

ЩО РОБИТИ ЗІ СПАДЩИНОЮ?

«Дати дітям фундамент», «Внукам буде», «Поставити на ноги»... Так часто кажуть турботливі батьки, піклуючись про добробут своєї родини. Взагалі, в українців залишити гідний спадок для дітей і внуків — це ознака доброго господаря. Спадщина, яку залишаємо після себе, — це наш внесок у майбутнє наступних поколінь, той фундамент, на якому вони спорудять власний дім.

Спадщина буває різною: бабусина вишита сорочка чи різьблена дерев'яна скриня, кілька моргів поля чи батьківська хата. А може бути спадщина не така персональна, коли від одного покоління до іншого переходить цінне культурне надбання або унікальні природні скарби. І така спадщина теж може стати фундаментом, але з іншим масштабом — для цілої громади чи всього регіону.



У світовій практиці є навіть поняття економіки спадщини. Що воно означає? Що надбання предків стає рушієм розвитку і добробуту та передається від покоління до покоління.

Економіка спадщини передбачає використання спадку як капіталу. Проте в Україні, на жаль, поки що домінує ставлення до спадщини як до чогось відокремленого від життя, малоцінного і не придатного для використання. Як результат — продовження руйнувань унікальних творів мистецтва й архітектурних шедеврів. Сумне підтвердження цьому — знищення настінних розписів Модеста Сосенка та Юліана Буцманюка у Славському в церкві Успення Пресвятої Богородиці. І таких прикладів ще чимало.

Дуже хочеться, щоби Тустань якнайдовше залишалася взірцем зваженого господарювання, щоби її спадщиною громада, держава та підприємці розпоряджалися мудро. Адже цінність спадщини універсальна

і не обмежується лише вшануванням минулого, її роль та значення актуальні та затребувані і в наш час. Спадщина — це потужний освітній, естетичний та духовний ресурс.

Культурна спадщина

- формує ідентичність та об'єднує людей,
- посилює самоусвідомлення громади та створює простір для громадських ініціатив і розвитку місцевої демократії,
- передбачає збереження довкілля та ландшафту,
- сприяє соціально-економічного розвитку
- громада, регіон чи країна має можливість розвиватися завдяки туризму, формуванню нових брендів та спеціалізації.



Ескіз Тустанської фортеці дослідника Михайла Рожка

Від редакції

2021, No1 (23) 1 серпня

Друзі! З великою приємністю відновлюємо вихід Вісника «Тустань». Цей номер ми присвятили економіці спадщини та її рушію — туризму, заснованому на інтересі до пам'яток минувшини. Шанобливе ставлення до культурної спадщини предків, мудре і дбайливе розпорядження нею відкриває нові можливості для підприємництва та добробуту громади загалом.

Ділимося з вами результатами дослідження потенціалу сталого розвитку Тустані, яке провели торік, нашими здобутками. Ви також дізнаєтеся про досвід впровадження туризму спадщини у світі та найближчих околицях. Цікавого вам читання!

У номері

- **Що робити зі спадщиною?**
- **Тустань — туристичний магніт України**
- **Запрошуємо на оновлений фестиваль-табір «ТуСтань!»**
- **Який він — відвідувач Тустані: результати дослідження**
- **Живий хліб — як жива історія: досвід підприємництва у сфері туризму спадщини**

«В епохах свідомого відчуття всього, що є пам'ятником минувшини, музеєм є кожна церква, кожна хата, а зберігачем — кожна письменна людина»

Митрополит Андрей Шептицький

Впровадження економіки спадщини можливе через розвиток туризму, зокрема туризму спадщини. В багатьох країнах світу туризм спадщини став поштовхом до регіонального розвитку. Найбільш успішні в цьому — США, Канада, Японія, Скандинавські країни. Для громад, які мають намір взяти за основу розвитку туризму спадщини, Національний фонд охорони історичних пам'яток США виокремив 5 базових принципів його організації:

5 БАЗОВИХ ПРИНЦИПІВ ТУРИЗМУ СПАДЩИНИ

1

Наголос на автентичності та якості: ваша місцевість унікальна у власний, властивий їй спосіб, і відвідувачів приваблюватиме саме її особливий шарм.

2

Збереження та захист ресурсів: захищаючи будівлі або пам'ятні місця та місцеві особливості, які приваблюють відвідувачів, ви захищаєте майбутнє.

3

Відродження об'єктів: інтерпретація об'єктів є важливою, адже саме вона робить зміст творчим та захоплюючим.

4

Знаходження точки перетину між інтересами місцевої громади та туризму: залучення і зацікавлення місцевої громади в розвитку туризму є одним з визначальних чинників успіху.

5

Співпраця та побудова партнерств: остання є ключовою не лише тому, що вони сприяють розвитку місцевої підтримки, а й тому, що туризм вимагає ресурсів, які не може забезпечити жодна окрема організація.

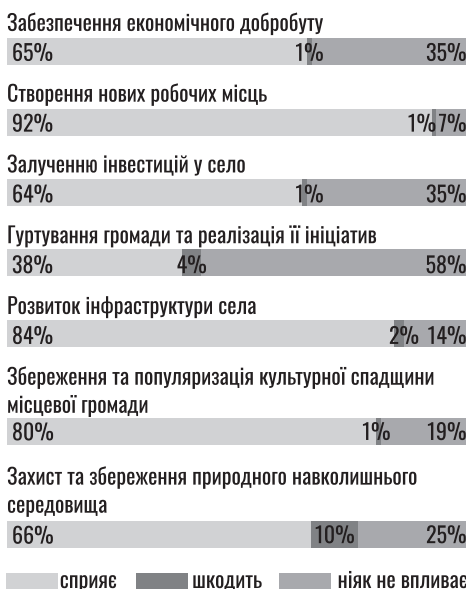
До речі, згідно з проведеним опитуванням серед мешканців сіл Урич, Підгородці та Сопіт переважна більшість представників громади цінує спадщину предків та розуміє важливість її збереження.

СТАВЛЕННЯ ДО ТУСТАНІ

Чим для Вас особисто є Тустань?



Який вплив здійснює Тустань на життя у Вашому селі?



сприяє шкодить ніяк не впливає

Результати Дослідження потенціалу сталого розвитку туристичної дестинації Тустань на основі культурної спадщини. Ставлення громади (липень-серпень 2020 р.)

Чи матимуть такі погляди підтвердження реальними діями, покаже час.

ТУСТАНЬ – ТУРИСТИЧНИЙ МАГНІТ УКРАЇНИ

хроніка розвитку дестинації Тустань у 2018 – 2021 роках

Торік дестинація Тустань у складі Національного природного парку «Сколівські Бескиди» визнана туристичним магнітом Львівщини. Вона разом із Бакотою, Рожевим (Лемурийським) озером, Синевиром, Блакитними озерами (Чернігівщина) увійшла у ТОП-5 запитів щодо природних парків та заповідних зон Google-Maps&Search. Також Тустань стала однією з локацій для проведення всеукраїнського престуру за ініціативи Офісу Президента України та Львівської обласної адміністрації. Під час нього вийшли телевізійні сюжети на провідних телеканалах країни. У Тустані проводили зйомки для телевізійних шоу – «ЛеМаршрутка» з Лесею Нікітюк (Новий Канал), «Холостячка» (СТБ), «Че-кін» (канал НЛО), «Вдома краще» («Орел і решка», телеканал Інтер), кліпу співачки Navka та фільму «Стрий. Легенда».

Такому всеукраїнському визнанню передували роки наполегливої роботи Заповідника «Тустань», ЛОГО «Тустань», віднедавна – Агенції культурного туризму у співпраці з місцевою громадою, владою та підприємцями. Проведемо невеличкий екскурс і пригадаємо ті важливі зрушення, які відбулися впродовж 2016 – 2020 років у Тустані:

- прокладено нову дорогу з траси Київ – Чоп (2016) та відновлено дорогу Східниця – Урич (2020);
- реконструйовано музей;
- прокладено дорогу до скель;
- проведено електропостачання до скель;
- розширено кількість місць для автостоянок;
- впорядковано вуличну торгівлю під єдині архітектурні стандарти;
- споруджено сучасний фудкорт;
- створено центр локальної історії на базі «Хати у Глибокім»;
- облаштовано дитячий майданчик;
- споруджено лазанку для дітей.

Цьогоріч значно покращено транспортне сполучення: у травні запущено громадський автобусний маршрут Дрогобич – Урич – Сколе, у червні – Львів – Східниця –

Урич. Фінансовим підґрунтям для таких вагомих структурних змін були грошові вливання з державного й обласного бюджетів. Удосконалення інфраструктури, поліпшення туристичних сервісів і атракцій – в основному за грантові кошти в межах реалізації проєктів ЛОГО «Тустань» та КЗ ЛОР АДІКЗ «Тустань».

Агенція культурного туризму створила сприятливі умови для ведення бізнесу дрібним підприємцям. Приватний сектор подбав про удосконалення власних сервісів для відвідувачів.

2019-й був роком подієвого туризму в Тустані. Тоді вперше провели фестиваль бойківської культури «БойЄ», на якому туристи та місцева громада мали змогу відвідати майстер-класи з ткацтва та вибілки по тканині, кулінарії і дримбарства, плетіння вінків. Відвідувачі фестивалю більше дізналися про бойківські музичні інструменти, фольклор тутешнього краю та колорит давніх бойківських обрядів. Вони також посмакували крафтовими виробами та традиційними бойківськими стравами. Захід відвідало понад 3000 гостей, він став хорошим фундаментом відродження традицій і культури бойківського села.



Фестиваль "ТуСтань", 2019 р.

Традиційний XIV Фестиваль української середньовічної культури «Ту Стань!» зібрав понад 9000 відвідувачів і був визнаний одним із найбільших у країні. До речі, за відгуками місцевої громади та підприємців, фестивалі орієнтовані на збереження і актуалізацію українських традицій і культурної спадщини, сприяють зростанню туристичної привабливості регіону та кількості робочих місць.

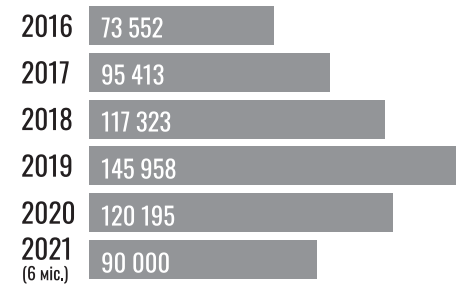
У 2020 році завдяки проєкту «Комунікаційна кампанія «Культурна спадщина для сталого розвитку» (за підтримки Українського культурного фонду), який втілила ЛОГО «Тустань», відбувся значний комунікаційний стрибок. Так про дестинацію Тустань з'явилася інформація на провідних українських телеканалах Інтер, Новий Канал, СТБ, НЛО (у форматі тревел-шоу); на інтернет-ресурсах 24tv.ua, Українська правда, Твоє місто, Захід.нет (серія публікацій); на регіональних радіо (реклама спрямована на внутрішнього туриста). Запущено оновлений сайт та змінено айдентику дестинації. Загальне охоплення склало 1,8 млн осіб.

Такі рушійні інфраструктурні зміни у розвитку дестинації, згуртована робота команди Тустані, підприємців, влади та громади, постійне зростання поінформованості про дестинацію сприяли значному збільшенню кількості відвідувачів за останній період (рис. 1). Також суттєво активізувалась зайнятість місцевої громади у наданні туристичних сервісів (рис. 2) – з 52 осіб у 2019 році до 72 осіб у 2020 році.

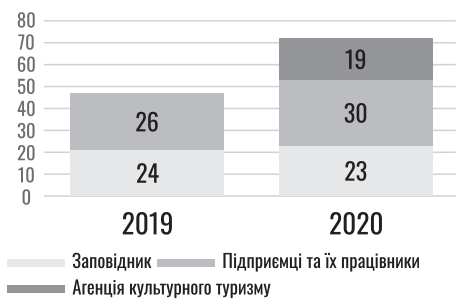
Значне покращення інфраструктури та окремих сервісів також відзначили самі відвідувачі дестинації. Це

засвідчило опитування туристів у межах проєкту «Дослідження потенціалу сталого розвитку туристичної дестинації Тустань на основі культурної спадщини», який реалізувала ЛОГО «Тустань» за підтримки УКФ. Так рівень задоволення сервісами утилізація сміття, транспортне сполучення, забезпечення гігієни, транспортна інфраструктура сягає 45 – 52%, покращення сервісів харчування – 22%. Попереду багато задумів та планів. І тільки невпинний рух уперед у злагодженій взаємодії громади, влади, представників бізнесу та культурних діячів сприятиме збереженню культурної спадщини краю для нащадків і зростанню економічного потенціалу регіону.

Відвідуваність дестинації Тустань у 2016 – 2021 роках



Кількість зайнятих осіб у дестинації Тустань з числа місцевої громади



Зайнятість представників місцевої громади в діяльності



Фестиваль «БойЄ», 2019 р.

Довідка: дестинація (лат. destino – "призначення", "місцезнаходження") – це географічна територія, яка приваблива для туристів через унікальні або специфічні туристсько-рекреаційні ресурси і відповідну інфраструктуру. Вона постає як готовий туристичний продукт, що задовольняє їхні найрізноманітніші потреби.

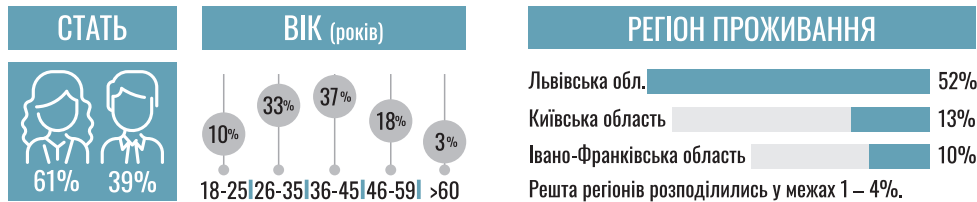
Або ще простіше: це географічна територія, готовий туристичний продукт, який привабливий для туристів через унікальні або специфічні туристсько-рекреаційні ресурси і відповідну інфраструктуру.

ЯКИЙ ВІН – ВІДВІДУВАЧ ТУСТАНІ?

За якими враженнями туристи приїжджають до дестинації? Чи виправдовують свої очікування і почуваються бажаними гостями? Чого їм бракує і як можна збагатити їхній досвід із користю для громади?

Це лише частина запитань, відповідь на які шукали експерти з маркетингу, соціології та туризму під час роботи над Дослідженням потенціалу сталого розвитку туристичної дестинації Тустань на основі культурної спадщини (реалізовано ЛОГО «Тустань» за підтримки УКФ). Опитано 473-х відвідувачів дестинації.

Хто найчастіше приїздить до Тустані?



ТОВАРИСТВО ДЛЯ МАНДРІВКИ



СФЕРА ЗАЙНЯТОСТІ



ОСВІТА



Більшість купує на згадку магнітик

Чи сподобалося відвідувачам у Тустані?

Згідно з результатами дослідження доволі високою є оцінка загальних вражень від Тустані. За 10-бальною шкалою середній показник складає 8,89, до того ж спостерігається позитивна тенденція у зростанні показника впродовж 2020 – 2021 років.

До ТОП-5 позитивних вражень відвідувачі зарахували мальовничі краєвиди, туристичні стежки, історичну реконструкцію, музей і екскурсійне обслуговування.

До найменш відвідуваних (бо туристи не мали змоги) у Тустані належать "Хата у Глибокім", майстер-класи, покази народних ремесел, крафтових продуктів харчування й автентичних виробів.

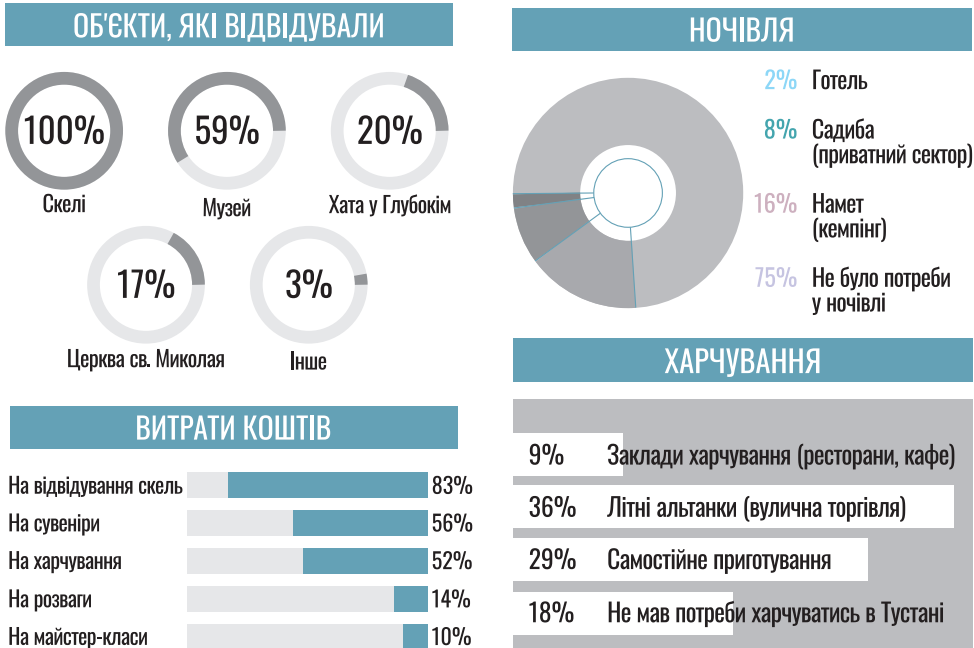
Більш детально про враження можна дізнатися з розподілу відповідей мандрівників на рис. "Задоволеність туристичними сервісами дестинації Тустань".



Результати Дослідження потенціалу сталого розвитку туристичної дестинації Тустань на основі культурної спадщини. Досвід відвідувачів (липень-серпень 2020 р.)



Як проводять час у Тустані?



Туристів приваблює локальна кухня

Чого хоче відвідувач Тустані?

Учасники опитування надзвичайно активно відгукнулися на пропозицію поділитися порадами, як зробити Тустань ще цікавішою, щоб сюди хотілося повертатися знову і знову.

Ось топовий перелік устами туристів:

- доповнити екскурсійну програму легендами про Тустань;
- доповнити розважальну програму цікавими інтерактивами та майстер-класами для дітей та дорослих;
- організовувати події заходів, як-от ярмарок місцевих товарів, спортивні змагання;
- організувати централізовано тематичний музичний супровід на локаціях;
- удосконалити екскурсійні маршрути театральними виставами;
- організовувати більше екологічних програм та розвиваючих ретритів;
- поєднати концептуально з іншими туристичними дестинаціями регіону.

А ще заповітною мрією відвідувачів є цілковите занурення в культурну спадщину краю, яка поєднує Середньовіччя та бойківські традиції. Бойківський скансен (інтерактивне село-музей) з автентичними хатами, реальними майстер-класами з традиційних ремесел, виробництвом крафтових продуктів, збиранням цілющого зілля та дарів природи збагатили б знання, досвід не одного покоління відвідувачів і активізували б економічний розвиток громади.

Цей перелік має стати дорожньою картою для місцевої влади, підприємців і культурних діячів. Адже розвиток туристичних сервісів, орієнтований на потреби відвідувачів, принесе користь усім і стане імпульсом до розвитку краю на основі економіки спадщини.

Повна версія Дослідження потенціалу сталого розвитку туристичної дестинації Тустань на основі культурної спадщини:



ЖИВИЙ ХЛІБ – ЯК ЖИВА ІСТОРІЯ:

досвід підприємництва у сфері туризму спадщини

Пані Оля напередодні свого дня народження довго думала, як організувати свято – щоб і друзів потішити, і самій не перевтомитися підготовкою. Захоплені відгуки гостей і численні фото на згадку вказують на те, що все вдалося якнайкраще. Замість ресторану – мальовничі гірські пейзажі, замість стандартного меню – сучасна інтерпретація традиційної бойківської кухні, замість вечірніх суконь – автентичні вишиті сорочки. Отакий ексклюзив можна отримати в етномузеї «У дворі», що в Підгородцях, поруч із Тустаню.



Дрогобичанка Любов Кузик працювала у Дрогобицькому філіалі Львівської політехніки, навчала студентів і виступала на поважних наукових конференціях. Одного разу їй спало на думку створити туристично-відпочинковий комплекс, який міг би бути не лише місцем розваг і відпочинку, але й розповідати відвідувачам історію рідного краю, ознайомлювати всіх охочих із його традиціями. Сьогодні пані Люба – підприємця, а «У дворі» – її основне професійне дітище, яке вона постійно вдосконалює та розвиває. Це не тільки бізнес, а й своєрідна шана предкам, які жили в Підгородцях.

Окрім сучасного номерного фонду, комплекс пропонує ознайомлення з давніми ужитково-декоративними виробами та народними ремеслами. Такий же принцип формування меню ресторації: тут поєднано сучасну європейську кухню з традиційною бойківською. Відвідувачі комплексу можуть

Збите власноруч масло — найсмачніше.



Живий хліб, щойно з печі.

замісити тісто та спекти хліб у печі, власноруч сколотити масло до сніданку. У переліку локальних продуктів – трав'яні чаї, наливки, випічка з сезонними ягодами та фруктами, мед, кисломолочні вироби. Особливої уваги заслуговує збірка старожитностей, для якої тут створено цілий музей.

«Я бачу великий потенціал у розвитку туризму спадщини. Те, що для нас звичне і повсякденне, для туристів – автентика, якої бракує в місті. Помічаю, що є попит на натуральну продукцію – молочні вироби, городину, хенд-мейд. Людям цікаво опанувати якесь ремесло чи дізнатися історію старого вишитого рушника. Це потребує багато праці, часу, вкладання коштів, але майбутнє за якісним інтерактивним туристичним продуктом», – ділиться досвідом підприємця. І як підтвердження цьому – сотні вдячних відвідувачів, які повертаються додому повні вражень і захвату від можливості власноруч спекти хліб, побачити, як оживає історія бойківського краю.

2-8 СЕРПНЯ

ФЕСТИВАЛЬ-ТАБІР

УКРАЇНСЬКОЇ СЕРЕДНЬОВІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

ТУСТАНЬ

НОВИЙ ФОРМАТ

2 0 2 1

ЧОРНА ГАЛИЧ
ПАРТНЕР ФЕСТИВАЛЮ

НОВИНА, НА ЯКУ ВСІ ЧЕКАЛИ: ФЕСТИВАЛЮ «ТУСТАНЬ!» – БУТИ!

З 2 по 8 серпня відбудеться Фестиваль-табір української середньовічної культури "ТуСтань!".

Зануртесь разом з нами в історію на повну! До вашої уваги – майстер-класи, бої, вершники, ватра, пісні та танці.

Відчуйте автентичний дух минулого, побачте на власні очі реконструкторські дії, що заворюють!

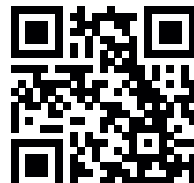
Прямуйте до Тустані!

Відчуйте силу скель!

Деталі на наших сторінках:



Державний історико-культурний заповідник «Тустань»
Львівська обласна громадська організація «Тустань»
Агенція культурного туризму



tustan.ua

Редакційна колегія: Василь Рожко,
Оксана Фітель, Наталія Рак
Літературний редактор: Наталія Яценко
Дизайн та верстка: Лідія Навроцька
Наклад: 500 шт.