую ті місця, де вже був (-ла)	6	0	4	10
% в колонці		8,11%	0,00%	66,67%	
% в рядку		60,00%	0,00%	40,00%	
Разом осіб	Всі групи	74	3	6	83

Є.18. Розподіл відповідей респондентів залежно від джерел інформації про подорожі та наявності знань про містичний туризм

	Джерела інформації, яким надається перевага при плануванні подорожі	Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм?			Разом осіб
		Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць	Вперше чую	Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій	
Кількість осіб	Поради друзів / знайомих / родичів	19	5	1	25
% в колонці		29,23%	33,33%	33,33%	
% в рядку		76,00%	20,00%	4,00%	
Кількість осіб	Планую подорож на власний розсуд	0	6	1	7
% в колонці		0,00%	40,00%	33,33%	
% в рядку		0,00%	85,71%	14,29%	
Кількість осіб	Інтернет-ресурсам	36	2	0	38
% в колонці		55,38%	13,33%	0,00%	
% в рядку		94,74%	5,26%	0,00%	
Кількість осіб	Форумам / Блогам	2	0	1	3
% в колонці		3,08%	0,00%	33,33%	
% в рядку		66,67%	0,00%	33,33%	
Кількість осіб	Відвідую ті місця, де вже був (-ла)	8	2	0	10
% в колонці		12,31%	13,33%	0,00%	
% в рядку		80,00%	20,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	65	15	3	83

Продовження додатку Є

Є.19. Розподіл відповідей респондентів залежно від використовуваного виду транспорту та метою відвідування Львова

	Вид транспорту	Першочергова мета відвідування Львова						Разом осіб
		Відвідування друзів / родичів	Відпочинок та розваги	Відвідування культурних об'єктів / історичних пам'яток	Робота / навчання	Лікування, рекреація	Інше	
Кількість осіб	Власним авто	3	7	3	3	1	0	17
% в колонці		18,75%	23,33%	18,75%	50,00%	10,00%	0,00%	
% в рядку		17,65%	41,18%	17,65%	17,65%	5,88%	0,00%	
Кількість осіб	Залізничним транспортом	1	10	7	0	2	5	25
% в колонці		6,25%	33,33%	43,75%	0,00%	20,00%	100,00%	
% в рядку		4,00%	40,00%	28,00%	0,00%	8,00%	20,00%	
Кількість осіб	Послугами авіакомпаній	5	5	0	1	0	0	11
% в колонці		31,25%	16,67%	0,00%	16,67%	0,00%	0,00%	
% в рядку		45,45%	45,45%	0,00%	9,09%	0,00%	0,00%	
Кількість осіб	Маршрутним/ автобусним сполученням	7	8	6	2	7	0	30
% в колонці		43,75%	26,67%	37,50%	33,33%	70,00%	0,00%	
% в рядку		23,33%	26,67%	20,00%	6,67%	23,33%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	16	30	16	6	10	5	83

Є.20. Розподіл відповідей респондентів залежно від використовуваного виду транспорту та бажання повторного відвідування Львова

	Середня тривалість подорожі	Чи є у Вас бажання повторно відвідати Львів?			Разом осіб
		Так	Ні	Важко відповісти	
Кількість осіб	1-2 дні	52	1	3	56
% в колонці		70,27%	33,33%	50,00%	
% в рядку		92,86%	1,79%	5,36%	
Кількість осіб	До 7 днів	18	0	2	20
% в колонці		24,32%	0,00%	33,33%	
% в рядку		90,00%	0,00%	10,00%	
Кількість осіб	Більше 7 днів	2	1	1	4
% в колонці		2,70%	33,33%	16,67%	
% в рядку		50,00%	25,00%	25,00%	
Кількість осіб	Важко відповісти	2	1	0	3
% в колонці		2,70%	33,33%	0,00%	
% в рядку		66,67%	33,33%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	74	3	6	83

Продовження додатку Є

Є.21. Розподіл відповідей респондентів залежно від використовуваного виду транспорту та наявністю знань про містичний туризм

	Середня тривалість подорожі	Чи знайомі Ви з таким напрямом подорожей як містичний туризм?			Разом осіб
		Так, але ніколи не відвідував (-ла) таких місць	Вперше чую	Так, відвідав (-ла) кілька екскурсій	
Кількість осіб	1-2 дні	45	10	1	56
% в колонці		69,23%	66,67%	33,33%	
% в рядку		80,36%	17,86%	1,79%	
Кількість осіб	До 7 днів	18	2	0	20
% в колонці		27,69%	13,33%	0,00%	
% в рядку		90,00%	10,00%	0,00%	
Кількість осіб	Більше 7 днів	2	1	1	4
% в колонці		3,08%	6,67%	33,33%	
% в рядку		50,00%	25,00%	25,00%	
Кількість осіб	Важко відповісти	0	2	1	3
% в колонці		0,00%	13,33%	33,33%	
% в рядку		0,00%	66,67%	33,33%	
Разом осіб	Всі групи	65	15	3	83

Є.22. Розподіл відповідей респондентів залежно від використовуваного виду транспорту та участі в "містичних" екскурсіях

	Середня тривалість подорожі	Чи брали Ви коли-небудь участь в "містичних" екскурсіях?		Разом осіб
		Так	Ні	
Кількість осіб	1-2 дні	52	4	56
% в колонці		74,29%	30,77%	
% в рядку		92,86%	7,14%	
Кількість осіб	До 7 днів	13	7	20
% в колонці		18,57%	53,85%	
% в рядку		65,00%	35,00%	
Кількість осіб	Більше 7 днів	2	2	4
% в колонці		2,86%	15,38%	
% в рядку		50,00%	50,00%	
Кількість осіб	Важко відповісти	3	0	3
% в колонці		4,29%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	70	13	83

Продовження додатку Є

Є.23. Розподіл відповідей респондентів залежно від перебування у Львові та оцінкою перспектив розвитку містичного туризму на Львівщині

	Чи були Ви колись у Львові?	Перспективи розвитку містичного туризму на Львівщині			Разом осіб
		Високі перспективи	Безперспективний напрям	Важко відповісти	
Кількість осіб	Так	16	12	47	75
% в колонці		80,00%	80,00%	97,92%	
% в рядку		21,33%	16,00%	62,67%	
Кількість осіб	Ні	4	3	1	8
% в колонці		20,00%	20,00%	2,08%	
% в рядку		50,00%	37,50%	12,50%	
Разом осіб	Всі групи	20	15	48	83

Є.24. Розподіл відповідей респондентів залежно від мети відвідування Львова та бажання повторного відвідування Львова

	Першочергова мета відвідування Львова	Чи є у Вас бажання повторно відвідати Львів?			Разом осіб
		Так	Ні	Важко відповісти	
Кількість осіб	Відвідування друзів / родичів	13	1	2	16
% в колонці		17,57%	33,33%	33,33%	
% в рядку		81,25%	6,25%	12,50%	
Кількість осіб	Відпочинок та розваги	27	2	1	30
% в колонці		36,49%	66,67%	16,67%	
% в рядку		90,00%	6,67%	3,33%	
Кількість осіб	Відвідування культурних об'єктів / історичних пам'яток	16	0	0	16
% в колонці		21,62%	0,00%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	0,00%	
Кількість осіб	Робота / навчання	3	0	3	6
% в колонці		4,05%	0,00%	50,00%	
% в рядку		50,00%	0,00%	50,00%	
Кількість осіб	Лікування, рекреація	10	0	0	10
% в колонці		13,51%	0,00%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	0,00%	
Кількість осіб	Інше	5	0	0	5
% в колонці		6,76%	0,00%	0,00%	
% в рядку		100,00%	0,00%	0,00%	
Разом осіб	Всі групи	74	3	6	83

Є.25. Розподіл відповідей респондентів залежно від мети відвідування Львова та бажання взяти участь в екскурсії по містичних місцях Львівщини

	Першочергова мета відвідування Львова	Чи хотіли б Ви взяти участь в екскурсії по містичних місцях Львівщини?			Разом осіб
		Так	Ні	Важко відповісти	
Кількість осіб	Відвідування друзів / родичів	8	1	7	16
% в колонці		28,57%	6,67%	17,50%	
% в рядку		50,00%	6,25%	43,75%	
Кількість осіб	Відпочинок та розваги	10	7	13	30
% в колонці		35,71%	46,67%	32,50%	
% в рядку		33,33%	23,33%	43,33%	
Кількість осіб	Відвідування культурних об'єктів / історичних пам'яток	3	1	12	16
% в колонці		10,71%	6,67%	30,00%	
% в рядку		18,75%	6,25%	75,00%	
Кількість осіб	Робота / навчання	5	0	1	6
% в колонці		17,86%	0,00%	2,50%	
% в рядку		83,33%	0,00%	16,67%	
Кількість осіб	Лікування, рекреація	2	5	3	10
% в колонці		7,14%	33,33%	7,50%	
% в рядку		20,00%	50,00%	30,00%	
Кількість осіб	Інше	0	1	4	5
% в колонці		0,00%	6,67%	10,00%	
% в рядку		0,00%	20,00%	80,00%	
Разом осіб	Всі групи	28	15	40	83

Таблиця Ж.1

Шкала оцінювання сильних і слабких сторін

Оцінка (бал)	Характеристика значущості впливу	
	Сильна сторона (a_{si})	Слабка сторона (a_{wi})
5	найбільш сильна (унікальна, стратегічно важлива)	найбільш слабка (катастрофічна)
4	достатньо сильна (може значно сильно впливати)	достатньо слабка (може чинити негативний вплив)
3	помірно сильна (середньої сили впливу)	помірно слабка (середньої сили впливу)
2	недостатньо сильна (більш-менш важлива)	недостатньо сильна (більш-менш важлива)
1	найменш сильна (дуже малий вплив)	найменш слабка (дуже малий вплив)

Джерело: [32, с. 157-159].

Таблиця Ж.2

Шкала оцінювання значущості можливостей і загроз

Оцінка (бал)	Характеристика значущості впливу	
	Можливості (k_{oi})	Загрози (k_{fi})
5	найбільш важлива	найбільш загрозна
4	достатньо важлива	достатньо загрозна
3	помірно важлива	помірно загрозна
2	недостатньо важлива	недостатньо загрозна
1	найменш важлива	найменш загрозна

Джерело: [32, с. 157-159].

Таблиця Ж.3

Шкала оцінювання ймовірності виникнення можливостей і загроз

Ймовірність виникнення можливості або загрози (p_i)	
0,05	ймовірність дуже низька, можливість чи загроза майже не проявиться
0,25	ймовірність низька, можливість чи загроза більш за все не проявиться
0,50	ймовірності прояву та не прояву однакові
0,75	ймовірність висока, можливість чи загроза більш за все проявиться
0,95	ймовірність дуже висока, можливість чи загроза обов'язково проявиться

Джерело: [32, с. 157-159].

SWOT-матриця інтегральних оцінок

		Можливості (O)			Загрози (T)			$\sum_{\text{внф}} =$ $\sum_{S_{\text{max}}} - \sum_{W_{\text{min}}}$	
		O_1	...	O_j	T_1	...	T_j		
Значимість (k_j)		k_{o1}	...	k_{oj}	k_{t1}	...	k_{tj}		
Ймовірність (p_j)		p_{o1}	...	p_{oj}	p_{t1}	...	p_{tj}		
Сильні сторони (S)	Значимість (a_{si})	SO			ST			$\sum_{S_{\text{max}}}$	
	S_1	a_{s1}	SO_{11}	...	SO_{1j}	ST_{11}	...		ST_{1j}

	S_j	a_{sj}	SO_{j1}	...	SO_{jj}	ST_{j1}	...		ST_{jj}
Слабкі сторони (W)	Значимість (a_{wi})	WO			WT			$\sum_{W_{\text{min}}}$	
	W_1	a_{w1}	WO_{11}	...	WO_{1j}	WT_{11}	...		WT_{1j}

	W_j	a_{wj}	WO_{j1}	...	WO_{jj}	WT_{j1}	...		WT_{jj}
$\sum_{\text{зф}} = \sum_{O_{\text{max}}} - \sum_{T_{\text{min}}}$		$\sum_{O_{\text{max}}}$			$\sum_{T_{\text{min}}}$				

Джерело: [33, с. 119].

Інтегральні оцінки для кожного з квадрантів SWOT-матриці розраховуються за формулами:

$$SO_{ij} = a_{si} \cdot k_{oi} \cdot p_{oi} \quad (1)$$

$$ST_{ij} = a_{si} \cdot k_{ti} \cdot p_{ti} \quad (2)$$

$$WO_{ij} = a_{wi} \cdot k_{oi} \cdot p_{oi} \quad (3)$$

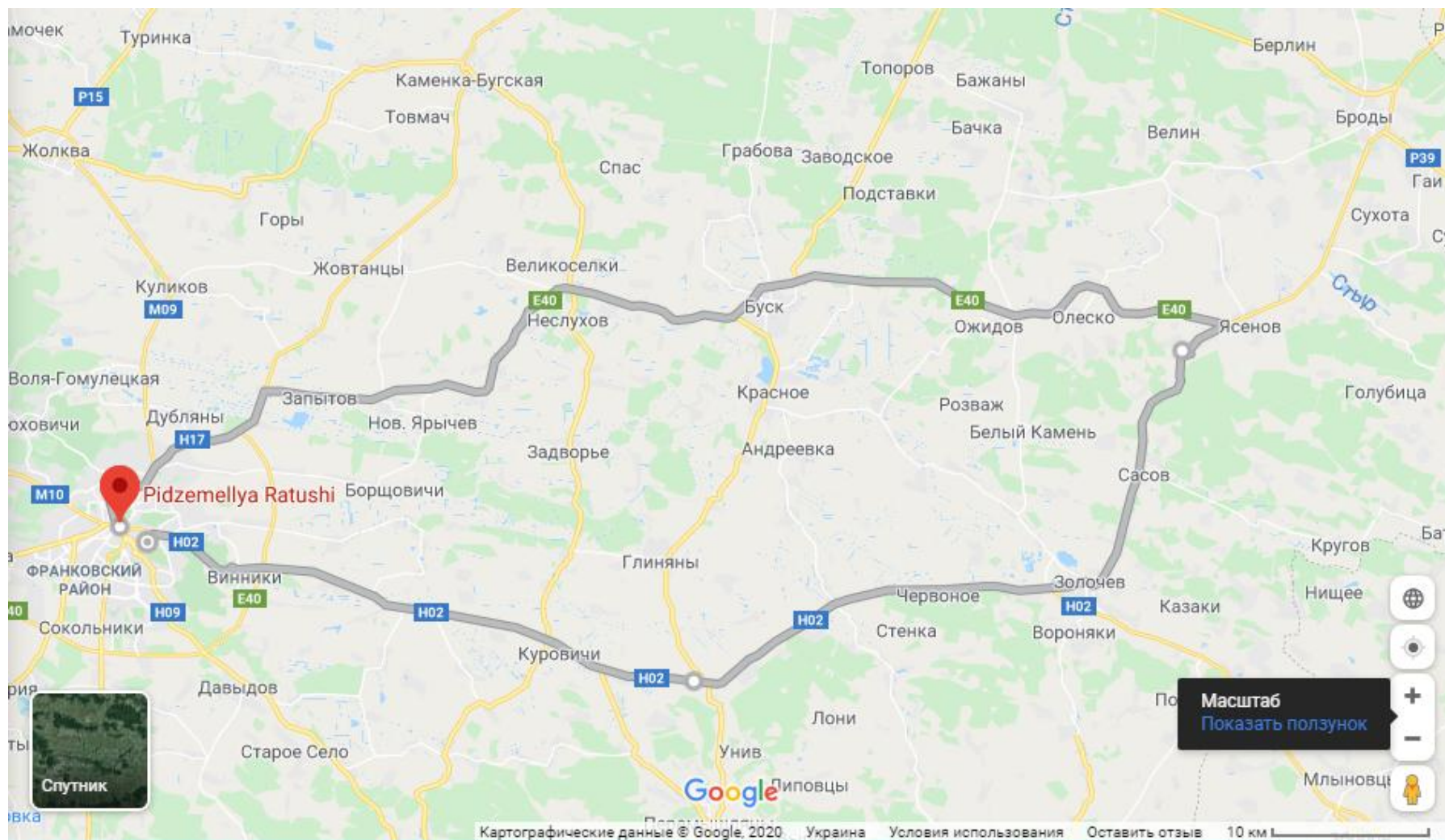
$$WT_{ij} = a_{wi} \cdot k_{ti} \cdot p_{ti} \quad (4)$$

Програма туру «Містика темної Львівщини»

День	Графік	Примітки
1	До 14:00 – вільний час 14:00-22:00 – підземелля Львівщини 22:00 – перебування на території готелю	Можливість відвідати окремі підземелля
2	8:30. Вільний час, сніданок 9:00-виїзд до Підгорецького замку 11:00-17:00 – перебування у Підгірцях 18:30-20:00 – вільний час 20:30 – екскурсія нічним Львовом	Можливість відвідати церкву
3	8:30. Вільний час, сніданок 9:00-14:00 перебування та екскурсія на території Янівського цвинтаря 14:00-18:00– вільний час 18:00-трансфер до вокзалу чи аеропорту	Можливість взяти додатково екскурсію Личаківським цвинтарем

Джерело: складено авторами

КАРТА МАРШРУТУ ТУРУ «МІСТИКА ТЕМНОЇ ЛЬВІВЩИНИ»



Джерело: Розроблено авторами за допомогою Google Maps [<https://www.google.com/maps>]