

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу  
Інститут економіки та менеджменту  
Кафедра Туризму, рекреації та регіонального розвитку

Лашта Соломія Миколаївна  
(прізвище, ім'я, по батькові)

УДК 338.481  
(індекс)

## **БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

Інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ

(назва роботи)

Міжнародний готельно-туристичний бізнес  
(назва освітньої програми)

242 – Туризм та рекреація  
(шифр і назва спеціальності)

**Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело**

Здобувач освітнього ступеня \_\_\_\_\_ Лашта С.М. \_\_\_\_\_  
(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник \_\_\_\_\_ Коробейникова Я.С., канд.геогр.н.,  
доцент \_\_\_\_\_  
(підпис, прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання керівника)

**Допущено до захисту**  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(посада). (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

**Івано-Франківськ – 2026**

**Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу**

(повне найменування закладу вищої освіти)

Інститут економіки та менеджменту  
 Кафедра Туризму, рекреації та регіонального розвитку  
 Освітній рівень бакалавр  
 Спеціальність 242-туризм  
(шифр і назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**  
 Завідувач кафедри \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ року

**З А В Д А Н Н Я  
 НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ СТУДЕНТОВІ**

Лашта Соломія Миколаївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ

керівник роботи Коробейникова Ярослава Степанівна,  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затвердені наказом закладу вищої освіти від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_\_\_

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_
3. Вихідні дані до роботи нормативно-правові акти України у сфері туризму та розвитку територіальних громад; статистичні матеріали Державної служби статистики України; офіційні дані Старобогородчанської територіальної громади; стратегічні документи розвитку територіальних громад Івано-Франківської області; наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань розвитку туризму та інформаційного забезпечення; матеріали офіційних вебсайтів органів місцевого самоврядування.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)  
Розділ 1. Чинники розвитку туризму в старобогородчанській ТГ  
1.1. Ресурсний потенціал розвитку туризму в територіальних громадах  
1.2. Розроблення та упровадження стратегій розвитку ТГ  
1.3. Стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в ТГ на прикладі територіальних громад Івано-Франківської області  
Розділ 2. Перспективи розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ  
2.1. Економіко-географічна характеристика Старобогородчанської ТГ  
2.2. Туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ  
2.3. Інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ

Розділ 3. Економічне обґрунтування запропонованих проектних рішень3.1. Теоретичні аспекти оцінки економічної ефективності3.2. Розрахунок економічної ефективності проекту розвитку туристичного маршруту в Старобогородчанській ТГ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) \_\_\_\_\_

Рисунок 1.1 – Різновиди туристичних ресурсівРисунок 1.2 – Інструменти стратегічного аналізу та управління розвиткомРисунок 1.3 – Стан наповнення туристичною інформацією офіційних веб-ресурсів ТГІвано-Франківської областіРисунок 1.4 – Церква Святого ДухаРисунок 1.5 – Розділ туризму Івано-Франківської обласної державної адміністраціїРисунок 1.6 – Туристичний довідник / Калуш туристичнийРисунок 2.1 – Географічне розташування Старобогородчанської ТГРисунок 2.2 – Маршрут веломаршруту «Коло історії»Рисунок 2.3 – Офіційний вебсайт Старобогородчанської громадиРисунок 2.4 – Розпочалася реалізація проекту «Веломаршрут “Коло історії”»Рисунок 2.5 – Сторінка Facebook «Старі Богородчани»

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

№ з/п	Назва етапів бакалаврської роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір та затвердження теми роботи	лютий 2026 р.	Виконано
2	Підбір та опрацювання наукових джерел	лютий – березень 2026 р.	Виконано
3	Формування плану роботи	березень 2026 р.	Виконано
4	Написання розділу 1	березень 2026 р.	Виконано
5	Написання розділу 2	квітень 2026 р.	Виконано
6	Проведення дослідження та збір матеріалів	квітень 2026 р.	Виконано
7	Написання розділу 3	травень 2026 р.	Виконано
8	Формування висновків та рекомендацій	травень 2026 р.	Виконано
9	Оформлення роботи відповідно до вимог	травень 2026 р.	Виконано
10	Перевірка роботи керівником	травень 2026 р.	Виконано
11	Усунення зауважень та доопрацювання	червень 2026 р.	Виконано
12	Подання завершеної роботи на кафедру	червень 2026 р.	Виконано

Студент \_\_\_\_\_

(підпис)

Лашта С.М. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи \_\_\_\_\_

(підпис)

Коробейникова Я.С. \_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

У бакалаврській роботі досліджено питання інформаційного забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській територіальній громаді. Визначено основні складові ресурсного потенціалу громади, проаналізовано сучасний стан туристичної інфраструктури та оцінено ефективність існуючих стратегій розвитку територіальних громад у контексті розвитку туризму. Особлива увага приділена оцінці інформаційного забезпечення туристичної діяльності, включаючи використання цифрових платформ, веб-ресурсів та соціальних мереж для просування туристичних продуктів.

Новизна роботи полягає у комплексному поєднанні аналізу ресурсного потенціалу, стратегічного планування та сучасних інструментів інформаційного забезпечення для оцінки та вдосконалення розвитку туризму на рівні територіальної громади. Практична значущість дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів органами місцевого самоврядування для оптимізації інформаційних каналів просування туризму, підвищення конкурентоспроможності громади та реалізації стратегічних програм розвитку.

*Ключові слова:* туризм, територіальна громада, інформаційне забезпечення, туристичний потенціал, цифрові технології.

## ANNOTATION

The bachelor's thesis investigates the information support of tourism development in the Starobohorodchanska territorial community. The study identifies the main components of the community's resource potential, analyzes the current state of tourism infrastructure, and evaluates the effectiveness of existing development strategies of territorial communities in the context of tourism. Special attention is paid to the assessment of information support for tourism activities, including the use of digital platforms, web resources, and social media for promoting tourism products.

The novelty of the study lies in the integrated approach combining the analysis of resource potential, strategic planning, and modern information support tools to evaluate and improve tourism development at the level of a territorial community. The practical significance of the research consists in the possibility of applying the results by local authorities to optimize information channels for tourism promotion, enhance the community's competitiveness, and implement strategic development programs.

*Keywords:* tourism, territorial community, information support, tourist potential, digital technologies.

**ЗМІСТ**

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СТАРОБОГОРОДЧАНСЬКІЙ ТГ	12
1.1. Ресурсний потенціал розвитку туризму в територіальних громадах	12
1.2. Розроблення та упровадження стратегій розвитку ТГ	16
1.3. Стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в ТГ на прикладі територіальних громад Івано-Франківської області	21
РОЗДІЛ 2. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СТАРОБОГОРОДЧАНСЬКІЙ ТГ	31
2.1. Економіко-географічна характеристика Старобогородчанської ТГ	31
2.2. Туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ	40
2.3. Інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ	46
РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАПРОПОНОВАНИХ ПРОЕКТНИХ РІШЕНЬ	56
3.1. Теоретичні аспекти оцінки економічної ефективності	56
3.2. Розрахунок економічної ефективності проекту розвитку туристичного маршруту в Старобогородчанській ТГ	62
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ	78

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Туризм в Україні перебуває на важливому етапі становлення та поступового відновлення в умовах післявоєнної трансформації національної економіки та суспільного життя. Попри виклики, пов'язані з військовим конфліктом і безпековими ризиками, галузь демонструє ознаки стабілізації та зростання, що підтверджується динамікою фінансових і економічних показників у 2025–2026 роках. Зокрема, надходження туристичного збору до місцевих бюджетів зросли на 35 % у перші 11 місяців 2025 року порівняно з попереднім роком, що свідчить про розширення економічної ролі туризму на регіональному рівні України.

Загалом за початкові періоди 2025 року туристична сфера забезпечила значне перевищення податкових надходжень порівняно з довоєнними показниками: податкові надходження від туристичної діяльності перевищили рівень 2021 року на 27 % у першому кварталі 2025 року, демонструючи якісний поступ відновлення галузі. Також у літній сезон 2025 року відзначено суттєве зростання туристичних потоків – на близько 70 % порівняно з попереднім періодом, що свідчить про відновлення попиту на подорожі та активізацію внутрішнього туризму. Важливо, що ці тенденції розвиваються на фоні зростання інтересу до планування подорожей завчасно і формування нових туристичних звичок населення, що відображає не лише економічну активність, а й зміну поведінки споживачів туристичних послуг.

Оскільки туризм є одним із драйверів регіонального розвитку, зокрема через формування бюджетних надходжень, стимулювання малого і середнього бізнесу, розвиток інфраструктури та культурних ініціатив, наукове дослідження чинників і перспектив його розвитку на рівні територіальних громад має важливу теоретичну й практичну значущість. Воно надає обґрунтування для регіональних стратегій розвитку, сприяє виявленню ключових ресурсів і обмежень, а також оптимізації управлінських рішень у сфері місцевого туризму.

Проблематика розвитку туристичної сфери в Україні досліджена в широкому спектрі наукових праць, що охоплюють як теоретичні, так і прикладні аспекти.

Зокрема, вітчизняні дослідники розглядають потенціал і можливості туристичної індустрії, зокрема в умовах глобалізації, як чинник економічного зростання та конкурентоспроможності на міжнародному рівні. У дослідженні О. Лютак та О. Баули аналізується загальний розвиток туристичної індустрії України, визначаються фактори, що стримують її зростання, та пропонуються шляхи підвищення конкурентоспроможності сектору на світовому ринку. Питання потенціалу регіонального розвитку туризму висвітлюється у роботах Ю. Ковальчука, І. Фурман та Г. Гуменюк, де оцінюється розподіл туристичних можливостей між регіонами України, що дозволяє ідентифікувати території з високим потенціалом туристичного розвитку.

Сучасні напрями досліджень акцентують увагу на ролі культурного та спадкового туризму як складових туристичного продукту країни. У спільній праці О. Карого, І. Куліняка та інших авторів здійснено порівняльний аналіз стану культурного туризму в Україні та ЄС, що дозволяє виокремити ключові чинники стійкого розвитку галузі на міжнародному рівні. Інноваційні підходи до розвитку туризму розглядають А. Охріменко та М. Бойко – вчені аналізують важливість цифрових технологій, таких як VR/AR, інтерактивні платформи та цифрові архіви, для підвищення доступності культурних об'єктів та посилення міжнародної конкурентоспроможності туристичних дестинацій України.

Окремі дослідження зосереджені на специфічних видах туризму, зокрема зеленому та сільському туризму, що розглядається як перспективний сегмент українського ринку з точки зору інноваційного розвитку та забезпечення стійкості місцевих громад. Водночас, частина наукових праць приділяє увагу викликам та наслідкам зовнішніх криз, включно з військовим конфліктом, для функціонування туристичної сфери в Україні. М. Reimann та співавт. аналізують трансформацію туристичної діяльності у прифронтових громадах, висвітлюючи ключові проблеми та пропонуючи напрямки постконфліктного відновлення.

Незважаючи на велику кількість досліджень, існує кілька важливих наукових прогалин. Більшість робіт присвячена загальному стану туристичної галузі або окремим її аспектам, але не завжди проводиться комплексна оцінка розвитку

туризму на рівні окремих територіальних громад, включно з аналізом ресурсного потенціалу, інформаційного забезпечення та прикладних стратегій розвитку. Саме це зумовлює необхідність подальшого дослідження, яке концентрується на інтегрованому підході до визначення перспектив розвитку туризму для конкретної громади з урахуванням локальних особливостей та сучасних викликів.

**Метою дослідження** є теоретичне обґрунтування та розроблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення інформаційного забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській територіальній громаді на основі комплексного аналізу ресурсного потенціалу, стратегічних засад управління розвитком територіальних громад, сучасного стану туристичної інфраструктури та економічної ефективності запропонованих проектних рішень.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі **завдання**:

1. Проаналізувати теоретичні засади формування ресурсного потенціалу розвитку туризму в територіальних громадах та визначити його структурні складові.
2. Дослідити механізми розроблення та впровадження стратегій розвитку територіальних громад, зокрема в частині туристичного спрямування.
3. Оцінити сучасний стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області та визначити його основні проблеми і тенденції.
4. Надати економіко-географічну характеристику Старобогородчанської територіальної громади з позицій її придатності до розвитку туристичної діяльності.
5. Оцінити туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ, визначити його конкурентні переваги та обмеження.
6. Проаналізувати систему інформаційного забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ, виявити недоліки та обґрунтувати напрями її вдосконалення.
7. Узагальнити теоретичні підходи до оцінки економічної ефективності проектних рішень у сфері туризму.
8. Здійснити економічні розрахунки ефективності запропонованих заходів щодо покращення інформаційного забезпечення розвитку туризму в громаді.

**Об'єктом дослідження** є процес розвитку туризму в територіальних громадах України в умовах децентралізації та післявоєнної трансформації економіки.

**Предметом дослідження** є теоретико-методичні засади, інструменти та механізми інформаційного забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській територіальній громаді, а також напрями їх удосконалення з урахуванням ресурсного потенціалу громади та сучасних вимог до цифрової комунікації в туристичній сфері.

У процесі дослідження використано сукупність **загальнонаукових і спеціальних методів**, зокрема:

1) метод аналізу та синтезу – для узагальнення теоретичних підходів до формування ресурсного потенціалу туризму та системи інформаційного забезпечення;

2) метод системного аналізу – для розгляду інформаційного забезпечення як комплексної складової механізму розвитку туризму в територіальній громаді;

3) порівняльний метод – для оцінювання стану інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області;

4) економіко-статистичні методи (групування, узагальнення, аналіз динаміки показників) – для дослідження туристичних потоків, бюджетних надходжень та економічних характеристик громади;

5) економіко-географічний метод – для характеристики просторових особливостей розвитку Старобогородчанської ТГ;

6) SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін туристичного потенціалу громади, а також можливостей і загроз її розвитку;

7) метод економічного моделювання та розрахунків ефективності – для обґрунтування доцільності впровадження запропонованих проектних рішень;

8) метод експертної оцінки – для визначення пріоритетних напрямів удосконалення інформаційного забезпечення розвитку туризму.

**Практична значущість отриманих результатів** полягає в можливості їх використання органами місцевого самоврядування Старобогородчанської територіальної громади для вдосконалення системи інформаційного забезпечення

туристичної діяльності, підвищення рівня інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності громади на регіональному туристичному ринку. Розроблені рекомендації можуть бути застосовані при формуванні та коригуванні місцевих програм і стратегій розвитку туризму, удосконаленні цифрових комунікаційних платформ громади, створенні інформаційних туристичних продуктів, а також при обґрунтуванні управлінських рішень щодо впровадження інноваційних інструментів просування туристичних ресурсів. Матеріали дослідження можуть використовуватися у навчальному процесі закладів вищої освіти при викладанні дисциплін з регіональної економіки, організації туризму, стратегічного управління та інформаційного менеджменту, а також у підготовці фахівців туристичної галузі. Результати досліджень були презентовані на II Всеукраїнській студентській науково-практичній конференції «Сучасні тренди розвитку сфери гостинності: адаптація до викликів сьогодення» (Додаток Б).

**Структура роботи.** Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

## РОЗДІЛ 1

### ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СТАРОБОГОРОДЧАНСЬКІЙ ТГ

#### 1.1. Ресурсний потенціал розвитку туризму в територіальних громадах

У наукових дослідженнях поняття «ресурсний потенціал» розглядається як багатогранна категорія, що охоплює сукупність усіх ресурсів території, які можуть бути використані для здійснення туристичної діяльності, а також можливість їх трансформації у конкурентоспроможні туристичні продукти. Туристичний потенціал визначається як сукупність наявних ресурсів і умов, що забезпечують розвиток туризму у межах певної території, а ресурсний потенціал є його структурною основою [18, с.288].

Наукові підходи до структурування туристичного потенціалу відрізняються, проте значна частина дослідників виділяє природні, історико-культурні та інфраструктурні складові як базові елементи, що формують загальний потенціал. Деякі автори пропонують ширшу класифікацію, до якої входять також соціально-економічні, маркетингові та людські компоненти [12]. У контексті територіальних громад, ресурсний потенціал характеризує ті матеріальні й нематеріальні елементи середовища, які можуть бути інтегровані у систему туристичної діяльності та сприяти створенню туристичних послуг, продукції і конкурентних переваг на ринку [39, с.43].

Наукова література пропонує класифікувати ресурси, що формують потенціал розвитку туризму, за кількома основними групами (рис.1.1).

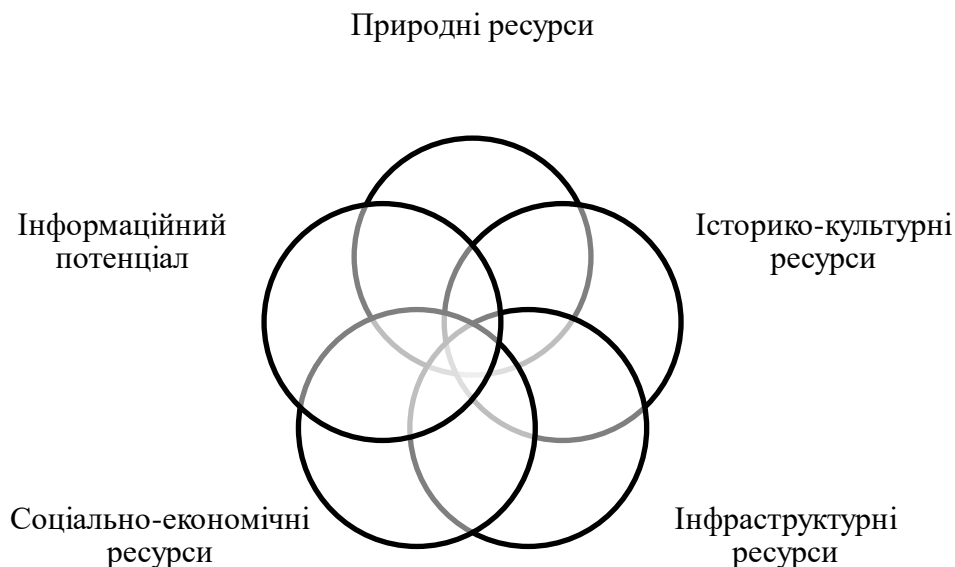


Рисунок 1.1 – Різновиди туристичних ресурсів

Джерело: систематизовано автором на основі [12; 18; 23; 39; 45]

Природні ресурси – це компоненти природного середовища, що мають туристичну привабливість та можуть бути використані для організації рекреаційної діяльності. Вони включають географічні та кліматичні особливості (гори, річки, озера, заповідні території, кліматичні умови), біорізноманіття, природні ландшафти, мінеральні джерела тощо [18, с.288]. Ці ресурси становлять основу для розвитку таких видів туризму, як екологічний, природо-орієнтований, спортивний та оздоровчий. Важливо, що саме природні ресурси часто визначають початкову туристичну привабливість території та можуть стимулювати розвиток комплексу супутніх послуг і сервісів [23, с.41].

Історико-культурні ресурси охоплюють матеріальні та нематеріальні об'єкти, пов'язані з історією й культурою території: архітектурні пам'ятки, музеї, комплекси спадщини, традиції, фестивалі й інші культурні практики. Такі ресурси є основою для культурно-пізнавального туризму, етнотуризму та подієвого туризму. Науковці відзначають, що історико-культурні ресурси підсилюють туристичну ідентичність дестинації та сприяють створенню іміджу території як привабливого туристичного напрямку [18; 39].

Інфраструктурні ресурси включають усі складові, що підтримують процес обслуговування туристів на території, зокрема транспортні зв'язки, заклади розміщення та харчування, сервіси супроводу та безпеки, цифрові інформаційні платформи і сервіси, туристичні інформаційні центри тощо [18, с.290]. Наукові дослідження підкреслюють, що розвинена інфраструктура є ключовою умовою підвищення конкурентоспроможності туристичного напрямку і безпосередньо впливає на рівень комфорту та доступності туристичних послуг [45, с.92].

Соціально-економічні ресурси - це складники, пов'язані із соціально-економічними умовами території: рівнем зайнятості, освітнім рівнем населення, підприємницькою активністю, зайнятістю у сфері туризму, соціальними послугами й умовами життя. Такі ресурси визначають здатність громади ефективно залучати людські, фінансові та організаційні ресурси для розвитку туристичної діяльності [12]. Соціально-економічна складова потенціалу впливає на ступінь залученості місцевої громади до туристичного процесу, рівень якості обслуговування та загальну економічну стабільність [39, с.44].

У межах сучасних наукових підходів виділяють також інформаційний потенціал – сукупність інформаційних ресурсів і технологій, що забезпечують підготовку, обробку, аналіз і поширення інформації про туристичні ресурси та послуги, а також підтримують управлінські рішення й маркетингові комунікації [39, с.45]. Цей компонент набуває особливої важливості в умовах розвитку цифрових технологій та інтеграції нових медіа у практику просування туристичних продуктів.

Сучасні методики оцінки ресурсного потенціалу території відрізняються комплексністю підходів і враховують як якісні, так і кількісні показники. Одним із поширених підходів є:

1. Інвентаризація ресурсів – визначення наявних природних, культурних, інфраструктурних та соціально-економічних ресурсів на території громади.
2. Оцінювання стану ресурсів – аналіз якості ресурсів, їхнього збереження, доступності та відповідності вимогам сучасного туриста.
3. Аналіз інфраструктурної спроможності – оцінка транспортної доступності, засобів розміщення, сервісів супроводу й цифрових рішень.

4. Формування інтегральних індексів туристичної привабливості – побудова інтегральних показників на основі сукупності характеристик ресурсів і умов їх використання, що дозволяє порівнювати території за рівнем туристичного потенціалу [39; 45]. Комплексна оцінка ресурсного потенціалу виступає теоретичною базою для стратегічного планування туристичного розвитку, формування програм підтримки туризму на рівні територіальних громад і розроблення маркетингових стратегій.

Ресурсний потенціал є ключовою передумовою розвитку місцевого туризму, оскільки він визначає не лише наявність туристичних можливостей, а й здатність території інтегрувати їх у ефективну систему послуг. Ефективне використання ресурсного потенціалу дозволяє:

- збільшити туристичну привабливість громади;
- стимулювати потоки туристів;
- активізувати розвиток малого та середнього бізнесу туристичного спрямування;
- забезпечити додаткові надходження до місцевого бюджету;
- створювати нові робочі місця у сфері послуг [12; 45]. Крім того, розвиток ресурсного потенціалу пов'язаний із поширенням цифрових технологій, які сприяють ефективному просуванню туристичних напрямів та формуванню позитивного іміджу території.

На нашу думку, ресурсний потенціал розвитку туризму в територіальних громадах слід розглядати не лише як сукупність наявних природних, історико-культурних чи інфраструктурних ресурсів, а як комплексну систему можливостей, що формується в результаті їх ефективної взаємодії та управління. Сам по собі ресурс ще не гарантує туристичної привабливості – вирішальним є здатність громади трансформувати його у якісний туристичний продукт, забезпечити належний рівень сервісу, доступності та інформаційного супроводу. В умовах децентралізації територіальні громади отримали ширші повноваження для самостійного використання свого потенціалу, однак результативність цього процесу залежить від стратегічного бачення, інституційної спроможності та рівня

залученості місцевого населення. Ми вважаємо, що саме комплексна оцінка природних, історико-культурних, інфраструктурних, соціально-економічних та інформаційних ресурсів дозволяє сформувані обґрунтовані напрями розвитку туризму й забезпечити сталу конкурентну позицію громади на туристичному ринку.

Отже, ресурсний потенціал розвитку туризму в територіальних громадах є багатокомпонентним явищем, що включає природні, історико-культурні, інфраструктурні, соціально-економічні та інформаційні складові. Оцінка цього потенціалу є основою для стратегічного планування, удосконалення туристичної діяльності та створення конкурентоспроможної туристичної пропозиції.

## **1.2. Розроблення та упровадження стратегій розвитку ТГ**

Стратегічне планування є одним із ключових інструментів управління розвитком територіальних громад, що визначає систему довгострокових цілей та шляхів їх досягнення з урахуванням наявних ресурсів, потреб громади та зовнішніх викликів. У науковому контексті стратегічне планування розглядається як інтегративний процес, що поєднує елементи аналізу, прогнозування, формування бачення майбутнього, визначення стратегічних цілей та розроблення механізмів їх реалізації [13, с.121]. Цей процес спрямований на забезпечення системного, узгодженого та орієнтованого на сталий розвиток функціонування територій. Стратегічне планування дозволяє зменшити невизначеність майбутнього, уніфікувати дії суб'єктів управління та забезпечити прогнозованість розвитку громади в довгостроковій перспективі.

Однією з важливих наукових основ стратегічного планування є теорія стратегічного управління, яка акцентує увагу на побудові системи цілей, аналізі внутрішніх і зовнішніх чинників, інтеграції ресурсних можливостей і виборі оптимальних сценаріїв розвитку. У межах стратегічного підходу громада розглядається як соціо-еколого-економічна система, що має власний потенціал, сильні й слабкі сторони, можливості й загрози зовнішнього середовища [37, с.69]. Системний підхід до стратегічного планування передбачає стратегічний аналіз,

визначення стратегічних пріоритетів, розроблення стратегії та плану реалізації з подальшим моніторингом і коригуванням.

У контексті територіальних громад стратегічне планування відіграє важливу роль у забезпеченні сталого розвитку, оскільки дозволяє не лише визначити перспективні напрями росту, але і узгодити їх із загальнодержавними пріоритетами, а також забезпечити підтримку з боку зовнішніх і внутрішніх партнерів [36, с.126]. Процес розроблення стратегії розвитку можна умовно поділити на кілька основних етапів (табл.1.1).

Таблиця 1.1. Етапи розроблення стратегії розвитку територіальної громади

Етап	Зміст етапу	Основні інструменти та результати
Стратегічний аналіз	Оцінювання ресурсного потенціалу громади, соціально-економічної ситуації, інфраструктури, демографічних тенденцій та інших чинників, що визначають умови розвитку території	SWOT-аналіз; збір статистичних даних; аналіз зовнішнього середовища; визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз; формування стратегічних пріоритетів
Визначення стратегічних цілей	Формування чітких, реалістичних і взаємопов'язаних цілей відповідно до бачення майбутнього громади	Постановка стратегічних і операційних цілей; узгодження з результатами SWOT-аналізу; врахування економічних, соціальних, екологічних і культурних аспектів розвитку
Розроблення стратегічного плану заходів	Формування комплексу конкретних заходів для досягнення визначених цілей	План дій із зазначенням термінів реалізації, відповідальних виконавців, джерел фінансування, індикаторів результативності
Впровадження та моніторинг	Реалізація заходів і постійне відстеження результатів виконання стратегії	Система моніторингу та оцінювання; аналіз відхилень; коригування стратегії відповідно до змін зовнішнього середовища

Джерело: систематизовано автором на основі [13; 27]

Процес розроблення стратегії розвитку територіальної громади має послідовний і логічно структурований характер, що забезпечує системність управлінських рішень. Починаючи зі стратегічного аналізу та визначення ключових пріоритетів, громада формує реалістичні цілі, які конкретизуються через план заходів із чіткими індикаторами та відповідальними виконавцями. Завершальним і водночас безперервним етапом є впровадження та моніторинг, що дозволяє своєчасно коригувати дії відповідно до змін зовнішнього середовища. Такий підхід

підвищує ефективність реалізації стратегії, мінімізує ризики та створює основу для довгострокового сталого розвитку громади.

Наукова й практична література виділяє низку інструментів, які використовуються під час розроблення та впровадження стратегій розвитку (рис.1.2).

#### **SWOT-аналіз**

- один із базових інструментів стратегічного аналізу, який дозволяє ідентифікувати сильні та слабкі сторони громади, можливості зовнішнього середовища та потенційні загрози. SWOT-аналіз не лише систематизує інформацію, але і формує основу для визначення стратегічних пріоритетів та вибору оптимальних дій.

#### **PESTEL-аналіз (Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal)**

- інструмент, що оцінює вплив зовнішніх факторів на розвиток громади, включаючи політичні, економічні, соціальні, технологічні, екологічні й правові аспекти. Цей аналіз допомагає визначити ключові макрочинники, що можуть впливати на реалізацію стратегії.

#### **Метод сценарного планування**

- забезпечує побудову кількох альтернативних моделей майбутнього для громади залежно від зміни зовнішніх умов та ресурсних можливостей. Сценарне планування є корисним у ситуаціях високої невизначеності та допомагає підготувати адаптивні стратегічні рішення.

#### **Моніторинг і оцінювання ефективності**

- складає невід'ємну частину циклу стратегічного управління. Моніторинг передбачає регулярне оцінювання показників реалізації стратегії, аналіз відхилень від планових значень і коригування дій відповідно до змін зовнішнього середовища.

Рисунок 1.2 – Інструменти стратегічного аналізу та управління розвитком

Джерело: систематизовано автором на основі [11; 27]

Правове забезпечення стратегічного планування в Україні встановлює законодавчі та методичні рамки, що регулюють процес розробки та впровадження стратегічних документів на рівні держави, регіону та територіальних громад. Основою правового регулювання є Закон України «Про засади державної регіональної політики», який визначає принципи територіального розвитку, засади формування та реалізації регіональних стратегій із урахуванням діючого територіального устрою та функціональних типів територій [25; 32].

На національному рівні також діють Державна стратегія регіонального розвитку на 2021–2027 роки та пов'язані з нею методичні рекомендації щодо порядку розроблення, затвердження, реалізації та моніторингу стратегій розвитку регіонів і територіальних громад [5]. Ці документи встановлюють процедурні вимоги та методологічні підходи, що мають бути враховані під час стратегічного планування на місцевому рівні.

Розроблення стратегії розвитку територіальної громади здійснюється на підставі Методичних рекомендацій щодо стратегічного планування, які деталізують етапи розробки стратегії, формування структурних елементів, процедур громадських консультацій та механізми врахування інтересів місцевих суб'єктів [29].

Правове забезпечення стратегічного планування гарантує не лише формальну основу для розроблення стратегічних документів, але і створює умови для реалізації місцевих пріоритетів відповідно до вимог Бюджетного кодексу та інших законодавчих актів. Зокрема, наявність затвердженої стратегії розвитку громади є умовою залучення державних і донорських коштів на реалізацію стратегічних проектів [11].

Практика розроблення стратегій розвитку в територіальних громадах України демонструє різноманіття підходів залежно від місцевих умов і пріоритетів. Так, у Стратегії розвитку Волинської області включено складові, спрямовані на підтримку туризму, зокрема формування туристичного іміджу області, промоцію туристично-рекреаційних ресурсів, цифрові інформаційні продукти та інфраструктурні проекти [33].

У багатьох стратегіях територіальних громад туризм виступає як один із пріоритетних напрямів, що включає створення туристично-інформаційних центрів, промоційних кампаній, розвиток інфраструктури, підтримку підприємництва та культурних ініціатив [17, с.707]. Ці стратегії визначають конкретні заходи зі стимулювання туристичної активності, залучення інвестицій і формування позитивного іміджу громади як привабливої туристичної дестинації.

В умовах європейської інтеграції стратегічне планування розвитку місцевих громад гірського регіону має враховувати специфіку географічного положення, культурно-історичні особливості та потребу інтеграції у європейські туристичні простори [10, с.7]. Такі стратегії включають сценарне прогнозування, оцінювання ресурсів і адаптацію стратегічних рішень до зовнішнього середовища.

Стратегічне планування територіальної громади має не лише економічну функцію, а й соціально-екологічну, оскільки спрямоване на збалансований розвиток громади, врахування інтересів різних груп населення, збереження природного середовища та соціальної згуртованості [36, с.127]. Такий підхід відповідає принципам сталого розвитку і полягає у формуванні стратегії, яка інтегрує економічні, соціальні та екологічні аспекти. Ефективно розроблена стратегія дозволяє визначити не лише цільові показники і дії, але і механізми участі громадськості, бізнесу та інших зацікавлених сторін у процесі реалізації, що сприяє підвищенню прозорості, підзвітності й довіри до рішень органів місцевого самоврядування [13, с.121].

На нашу думку, розроблення та впровадження стратегій розвитку територіальних громад є не формальною вимогою законодавства, а реальним інструментом забезпечення конкурентоспроможності та сталого розвитку території. В умовах реформи децентралізації саме стратегія виступає механізмом узгодження ресурсного потенціалу громади з довгостроковими цілями, дозволяє систематизувати управлінські рішення та мінімізувати ризики впливу зовнішніх чинників. Особливо це актуально для громад гірських і передгірських регіонів, зокрема в межах Івано-Франківська область, де стратегічне планування має враховувати специфіку природно-ресурсного потенціалу, туристичну орієнтацію економіки та демографічні виклики.

Отже, розроблення та впровадження стратегій розвитку територіальних громад є фундаментальним елементом сучасного управління місцевим розвитком. Стратегічне планування забезпечує системний підхід до визначення пріоритетів, використання ресурсів, адаптації до зовнішніх викликів і реалізації довгострокових цілей із врахуванням принципів сталого розвитку. Законодавча база України

створює нормативні передумови для цієї діяльності, тоді як практичні приклади демонструють різноманітні підходи до інтеграції стратегічних заходів, зокрема у сфері туризму.

### **1.3. Стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в ТГ на прикладі територіальних громад Івано-Франківської області**

Івано-Франківська область – одна з провідних туристичних дестинацій України, завдяки значному природно-рекреаційному потенціалу, культурно-історичним ресурсам та активній туристичній інфраструктурі. Природні умови, включно з гірською частиною Карпат, курортами та рекреаційними територіями, створюють передумови для цілорічного туризму (як гірськолижного взимку, так і активного відпочинку влітку), що потребує відповідної системи інформаційного забезпечення для повноцінної реалізації потенціалу галузі [35]. Аналітичні дані демонструють стійку тенденцію зростання туристичної активності в регіоні. За офіційними оцінками, у 2024 році Івано-Франківську область відвідало близько 2,5 млн туристів, що є одним із найвищих показників серед регіонів України. За попередні роки спостерігалось постійне зростання кількості туристів порівняно з довоєнними періодами: у 2023-2024 роках приріст у кількості відвідань порівняно з 2021–2022 роками становив приблизно 0,2–0,7 млн, зокрема завдяки інтересу до гірських громад Карпат (Поляниця, Яремче, Ворохта) [16].

Зростають і економічні показники, пов'язані з туристичною діяльністю в області. Так, податкові надходження від туристичного сектору 2025 року перевищили 431,3 млн грн, що на 72 % більше ніж у 2024 році, а загальні надходження туристичного бізнесу разом із ресторанною галуззю становили 835,6 млн грн [47]. Такий динамічний розвиток економічних показників вказує на високу активність туристичного сектора і його внесок у соціально-економічний розвиток регіону.

Туристичний збір у 2025 році досяг рекордної суми понад 40 млн грн, що на 54 % перевищує показники попереднього року [28]. Це свідчить про збільшення

обсягів туристичної діяльності та її фінансового значення для територіальних громад – лідерами за збором є Поляницька, Яремчанська та Івано-Франківська ТГ.

Аналіз цих даних вказує на високу потребу в ефективному інформаційному середовищі, яке може не лише відображати ці тенденції, а й інформувати місцевих жителів і потенційних туристів про актуальний стан туристичної сфери, інноваційні продукти, зміни у сервісних пропозиціях, безпекову інформацію, графіки подій тощо. Така інформаційна система повинна інтегрувати різні джерела даних, включаючи офіційні сайти громад, регіональні й національні туристичні портали, а також дані сервісів онлайн-бронювання, соціальних мереж і мобільних застосунків, що дозволить створити динамічну та адаптивну цифрову екосистему для туризму.

Станом на кінець 2025 року в Івано-Франківській області утворено 62 територіальні громади. Усі (або практично всі) ці громади мають офіційні вебсайти (зазвичай з доменом ...-gromada.gov.ua), створені в рамках реформи децентралізації [28] (додаток А).

Проведений аудит засвідчив таку ситуацію щодо офіційних веб-ресурсів і туристичного контенту:

1. Громад із власними офіційними веб-сайтами: 58 із 62 громад мають активні офіційні сайти (тобто близько 94 %). Чотири громади не мали окремого функціонального сайту (лише сторінки у соцмережах або інформація в загальному реєстрі).

2. Громад із окремим структурованим туристичним розділом (наприклад, «Туризм», «Визначні місця», «Маршрути»): 21 із 58 громад ( $\approx 36$  % від тих, що мають сайти) мають чітко виокремлені рубрики чи сторінки, присвячені туристичним ресурсам, маршрутам і подіям (наприклад, «Визначні місця», «Туристичні маршрути громади», «Туризм» тощо). Такі розділи найчастіше містять описи природних об'єктів, культурних пам'яток та короткі інформаційні блоки про маршрути.

3. Громад, де туристичний контент присутній лише у вигляді загальних новин або поодиноких публікацій без структурованої навігації: 23 із 58 громад ( $\approx 40$  %). У

цих випадках туристична інформація з'являється у новинах (про фестивалі, події, фото) без спеціальної рубрики чи зручного доступу для потенційного туриста.

4. Громад без жодної туристичної інформації на офіційному сайті: 14 із 58 громад ( $\approx 24\%$ ). Такі сайти містять лише загальні адміністративні розділи (новини, документи, бюджет тощо) без будь-яких згадок про туризм чи локальні привабливості (рис.1.3).

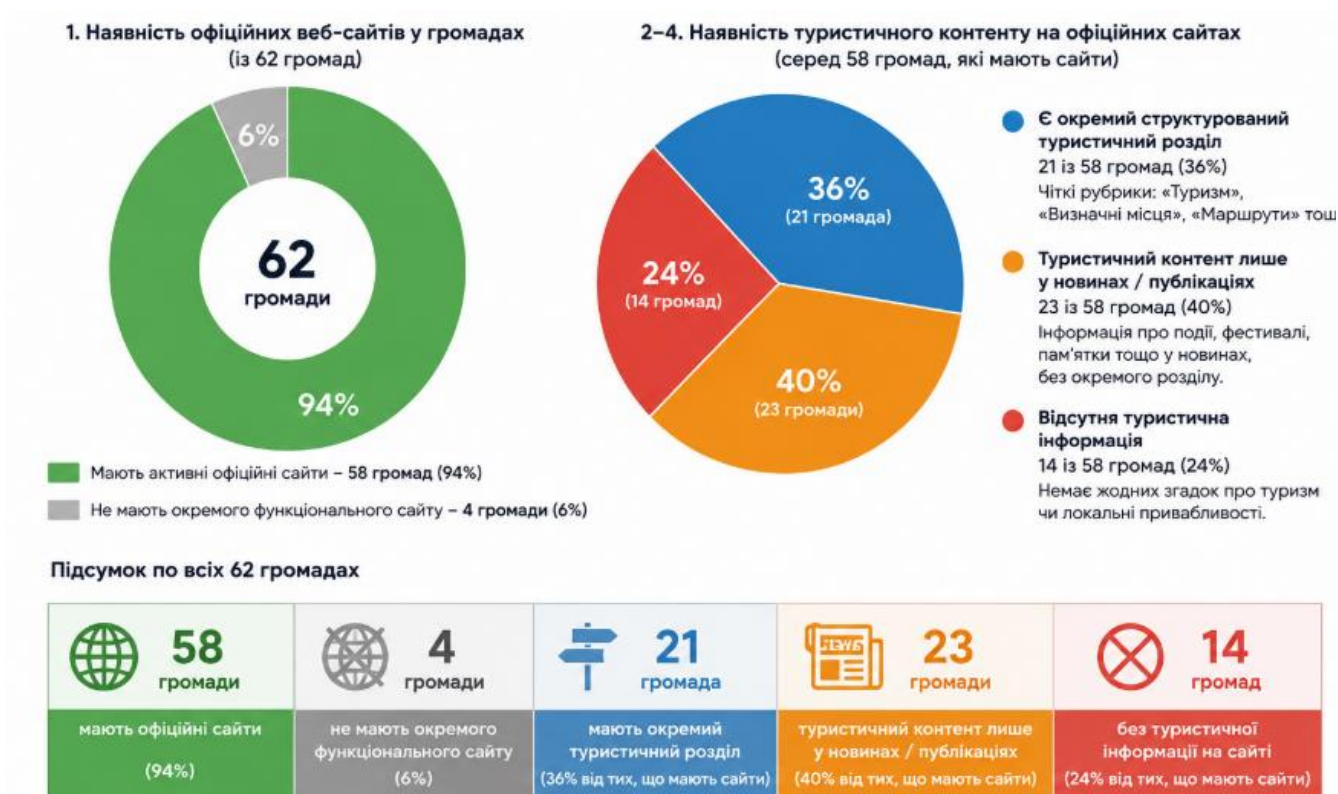


Рисунок 1.3 - Стан наповнення туристичною інформацією офіційних веб-ресурсів ТГ Івано-Франківської області

Джерело: авторська розробка

Наприклад, Єзупільська громада веде сайт [ezupilska-gromada.gov.ua](http://ezupilska-gromada.gov.ua), де наведено загальні відомості про громаду, а також є посилання на офіційні сторінки у Facebook [28]. Аналогічні портали є й у інших ТГ (витяг з порталу Децентралізації показує «Офіційний сайт» та Facebook для кожної громади). Водночас більшість цих сайтів містять переважно адміністративні новини та документи – спеціальні розділи з туристичною інформацією формуються поки що лише у окремих ОТГ.

Лише нечисленні громади мають на своїх сайтах спеціалізовані рубрики чи публікації про туризм. Так, Єзупільська ОТГ має розділ «Визначні місця» з описом пам'яток громади; Войнилівська ОТГ започаткувала сторінку «Туристична інформація», хоча поки що вона майже порожня (розміщено лише один матеріал «Реформаторський костел с.Цвітова» від 21.08.2023). Інші приклади: на сайтах Кутської громади згадується участь у спільних турпроектах (маршрут «Від Дністра до Карпат»), деякі громади публікують анонси фестивалів або фотозвіти про мальовничі локації (гори, водоспади тощо) [16]. Проте значна більшість (близько 90%) сайтів громад не мають окремого туристичного контенту – тільки загальну інформацію.

Більшість ОТГ активно використовують Facebook як канал комунікації. Наприклад, на порталі Децентралізації поруч із сайтом Єзупільської громади вказано посилання на її Facebook-сторінку. Аналогічно, багато інших ОТГ (особливо великі міста та селища) ведуть офіційні сторінки у Facebook та VKontakte з анонсами місцевих подій і туристичних новин. Instagram використовується значно рідше – є поодинокі приклади (наприклад, інформативна сторінка @solotvincommunity для Солотвинської ОТГ). YouTube-канали часто ведуть обласний центр (Івано-Франківськ) чи великі міста, де розміщують відеоролики про краєвиди чи заходи [35]. На усіх цих ресурсах зазвичай публікуються анонси фестивалів, фотозвіти про пам'ятки та природні локації (наприклад, міська влада Івано-Франківська рекламує тюльпанові поля та велоподії в долині Бистриці).

Крім сайтів і соцмереж, область має кілька спеціалізованих інструментів. По-перше, в 2021 році облдержадміністрація запустила віртуальну інтерактивну туристичну мапу Прикарпаття. Ця мапа (портал iftourism.com) охоплює понад 100 об'єктів та маршрутів (гори, водоспади, історичні пам'ятки тощо) і інтегрована з всеукраїнським проектом «Virtual Ukraine» для онлайн-екскурсій. Скріншот нижче ілюструє один із таких VR-турів (рис.1.4).



Рисунок 1.4 - Церква Святого Духа

Джерело: систематизовано автором на основі [35]

Також створюються мобільні додатки та сервіси для туристів. Наприклад, у місті Івано-Франківськ діє міський туристичний путівник (додаток SmartCity), що пропонує прогулянки містом та маршрути по околицях. Популярні всіма путівники Google Maps та Wikimapia містять маркери пам'яток Прикарпаття. Нарешті, в містах та курортних зонах працюють інформаційні центри. Зокрема, 7 травня 2016 року в Івано-Франківську відкрито Туристично-інвестиційний центр (вул. Галицька, 4А) – там надають довідкові послуги, карти, буклети, організують екскурсії та бронювання готелів. Подібні центри діють у Яремчі, Верховині та інших гірських населених пунктах (екологічні візит-центри на базі національних парків і музеїв) [16].

Одним із основних елементів інформаційного забезпечення є офіційні веб-ресурси органів влади, які надають туристичну інформацію. Івано-Франківська обласна державна адміністрація має окремий розділ, присвячений туризму, де розміщується інформація про стан галузі, основні напрямки, культурно-пізнавальні програми, статистичні дані та контактні дані туристичних інституцій (рис.1.5) [35].

Такий портал виконує роль регіонального туристичного інформаційного вузла та сприяє популяризації області як туристичної дестинації.

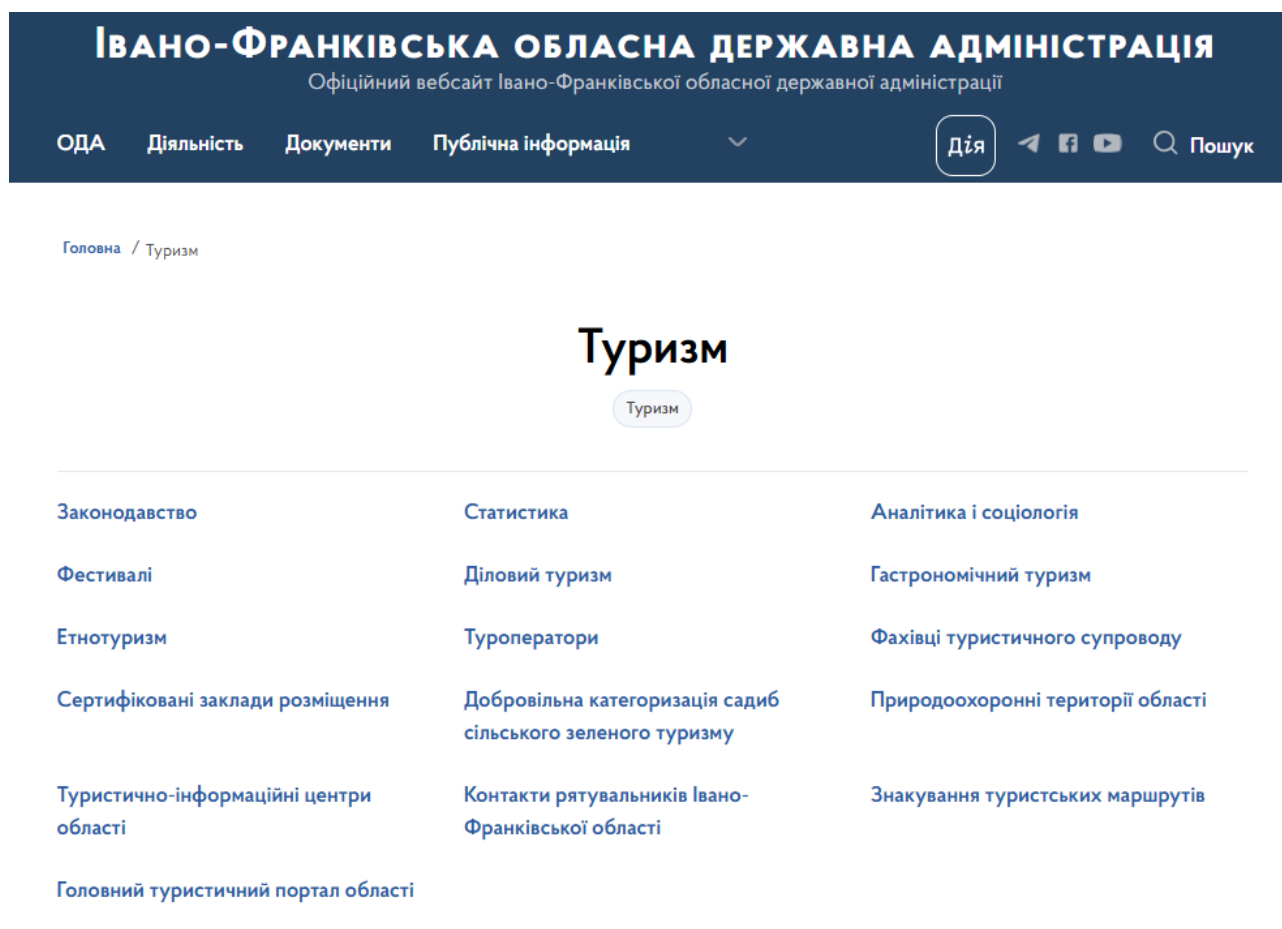


Рисунок 1.5 – Розділ туризму Івано-Франківської обласної державної адміністрації  
Джерело: [35]

Інформація на порталі включає опис різних форм туризму (гастрономічний, етнотуризм, діловий туризм тощо), дані щодо сертифікованих закладів розміщення та туристичних маршрутів, що дозволяє потенційним туристам отримувати базову інформацію про пропозицію регіону. Крім того, інвестиційний портал Івано-Франківщини також включає розділ про туристичні послуги та статистику, додаючи інформацію про кількість туристичних підприємств і туристично-інформаційних центрів [46]. Попри наявність цих ресурсів, важливо зазначити, що їхня структура та наповнення часто обмежені загальною інформацією без детальної навігації чи інструментів персоналізації, що може ускладнити доступ туристів до конкретних сервісів у режимі реального часу.

У розвитку цифрового середовища для внутрішнього туризму в Україні відзначають важливість цифрових технологій, таких як онлайн-базовані платформи, цифрові карти, мобільні додатки, сервіси бронювання та інтерактивні путівники [3, с.140]. Це відповідає загальній тенденції цифровізації внутрішнього туризму, що передбачає впровадження інновацій для підвищення зручності користувачів і конкурентоспроможності туристичного ринку.

Одним із напрямів інновацій є використання аудіогідів і інтерактивних путівників. Наприклад, на туристичних маршрутах у Карпатах впроваджена система аудіогідів, а в деяких громадах, як-от Калуській, створено інтерактивні путівники – електронні платформи з картографічною інформацією та описами об'єктів (рис.1.6) [21].



Рисунок 1.6 - Туристичний довідник / Калуський туристичний

Джерело: [21]

Такі інструменти сприяють не лише інформуванню туристів, а й дозволяють краще орієнтуватись у навколишньому середовищі, планувати маршрути, знаходити визначні місця та отримувати додаткову інформацію про культурні чи природні об'єкти.

Туристично-інформаційні центри (ТІЦ), що діють у громаді або на регіональному рівні, є важливим елементом інформаційного забезпечення, оскільки вони надають оперативну інформацію туристам на місці, включно з картами, маршрутами, порадами щодо транспорту та послуг. В Івано-Франківській області функціонує мережа таких центрів, що значно полегшує доступ до інформації для туристів [35]. Однак ці центри зазвичай не інтегровані в єдину цифрову систему, через що виникає фрагментарність інформаційного середовища: дані можуть дублюватись або бути неповними, що знижує ефективність інформаційної комунікації. Такий стан відображає потребу у більш системному підході, що включає централізовану платформу, де туристи могли б отримувати актуальні дані з різних джерел у режимі реального часу.

Соціальні мережі відіграють важливу роль у сучасній комунікації туристичних destinations, оскільки вони забезпечують широке охоплення аудиторії, швидке поширення інформації про події, маршрути, акції та відгуки туристів. Популярні платформи, такі як Facebook, Instagram і YouTube, активно використовуються регіональними туристичними організаціями, бізнесом та громадськими ініціативами для просування туристичних продуктів [46].

Цифрові канали дозволяють створювати візуальний контент (фотографії, відео, історії користувачів), що підсилює імідж регіону та сприяє залученню внутрішніх і міжнародних туристів. Водночас такі канали вимагають регулярного оновлення, професійного контент-менеджменту та аналізу метрик для оцінювання ефективності просування. Незважаючи на наявні цифрові ресурси й ініціативи, стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області характеризується рядом проблем, що знижують його ефективність:

1. Відсутність єдиного інтегрованого туристичного порталу. Існуючі ресурси не завжди взаємодіють між собою, а інформація може бути розпорошена по різних сайтах, що створює складнощі для користувачів при пошуку повної й актуальної інформації про туризм.

2. Обмежена інтерактивність. Багато офіційних сайтів надають статичну інформацію без інтерактивних сервісів (карт, інтерактивних маршрутів, можливостей бронювання), що є стандартом у сучасних цифрових платформах туризму.

3. Нерівномірність цифрових навичок. Впровадження цифрових сервісів потребує не лише наявності технологій, а й достатнього рівня цифрової грамотності населення і працівників туристичної сфери, що може бути обмежено в окремих громадах, особливо сільських.

4. Проблеми з доступом до інтернет-інфраструктури. У деяких громадах можуть існувати труднощі з повноцінним покриттям мережі Інтернет або недостатньою швидкістю зв'язку, що обмежує використання онлайн-сервісів.

5. Нестача координації. Відсутність уніфікованої стратегії цифрового розвитку туризму на рівні області та окремих громад ускладнює уніфікацію інформаційних потоків та створення спільних електронних продуктів [3; 21; 35].

Перспективи розвитку інформаційного забезпечення туризму в Івано-Франківській області пов'язані з впровадженням сучасних цифрових інструментів, інтеграцією даних та розвитком мобільних технологій. Серед таких напрямів:

- створення єдиного туристичного порталу області, що об'єднає інформацію з різних джерел і дозволить туристам легко планувати подорожі;
- розробка мобільних застосунків із геолокацією, маршрутами та сервісами бронювання;
- інтеграція соціальних мереж і офіційних ресурсів задля підсилення просування туристичних продуктів;
- використання систем аналітики для моніторингу поведінки туристів і ефективності комунікацій;

– підвищення цифрової грамотності серед працівників місцевого самоврядування та підприємців туристичної сфери шляхом спеціальних тренінгів і освітніх програм [3; 46].

Отже, стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області має значну основу у вигляді офіційних порталів, цифрових платформ і соціальних медіа, але одночасно характеризується певними обмеженнями щодо інтерактивності, інтеграції даних і доступності інформації.

### **Висновки до розділу 1**

Ресурсний потенціал має комплексний, багатокomпонентний характер: природні ландшафти, історико-культурні надбання та наявні інфраструктурні елементи створюють базову платформу для розвитку туризму, проте їхня ефективна реалізація потребує системної інвентаризації, оцінювання стану та пріоритезації заходів.

Розроблення та впровадження стратегії є ключовим інструментом перетворення ресурсного потенціалу у вимірювані результати: послідовні етапи – аналіз, постановка цілей, планування заходів та моніторинг – забезпечують прозорість, підзвітність і адаптивність управління. Законодавчі й методичні рамки створюють необхідні умови для процедурної сторони планування, але успіх залежить від міжсекторної координації, активного залучення стейкхолдерів і забезпечення фінансової спроможності реалізації проєктів на рівні Івано-Франківська область.

Інформаційне забезпечення є критичною умовою конкурентоспроможності території: наявні офіційні портали, соцмережі й локальні ініціативи створюють базу, але інформаційне середовище залишається фрагментарним і недостатньо інтерактивним. Доцільно орієнтуватися на створення єдиної регіональної платформи з інтеграцією даних, мобільних сервісів, аналітики й координованої роботи туристично-інформаційних центрів, використовуючи досвід лідерів як орієнтир.

## РОЗДІЛ 2

### ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СТАРОБОГОРОДЧАНСЬКІЙ ТГ

#### 2.1. Економіко-географічна характеристика Старобогородчанської ТГ

Старобогородчанська територіальна громада розташована в Івано-Франківській області на заході України, у складі Івано-Франківського району. Громада має статус сільської і включає п'ять населених пунктів: села Старі Богородчани (адміністративний центр), Гринівка, Лесівка, Нивочин та Скобичівка. Загальна територія громади становить приблизно 84,1 км<sup>2</sup> (рис.2.1) [1; 2].



Рисунок 2.1 – Географічне розташування Старобогородчанської ТГ

Джерело: [19]

Фізико-географічне розташування громади визначається тим, що вона лежить у передгірській частині Українських Карпат, що формує специфічні природні умови й ландшафтну різноманітність. Це передбачає м'який континентальний клімат із помірними зимами та теплим літом, що впливає на тривалість туристичного сезону й застосування природних ресурсів для рекреації [19]. Також розташування в передгірній зоні створює умови для розвитку активного та екологічного туризму,

зокрема піших походів, веломаршрутів, спостереження за природою та сільського відпочинку. Позитивною особливістю є й близькість до гірської частини Карпат, що може стати основою для розвитку спеціалізованих видів туризму та створення інфраструктурних об'єктів рекреаційного призначення [31]. Це, зокрема, стосується перспектив розвитку маршрутів, що поєднують природні красоти околиць із культурно-історичними об'єктами в межах громади.

Транспортна доступність – критичний фактор, що визначає економічну активність і можливості розвитку туризму в будь-якій територіальній громаді. Старобогородчанська ТГ має вигідне розташування з точки зору комунікаційної мережі, оскільки вона знаходиться в безпосередній близькості до обласного центру – м. Івано-Франківськ, який є одним із основних транспортних вузлів регіону [34]. Селище Старі Богородчани розташоване приблизно в 18 км на південь-захід від Івано-Франківська, що забезпечує доступ до магістральних автомобільних шляхів і залізничного сполучення, а також до міжнародних транспортних коридорів.

Основним шляхом сполучення є місцеві й регіональні автошляхи, що з'єднують громаду з Івано-Франківськом та сусідніми територіями. На рівні області функціонує розгалужена транспортна система, яка включає автобусні маршрути місцевого, районного та міжміського значення, що забезпечують регулярне сполучення жителів громади з обласним центром і іншими населеними пунктами [30]. Також у межах області розвинута транспортна інфраструктура з можливістю підключення до національних маршрутових мереж, що сприяє мобільності населення і потенційних туристів.

Важливим аспектом транспортної доступності є також можливість під'їзду для великих туристичних груп. Громада має доступ до основних автошляхів державного значення через Івано-Франківськ і регіональні транспортні вузли, що дає змогу реалізувати потенційні маршрути для організованого туризму (екскурсійні автобуси, групове перевезення туристів) [1]. Це значно підвищує інвестиційну привабливість громади з точки зору туристичного бізнесу, зокрема для створення маршрутних турів із відвідуванням природних та культурних об'єктів регіону.

За даними державного порталу децентралізації, чисельність населення Старобогородчанської громади становить приблизно 5 926 осіб, що класифікує її як невелику сільську громаду [31].

Демографічна структура населення має значення для стратегічного планування розвитку туризму, оскільки відображає склад трудових ресурсів, потенціал внутрішнього попиту, рівень зайнятості та соціальну динаміку. У невеликих громадах, подібних до Старобогородчанської, характерна тенденція до старіння населення та міграції молоді в обласні центри чи за кордон, що впливає на попит і кадровий потенціал для розвитку сервісної сфери, включно з туризмом [1; 24]. Демографічні показники та тенденції також формують потреби у соціальних послугах, інфраструктурі та сприятливому середовищі для життя, що неминуче позначається й на потенціалі туристичної галузі. Зокрема, молодше населення може бути активнішим у створенні підприємств, що обслуговують туристів, розробці інноваційних продуктів, а старше населення – зберігати елементи культурної самобутності як частину туристичних ресурсів. Хоча детальніші вікові дані по громаді потребують додаткового статистичного джерела, загальна чисельність і сільський статус дають основу для аналізу соціальних процесів.

Економічна структура в межах Старобогородчанської територіальної громади має сільськогосподарський характер, що є типовим для сільських громад передгір'я Івано-Франківщини. Згідно з офіційними даними сайту громади, на території працюють різноманітні малого й середнього підприємства, що спеціалізуються на сільськогосподарському виробництві, торгівлі, переробних галузях (будівельні матеріали, деревообробка, виробництво пам'ятників, технічне обслуговування авто), а також сферах побутових і сервісних послуг [31]. Серед місцевих підприємницьких ініціатив присутній Богородчанський молокозавод, що відіграє важливу роль у місцевій економіці, а також малі виробництва та фермерські господарства, які забезпечують зайнятість та базові економічні активності [30].

Сільське господарство у громаді орієнтоване на вирощування сільгоспкультур, тваринництво та супутні види діяльності, що є не лише джерелом доходів, але й формують частину культурних ландшафтів, які можуть бути

використані в сільському і агротуризмі. Такий потенціал дозволяє розробляти туристичні продукти, що поєднують агровідпочинок, знайомство з виробництвом та локальні гастрономічні традиції, що може стати важливою конкурентною перевагою для громади [1]. Окрім того, господарський профіль громади може включати підприємства з переробки продукції, ремісничі майстерні, торговельні об'єкти та сервісні підприємства, які обслуговують не лише місцевих мешканців, а й потенційних туристів із регіону та далеких територій.

Природні умови Старобогородчанської територіальної громади формують комплексну систему передумов для розвитку багатовекторної туристичної діяльності, насамперед у межах природоорієнтованих і рекреаційних видів туризму. Розташування громади в межах передгірської частини Українських Карпат визначає специфіку її ландшафтної структури, яка характеризується поєднанням горбисто-передгірного рельєфу, лісових масивів, долин річок і локальних підвищень, що загалом створює мозаїчну природну територіальну систему, придатну для організації короткострокового та середньострокового відпочинку [30]. Подібні природні умови, відповідно до положень рекреаційної географії Карпатського регіону, є типовими для територій із підвищеним туристично-рекреаційним потенціалом, оскільки забезпечують високу варіативність використання природного середовища без суттєвого антропогенного навантаження на екосистеми.

Кліматичні умови передгір'я характеризуються помірно континентальним режимом із відносно м'якими зимами, помірно теплим літом і достатнім рівнем опадів, що безпосередньо впливає на сезонну тривалість туристичної активності та можливість використання території впродовж більшої частини року. У межах Карпатського рекреаційного регіону саме поєднання кліматичної комфортності та ландшафтної різноманітності визначається як один із ключових чинників формування стабільного попиту на природний туризм, зокрема на короткі поїздки вихідного дня, сімейний відпочинок і екологічні маршрути [31]. Для Старобогородчанської громади це означає можливість розвитку так званого «близького туризму» (short-distance tourism), орієнтованого на мешканців Івано-Франківської агломерації та прилеглих територій.

Особливе значення має геоморфологічна структура території, яка створює сприятливі умови для формування піших маршрутів різної складності, велотуризму, скандинавської ходьби та рекреаційних екскурсій. Передгірський рельєф, на відміну від високогірних районів, є більш доступним для масового туриста, що розширює цільову аудиторію потенційних відвідувачів і знижує бар'єри входу в туристичну діяльність [30]. Крім того, наявність лісових екосистем формує високий рівень екологічної привабливості території, оскільки лісові масиви виконують не лише естетичну, а й рекреаційно-оздоровчу функцію, сприяючи розвитку рекреаційної терапії, екологічного відновлення та психологічної рекреації.

Важливою складовою природно-туристичного потенціалу є гідрографічна мережа, представлена малими річками та потоками, які формують природні долинні ландшафти, придатні для створення екостежок, фотомаршрутів і локальних оглядових зон. У поєднанні з лісовими масивами це створює умови для формування цілісних рекреаційних кластерів локального рівня, де природні елементи виступають базою для просторової організації туристичних маршрутів [31]. Такі кластери можуть включати точки огляду, місця короткочасного відпочинку, природні фотолокації, а також фермерські садиби, що інтегрують аграрний та рекреаційний компоненти. Додатковою перевагою є розташування громади в межах ширшого Карпатського рекреаційного регіону, який загалом характеризується високою концентрацією природних і ландшафтних ресурсів, а також розвиненою транспортною доступністю та туристичною інфраструктурою регіонального рівня. Це створює ефект територіальної інтеграції, коли локальні громади включаються у більші туристичні маршрути Карпатського макрорегіону, що підвищує їхню впізнаваність та інвестиційну привабливість.

Культурно-історичні ресурси Старобогородчанської територіальної громади є важливим структурним компонентом її туристичного потенціалу, оскільки вони формують змістовне підґрунтя для розвитку пізнавального, етнографічного та культурно-освітнього туризму. У теорії культурного туризму науковці підкреслюють, що саме матеріальна та нематеріальна культурна спадщина виступає ключовим чинником формування туристичної привабливості територій, особливо на

рівні малих громад, де унікальність локальних традицій компенсує відсутність масштабної інфраструктури [9]. У цьому контексті навіть фрагментарно представлені історичні дані, локальні традиції та елементи побутової культури можуть бути трансформовані у цілісний туристичний продукт за умови їх систематизації та належної інтерпретації.

Важливим елементом культурно-історичного потенціалу громади є нематеріальна культурна спадщина, яка охоплює традиції, звичаї, обрядовість, локальні свята та форми соціальної взаємодії населення. Саме такі елементи, як показує науковий дискурс, формують основу етнокультурного бренду території та забезпечують її ідентифікацію в туристичному просторі [1]. Для Старобогородчанської ТГ це означає, що навіть за умов обмеженої представленості об'єктів матеріальної спадщини, ключову роль можуть відігравати локальні культурні практики, які відображають історичний розвиток поселень, традиційний уклад життя та особливості регіональної культури Прикарпаття.

Окремого значення набуває можливість інтеграції культурно-історичних ресурсів у тематичні туристичні маршрути. У сучасній практиці розвитку культурного туризму особлива увага приділяється створенню інтерпретаційних маршрутів, які поєднують історичні наративи, локальні легенди, архітектурні елементи та елементи традиційної культури в єдину смислову структуру туристичного продукту [2]. Для громади це відкриває перспективи формування етнотуристичних маршрутів, культурно-пізнавальних екскурсій і тематичних подій, які можуть бути прив'язані до історії окремих населених пунктів, розвитку сільських громад та традиційного господарювання. Водночас слід підкреслити, що культурно-історичні ресурси Старобогородчанської ТГ перебувають на етапі недостатньої систематизації та інституційного оформлення. Відсутність повноцінного реєстру локальних пам'яток, обмежена цифрова представленість та фрагментарність інформації знижують рівень їхньої туристичної капіталізації. У результаті культурна спадщина функціонує переважно як внутрішній соціокультурний ресурс громади, а не як повноцінний елемент зовнішнього туристичного продукту.

Після детального опису природних, економічних, соціальних та культурно-історичних ресурсів Старобогородчанської територіальної громади доцільно здійснити комплексний аналіз її потенціалу й зовнішнього середовища з використанням універсальних методичних інструментів стратегічного планування. Одними з найпоширеніших у практиці розроблення стратегій є SWOT-аналіз і PESTEL-аналіз, які забезпечують системне бачення середовища функціонування туристичної сфери (табл.2.1).

Таблиця 2.1. SWOT-аналіз розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ

Категорія	Фактори
Сильні сторони (Strengths)	Натуральні природні ресурси передгір'я (краєвиди, лісові масиви, природа) Близькість громади до Івано-Франківська, що підсилює транспортну доступність і інтеграцію в регіональні маршрути Наявність локальних культурних традицій і потенціалу агротуризму Малі підприємства та фермерські господарства, що формують локальні туристичні пропозиції
Слабкі сторони (Weaknesses)	Недостатньо розвинена туристична інфраструктура (засоби розміщення, сервіси) Обмежена цифрова представленість і промоція туристичних ресурсів Невелика чисельність населення та можливі демографічні виклики, що обмежують кадровий потенціал Низька впізнаваність громади як туристичного напрямку
Можливості (Opportunities)	Зростання туристичного потоку в регіоні Івано-Франківщини та попит на локальні природні туристичні продукти Партнерські проекти з іншими громадами для спільних маршрутів і цифрових сервісів Доступ до регіональних грантових і промоційних програм у сфері туризму Використання цифрових платформ, інтерактивних мап і додатків
Загрози (Threats)	Конкуренція з боку розвиненіших туристичних громад області (наприклад, Поляницька, Яремчанська) Макроекономічна нестабільність, що впливає на бюджетні й інвестиційні потоки Зміни кліматичних умов та потенційні екологічні ризики Фрагментарність даних і відсутність єдиного цифрового туристичного продукту

Джерело: систематизовано автором на основі [1; 2; 30; 31]

Аналіз свідчить про наявність у Старобогородчанської територіальної громади достатнього ресурсного потенціалу для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, насамперед за рахунок природно-ландшафтних переваг, близькості до обласного центру та збережених культурних традицій. Водночас ключовими стримувальними чинниками залишаються інфраструктурні обмеження, низький рівень цифрової промоції та недостатня впізнаваність громади на регіональному ринку туризму. Зовнішнє середовище створює як сприятливі

можливості у вигляді зростання попиту на локальний і природоорієнтований туризм та доступу до грантових програм, так і суттєві ризики, пов'язані з конкуренцією з боку більш розвинених туристичних центрів, зокрема Поляницька та Яремче, а також загальноекономічною нестабільністю.

PESTEL-аналіз доповнює SWOT-аналіз, розглядаючи макросередовище, яке складається з політичних, економічних, соціальних, технологічних, екологічних та правових факторів (табл.2.2).

Таблиця 2.2. PESTEL-аналіз зовнішнього середовища впливу на розвиток туризму в Старобогородчанській ТГ

Аспект	Фактори впливу
Р – Політичні	Децентралізація дає місцевим громадам більше ресурсів і повноважень для самостійного розвитку сфер, включно з туризмом Обласні політики в Івано-Франківській області спрямовані на розвиток туристичної галузі в регіоні (туристичні рейтинги, промоційні проекти)
Е – Економічні	Загальний зростаючий тренд туристичної активності у Івано-Франківській області формує нові можливості для громад у сфері сервісів та інвестицій Бюджетні обмеження окремих громад можуть обмежувати фінансування інфраструктурних ініціатив
S – Соціальні	Соціальна і культурна ідентичність місцевого населення стимулює розвиток локального туризму Демографічні тенденції (невелика чисельність населення, міграційні процеси) можуть обмежувати кадрові ресурси та сервісну спроможність
T – Технологічні	Цифрові платформи (онлайн-портали, соцмережі, інтерактивні карти) відіграють ключову роль у сучасному інформаційному забезпеченні туристичних пропозицій Нерівномірна доступність високошвидкісного інтернету та цифрової грамотності може стримувати реалізацію онлайн-інструментів
Е – Екологічні	Передгірський природний ландшафт є ресурсом для екологічного та активного туризму Необхідність дотримання принципів сталого використання природних ресурсів для збереження туристичного потенціалу
L – Правові	Законодавство щодо туризму, землекористування та будівництва визначає межі можливих ініціатив Нормативи безпеки та сертифікації туристичних сервісів і об'єктів впливають на інвестиційну привабливість і якість послуг

Джерело: систематизовано автором на основі [30; 31]

Тобто, макросередовище розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ формується під впливом як стимулюючих, так і стримувальних чинників. Політична децентралізація та регіональна підтримка туристичної сфери в Івано-Франківська область створюють інституційні передумови для активізації місцевих ініціатив,

водночас економічна нестабільність і бюджетні обмеження зумовлюють необхідність залучення альтернативних джерел фінансування. Соціальні фактори, зокрема збережена культурна ідентичність та локальні традиції, можуть виступати основою формування унікального туристичного продукту, однак демографічні виклики потребують кадрових і освітніх рішень. Технологічні можливості цифровізації відкривають нові канали просування громади, проте їх реалізація залежить від рівня цифрової інфраструктури. Екологічний аспект підкреслює важливість балансу між використанням природного потенціалу та дотриманням принципів сталого розвитку, тоді як правове поле визначає рамкові умови для інвестиційної активності та якості послуг.

На нашу думку, економіко-географічна характеристика Старобогородчанської територіальної громади свідчить про поєднання сприятливого просторового положення, природно-ресурсного потенціалу та базової економічної активності, що формують об'єктивні передумови її подальшого розвитку. Розташування в межах Івано-Франківська область, у передгірській зоні Українських Карпат та в безпосередній близькості до обласного центру – Івано-Франківськ – забезпечує громаді вигідне транспортно-географічне положення, інтегрованість у регіональні соціально-економічні зв'язки та доступ до ринків праці й послуг. Водночас сільський характер господарства, обмежені демографічні ресурси та інфраструктурні особливості зумовлюють необхідність збалансованого використання наявного потенціалу.

Отже, економіко-географічна характеристика Старобогородчанської територіальної громади свідчить про наявність основних передумов для розвитку туризму: вигідне географічне розташування у передгірській зоні із доступом до транспортних мереж, природні ресурси передгір'я Карпат, економіка, що включає малий бізнес і сільське господарство, та потенціал культурно-історичної спадщини.

## 2.2. Туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ

Туристичний потенціал Старобогородчанської територіальної громади доцільно оцінювати як сукупність наявних ресурсів, просторових переваг, соціокультурних передумов та організаційних можливостей, які можуть бути конвертовані у конкурентоспроможний туристичний продукт. У випадку цієї громади вирішальне значення має не лише наявність природного й культурного середовища, а насамперед те, що воно розташоване в межах Івано-Франківського району, поблизу обласного центру, а також у зоні, яка традиційно сприймається як частина карпатського туристичного простору [30]. Сам факт того, що громада офіційно позиціонує себе через окремі розділи зі структурою, історичною довідкою, документами та публічною інформацією, свідчить про наявність інституційної бази для подальшого розвитку локального туризму, хоча ця база наразі реалізована лише частково.

Природно-рекреаційний ресурс громади є її найочевиднішою конкурентною перевагою. Передгірне положення в межах Прикарпаття формує ландшафт, придатний для короткострокового відпочинку, активних прогулянок, веломаршрутів, екологічних екскурсій і сільського зеленого туризму. Особливо важливо, що в громаді є реальна можливість поєднувати природні локації з маршрутами малої тривалості, які не потребують високої фізичної чи технічної підготовки з боку туристів [29]. Саме така модель найбільше відповідає сучасному попиту на локальний, безпечний і недорогий відпочинок поблизу міст. У цьому сенсі громада має не абстрактний, а прикладний потенціал для еко- та активного туризму, який може бути використаний уже в короткостроковій перспективі.

Водночас природний потенціал не слід переоцінювати: сама наявність мальовничого ландшафту ще не створює туристичного продукту. Для його перетворення на стабільний напрямок відпочинку потрібні облаштовані маршрути, інформаційні покажчики, точки зупинки, елементи безпеки, місця короткого перепочинку й мінімальна сервісна інфраструктура [29]. Саме на цьому етапі й виникає головне обмеження Старобогородчанської ТГ: природна привабливість є,

однак вона ще недостатньо «упакована» у зрозумілу для туриста інфраструктурну форму. Тобто територія має не проблему ресурсу, а проблему його організації та комунікації. Без цього природний ландшафт лишається локально цінним, але туристично некапіталізованим.

Окремого розгляду потребує культурно-історичний потенціал громади. На офіційному сайті передбачено окремий блок «Історична довідка» щодо кожного населеного пункту, а також розміщено інформацію про будинки культури, бібліотеки та інші локальні інституції культурного життя, що свідчить про збереження та документування місцевої історичної пам'яті [31]. Для туристичного розвитку це принципово важливо, оскільки саме історичний наратив здатний перетворити звичайну сільську територію на простір тематичного пізнавального туризму. Наявність таких елементів означає, що громада може пропонувати не лише природний, а й культурно-історичний маршрутний продукт, побудований на локальних традиціях, історії поселень, громадських практиках і збереженій мережі культурних осередків.

Водночас культурний потенціал громади поки що не має повноцінного оформлення у вигляді туристичного бренду або завершеної інтерпретаційної моделі. Це означає, що окремі елементи культурної спадщини існують, але вони ще не зведені в цілісний туристичний продукт, здатний стабільно приваблювати відвідувачів [31]. Такий стан є типовим для невеликих громад: культурні ресурси наявні, але їх треба систематизувати, описати, прив'язати до маршрутів і зробити зрозумілими для зовнішнього користувача. У практичному вимірі це означає необхідність не просто зберегти історичні й культурні маркери, а інтегрувати їх у сценарії відвідування, де турист отримує не фрагментарну інформацію, а завершену смислову пропозицію.

Суттєвою складовою туристичного потенціалу є економічна база громади, насамперед мале підприємництво, аграрний сектор і пов'язані з ним локальні форми зайнятості. Офіційні матеріали громади засвідчують наявність підприємців, міні-пекарні, торговельних об'єктів та інших локальних послуг, а також окремих виробничих ініціатив, що формують первинний сервісний каркас [30]. Для туризму

це важливо тому, що аграрна та дрібнопідприємницька структура економіки створює потенційну основу для агротуризму, гастрономічних практик, продажу локальних продуктів, сервісу короткого перебування та сімейного відпочинку. На відміну від великих туристичних центрів, де домінує капіталомістка інфраструктура, для Старобогородчанської ТГ більш реалістичним є саме поєднання туризму з локальною економікою малої громади.

Проте економічна база поки що не трансформована у повноцінну туристичну індустрію. У громаді наявні елементи господарської діяльності, які можуть обслуговувати туриста, але немає достатньо ознак спеціалізованого туризму як окремого сектора [7]. Це означає, що основна проблема полягає не в повній відсутності підприємницької активності, а у відсутності її туристичної орієнтації. Інакше кажучи, громада має ресурси для формування гостинного середовища, але ще не має достатньо структурованої системи туристичного сервісу, де агровиробництво, харчування, короткострокове розміщення та дозвілля були б об'єднані в єдиний продукт. Саме тут відкривається поле для майбутнього розвитку агро- та сільського туризму.

Найбільш переконливим свідченням наявного туристичного потенціалу громади є практичні ініціативи, вже започатковані на її території. Зокрема, у 2024 році розпочалася реалізація проєкту веломаршруту «Коло історії», що включає Старі Богородчани, Нивочин, Лесівку, Гринівку та Чорний ліс. Опис проєкту прямо вказує на поєднання історичного, природного та рекреаційного компонентів, а також на його безпечність і орієнтацію на широку аудиторію, включно з сімейними подорожами (рис.2.2) [29]. Для оцінки потенціалу це дуже показовий факт: якщо громада вже бере участь у створенні маршрутної туристичної пропозиції, то вона не є пасивною територією, а переходить від потенційного рівня до рівня часткової реалізації ресурсів.



Рисунок 2.2 – Маршрут веломаршруту «Коло історії»

Джерело: складено автором на основі [29]

Особливо значущим є те, що цей маршрут не виник випадково, а є результатом взаємодії громади з обласними туристичними інституціями. Проєкт був підтриманий Департаментом міжнародного співробітництва та євроінтеграції громад Івано-Франківської ОДА та Відділом туризму ІФ ОДА, що свідчить про включення громади у ширший регіональний туристичний контекст [29]. Це важливо, оскільки туристичний потенціал у сучасних умовах рідко реалізується ізольовано: значно ефективнішою є модель, де невелика громада входить до мережі більших туристичних маршрутів, тематичних ланцюгів і регіональних промоційних програм. У випадку Старобогородчанської ТГ саме така мережевість може компенсувати її обмежений масштаб.

Транспортна доступність громади додатково підсилює її туристичну придатність. У звіті голови громади за 2024 рік зазначено, що через Скобичівку проходить маршрут Старі Богородчани – Івано-Франківськ, а біля села проходить

траса державного значення Н-09 «Львів – Мукачево» [7]. Це означає, що територія не є периферійно ізольованою, а, навпаки, має прямі транспортні зв'язки з великими потоками руху. Для туризму це критично важливо, бо навіть дуже цікава локація без доступного під'їзду залишається малоконкурентною. Тут же маємо сприятливе поєднання: близькість до обласного центру, наявність місцевих маршрутів і вихід на магістраль державного значення створюють умови для організованих поїздок, шкільних екскурсій, веломандрівок і коротких вікенд-турів.

У логіці туристичного потенціалу це означає, що громада здатна працювати не лише на внутрішнього, а й на зовнішнього споживача туристичних послуг. Відстань до Івано-Франківська, поєднана із доступом до основної транспортної мережі, дозволяє позиціонувати Старобогородчанську ТГ як територію короткого відпочинку «поруч із містом», що особливо актуально для мешканців обласного центру та прилеглих районів [7]. Для сучасного туриста така модель є привабливою, оскільки поєднує невелику логістичну витратність із можливістю отримати природний, культурний і рекреаційний досвід без тривалих переїздів. Отже, транспортний чинник тут працює не як другорядна умова, а як один із ключових елементів конкурентної спроможності громади.

Певну перевагу громаді надає й наявність офіційно структурованого інформаційного середовища. На сайті розміщено розділи, присвячені історичним довідкам, культурним інституціям, підприємствам, документам і відкритим даним [30]. Хоча це не є повноцінним туристичним порталом, сам факт наявності такої архітектури свідчить про можливість швидко розгорнути туристичний інформаційний блок без створення системи з нуля. Це особливо важливо для невеликої громади, якій не обов'язково відразу будувати окрему туристичну платформу великого масштабу; достатньо інтегрувати туристичний модуль до вже наявного адміністративного ресурсу, а потім поступово розширювати його через маршрути, карти, події та локальні історії.

Разом із тим інфраструктурна готовність громади до масового туризму залишається обмеженою. Офіційні матеріали демонструють наявність базових соціальних і культурних установ, але не фіксують достатньо розвиненої мережі

засобів розміщення, туристичних сервісів чи спеціалізованих об'єктів обслуговування [30]. Це означає, що громада поки що не може конкурувати з великими туристичними центрами Прикарпаття на основі класичної готельної моделі, однак може формувати альтернативний, більш локальний формат туризму – одноденні поїздки, маршрутні прогулянки, велотури, етно- та агроорієнтовані відвідини. Саме така модель є реалістичною і найбільш економічно виправданою для території даного масштабу.

З огляду на це, доцільно визнати, що Старобогородчанська територіальна громада має високий природно-ландшафтний і помірно високий культурно-історичний туристичний потенціал, але рівень його фактичної реалізації поки що залишається нижчим за наявні можливості [31]. Це означає, що громада вже володіє ресурсною базою для формування туристичного продукту, проте ще не завершила перехід від ресурсів до продукту. Саме в цьому полягає головна аналітична характеристика підрозділу: сильні сторони у громаді є, зовнішнє середовище теж створює сприятливі умови, однак повномасштабне використання потенціалу стримується браком інфраструктурної оформленості, просування та системної туристичної спеціалізації.

Підсумовуючи, туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ слід оцінювати як ресурсно перспективний, але організаційно ще не повністю оформлений. Найсильнішими його компонентами є природне середовище, передгірне розташування, транспортна доступність і наявність першого практичного кроку до створення маршруту «Коло історії». Культурно-історичні ресурси та локальні форми господарювання створюють основу для еко-, вело-, агро- й пізнавального туризму. Водночас недостатня інфраструктурна насиченість і слабка туристична формалізація не дозволяють поки що говорити про повну реалізацію цього потенціалу. Отже, головне завдання громади полягає не в пошуку нових ресурсів, а в перетворенні вже наявних переваг на зрозумілий, структурований і привабливий туристичний продукт.

## 2.3. Інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ

Інформаційне забезпечення є тим елементом, який перетворює наявний туристичний ресурс на реальну туристичну пропозицію. У сучасній практиці територіального туризму недостатньо лише мати природні, культурні чи рекреаційні передумови: вони мають бути видимими, структурованими, зручними для пошуку та зрозумілими для потенційного відвідувача. Саме тому успішні туристичні платформи регіону, зокрема офіційний туристичний сайт Івано-Франківська, сайт Яремче та офіційний ресурс Bukovel, будуються не навколо загальних повідомлень, а навколо конкретних інформаційних блоків: маршрути, події, мапи, місця для проживання, харчування, екскурсії, туристичні центри та контактні дані [8]. Це дає можливість не лише ознайомити туриста з територією, а й фактично провести його через увесь цикл планування поїздки.

Офіційний вебсайт Старобогородчанської громади формально має розвинену інформаційну структуру, однак вона зорієнтована насамперед на адміністративно-управлінські потреби громади. На головній сторінці наявні розділи «Новини», «Оголошення», «Відеогалерея», «Контакти», «Картка громади», блоки відкритих даних, історична довідка по населених пунктах, а також доступ до матеріалів виконавчого комітету та сесій (рис.2.3) [31]. Така архітектура свідчить про інституційну впорядкованість інформаційного ресурсу громади, але водночас показує, що туристичний напрямок не виокремлено в самостійний інформаційний сегмент. Інакше кажучи, сайт виконує функцію офіційного комунікаційного майданчика, але ще не став повноцінним туристичним порталом.



Рисунок 2.3 – Офіційний вебсайт Старобогородчанської громади

Джерело: [31]

Ця обставина підтверджується і результатами пошуку по самому сайту. На офіційному вебресурсі громади не виявлено окремих згадок за ключовими словами «Туризм», «маршрут», «бренд» та «соцмереж», що означає відсутність спеціалізованого туристичного блоку в структурованому вигляді [31]. У практичному вимірі це дуже важливо, оскільки саме такі елементи формують базову навігацію для людини, яка шукає не загальні відомості про громаду, а конкретну інформацію для подорожі. За відсутності тематичного розділу туристу доводиться самостійно “збирати” маршрут із фрагментованих новин, історичних сторінок або випадкових згадок, що істотно знижує інформаційну доступність території.

Водночас не можна сказати, що туристичний компонент у цифровій присутності громади повністю відсутній. Офіційний сайт містить у відеогалереї окремий матеріал про веломаршрут «Коло історії», тобто туристична ініціатива існує, але представлена як ізольований інформаційний елемент, а не як частина системного туристичного продукту (рис.2.4) [31]. Така ситуація є типовою для невеликих громад на етапі початкового формування туристичного бренду: окремі події, маршрути чи ініціативи вже виникають, однак вони ще не зведені в цілісну інформаційну модель, яку можна використовувати для регулярного просування громади. Саме тому інформаційне забезпечення тут слід оцінювати як часткове та нерівномірне.



Рисунок 2.4 – Розпочалася реалізація проєкту «Веломаршрут “Коло історії”»

Джерело: [31]

Ще однією проблемою є слабка інтеграція громади у цифрове середовище соціальних комунікацій. У відкритому просторі наявні Facebook-групи та сторінка, пов'язані зі Старими Богородчанами та Старобогородчанською сільською радою, але ці майданчики здебільшого функціонують як простір локального обговорення, а не як спеціалізовані туристичні платформи з маршрутами, календарем подій, фотобанком, інтерактивною мапою чи інформацією про послуги (рис.2.5). Наявність таких груп свідчить про базову цифрову активність громади, однак ця активність не трансформована у стабільну туристичну комунікацію. Отже, соціальні мережі поки що виконують допоміжну, а не стратегічну роль у розвитку туризму.

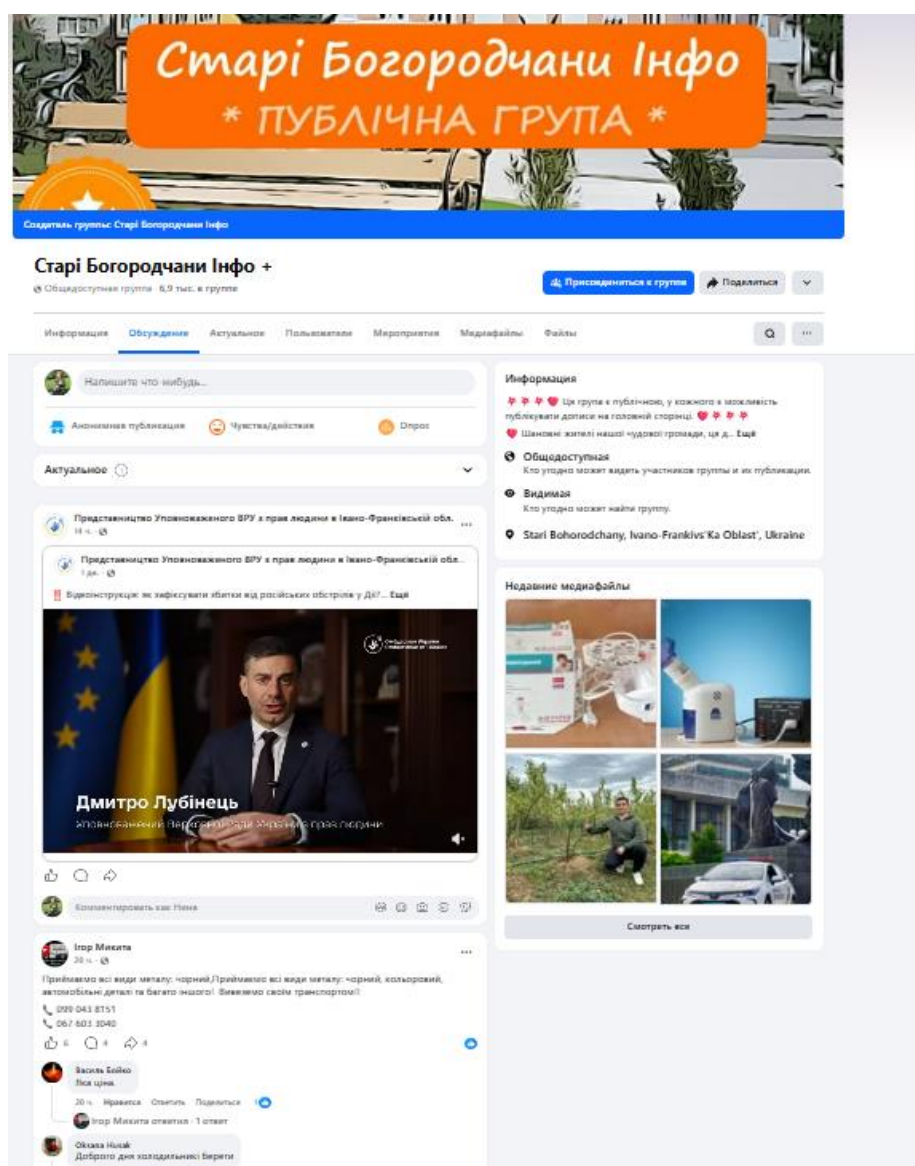


Рисунок 2.5 – Сторінка Facebook «Старі Богородчани»

Джерело: [31]

Для порівняння, офіційний туристичний сайт Івано-Франківська побудований саме як структурований навігаційний ресурс для гостя міста. На ньому є розділи «What to see», «Where to go», «Where to stay», «Where to eat», карта, події, екскурсії, тури, а також окремий «Tourist and Investment Center» [8]. Така логіка подачі інформації демонструє, що сучасний туристичний сайт – це не просто джерело новин, а інструмент маршрутизації, орієнтації та сервісного супроводу. Порівняння із сайтом Старобогородчанської громади показує принципову різницю: якщо міський туристичний портал одразу пропонує готовий сценарій перебування, то сайт громади поки що залишається переважно адміністративним ресурсом із поодинокими туристично значущими вкрапленнями.

Дуже показовим є і приклад Яремче, де офіційний туристичний ресурс має окрему сторінку walking routes з детально поданими маршрутами: тривалість, довжина, стартова точка, вершини на шляху, посилання на деталі. Наявність такої структури є важливою не лише для туриста, а й для місцевого бізнесу, оскільки вона формує основу для продажу послуг, супутніх сервісів і супроводжувальних продуктів [24]. У Старобогородчанській громаді, натомість, навіть за наявності окремої маршрутної ініціативи, відсутня її системна цифрова подача. Це означає, що потенційний турист не бачить тут легкої, швидкої і зрозумілої логіки доступу до маршруту, а отже громада втрачає частину своєї конкурентної привабливості ще на етапі первинного пошуку.

Показовим орієнтиром виступає також Bukovel. На офіційному сайті курорту є карта, готелі, відпочинок, окремий блок турів у регіоні, новини, блог, активності, а також спеціалізований Tour Center Bukovel, який прямо названо єдиним офіційним оператором курорту. Додатково сайт містить конкретні позиції інформаційного й сервісного супроводу: години роботи, контактний номер, опис масштабів роботи центру та новинний контент про сезонні активності [40]. Саме така щільна інформаційна інфраструктура формує впізнаваний бренд і робить туристичну територію “читабельною” для споживача. На цьому тлі Старобогородчанська громада виглядає як територія з потенціалом, але без відповідного цифрового “пакування” цього потенціалу.

Аналогічну логіку демонструє й регіональний інвестиційно-туристичний портал Івано-Франківської області. Тут туризм подано як окремий пріоритетний напрям, а інформаційний масив містить опис туристичних маршрутів, типів маршрутів, туристичних центрів, закладів розміщення, туристичних організацій та загальну регіональну туристичну карту [35]. У матеріалах порталу окремо підкреслено наявність маршрутів гірських, водних, велосипедних і автомобільних, а також туристичних центрів і мережі суб'єктів обслуговування. Саме така системність є тією нормою, до якої доцільно орієнтуватися і Старобогородчанській громаді, якщо вона прагне вивести туризм за межі окремих новинних повідомлень і перетворити його на впізнаваний напрямок локального розвитку.

У такому порівнянні особливо помітно, що головною проблемою Старобогородчанської ТГ є не відсутність окремих інформаційних фрагментів, а відсутність їх інтеграції у цілісний комунікаційний продукт [31]. Наявні історичні сторінки, відеоматеріали, новини та місцеві інформаційні ресурси не зібрані в єдину систему, де турист міг би швидко знайти маршрут, зрозуміти, як дістатися до громади, що подивитися, де зупинитися, які події відвідати і з ким комунікувати з організаційних питань. Саме це відрізняє інформаційно зрілі туристичні території від тих, де потенціал є, але він не видимий для зовнішнього користувача (табл.2.3).

Таблиця 2.3. Порівняння туристичних інформаційних ресурсів Івано-Франківська, Яремче.Буковель і Старих Богородчан

<b>Критерій</b>	<b>Івано-Франківськ</b>	<b>Яремче</b>	<b>Буковель</b>	<b>Старі Богородчани</b>
Наявність ТІЦ	Регіональний туристичний центр, розвинена структура інформаційної підтримки	Туристично-інформаційні та сервісні центри при курортній інфраструктурі	Інформація інтегрована переважно через приватний туристичний бізнес	Локальний туристичний інформаційний центр, обмежений функціонал
Рівень цифрової інтеграції	Високий (сайт, соцмережі, регіональні портали)	Середній (частково інтегровані сервіси та сайти)	Високий (через комерційні платформи та бронювання)	Низький (фрагментарні джерела інформації)
Доступність маршрутної інформації	Структурована (міські та регіональні маршрути)	Добре розвинена (туристичні маршрути Карпат)	Дуже висока (лижні, гірські, сервісні маршрути)	Обмежена, несистематизована

## Продовження табл.2.3

Інформація про проживання	Повна (готелі, садиби, сервіси)	Розвинена (садиби, готелі, приватний сектор)	Максимально розвинена (масова готельна база)	Часткова, без єдиної бази
Подієва інформація	Системна (фестивалі, міські події)	Регулярна (туристичні події регіону)	Високий рівень (спортивні та сезонні події)	Слабо структурована або відсутня
Інтеграція туристичних сервісів	Висока (єдина міська система)	Середня (частково інтегрована)	Висока (але комерційно орієнтована)	Низька (відсутність єдиного інформаційного продукту)
Загальна інформаційна зрілість	Висока	Середня-висока	Дуже висока	Низька

Джерело: систематизовано автором на основі [8; 31]

Відсутність інформаційного «упакування» має не лише технічне, а й економічне значення. Якщо територія не представлена у зрозумілому цифровому форматі, вона фактично випадає з поля коротких запитів, маршрутного планування, рекомендаційних алгоритмів і туристичного порівняння. У такому разі навіть об'єктивно приваблива локація програє тим громадам і курортам, які мають готовий контент: мапи, маршрути, фото, контакти, події та сервісні блоки [8]. Саме тому інформаційне забезпечення в сучасному туризмі слід розглядати як частину конкурентної переваги, а не як допоміжну технічну функцію. На рівні громади воно прямо впливає на можливість створити потік відвідувачів, сформувати позитивне враження та утримати туриста в локальному економічному контурі.

З огляду на це, доцільно зробити висновок, що інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській територіальній громаді перебуває на початковому етапі формування. Певні елементи вже наявні: офіційний сайт, відкриті дані, історичні матеріали, локальна новинна активність, поодинокі згадки про маршрутні ініціативи [30]. Проте ці елементи не зведені в повноцінну туристичну систему, яка б виконувала функції брендування, навігації, промоції та сервісного супроводу. Саме тому туристичний потенціал громади залишається значною мірою інформаційно невидимим: він існує як ресурс, але ще не існує як добре упакований і впізнаваний продукт (табл.2.4).

Таблиця 2.4. Пропозиції щодо удосконалення офіційного вебсайту Старобогородчанської ТГ для розвитку туризму

№	Виявлена проблема	Пропозиція щодо вдосконалення	Очікуваний результат
1	Відсутній окремий туристичний розділ на сайті	Створити самостійний розділ «Туризм» у головному меню сайту	Підвищення видимості туристичного напрямку та спрощення доступу до інформації для відвідувачів
2	Туристична інформація подана фрагментарно	Систематизувати контент за підрозділами: маршрути, пам'ятки, події, проживання, харчування, транспорт, контакти	Формування цілісного інформаційного продукту для туриста
3	Відсутня структурована маршрутна інформація	Розмістити опис туристичних маршрутів із зазначенням протяжності, тривалості, рівня складності, стартової та фінішної точок	Полегшення планування подорожі та підвищення практичної цінності сайту
4	Немає візуальної навігації	Додати інтерактивну карту громади з позначенням туристичних об'єктів, маршрутів, закладів харчування та розміщення	Покращення орієнтації користувача та зручності пошуку локацій
5	Бракує повного опису туристичних ресурсів	Створити окремі картки для кожного об'єкта: фото, коротка історична довідка, адреса, режим доступу, контактні дані	Підвищення інформативності та привабливості туристичних об'єктів
6	Туристичний контент не інтегрований із новинами та подіями	Запровадити календар подій і окрему рубрику про фестивалі, екскурсії, локальні ініціативи	Формування подієвого туризму та регулярне оновлення контенту
7	Відсутній багатомовний доступ	Створити україномовну та англomовну версії туристичних сторінок, за можливості додати польську	Розширення потенційної аудиторії та покращення доступності для зовнішніх туристів
8	Слабка інтеграція з соціальними мережами	Додати на туристичних сторінках кнопки переходу до Facebook, Instagram, YouTube, а також можливість швидкого поширення матеріалів	Посилення цифрової комунікації та збільшення охоплення аудиторії
9	Немає сервісної інформації для туриста	Розмістити блок «Де зупинитися», «Де поїсти», «Як дістатися», «Куди звернутися»	Підвищення зручності користування сайтом і формування повного туристичного маршруту
10	Відсутній єдиний туристичний бренд громади	Розробити візуальну айдентичку туристичного напрямку громади: логотип, слоган, єдині стилістичні елементи	Формування впізнаваного образу громади та посилення її конкурентоспроможності

Джерело: авторська розробка

Запропоновані заходи спрямовані на перетворення офіційного сайту Старобогородчанської ТГ з переважно адміністративного ресурсу на повноцінну цифрову платформу туристичної комунікації. Упровадження окремого туристичного розділу, маршрутної карти, сервісних блоків, календаря подій і багатомовного контенту дасть змогу підвищити інформаційну відкритість громади, забезпечити зручність для потенційного туриста та посилити промоцію локальних ресурсів.

Отже, основним завданням громади на цьому етапі має стати не створення туризму «з нуля», а перетворення наявної інформаційної бази на цілісну туристичну комунікацію. У практичному вимірі це означає потребу у виокремленні туристичного розділу на офіційному сайті, систематизації маршрутів, розміщенні карт і фотоматеріалів, упровадженні багатомовних сторінок, створенні календаря подій та інтеграції з соціальними мережами й регіональними туристичними порталами. Саме така модель є виправданою для невеликої громади, яка прагне стати впізнаваною не за рахунок масштабів, а за рахунок якості цифрової подачі власного потенціалу.

## **Висновки до розділу 2**

Старобогородчанська територіальна громада має сприятливі економіко-географічні передумови для розвитку туризму. Її розташування у передгірській зоні Українських Карпат, близькість до Івано-Франківська, наявність транспортних зв'язків і вихід до магістральних шляхів формують вигідне просторове положення для туристичної діяльності. Водночас сільський характер господарства, обмежені демографічні ресурси та недостатній рівень інфраструктурного розвитку визначають потребу в раціональному використанні наявного потенціалу та поступовому нарощуванні туристичної спеціалізації громади.

Туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ є ресурсно значним, але реалізованим лише частково. Найбільш перспективними складовими виступають природно-рекреаційні ресурси, культурно-історичні передумови, аграрна база та окремі практичні ініціативи, зокрема створення маршрутного продукту. Разом з тим

повноцінному розгортанню туристичної діяльності перешкоджають слабка інфраструктурна оформленість, недостатня структурованість туристичних пропозицій і відсутність цілісного бренду громади як туристичної дестинації.

Інформаційне забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ перебуває на початковому етапі формування. Хоча громада має офіційний сайт, окремі історичні та новинні матеріали, а також поодинокі згадки про туристичні ініціативи, ці елементи ще не об'єднані в системну цифрову туристичну платформу. Порівняння з більш розвиненими туристичними територіями області засвідчує, що головною проблемою є не відсутність потенціалу, а його недостатня інформаційна видимість. Отже, для подальшого розвитку туризму громаді необхідно перейти від фрагментарного подання інформації до цілісної комунікаційної моделі, здатної забезпечити впізнаваність, доступність і привабливість території для туристів.

## РОЗДІЛ 3

# ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАПРОПОНОВАНИХ ПРОЕКТНИХ РІШЕНЬ

### 3.1. Теоретичні аспекти оцінки економічної ефективності

Економічне обґрунтування проектних рішень у сфері туризму для Старобогородчанської територіальної громади має виходити не з абстрактної моделі туристичного підприємства, а з логіки просторово-територіального розвитку, у межах якого туризм виконує функцію інструмента економічної активізації місцевої економіки, диверсифікації зайнятості населення та підвищення бюджетної спроможності громади. У цьому контексті туристична діяльність розглядається як елемент регіональної економічної системи, що інтегрує виробничі, сервісні та соціальні процеси, формуючи додану вартість не лише у межах окремих суб'єктів господарювання, але й на рівні всієї територіальної спільноти.

Для малих територіальних систем, до яких належить Старобогородчанська громада, ефективність туристичних рішень не може визначатися виключно показниками комерційної прибутковості окремих підприємств або проектів. Значно більшої ваги набувають кумулятивні (системні) результати, що проявляються у зростанні податкових надходжень до місцевого бюджету, збільшенні зайнятості населення, активізації підприємницької ініціативи, розвитку мікро- та малого бізнесу, а також у розширенні спектра локальних послуг [15, с.71]. Саме ці ефекти формують реальний економічний вплив туризму на територіальний розвиток, оскільки вони охоплюють як формальний сектор економіки, так і неформальні економічні практики, характерні для сільських громад.

У зв'язку з цим теоретико-методологічні підходи до оцінювання економічної ефективності туристичних проектів повинні мати комплексний міждисциплінарний характер і поєднувати фінансово-економічні, соціальні, правові та інституційні складові. У практичній площині це означає, що громади отримують ширші повноваження щодо планування туристичної інфраструктури, формування

локальних маршрутів, розвитку рекреаційних зон та залучення інвестицій у туристичну сферу.

Додатково слід враховувати, що на рівні Івано-Франківської області сформовано інституційне середовище підтримки туризму, яке включає регіональні програми розвитку галузі, механізми облаштування туристичних маршрутів, систему інформаційного супроводу та популяризації туристичних продуктів, а також діяльність спеціалізованих структур, що координують розвиток рекреаційного потенціалу [8]. У межах таких підходів пріоритет надається створенню цілісної туристичної інфраструктури, розвитку мережі маршрутів, цифровізації туристичних послуг та формуванню локальних брендів територій, що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність окремих громад у межах регіону.

У сучасній українській науковій літературі економічну ефективність туристичного розвитку трактують як багатокомпонентний аналітичний процес, що охоплює не лише доходи від туризму, а й ширший вплив на регіональну економіку та якість життя населення. Дослідники підкреслюють, що оцінювання туристичного потенціалу передбачає вивчення того, як туристичні ресурси перетворюються на економічне зростання, соціальну інтеграцію та підвищення стандартів життя; при цьому увага приділяється не тільки доходам і капітальним вкладенням у інфраструктуру, а й зайнятості, розвитку місцевих громад і якості соціальних послуг [4, с.240]. Така позиція є принциповою для громади, де туристичний проєкт має бути пов'язаний із локальною економічною базою, а не існувати окремо від неї. Отже, теоретично коректний аналіз ефективності повинен охоплювати і фінансовий результат, і суспільну віддачу від використання територіальних ресурсів.

Особливу методологічну цінність для оцінювання туристичних проєктів має підхід, згідно з яким розрахунок ефективності починається із сукупного доходу туристичного комплексу або кластера. Українські науковці вказують, що до ключових індикаторів належать рентабельність, дохід безпосередньо від туристичної діяльності, податкові надходження до місцевого бюджету, розвиток інфраструктури, мультиплікативний ефект та вплив на зайнятість населення [39,

с.43]. Для громади це означає, що проєктні рішення слід оцінювати не лише за тим, чи покривають вони власні витрати, а й за тим, наскільки вони генерують додаткові економічні кола: закупівлі місцевих товарів, послуги транспорту, харчування, дрібну торгівлю, ремонт, утримання маршрутів, обслуговування відвідувачів. Іншими словами, туристичний проєкт має створювати не одну, а кілька хвиль економічного ефекту в межах громади та за її межами.

У теоретичному плані надзвичайно важливим є розмежування прямого, непрямого та індукованого ефектів туризму. Прямий ефект утворюється внаслідок безпосередніх витрат туриста на послуги й товари в межах дестинації: харчування, транспорт, сувеніри, проживання, екскурсійний супровід, локальні активності. Непрямий ефект виникає тоді, коли суб'єкти, що обслуговують туриста, самі закупають товари та послуги у місцевих постачальників, а ті, своєю чергою, також отримують новий попит. Індукований ефект пов'язаний із тим, що працівники туристичної сфери і суміжних секторів витрачають отримані доходи у місцевій економіці [4, с.241]. У результаті формується мультиплікатор туризму, який є ключовим теоретичним інструментом для невеликих громад, оскільки дозволяє оцінити не тільки первинний, а й вторинний ефект від кожної вкладеної гривні. Саме тому сучасні методичні підходи до оцінювання ефективності туристичного сектору передбачають аналіз мультиплікативного ефекту як обов'язкового елемента, а не додаткового показника.

Для Старобогородчанської територіальної громади такий підхід є особливо доречним, оскільки йдеться про компактну територіальну систему, де кожен додатковий туристичний потік має потенціал залучати суміжні галузі [30; 31]. У подібних умовах ефективність туристичного проєкту треба розглядати як поєднання виробничого, бюджетного та територіального ефектів. Виробничий ефект проявляється через зростання виручки суб'єктів, що надають туристичні послуги; бюджетний – через збільшення місцевих податкових і неподаткових надходжень; територіальний – через покращення інфраструктури, благоустрій, підвищення привабливості середовища проживання та формування позитивного іміджу громади. У випадку малої громади саме територіальний ефект часто стає вирішальним,

оскільки він створює базу для наступних інвестицій і нових підприємницьких ініціатив. Тому оцінювання економічної ефективності не повинно обмежуватися тільки короткостроковим фінансовим результатом – необхідно враховувати довгостроковий вплив на структурну зміну місцевої економіки.

Окремий теоретичний блок становить оцінка туристичного збору як одного з найнаочніших індикаторів економічної результативності. У наукових джерелах наголошується, що високі показники туристичного збору свідчать про реальне залучення туристів, а також про збільшення доходів місцевих бюджетів, розвиток підприємництва та позитивний вплив на зайнятість. Для громади це особливо важливо, адже туристичний збір є прямим грошовим підтвердженням того, що туризм працює не лише як інформаційна чи репутаційна сфера, а як джерело фінансового ресурсу. Водночас слід пам'ятати, що туристичний збір відображає лише частину ефекту, оскільки частина витрат туристів узагалі не потрапляє в офіційну бюджетну статистику – вона реалізується через приватні домоволодіння, дрібні точки харчування, транспортні та побутові послуги. Саме тому туристичний збір потрібно сприймати як один із базових, але не єдиний показник економічної ефективності.

Ще одним важливим теоретичним орієнтиром є поєднання економічних і соціальних критеріїв. Сучасні підходи до оцінювання туристичного потенціалу в Україні прямо вказують на потребу враховувати соціально-економічні наслідки: вплив на зайнятість, покращення якості соціальних послуг, розвиток місцевих громад, рівень соціальної стабільності та екологічні наслідки [15, с.73]. Це означає, що для Старобогородчанської територіальної громади ефективність туристичних проектів не можна оцінювати суто через ринкову віддачу. Якщо проект створює робочі місця для місцевих жителів, утримує молодь у громаді, підвищує попит на локальні товари та зменшує відтік економічної активності до більших центрів, то він має позитивну економічну ефективність навіть за помірної прямої рентабельності. Саме такі проекти відповідають сучасній логіці солідарного та стійкого туризму, де економічна, соціальна й екологічна компоненти мають розглядатися разом.

У зв'язку з цим для громади доцільно застосовувати не один показник ефективності, а систему взаємопов'язаних індикаторів.

1. До фінансово-економічного блоку належать дохід від туристичної діяльності, рентабельність, валовий прибуток, собівартість проєкту, строк окупності, чиста приведена вартість, внутрішня норма дохідності та коефіцієнт вигоди-витрати.

2. До бюджетного блоку належать податкові надходження, туристичний збір, збільшення надходжень до місцевого бюджету від підприємницької активності та орендних платежів.

3. До соціального блоку належать кількість створених робочих місць, рівень локальної зайнятості, участь мешканців у супутньому бізнесі, збереження молодого населення, посилення самозайнятості та розширення сфери побутових послуг.

4. До інфраструктурного блоку слід віднести облаштування маршрутів, покращення транспортної доступності, появу елементів гостинності, благоустрій та цифрову присутність [38, с.44]. Така багаторівнева система дає змогу оцінювати проєкт не фрагментарно, а як цілісний механізм розвитку громади.

З методологічного погляду важливою є також проблема вихідних даних для розрахунків. Українські дослідження наголошують, що для розрахунку мультиплікативного ефекту можуть використовуватися як офіційні статистичні дані, так і оціночні показники, а в окремих випадках – експертні оцінки, особливо коли йдеться про регіональні та локальні проєкти, де статистика є неповною або запізнюється [39, с.45]. Це положення є принциповим саме для невеликої громади, тому що на рівні територіальної громади далеко не всі туристичні потоки повністю відображаються в офіційній статистиці. Частина відвідувань може відбуватися без формальної реєстрації, частина витрат може бути «розмита» між кількома локальними послугами, а частина ефекту проявляється в суміжних секторах. Отже, для коректного оцінювання потрібне поєднання статистичних даних, опитувань, експертних оцінок, спостережень і розрахунків за сценаріями.

У практичному плані для Старобогородчанської територіальної громади це означає, що модель оцінювання має будуватися поетапно. Спершу визначається базовий стан: скільки коштів громада і приватні суб'єкти вже витрачають на

інфраструктуру, які доходи може генерувати туристична діяльність, який орієнтовний обсяг відвідувачів є реалістичним для коротких поїздок і маршрутних форм туризму. Далі встановлюється набір проєктних рішень: маршрути, знакування, елементи благоустрою, інформаційна підтримка, малі сервіси, партнерство з місцевим бізнесом. Після цього оцінюються витрати на реалізацію й очікувані грошові надходження, а також нефінансові результати – зайнятість, локальні закупівлі, розвиток малого підприємництва. На завершальному етапі проводиться зіставлення кількох сценаріїв: консервативного, базового та оптимістичного, що дає змогу оцінити чутливість проєкту до змін попиту, сезонності й зовнішніх ризиків.

Теоретично виправданим у такій оцінці є також застосування принципу поєднання короткострокової та довгострокової ефективності. Короткострокова ефективність відповідає на питання, чи покриває проєкт власні витрати і коли він може окупитися. Довгострокова – показує, чи створює він нову траєкторію розвитку громади, чи сприяє формуванню туристичної спеціалізації, чи підвищує стійкість локальної економіки до зовнішніх коливань. Для громади, де туризм тільки формується, саме довгостроковий ефект часто є важливішим за швидкий прибуток, бо він відображає зміни у структурі місцевої економіки та у поведінці економічних агентів. Якщо після запуску проєкту збільшується кількість пов'язаних послуг, локальних ініціатив і повторних відвідувань, це означає, що економічна ефективність досягнута не разово, а на системному рівні.

Важливо також враховувати, що сучасний розвиток туризму в Україні відбувається в умовах підвищеної нестабільності. Наукові публікації прямо вказують на вплив політичної нестабільності, недосконалої нормативно-правової бази, пандемії, російської агресії та загального рівня соціально-економічного розвитку на ефективність туристичної сфери. Для теорії економічного обґрунтування це означає, що будь-який туристичний проєкт у громаді має проходити через перевірку на стійкість до ризиків: чи не зруйнує його сезонний спад попиту, чи не стане він надто залежним від одного маршруту, чи здатен пережити короткострокові потрясіння [6, с.59]. Саме тому в економічному обґрунтуванні доцільно застосовувати не один прогноз, а кілька сценаріїв розвитку

подій, включно з ризиковим і песимістичним, аби показати межі життєздатності проектного рішення.

Для Старобогородчанської громади це особливо важливо, оскільки її туристичний проєкт матиме сенс лише за умови поєднання з регіональною системою туристичного супроводу. На рівні області вже функціонує мережа туристично-інформаційних центрів, доступні дані щодо знакування маршрутів, а на офіційному порталі області є окремі розділи для гастрономічного, етно- та ділового туризму, а також для сертифікованих закладів розміщення і добровільної категоризації садиб сільського зеленого туризму. Це означає, що для громади питання ефективності полягає не лише у внутрішній окупності її рішень, а й у здатності вбудуватися в ширшу регіональну туристичну інфраструктуру. Якщо цього не зробити, навіть економічно обґрунтований локальний проєкт залишиться малопомітним і не досягне очікуваного мультиплікативного ефекту.

Отже, теоретичні аспекти оцінки економічної ефективності туристичного розвитку Старобогородчанської територіальної громади полягають у необхідності комплексного, багатокритеріального й багаторівневого підходу. Такий підхід має враховувати прямі й непрямі доходи, бюджетну віддачу, створення робочих місць, інфраструктурні зміни, соціальний вплив і стійкість до ризиків. Саме в цій логіці туризм постає не як периферійна сфера, а як механізм локальної економічної модернізації. Для громади це означає, що ефективність майбутніх проєктних рішень слід вимірювати не тільки в гривнях прибутку, а й у ширшому ефекті – збільшенні зайнятості, посиленні внутрішньої економічної взаємодії, формуванні нової територіальної привабливості та підвищенні якості життя населення.

### **3.2. Розрахунок економічної ефективності проєкту розвитку туристичного маршруту в Старобогородчанській ТГ**

Економічна ефективність проєкту розвитку туристичного маршруту в Старобогородчанській територіальній громаді має розглядатися комплексно, оскільки в сучасних умовах туристичний продукт формується не лише через

наявність самого маршруту, а й через його інформаційне супроводження, цифрову навігацію, візуальну подачу та доступність онлайн-ресурсів. Саме тому в межах даного дослідження доцільно оцінювати два взаємопов'язані проєктні рішення: впровадження веломаршруту «Коло історії» та модернізацію офіційного сайту громади як інструмента туристичного просування.

Для розрахунків використано модельні показники, сформовані на основі середньоринкових цін на інформаційні, цифрові та організаційні послуги. Наведені величини не є офіційним кошторисом громади, а відображають орієнтовну економічну доцільність реалізації проєкту. Розвиток веломаршруту «Коло історії», що проходить через Старі Богородчани, Нивочин, Лесівку, Гринівку та Чорний ліс, потребує початкових капітальних вкладень у навігацію, інформаційне оформлення, благоустрій окремих ділянок і створення цифрового супроводу.

Таблиця 3.1 Структура стартових витрат на запуск туристичного маршруту

Стаття витрат	Сума, грн	Пояснення
Інформаційні стенди	45 000	розміщення основної інформації про маршрут, історичні точки, правила проходження
QR-навігація	15 000	QR-коди, цифрові маркування, навігаційні позначки
Створення сторінки та карти	20 000	туристичний розділ на сайті громади, інтерактивна карта маршруту
Друк матеріалів	10 000	буклети, листівки, короткі інформаційні матеріали
Благоустрій маршруту	50 000	впорядкування окремих ділянок, дрібні роботи, елементи безпеки
Резерв	20 000	непередбачені витрати
<b>Разом</b>	<b>160 000</b>	

Таблиця 3.2 Структура річних витрат на інформаційний супровід маршруту

Захід	Орієнтовні витрати, грн/рік
Підтримка туристичного розділу сайту громади	15 000
Оновлення інтерактивної карти маршруту	10 000
Підтримка QR-навігації	8 000
Просування у Facebook та Instagram	12 000
Фото- та відеоконтент	15 000
<b>Разом</b>	<b>60 000</b>

Для оцінки результативності проєкту прийнято три сценарії туристичного потоку:

- 450 осіб на рік – консервативний сценарій;

- 700 осіб на рік – базовий сценарій;
- 1000 осіб на рік – оптимістичний сценарій.

Середній дохід від одного відвідувача прийнято на рівні 250 грн, що відображає платну складову маршруту: екскурсійний супровід, організаційні послуги, супутні сервісні елементи. Змінні витрати на одного відвідувача становлять 80 грн.

Формула доходу:

$$D = N \times P \quad (1)$$

де:

- $D$  – дохід;
- $N$  – кількість відвідувачів;
- $P$  – середній дохід від одного відвідувача.

Формула змінних витрат:

$$VC_t = N \times VC \quad (2)$$

де:

- $VC_t$  – загальні змінні витрати;
- $N$  – кількість відвідувачів;
- $VC$  – змінні витрати на одного відвідувача.

Формула прибутку:

$$\Pi = D - VC_t - FC \quad (3)$$

де:

- $\Pi$  – прибуток;
- $D$  – дохід;
- $VC_t$  – загальні змінні витрати;
- $FC$  – постійні витрати.

Таблиця 3.3 Розрахунок економічних показників функціонування маршруту

Показник	Консервативний сценарій	Базовий сценарій	Оптимістичний сценарій
Кількість відвідувачів, осіб	450	700	1000
Дохід, грн	112 500	175 000	250 000
Змінні витрати, грн	36 000	56 000	80 000
Постійні витрати, грн	60 000	60 000	60 000
<b>Прибуток, грн</b>	<b>16 500</b>	<b>59 000</b>	<b>110 000</b>

Розрахунок точки беззбитковості:

$$Q = \frac{FC}{P - VC} \quad (4)$$

де:

- $Q$  – точка беззбитковості (кількість відвідувачів);
- $FC$  – постійні витрати;
- $P$  – ціна (середній дохід від одного відвідувача);
- $VC$  – змінні витрати на одного відвідувача.

$$Q = 60\,000 / (250 - 80) = 60\,000 / 170 = 352,94$$

Отже, точка беззбитковості становить 353 відвідувачі на рік. Це означає, що навіть за помірною туристичною потоку маршрут здатний функціонувати без збитків.

Розрахунок строку окупності:

$$T = \frac{I}{\Pi} \quad (5)$$

де:

- $T$  – строк окупності;
- $I$  – капітальні витрати;
- $\Pi$  – річний прибуток.

$$\text{Для базового сценарію: } 160\,000 / 59\,000 = 2,71 \text{ року}$$

Таким чином, проєкт розвитку веломаршруту «Коло історії» є економічно доцільним, оскільки забезпечує позитивний фінансовий результат, досягає точки беззбитковості за помірною туристичною потоку та може окупитися приблизно за 2,7 року за базового сценарію.

Крім прямого доходу, маршрут створює і додатковий локальний оборот. Якщо припустити, що один відвідувач витрачає в середньому 180 грн на харчування, дрібні покупки, транспорт або супутні послуги, то додатковий локальний оборот становитиме:

- $450 \times 180 = 81\,000$  грн;
- $700 \times 180 = 126\,000$  грн;
- $1000 \times 180 = 180\,000$  грн.

Це підтверджує наявність мультиплікативного ефекту, оскільки туристичний маршрут стимулює не лише власний дохід, а й розвиток суміжних видів економічної активності в межах громади.

Окремим напрямом проекту є модернізація офіційного сайту Старобородчанської територіальної громади як головного цифрового каналу туристичної комунікації. Саме сайт забезпечує доступ до інформації про маршрут, формує перше враження про громаду, дозволяє розміщувати інтерактивну карту, QR-навігацію, фотогалереї, календар подій та контакти для туристів.

Початкові витрати на модернізацію сайту доцільно структурувати таким чином.

Таблиця 3.4 Структура одноразових витрат на модернізацію сайту громади

Стаття витрат	Сума, грн	Пояснення
Аналіз структури та технічне завдання	10 000	аудит чинного ресурсу, формування логіки сайту
Дизайн і розробка	35 000	новий інтерфейс, адаптивна верстка, зручна навігація
CMS, хостинг, безпека	8 000	підключення, налаштування, базовий захист
Підготовка контенту	20 000	тексти, фото, маршрути, описи об'єктів
Інтерактивна карта та QR-інтеграція	15 000	цифрова навігація, посилання на маршрут
SEO та аналітика	12 000	налаштування пошуку, статистика відвідувань
<b>Разом</b>	<b>100 000</b>	

Щорічні витрати на підтримку сайту доцільно оцінити так:

Таблиця 3.5 Структура річних витрат на підтримку сайту

Захід	Орієнтовні витрати, грн/рік
Хостинг, домен, технічна підтримка	8 000
Оновлення контенту	8 000
Просування в пошукових системах і соцмережах	7 000
Моніторинг аналітики та технічні правки	2 000
<b>Разом</b>	<b>25 000</b>

Економічний ефект від модернізації сайту полягає в тому, що він збільшує кількість користувачів, які дізнаються про маршрут, планують візит і фактично приїжджають до громади. Для розрахунку приймемо, що після оновлення сайту додатково залучається 300 відвідувачів на рік.

Розрахунок додаткового доходу:

$$300 \times 250 = 75\,000 \text{ грн}$$

Розрахунок додаткових змінних витрат:

$$300 \times 80 = 24\,000 \text{ грн}$$

Розрахунок додаткового річного ефекту:

$$75\,000 - 24\,000 - 25\,000 = 26\,000 \text{ грн}$$

Розрахунок строку окупності модернізації сайту:

$$100\,000 / 26\,000 = 3,85 \text{ року}$$

Отже, модернізація сайту громади є економічно виправданою, оскільки вона не лише покращує інформаційну доступність туристичного маршруту, а й формує додатковий потік відвідувачів, що забезпечує позитивний економічний ефект. За рахунок онлайн-присутності громада отримує інструмент довгострокового просування, який працює неодноразово та не обмежується лише одним туристичним сезоном.

Проведені розрахунки свідчать, що і веломаршрут «Коло історії», і модернізація сайту громади є економічно доцільними проектними рішеннями. Веломаршрут забезпечує прямий дохід, формує додатковий локальний оборот і має прийнятний строк окупності. Модернізація сайту, у свою чергу, виступає цифровою основою туристичного просування та підсилює результативність маршруту через збільшення кількості відвідувачів.

Отже, економічна ефективність запропонованого проекту полягає не лише у прямому фінансовому результаті, а й у створенні довгострокового механізму розвитку території, що включає розширення туристичного попиту, активізацію місцевого малого бізнесу, підвищення впізнаваності громади та зростання її привабливості як туристичної дестинації.

### **Висновки до розділу 3**

У межах теоретичного обґрунтування економічної ефективності туристичних проектів для Старобогородчанської територіальної громади встановлено, що

оцінювання таких ініціатив не може обмежуватися лише показниками прямої прибутковості. Туризм у межах громади слід розглядати як інструмент локальної економічної активізації, що забезпечує зростання зайнятості населення, розширення підприємницької діяльності, збільшення бюджетних надходжень і покращення територіальної привабливості. Обґрунтовано, що ефективність туристичних рішень має визначатися на основі комплексного підходу, який враховує фінансові, соціальні, інфраструктурні та бюджетні результати, а також прямий, непрямий і мультиплікативний ефекти.

Проведені розрахунки засвідчили економічну доцільність запропонованих проектних рішень, що передбачають розвиток веломаршруту «Коло історії» та модернізацію сайту Старобогородчанської територіальної громади. Встановлено, що маршрут має позитивний фінансовий результат, досягає точки беззбитковості за помірною туристичною потоку та може окупитися у прийнятні строки, водночас формуючи додатковий локальний оборот у суміжних секторах економіки. Окремо доведено, що модернізація сайту громади є важливим цифровим інструментом туристичного просування, який підсилює інформаційну доступність маршруту та сприяє зростанню кількості відвідувачів.

## ВИСНОВКИ

Теоретичні засади формування ресурсного потенціалу розвитку туризму в територіальних громадах полягають у тому, що туристичний розвиток громади визначається не окремими ресурсами, а їхньою сукупністю та здатністю до інтеграції в цілісний туристичний продукт. Ресурсний потенціал охоплює природні, історико-культурні, інфраструктурні, соціально-економічні та інформаційні складові, які в комплексі формують туристичну привабливість території. У цьому контексті особливе значення має не лише наявність ресурсів, а й рівень їх збереженості, доступності, організаційного оформлення та комунікаційного супроводу. Саме тому ресурсний потенціал слід розглядати як динамічну систему можливостей, яка за умови ефективного управління може бути трансформована у конкурентоспроможний туристичний продукт і стати основою економічного зростання громади.

Механізми розроблення та впровадження стратегій розвитку територіальних громад, зокрема в частині туристичного спрямування, базуються на поетапному стратегічному плануванні, що включає аналіз ресурсів і проблем громади, визначення пріоритетів, формування цілей, розроблення плану заходів, а також подальший моніторинг і коригування реалізації. У сфері туризму стратегія має враховувати територіальну специфіку, наявний потенціал, інфраструктурні можливості, потреби місцевого населення та зовнішні ринкові умови. Важливо, що стратегічне управління туризмом у громаді не може бути формальним документом, а повинно виступати практичним інструментом залучення інвестицій, розвитку маршрутів, формування бренду території та координації дій влади, бізнесу і громади. Саме за такого підходу стратегія стає механізмом довгострокового розвитку, а туризм – одним із його системоутворювальних напрямів.

Стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області загалом характеризується наявністю базових цифрових ресурсів, але водночас залишається нерівномірним, фрагментарним і недостатньо інтегрованим. Більшість громад мають офіційні сайти та сторінки в соціальних мережах, однак лише частина з них містить структуровані туристичні

розділи, маршрути, інтерактивні карти чи системний опис місцевих атракцій. У багатьох випадках туристична інформація подається у вигляді поодиноких новин або згадок без єдиної навігації для користувача, що знижує її практичну цінність. Основними проблемами є відсутність єдиного туристичного порталу, слабка інтерактивність, нерівномірний рівень цифрової грамотності, недостатня координація між громадами та обмежене використання сучасних інструментів просування. Водночас наявні регіональні цифрові ініціативи, туристично-інформаційні центри та окремі інноваційні платформи створюють основу для подальшого вдосконалення інформаційного середовища туризму в області.

Економіко-географічна характеристика Старобогородчанської територіальної громади з позицій її придатності до розвитку туристичної діяльності свідчить, що громада має низку об'єктивних просторових, природних і транспортних передумов для формування туристичної спеціалізації. Її розташування в Івано-Франківському районі, у межах передгірної частини Українських Карпат, забезпечує сприятливе поєднання ландшафтної різноманітності, помірного клімату та рекреаційної привабливості території. Близькість до м. Івано-Франківська як великого транспортного вузла регіону та наявність автошляхового сполучення створюють умови для доступності громади як для індивідуальних, так і для групових туристів, зокрема у форматі короткотривалих подорожей та туризму вихідного дня. Водночас сільський статус громади, невелика чисельність населення та переважно аграрний характер господарства визначають її як територію, де туризм може розвиватися не у формі масового відпочинку, а як локальний, екологічний, сільський і маршрутний напрям, що спирається на природні ресурси, локальну економіку та помірний рівень антропогенного навантаження.

Туристичний потенціал Старобогородчанської ТГ, його конкурентні переваги та обмеження доцільно оцінювати як достатньо високий, але ще не повністю реалізований. До основних конкурентних переваг громади належать передгірне розташування в межах Карпатського регіону, наявність природних ландшафтів, придатних для еко-, вело- та пішохідного туризму, а також культурно-історичне середовище, що може бути використане для етно- і пізнавальних маршрутів.

Додатковою перевагою є господарська структура громади, де наявність малих підприємств, фермерських господарств і локальних сервісів створює базу для агротуризму, гастрономічних практик і сільського відпочинку. Водночас обмеження полягають у недостатньо розвиненій туристичній інфраструктурі, слабкій системі просування території, відсутності сформованого туристичного бренду та фрагментарному оформленні ресурсів у цілісний продукт.

Система інформаційного забезпечення розвитку туризму в Старобогородчанській ТГ, її недоліки та напрями вдосконалення характеризується як початкова й недостатньо структурована. Громада вже має офіційний сайт і окремі інформаційні матеріали, пов'язані з історією населених пунктів, новинами та окремими локальними ініціативами, однак ці елементи ще не перетворені на цілісну туристичну платформу. Основними недоліками є відсутність окремого туристичного розділу, нестача маршрутних карт, слабка цифрова візуалізація ресурсів, недостатня присутність у соціальних мережах як туристичного суб'єкта, а також відсутність єдиного бренду громади в інформаційному просторі. Це знижує видимість території для потенційних відвідувачів і ускладнює конвертацію наявного потенціалу в туристичний попит. Вдосконалення цієї системи доцільно здійснювати через створення окремого туристичного онлайн-блоку, розроблення інтерактивних маршрутів, розміщення фотоконтенту та карт, активне використання соціальних мереж, інтеграцію з регіональними туристичними порталами та формування впізнаваного локального бренду громади як туристичної дестинації.

Теоретичні підходи до оцінки економічної ефективності проектних рішень у сфері туризму доцільно узагальнювати як комплексну систему взаємопов'язаних критеріїв, що охоплює не лише фінансову результативність, а й бюджетний, соціальний, інфраструктурний та територіальний ефекти. Для Старобогородчанської громади така оцінка має спиратися на розуміння туризму як інструмента локального економічного розвитку, який забезпечує приріст доходів, створення робочих місць, активізацію малого бізнесу та посилення конкурентоспроможності території. У теоретичному вимірі ключовими є показники доходу, прибутку, рентабельності, строку окупності, точки беззбитковості, мультиплікативного ефекту та впливу на

зайнятість, причому особливе значення має врахування як прямих, так і непрямих та індукованих результатів туристичної діяльності.

У результаті теоретичного дослідження встановлено, що оцінювання економічної ефективності туристичних проєктів у Старобогородчанській територіальній громаді має здійснюватися з урахуванням не лише фінансових результатів, а й ширшого впливу на соціально-економічний розвиток території. Доведено, що туризм виступає важливим чинником активізації місцевої економіки, сприяє створенню робочих місць, розвитку підприємництва, збільшенню надходжень до місцевого бюджету та підвищенню конкурентоспроможності громади. Визначено, що обґрунтування ефективності туристичних ініціатив повинно базуватися на комплексному підході, який охоплює фінансові, соціальні, інфраструктурні та бюджетні показники, а також враховує прямий, непрямий і мультиплікативний вплив туристичної діяльності на територію.

Результати проведених розрахунків підтвердили економічну доцільність реалізації запропонованих проєктних заходів, зокрема розвитку веломаршруту «Коло історії» та модернізації офіційного вебсайту Старобогородчанської територіальної громади. Встановлено, що впровадження маршруту забезпечує отримання позитивного фінансового результату, досягнення точки беззбитковості за реалістичних умов функціонування та формування додаткового економічного ефекту для місцевих суб'єктів господарювання. Водночас модернізація вебсайту сприяє підвищенню рівня інформаційної доступності туристичних ресурсів громади, розширенню аудиторії потенційних відвідувачів та посиленню ефективності туристичного просування. Отже, комплексна реалізація зазначених заходів створює передумови для зростання туристичної привабливості території, стимулювання ділової активності та забезпечення сталого розвитку громади.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богородчанська селищна рада (офіційний сайт) URL:<https://bogorada.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2026)
2. Вас вітає Старобогородчанська громада URL:<https://st-bogorodchany-gromada.gov.ua> (дата звернення: 15.02.2026)
3. Горчак Р. Цифровізація внутрішнього туризму в Україні: стан, ініціативи та аналітика. *Innovations and Technologies in the Service Sphere and Food Industry*, 2025. №2 (16). С.139-145.
4. Данило Я. Соціально-економічне оцінювання ефективності туристичного сектору регіонів України. *Modeling the development of the economic systems*, 2024. №2. С.240-245
5. Державна Стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки URL:<https://mtu.gov.ua/files/%B8.pdf> (дата звернення: 15.02.2026)
6. Захарін С. Організаційно-економічні чинники розвитку сфери туризму та курортів в Україні. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 2018. №2. С.57–66.
7. Звіт голови Старобогородчанської сільської ради за 2024 рік URL:<https://st-bogorodchany-gromada.gov.ua/news/1743060056> (дата звернення: 17.04.2026)
8. Івано-Франківськ (місто для життя) URL:<https://iftravel.com.ua/> (дата звернення: 17.04.2026)
9. Івано-Франківська громада – переможець рейтингу туристичної діяльності 2025 URL:<https://www.if.gov.ua/news/ivano-2025> (дата звернення: 15.02.2026)
10. Івасюк І. Стратегічне планування розвитку територіальних громад гірських населених пунктів Карпатського регіону в умовах європейської інтеграції України. *Науково-теоретичний альманах Грані*, 2024. №27(6). С.6-13
11. Інструменти стратегічного планування URL:<https://novifinance.com.ua/strategic-planning-tools/> (дата звернення: 15.02.2026)
12. Каганець-Гаврилко Л. Теоретична сутність та компонентна будова туристично-рекреаційного потенціалу. *Економіка та суспільство*, 2023. №54 URL:<https://economyandsociety.in.ua/2747> (дата звернення: 15.02.2026)

13. Калашніков Я.О. Стратегія розвитку громади: результат ефективного планування. Організаційно-правові аспекти публічного управління в Україні: Матеріали XII Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 24 квітня 2025 р. Полтава: Національний університет імені Юрія Кондратюка, 2025. С.121-123

14. Карий О.І., Кулиняк І.Я., Огінок С.В., Бондаренко Ю.Г. Current state and development trends of heritage and cultural tourism in Ukraine and the EU: a comparative aspect. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*, 2025. №1 (13). С.299-315

15. Коваль О.І. Теоретико-методичні підходи до оцінювання економічних засад становлення солідарного туризму. *Сталий розвиток економіки*, 2025. № 1 (52). С.71-79

16. Ковальчук А.П., Лепьохін Є.О. Sustainable development of tourism in the ivanofrankivsk region within the framework of crisis impacts from the environment. «КРОК» Конференції, Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку, 2025. 2 с.

17. Костючко В.М. Практика стратегічного планування розвитку туризму в територіальних громадах Львівщини. *Журнал «Наукові інновації та передові технології» (Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія»)*, 2025. № 5(45). С.706-720

18. Кулиняк І. Туристичний потенціал території як основа для сталого розвитку туризму. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2025. №344(4). С.287-292

19. Лашта С., Коробейникова Я. Стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області. Сучасні тренди розвитку сфери гостинності: адаптація до викликів сьогодення : матеріали II Всеукр. студент. наук.-практ. конференції / за ред. В.С. Великочого, Н.В. Мельник, м. Івано-Франківськ, 16 квітня 2026 р. Електронне видання. Івано-Франківськ : Карпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2026. С.59-62

20. Методичні рекомендації Стратегічне планування розвитку територіальних громад URL:<https://uman-rada.gov.ua/index.php/> (дата звернення: 15.02.2026)

21. На Прикарпатті підбили підсумки розвитку туризму в 2024 році  
URL:<https://www.if.gov.ua/news/na-prykarpatti> (дата звернення: 15.02.2026)

22. Охріменко А., Бойко М. Геоекономічні та інноваційні аспекти розвитку культурного туризму України в умовах підвищення резильєнтності. *Університетські наукові записки*, 2025, № 6 (108), С.27-42

23. Пасічник М., Ільїна О. Ресурсні чинники розвитку лікувально-оздоровчого туризму Волинської області. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 2021. №4 (1). С.40-53

24. Пішохідні маршрути (Яремче)  
URL:<https://www.yaremche.org.ua/dozvillia/lito/pishohidni-marshruty> (дата звернення: 17.04.2026)

25. Про засади державної регіональної політики: Закон України від 05.02.2015 № 156- VIII URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/156-19#Text> (дата звернення: 15.02.2026)

26. Про схвалення Маркетингової стратегії розвитку Коломийської міської територіальної громади до 2027 року та Плану реалізації: рішення Коломийської міської ради від 09.12.2025р. № 175 URL:<https://nbkolrada.gov.ua/dt/658060> (дата звернення: 15.02.2026)

27. Процес стратегічного планування URL:<https://worksection.com/ua/blog/the-strategic-planning-process-1.html> (дата звернення: 15.02.2026)

28. Рекордний туристичний збір на Прикарпатті у 2025 році  
URL:<https://mezha.net/ua/bukvy/ivano-frankivsk-tourism-tax-hits-record-40-million-uah-in-2025> (дата звернення: 15.02.2026)

29. Розпочалася реалізація проекту «Веломаршрут “Коло історії”»  
URL:<https://st-bogorodchany-gromada.gov.ua/news/1721734642> (дата звернення: 17.04.2026)

30. Старобогородчанська громада URL:<https://gromada.info/gromada/st-bogorodchany/> (дата звернення: 15.02.2026)

31. Старобогородчанська територіальна громада  
URL:<https://decentralization.ua/newgromada/4020> (дата звернення: 15.02.2026)

32. Стратегічне планування регіонального розвитку  
URL:<https://mindev.gov.ua/diialnist/polityka-rehionalnoho> (дата звернення: 15.02.2026)
33. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року  
URL:<https://voladm.gov.ua/article/strategiya-rozvitku> (дата звернення: 15.02.2026)
34. Транспортна доступність URL:<https://www.if.gov.ua/ekonomika-if/infrastruktura/transport/transportna-dostupnist> (дата звернення: 15.02.2026)
35. Туризм URL:<https://www.if.gov.ua/turizm> (дата звернення: 15.02.2026)
36. Хошуляк О.О. Роль стратегічного планування в системі забезпечення сталого розвитку територіальних громад. *Науковий вісник Полісся*, 2023. №2 (25). С.124-136.
37. Хошуляк О.О. Стратегічне планування в системі управління сталим розвитком територіальних громад. *Інноваційна економіка*, 2023. Вип. 4. С. 68-73
38. Юхновська Ю.О. Методика оцінки економічної ефективності інтегрованого туристичного кластеру. *Причорноморські економічні студії. Серія: Економіка та управління національним господарством*, 2019. Вип.48-1. С.177-182
39. Юхновська Ю.О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*, 2019. Том 30 (69). № 1. С.42-46
40. Artek-Bukovel booking is open URL:<https://bukovel.com/en> (дата звернення: 17.04.2026)
41. Kovalchuk Yu., Furman I., Humenyuk H., Kucher A. Potential and Opportunities for Development of Tourism in Ukraine. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 2020. Vol. XI. №1(41). P.194 – 201.
42. Liutak O.M., Vaula O.V. Прикладні аспекти розвитку туристичної галузі України в умовах глобалізації. *European Journal of Management*, 2020. Issues 28(3). P.92-100
43. Reimann M., Kornus O.H., Patsiuk V.S., Venherska N.S., Kholodok V.D., Palang H. Tourism in Ukrainian frontline communities: trends, challenges, and development prospects. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 2023. №32(3). P.581-597

44. Roman M., Kudinova I., Samsonova V., Kawęcki N. Innovative Development of Rural Green Tourism in Ukraine. *Tour. Hosp.*, 2024. №5. P.537-558

45. Tkachenko T. Development of tourist-resourcing potential of Ukraine (practical aspect). *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*, 2018. №2. P.91–99.

46. Tourism URL:<https://invest.if.gov.ua/en/industries/turizm> (дата звернення: 15.02.2026)

47. Tourism businesses in Ivano-Frankivsk region pays UAH 431.3 mln in taxes in 2025 URL:<https://en.interfax.com.ua/news/economic/1141813.html> (дата звернення: 15.02.2026)

## ДОДАТКИ

Додаток А

Результати аудиту представлення туристичної інформації на офіційних вебсайтах територіальних громад Івано-Франківської області (станом на 2026 рік)

Назва громади	Окремий розділ «Туризм»	Туристична інформація в інших розділах	Коментар	Офіційний сайт
Білоберізька	Ні	Ні	Сайт громади має стандартну структуру з адміністративними розділами («Новини», «Економічний профіль», «Документи», «Проекти громади» тощо). Окремого розділу «Туризм» немає і туристичної інформації не знайдено.	<a href="http://biloberizkaotg.gov.ua">biloberizkaotg.gov.ua</a>
Більшівцівська	Ні	Так	Туризм як окремих розділ не виділено, але є сторінка «Пам'ятки селища» з переліком локальних пам'яток (наприклад, парк пам'яті, пам'ятник жертвам війни). Іншими туристичними даними не володіє.	<a href="http://bilshivcivska-gromada.if.gov.ua">bilshivcivska-gromada.if.gov.ua</a>
Богородчанська	Ні	Так	Окремого розділу «Туризм» нема, але в рубриці «Наша громада» є підсторінка «Історія та пам'ятки архітектури», що описує історію поселень і культурну спадщину громади.	<a href="http://bogo-rada.gov.ua">bogo-rada.gov.ua</a>
Болехівська	Ні	Так	Сайт міської ради містить багато туристично-цікавих розділів під «Про місто»: сторінки про природно-заповідні об'єкти, архітектурну спадщину, віртуальні тури тощо. Окремого «Туризм»-розділу немає.	<a href="http://bolekhiv-rada.gov.ua">bolekhiv-rada.gov.ua</a>
Брошнів-Осадська	Так	–	На сайті є окремих розділ «Туризм» з інформацією про локальну туристичну спадщину: реєстр об'єктів історичної та природної спадщини, Положення про туристично-інформаційний центр тощо.	<a href="http://broshniv-osadska-gromada.gov.ua">broshniv-osadska-gromada.gov.ua</a>
Букачівська	Ні	Ні	Структура сайту орієнтована на адміністративні та соціальні питання (новини, відділи освіти, охорони здоров'я тощо). Згадок про туризм не знайдено; навіть у структурі є відділ «освіти, культури, туризму...», але без жодного туристичного вмісту.	<a href="http://bukachivska-gromada.gov.ua">bukachivska-gromada.gov.ua</a>
Бурштинська	Так	–	Є окремих розділ «Туристу» з інформацією та новинами туристичної тематики (наприклад, стаття про туристичний потенціал громади). Інших туристичних розділів не потрібно, адже є спеціальна категорія.	<a href="http://burshtyn-rada.gov.ua">burshtyn-rada.gov.ua</a>
Верхнянська	Ні	Ні	Сайт громади має типову структуру рад (відділи, новини, бюджет тощо). Розділ «Туризм» відсутній, а прямих туристичних матеріалів на жаль не знайдено.	<a href="http://verkhnya-gromada.gov.ua">verkhnya-gromada.gov.ua</a>
Верховинська	Ні	Ні	Спеціального туристичного розділу на сайті ОТГ немає. У меню є підрозділ «Верховинщина – візитівка краю», але це більше	<a href="http://verkhovyna-gromada.gov.ua">verkhovyna-gromada.gov.ua</a>

			інформація про регіон, а не повноцінний «Туризм».	
Вигодська	Так	–	Сайт громади містить виділений розділ «Туризм» у меню. Він присвячений подіям та туристичним локаціям громади, тому окремих туристичних матеріалів в інших рубриках немає потреби.	<a href="http://vygodska-gromada.gov.ua">vygodska-gromada.gov.ua</a>
Витвицька	Ні	Так	Окремого розділу «Туризм» не знайдено. Проте в бюджетних та кадрових документах є згадки про «відділ освіти, культури, туризму», отже формально туризм заявлений у структурі, але власних матеріалів на сайті немає.	<a href="http://vytyvytska-gromada.gov.ua">vytyvytska-gromada.gov.ua</a>
Войнилівська	Так	–	У меню є розділ «Туристична інформація», де публікують маршрути, туристичні пам'ятки і події. Іншої туристичної інформації не потрібно.	<a href="http://voynylivska-gromada.gov.ua">voynylivska-gromada.gov.ua</a>
Ворохтянська	Так	–	На сайті громади виділено рубрику «Для туриста» з матеріалами про туристичні маршрути та об'єкти Ворохти. В іншому розділі окремих туристичних даних немає.	<a href="http://vorokhta-gromada.gov.ua">vorokhta-gromada.gov.ua</a>
Галицька	Ні	Так	Розділу «Туризм» на сайті немає. Частково туристична тематика піднімається у новинах та історичних довідках громади (наприклад, мова про культурну спадщину). Помічено також існування комісії із культури та туризму.	<a href="http://halytska-gromada.gov.ua">halytska-gromada.gov.ua</a>
Гвіздецька	Ні	Так	Окремий туристичний розділ відсутній. Є лише згадка про відділ «освіти, культури, туризму». Тобто громада заявляє цю сферу у структурі, але на сайті немає інформації для туристів.	<a href="http://hvizdecka-gromada.gov.ua">hvizdecka-gromada.gov.ua</a>
Городенківська	Ні	Так	Туризму як окремого розділу немає. Проте є новини та проекти, що торкаються туризму (наприклад, концепція розвитку туристичної привабливості). Загальна інформація переважно адміністративна.	<a href="http://htrada.gov.ua">htrada.gov.ua</a>
Делятинська	Так	–	На сайті є спеціальна сторінка «Делятинщина туристична» – путівник місцевості. Окремого розділу «Туризм» у звичному меню нема, але ця сторінка виконує його функцію.	<a href="http://delyatynska-gromada.gov.ua">delyatynska-gromada.gov.ua</a>
Дзвиняцька	Ні	Ні	Сайт громади переважно інформативно-адміністративний (новини, документи). Розділу «Туризм» немає і туристичної інформації не знайдено.	<a href="http://dzviniacka-gromada.gov.ua">dzviniacka-gromada.gov.ua</a>
Долинська	Ні	Ні	На офіційному ресурсі міста чи ОТГ Долини туристичні матеріали наявні у незначній мірі. Окремого «Туризм»-розділу не виявлено, сайт ОТГ – переважно проектно-бюджетний та адміністративний.	<a href="http://dolynska-gromada.gov.ua">dolynska-gromada.gov.ua</a>
Дубівська	Ні	Ні	Туристична інформація на сайті громади відсутня. Основні розділи – новини, документи, структура.	<a href="http://dubivska-gromada.gov.ua">dubivska-gromada.gov.ua</a>
Дубовецька	Ні	Ні	Сайт громади не містить туристичних рубрик або описів. Переважають адміністративні розділи без згадок про туризм.	<a href="http://dubovetska-gromada.gov.ua">dubovetska-gromada.gov.ua</a>
Єзупільська	Ні	Так	Розділ «Туризм» відсутній, але на сайті є новини про події туристичного характеру. Наприклад, розділ «Новини» містить статті,	<a href="http://ezupilska-gromada.gov.ua">ezupilska-gromada.gov.ua</a>

			пов'язані з туристичними проектами («Туризм як каталізатор...»).	
Заболотівська	Ні	Ні	Туристичної інформації на сайті громади не виявлено. Меню переважно складається з оголошень та стандартних адміністративних розділів.	<a href="http://zabolotivska-gromada.gov.ua">zabolotivska-gromada.gov.ua</a>
Загвиздянська	Ні	Ні	Сайт громади відсутній у вільному доступі/має мало контенту, туристичних розділів немає. Імовірно, інформація про туризм відсутня.	офіційний сайт не знайдено
Зеленська	Ні	Ні	Сайт має лише базові розділи (документи, контакти, програми). «Туризм» не наявний, і нічого туристичного не знайдено.	<a href="http://zelenska-gromada.gov.ua">zelenska-gromada.gov.ua</a>
Івано-Франківська (місто)	Так	–	На міському порталі є розділ для туристів («Івано-Франківськ для туристів»), де зібрана інформація про пам'ятки, маршрути тощо (офіційний сайт міста).	<a href="http://if.gov.ua">if.gov.ua</a>
Калуська	Так	–	Окремий розділ «Туризм» (наприклад, сторінка «Калуш для туристів») є на сайті Калуської міськради.	<a href="http://kalushcity.gov.ua">kalushcity.gov.ua</a>
Коломийська	Ні (мабуть)	Так?	На сайті міста немає виокремленої «туристичної» рубрики, але є інформація про туристичні об'єкти (наприклад, КЦТД) у структурі департаментів. Детального аудиту не проведено.	<a href="http://kolomyrada.gov.ua">kolomyrada.gov.ua</a>
Коршівська	Ні	Ні	Сайт громади ( <a href="http://st-bogorodchany-gromada.gov.ua">st-bogorodchany-gromada.gov.ua</a> ) є типовим, туристичного розділу не має і відповідних матеріалів не помічено.	<a href="http://korshivska-gromada.gov.ua">korshivska-gromada.gov.ua</a>
Косівська	Так	–	На сайті міста Косів є категорія «Туристу» з інформацією про атракції регіону. Інших туристичних розділів не потребує.	<a href="http://kosivmr.gov.ua">kosivmr.gov.ua</a>
Космацька	Ні	Ні	Громадський сайт існує, але повністю присвячений внутрішнім справам громади. Розділу «Туризм» немає, і на головних сторінках не знайдено туристичних даних.	<a href="http://kosmacka-gromada.gov.ua">kosmacka-gromada.gov.ua</a>
Кутська	Ні	Ні	Сайт селищної ради не містить розділу «Туризм». Є згадка про туристичний збір у рішеннях ради, але на сторінках інформації для туристів не знайдено.	<a href="http://kuty-rada.gov.ua">kuty-rada.gov.ua</a>
Ланчинська	Ні	Ні	Сайт громади містить новини та внутрішні документи, туристичної рубрики немає. Інформації про туристичні об'єкти громади не виявлено.	<a href="http://lanchynska-gromada.gov.ua">lanchynska-gromada.gov.ua</a>
Лисецька	Ні	Ні	На офіційному сайті Лисецької громади (либо лисецької міськради) немає спеціального розділу «Туризм», а наявні матеріали стосуються внутрішніх справ громади.	офіційний сайт тимчасово недоступний
Матеївецька	Ні	Ні	Сайт громади переважно декларативний (вітання, новини), немає розділу «Туризм» і туристичної інформації.	<a href="http://mateivetska-gromada.gov.ua">mateivetska-gromada.gov.ua</a>
Надвірнянська	Так (опосередковано)	Так	Окремого розділу «Туризм» на сайті ОТГ нема, але в структурі міськради існують профільні підрозділи культури і туризму. Крім того, є сторінки та програмні документи про розвиток туризму у громаді.	<a href="http://nadvirnamr.gov.ua">nadvirnamr.gov.ua</a>

Нижньовербізька	Ні	Ні	Сайт громади містить основні рубрики (новини, документи, ЦНАП). Розділ «Туризм» відсутній, і в інших розділах туристичної інформації не знайдено.	<a href="http://nyznoverbizka-gromada.gov.ua">nyznoverbizka-gromada.gov.ua</a>
Новицька	Ні	Ні	Розділ «Туризм» не присутній, а наявні на сайті матеріали – виключно про внутрішню діяльність (статут, бюджет, новини).	<a href="http://novotg.gov.ua">novotg.gov.ua</a>
Обертинська	Ні	Ні	Громадський портал містить стандартні розділи ради, але нічого про туризм. Туристичні теми не помічено.	<a href="http://obertynska-tg.gov.ua">obertynska-tg.gov.ua</a>
Олешанська	Так (частково)	–	На сайті розділ «Туризм та відпочинок» існує у вигляді окремого матеріалу (стаття про Прикарпаття), хоча очевидного пункту меню «Туризм» нема. Інші розділи не містять туристичних відомостей.	лише новини й оголошення; сайт <a href="http://oleshaotg.gov.ua">oleshaotg.gov.ua</a> недоступний
Отинійська	Так	–	На сайті ради є розділ «Туризм» – сторінка із загальною інформацією про туризм у громаді (та навіть новинний стрічок по темі). Інших туристичних рубрик не знайдено.	<a href="http://otyn-gromada.gov.ua">otyn-gromada.gov.ua</a>
П'ядицька	Так	–	На сайті громади є сторінка «Відпочиваючи на Прикарпатті» – туристичний гід з інформацією про регіон. Це фактично виконує роль «туристичного» розділу.	<a href="http://pyadycka-gromada.gov.ua">pyadycka-gromada.gov.ua</a>
Пасічнянська	Ні	Ні	Сайт громади («Про громаду») містить загальну інформацію і новини; туристичної рубрики не помічено.	<a href="http://pasichna-tg.gov.ua">pasichna-tg.gov.ua</a>
Перегінська	Так	–	Є виділений пункт меню «Туризм громади». В ньому публікуються новини й програми розвитку туризму. Інші розділи не мають туристичного контенту.	<a href="http://perehinska-gromada.gov.ua">perehinska-gromada.gov.ua</a>
Переріслянська	Ні	Ні	Сайт містить основні розділи селищної ради (новини, структура, документи), але «Туризм» відсутній, а матеріалів про туристичні місця не знайдено.	<a href="http://pererislyanska-gromada.gov.ua">pererislyanska-gromada.gov.ua</a>
Печеніжинська	Ні	Так	Окремого «Туризм»-розділу немає, але у рубриці «Корисна інформація» зібрано статтю про туризм і спадщину регіону. Таким чином туристичні дані є, але не як окремий пункт меню.	<a href="http://pnotg.gov.ua">pnotg.gov.ua</a>
Підгайчиківська	Ні	Так	«Туризм» не виділено, але в назві окремого підрозділу згадується «відділ освіти, культури, туризму». На сайті прямого туристичного контенту немає, окрім цієї формальної згадки.	<a href="http://pidgaychykivska-gromada.gov.ua">pidgaychykivska-gromada.gov.ua</a>
Поляницька	Ні	Ні	Офіційний сайт ( <a href="http://polsr.gov.ua">polsr.gov.ua</a> ) існує, але присвячений загальній інформації громади. Розділу «Туризм» не знайдено, та й тематика туризму відсутня в контенті.	<a href="http://polsr.gov.ua">polsr.gov.ua</a>
Рогатинська	Так	–	На сайті міста є розділ «Туризм», де описані місцеві пам'ятки та можливості відпочинку. Відтак інші розділи не містять додаткових туристичних матеріалів.	<a href="http://rmtg.gov.ua">rmtg.gov.ua</a>
Рожнівська	Ні	Так	Окремий «Туризм»-розділ відсутній, але в структурі ради є сектор «молоді, спорту, культури та туризму». На сайті є сторінка «Історико-	<a href="http://rozhnivska-gromada.gov.ua">rozhnivska-gromada.gov.ua</a>

			культурні особливості» з описом регіону, тож певна інформація є.	
Рожнятівська	Так	–	На сайті міської ради відсутній пункт «Туризм», але є банер/посилання «Рожнятівщина туристична», що веде до матеріалів про туристичні локації. Туристичний контент подано через загальні публікації.	<a href="http://rozhnrada.gov.ua">rozhnrada.gov.ua</a>
Снятинська	Так	–	На сайті міської ради є повноцінний розділ «Туристу» (Меню → «Туристу»), який містить карти, маршрути, опис архітектурних об'єктів тощо. Інших туристичних підрозділів не потребує.	<a href="http://snyatyn-rada.gov.ua">snyatyn-rada.gov.ua</a>
Солотвинська	Ні	Ні	Сайт громади (селищної ради) не містить туристичних розділів. У меню – стандартні розділи ради (новини, документи, тощо). Туристичної інформації не знайдено.	<a href="http://solseirada.gov.ua">solseirada.gov.ua</a>
Спаська	Ні	Ні	На сайті громади є розділи новин, оголошень, стратегії розвитку. Сторінка «Пам'ятки» присутня як пункт у меню (під «Оголошення»), але розділу «Туризм» немає. Спеціальних туристичних матеріалів не знайдено.	<a href="http://spaska-gromada.gov.ua">spaska-gromada.gov.ua</a>
Старобогородчанська	Ні	Ні	Офіційний сайт громади або типового вигляду відсутній/недоступний. Туристичних розділів не виявлено.	офіційний сайт не знайдено
Тисменицька	Ні	Ні	Сайт міської ради містить загальні розділи («Громада», «Бюджет» тощо). Розділу «Туризм» не знайдено, туристичної інформації немає.	<a href="http://tsmth.gov.ua">tsmth.gov.ua</a>
Тлумацька	Ні	Ні	На сайті міської ради є пункти «Новини», «Контакти», «ЦНАП» тощо; «Туризм» відсутній і туристичних матеріалів не помічено.	<a href="http://tlumacka-gromada.gov.ua">tlumacka-gromada.gov.ua</a>
Угринівська	Ні	Ні	Сайт громади містить лише інформацію про проекти та документи. Розділу «Туризм» немає, туристичних даних не знайдено.	<a href="http://ugrynivska-gromada.gov.ua">ugrynivska-gromada.gov.ua</a>
Чернелицька	Ні	Ні	Сайт громади має стандартні розділи («Про громаду», «Новини»). «Туризм» не виявлено, і наявні матеріали не стосуються туристичної тематики.	<a href="http://chernelycka-gromada.gov.ua">chernelycka-gromada.gov.ua</a>
Яблунівська	Ні	Ні	Окремого туристичного розділу немає. Сайт містить інформацію про місцеві органи влади та події громади; нічого туристичного не знайдено.	<a href="http://yablunivska-gromada.gov.ua">yablunivska-gromada.gov.ua</a>
Ямницька	Ні	Ні	На сайті громади (ямницької сільради) відсутній розділ «Туризм». Переважає інформація про внутрішнє життя ОТГ. Туристичних матеріалів не знайдено.	<a href="http://yamnytsia-rada.gov.ua">yamnytsia-rada.gov.ua</a>
Яремчанська (місто)	Так (опосередковано)	Так	Місто Яремче відоме як туристичний центр. На сайті міськради немає виділеного «Туризм»-розділу, але існують документи та програми з розвитку туризму. Крім того, діє відділ туризму і промоцій (Facebook).	<a href="http://yaremcha-miskrada.gov.ua">yaremcha-miskrada.gov.ua</a>

Презентовано на конференції [19]

Тези доповіді «Стан інформаційного забезпечення розвитку туризму в територіальних громадах Івано-Франківської області» [19]

*Соломія ЛАШТА, Ярослава КОРОБЕЙНИКОВА,  
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ*

**СТАН ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В  
ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Івано-Франківська область – одна з провідних туристичних дестинацій України завдяки значному природно-рекреаційному потенціалу, культурно-історичним ресурсам та активній туристичній інфраструктурі. Природні умови, включно з гірською частиною Карпат, курортами та рекреаційними територіями, створюють передумови для цілорічного туризму (як гірськолижного взимку, так і активного відпочинку влітку), що потребує відповідної системи інформаційного забезпечення для повноцінної реалізації потенціалу галузі. Аналітичні дані демонструють стійку тенденцію зростання туристичної активності в регіоні, незважаючи на тривалу війну. За офіційними оцінками, у 2024 році Івано-Франківську область відвідало близько 2,5 млн туристів, що є одним із найвищих показників серед регіонів України. За попередні роки спостерігалось постійне зростання кількості туристів порівняно з довоєнними періодами: у 2023-2024 роках приріст у кількості відвідувань порівняно з 2021–2022 роками

59

---

становив приблизно 0,2–0,7 млн, зокрема завдяки інтересу до гірських громад Карпат (Поляниця, Яремче, Ворохта) [1].

Зростають і економічні показники, пов'язані з туристичною діяльністю в області. Так, податкові надходження від туристичного сектору 2025 року перевищили 431,3 млн грн, що на 72 % більше ніж у 2024 році, а загальні надходження туристичного бізнесу разом із ресторанною галуззю становили 835,6 млн грн [2]. Такий динамічний розвиток економічних показників вказує на високу активність туристичного сектора і його внесок у соціально-економічний розвиток регіону.

Туристичний збір у 2025 році досяг рекордної суми понад 40 млн грн, що на 54 % перевищує показники попереднього року [3]. Це свідчить про збільшення обсягів туристичної діяльності та її фінансового значення для територіальних громад – лідерами за збором є Полянська, Яремчанська та Івано-Франківська ТГ.

Аналіз цих даних вказує на високу потребу в ефективному інформаційному середовищі, яке може не лише відобразити ці тенденції, а й інформувати місцевих жителів і потенційних туристів про актуальний стан туристичної сфери, інноваційні продукти, зміни у сервісних пропозиціях, безпекову інформацію, графіки подій тощо. Така інформаційна система повинна інтегрувати різні джерела даних, включаючи офіційні сайти громад, регіональні й національні