МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«_____»_____20__ р.
Завідувач кафедри_____
к. е. н., доцент Нагернюк Д. В.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ТУРИЗМУ В ГРОМАДАХ

Виконала: здобувачка вищої освіти
IV курсу, 481 групи
спеціальності 242 Туризм
освітньо-професійної програми «Туризм»
Катерина Олександрівна ДМИТРОВА
Науковий керівник: к. е. н., доцент
Ірина КИРИЛЮК

Умань – 2026

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра технологій та організації туризму і готельно-ресторанної справи
Освітній ступінь бакалавр
Спеціальність 242 «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____
(підпис) (ініціали, прізвище)
«____»_____20___ р.

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ

здобувачці вищої освіти Дмитровій К. О.

1.Тема кваліфікаційної роботи «Управління економікою туризму в громадах»

керівник кваліфікаційної роботи Ірина КИРИЛЮК, к. е. н., доцент
затверджені наказом вищого навчального закладу від «___»_____20__ р. № ___.
2. Строк подання здобувачем роботи_____
_____
3. Вихідні дані до роботи становлять законодавчі та нормативні акти України, аналітичні звіти міжнародних та вітчизняних організацій, монографії та статті вітчизняних і зарубіжних вчених, інформаційні ресурси мережі Internet.

4. Перелік питань, які потрібно розробити
- розкрити теоретичні засади управління розвитком туризму на рівні територіальних громад;
- проаналізувати сучасний стан та туристичний потенціал регіону;
- запропонувати стратегічні напрями вдосконалення управління економікою туризму громади.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) таблиці, рисунки.

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 кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір теми кваліфікаційної роботи	Вересень, 2025р.	Виконано
2.	Одержання індивідуального завдання	Вересень, 2025р.	Виконано
3.	Складання індивідуального плану-графіка написання роботи	Вересень-жовтень 2025 р.	Виконано
4.	Підготовка до виконання кваліфікаційної роботи	Жовтень 2025 р.	Виконано
5.	Уточнення теми кваліфікаційної роботи та календарного плану-графіка	Жовтень 2025 р.	Виконано
6.	Написання розділів кваліфікаційної роботи	Жовтень 2025-квітень 2026 р.	Виконано
7.	Доопрацювання кваліфікаційної роботи з урахуванням зауважень керівника кваліфікаційної роботи	Квітень-травень 2026 р.	Виконано
8.	Написання та оформлення кваліфікаційної роботи в остаточному варіанті	Травень 2026 р.	Виконано
9.	Подання роботи для перевірки на плагіат	Червень 2026 р.	Виконано
10.	Одержання відгуку наукового керівника	Червень 2026 р.	Виконано
11.	Одержання рецензії	Червень 2026 р.	Виконано
12.	Висновок завідувача кафедрою	Червень 2026 р.	Виконано
13.	Захист кваліфікаційної роботи	Червень 2026 р.	Виконано

Здобувач вищої освіти _____ Катерина ДМИТРОВА

(підпис) *(ім'я та прізвище)*

Науковий керівник _____ Ірина КИРИЛЮК

РЕЗЮМЕ

Кваліфікаційна робота складається зі 59 сторінок. Кількість розділів – 3, з них 48 сторінок основного тексту, в т. ч. рисунків – 10, таблиць – 8, список використаних джерел налічує 37 найменування.

Об'єктом дослідження є процеси управління економічним розвитком туристичної галузі на рівні територіальних громад в сучасних умовах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів, інструментів та механізмів формування й реалізації стратегії управління економікою туризму в територіальних громадах.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи управління економікою туризму в територіальних громадах для забезпечення їх сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності локального туристичного продукту.

У 1 розділі визначено економічну сутність та роль туристичної сфери у місцевому розвитку, акцентовано увагу на чинному нормативно-правовому регулюванні та повноваженнях органів місцевого самоврядування у сфері туризму.

У 2 розділі проаналізовано сучасний стан туристичної галузі України та оцінено діяльність і ресурсний потенціал туристичного сектору в гірських громадах Львівщини.

У 3 розділі розроблено пропозиції щодо вдосконалення управління економікою туризму громад, спрямованих на підвищення ефективності використання місцевого потенціалу та стимулювання сталого розвитку дестинацій.

Ключові слова: туристична галузь, територіальна громада, органи місцевого самоврядування, гірські громади, туристичний потенціал, управління економікою туризму, стратегічні напрями.

АНОТАЦІЯ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні засади управління розвитком туризму на рівні територіальних громад, визначено економічну сутність та роль туристичної сфери у місцевому розвитку. Проаналізовано чинне нормативно-правове регулювання та повноваження органів місцевого самоврядування у сфері туризму.

Здійснено комплексний аналіз сучасного стану туристичної галузі України та оцінено діяльність і ресурсний потенціал туристичного сектору в гірських громадах Львівщини. На основі проведеного аналізу сформовано стратегічні напрями вдосконалення управління економікою туризму громад, спрямовані на підвищення ефективності використання місцевого потенціалу та стимулювання сталого розвитку дестинацій.

Ключові слова: туристична галузь, територіальна громада, органи місцевого самоврядування, гірські громади, туристичний потенціал, управління економікою туризму, стратегічні напрями.

ABSTRACT

The qualification paper examines the theoretical foundations of tourism development management at the level of territorial communities, defining the economic essence and role of the tourism sector in local development. The current regulatory and legal framework as well as the powers of local self-government bodies in the field of tourism have been analyzed.

A comprehensive analysis of the current state of the tourism industry in Ukraine has been conducted, and the activities and resource potential of the tourism sector in the mountainous communities of Lviv Oblast have been evaluated. Based on the analysis, strategic directions for improving the management of the community tourism economy have been formulated, aimed at increasing the efficiency of local potential utilization and stimulating the sustainable development of destinations.

Keywords: tourism industry, territorial community, local self-government bodies, mountainous communities, tourism potential, tourism economy management, strategic directions.

ЗМІСТ

ВСТУП……. 6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД…… 8

1.1. Економічна сутність та роль туризму у розвитку громад……. 8

1.2. Нормативно-правове регулювання та повноваження органів місцевого самоврядування у сфері туризму…….. 16

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ…… 23

2.1. Характеристика туристичної галузі України…….. 23

2.2. Оцінка діяльності та ресурсного потенціалу туристичного сектору в гірських громадах Львівщини…… 32

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ТУРИЗМУ ГРОМАДИ……... 43

3.1. Розробка стратегії формування конкурентоспроможного туристичного продукту…… 43

3.2. Впровадження цифрових інструментів для підвищення пізнаваності туристичного регіону …… 47

ВИСНОВКИ…….. 52

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 54

ВСТУП

Роль туризму в сучасному світі виходить за межі простої рекреації, охоплюючи фундаментальні питання формування національного багатства та збереження ідентичності. Володіючи значним рекреаційно-ресурсним потенціалом і вигідним розташуванням, Україна має всі необхідні передумови для того, щоб посісти гідне місце серед провідних туристичних держав. Глобальні та внутрішні виклики, що постали перед національною економікою, актуалізують пріоритетність розвитку внутрішнього туризму через капіталізацію локальних ресурсів та креативних підходів. Реформа децентралізації стала фундаментальною передумовою для перетворення територіальних громад на ключові центри туристичного зростання. Розширення повноважень місцевого самоврядування дозволило ефективніше популяризувати автентичну спадщину та формувати унікальні дестинації. Нові умови вимагають від місцевої влади побудови гнучких моделей управління, які б враховували особливості конкретної громади та дозволяли ефективно долати виклики реформованого адміністративного простору.

Фундаментальні засади розвитку туризму на рівні базових адміністративно-територіальних одиниць ґрунтовно досліджені у працях Н. Кудли. Дослідження трансформації туристичного сектору в умовах децентралізації влади розглядаються у роботах Н. Гончарук, Г. Колєди та А. Іванова. Регіональний аспект функціонування територіальних спільнот аналізували А. Мельник, Н. Мельник, Р. Качаровський та І. Єрко. Просторову організацію та теоретико-методологічні основи локальних туристичних систем вивчали О. Бордун та П. Доан. Попри значний масив напрацювань, проблема управління туристичним сектором у межах конкретних регіонів залишається недостатньо розкритою, чим і зумовлений вибір теми кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування теоретичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо вдосконалення системи управління економікою туризму в територіальних громадах для забезпечення їх сталого

розвитку та підвищення конкурентоспроможності локального туристичного продукту.

Для досягнення визначеної мети передбачено виконання наступних **завдань**:

– дослідити сутність та роль туризму у розвитку громад;

– проаналізувати сучасний стан та потенціал туристичного сектору в гірських громадах Львівщини;

– запропонувати шляхи вдосконалення управління економікою туризму громади.

Об'єктом дослідження є процеси управління економічним розвитком туристичної галузі на рівні територіальних громад в сучасних умовах.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та прикладних аспектів, інструментів та механізмів формування й реалізації стратегії управління економікою туризму в територіальних громадах.

Методи дослідження. Методичною основою написання кваліфікаційної роботи є системний підхід з використанням комплексу загальнонаукових та спеціальних економічних методів пізнання, аналізу та синтезу, економіко-статистичних методів, графічного методу.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти України, періодичні видання, наукові публікації зарубіжних та вітчизняних вчених-економістів, інформація мережі Інтернет, статистичні дані Львівської обласної (військової) державної адміністрації.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження обговорювалися на V Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні». За результатами дослідження опубліковано тези: «Брендинг території як інструмент підвищення туристичної привабливості громади».

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ НА РІВНІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

1.1. Економічна сутність та роль туризму у розвитку громад

Туризм є ефективним сектором економіки, а також покращенням інвестиційного середовища, впливовим чинником соціальної сфери і людського розвитку. Він відіграє важливу роль у міжкультурному діалозі, стимулюючи обмін культурними цінностями між народами та країнами. Однак стале функціонування сфери туризму потребує глибокого розуміння її внутрішніх закономірностей, структурних елементів і механізмів розвитку. Зокрема, теоретичне осмислення туризму як багатокомпонентного явища дозволяє сформувати ефективні підходи до управління галуззю, враховуючи як її економічні, так і соціокультурні аспекти. Форс-мажорні обставини, такі як пандемії, війни, природні катастрофи, а також сезонні коливання, виявили вразливість туристичного сектору. Саме тому необхідно звертати увагу на глибоке теоретичне вивчення основ туризму, що дозволяє закласти підґрунтя для ефективної антикризової політики, стратегічного планування та сталого розвитку. Дослідження теоретичних основ туризму є ключем до розуміння його ролі в економіці, суспільстві та культурі. Такий підхід дає змогу не лише пояснити природу туристичних процесів, а й обґрунтувати практичні рішення, спрямовані на збереження природно-культурної спадщини, гармонійний розвиток територій і максимізацію користі від туризму для різних учасників ринку [1].

У міжнародній практиці, зокрема в документах Всесвітньої туристичної організації (ВТО), поняття «туризм» трактується через призму динамічної активності людей, пов'язаної з їхнім тимчасовим переміщенням за межі постійного місця проживання з рекреаційною, соціальною чи культурною метою [2]. Натомість, закордонні енциклопедичні видання, такі як Encyclopaedia

Britannica, акцент зміщують на процедурний аспект, де туризм визначається як сукупність дій та процесів, пов'язаних із перебуванням особи поза домом задля відпочинку та психологічного розвантаження із залученням платних комерційних послуг [3]. Проте варто зауважити, що подібні підходи дещо звужують сутність досліджуваного явища, фокусуючи увагу переважно на активному дозвіллі. Водночас у сучасній практиці значну частку ринку займають пасивні форми рекреації, серед яких пляжний відпочинок, різноманітні лікувально-оздоровчі та SPA-процедури, а також екологічний та культурно-пізнавальний туризм [4, с. 209].

Вітчизняний нормативно-правовий рівень, який є ключовим регулятором туристичної сфери регулюється Законом України «Про туризм» і зазначене поняття трактує як тимчасовий виїзд громадянина зі свого постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях на визначений термін, за умови, що така діяльність не передбачає отримання заробітку у місці перебування [5].

Для подолання цієї однобічності в науковій літературі пропонуються більш комплексні підходи. Зокрема, дослідниця О. Шуплат наголошує на необхідності інтеграції у структуру дефініції виробничого компонента, що передбачає врахування процесів створення, просування та реалізації специфічних послуг і товарів у межах туристичного бізнесу. Саме ця інфраструктурна складова забезпечує баланс між ринковим попитом та пропозицією, що є базовою умовою функціонування глобального ринку індустрії гостинності [6]. Схожу думку висловлює і В. Кифяк, який розглядає туризм як самостійний вид економічної діяльності, орієнтований на комплексне обслуговування осіб, які тимчасово перебувають поза межами свого постійного середовища [7].

У контексті ринкових відносин суттєве значення має позиція Н. Моісєєвої, яка акцентує увагу на вираженій підприємницькій природі туризму, класифікуючи його як специфічну форму комерційної та загальноекономічної діяльності. Водночас дослідниця пропонує розглядати дане поняття не просто як

окремий напрям підприємницької діяльності, а як масштабну «сферу» в межах як регіональної, так і загальнонаціональної економіки. Такий підхід обґрунтовується тим, що фінальний туристичний продукт або послуга формується завдяки ефекту тісної інтеграції багатьох суміжних, різних за своєю спеціалізацією галузей, компаній та інституцій протягом певного часового проміжку [8].

Більш масштабний погляд на природу цього феномену пропонують науковці, які характеризують туризм як самостійний сектор нематеріального виробництва та суспільно-організовану систему господарювання [9]. Цього підходу дотримується і Т. Панченко, яка позиціонує туризм як стратегічний сектор макроекономіки, що виступає потужним інструментом регулювання ринку праці та забезпечення зайнятості населення. За її твердженням, ефективне функціонування туристичного ринку є вагомим чинником стимулювання економічного зростання та безпосередньо впливає на динаміку формування внутрішнього валового продукту країни [10]. Аналогічної думки підтримується Н. Моісєєва [8], яка зазначає, що туризм має чітко виражену підприємницьку компоненту як вид «економічної діяльності».

Ширше бачення сутності та ролі туризму пропонують науковці, які трактують «туризм» як галузь економіки нематеріальної сфери та суспільно-організовану економічну діяльність [9], як сукупність різних напрямів економічної діяльності, як комплексна галузь економіки [4]. Т. Панченко [10] трактує туризм як сектор економіки, засіб забезпечення трудової зайнятості населення, формування туристичного ринку, зростання внутрішнього валового продукту.

У наукових працях І. Кулиняка [4] сформульовано багатоаспектний підхід, згідно з яким туризм розглядається як інтегрований процес, що підлягає багаторівневому регулюванню з боку державних, регіональних та муніципальних органів влади. Безпосередню організацію цього процесу забезпечують суб'єкти туристичного бізнесу у тісній взаємодії із суміжними підприємствами та інституціями. Функціональне призначення цієї системи

полягає у забезпеченні умов для тимчасової зміни особою свого постійного місця перебування з метою задоволення рекреаційних, ділових, соціокультурних чи пізнавальних потреб, за обов'язкової умови відсутності будь-якої оплачуваної діяльності чи працевлаштування в дестинації подорожі.

Сучасні дослідники акцентують увагу на важливості розвитку туристичної сфери як на регіональному, так і на загальнонаціональному рівнях, розглядаючи його як складну систему соціально-економічних відносин, що виникають між суб'єктами різних галузей господарювання. У цьому контексті критично важливо класифікувати ключових учасників ринку індустрії гостинності та визначити їхню мотивацію [11]:

– споживачі або туристи: особи, які подорожують у межах своєї країни або відвідують інші держави на період від 24 годин до одного року. Головною умовою є рекреаційна чи інша мета поїздки без права працевлаштування та з обов'язковим поверненням до постійного місця проживання;

– суб'єкти господарювання: комерційні структури, орієнтовані на отримання прибутку шляхом задоволення наявного попиту на туристичні товари та послуги;

– місцеві органи влади: розглядають індустрію туризму як потужний важіль локального розвитку, що забезпечує фінансові надходження до місцевих бюджетів у вигляді податкових платежів і зборів;

– приймаюча дестинація: місцеві жителі територій, для яких рекреаційна сфера є передусім джерелом працевлаштування та соціальної стабільності;

– профільні організації та регулятори: інституції, що координують туристичну діяльність у регіоні, формують галузеву політку та забезпечують маркетингове просування дестинації.

Враховуючи зазначену багатоаспектність, доцільно деталізувати ключові функції туризму, які визначають його роль у життєдіяльності суспільства. Макроекономічне значення галузі виявляється у вагомому внеску у формування валового внутрішнього продукту, диверсифікації національного господарства, створенні додаткових робочих місць та генерації валютних надходжень.

Головний зміст економічних функцій туризму полягає у генеруванні комплексу фінансово-господарських вигод для макроекономічної системи. Серед ключових проявів цього впливу варто виділити такі [12, с. 63]:

1. Мультиплікативний стимул для інфраструктурного розвитку, де активізація рекреаційної діяльності виступає каталізатором для розбудови та модернізації об'єктів готельно-ресторанного бізнесу, роздрібної торгівлі, транспортних мереж та інших елементів сфери обслуговування;

2. Оптимізація та наповнення бюджетної системи, коли індустрія туризму забезпечує стабільне зростання доходів державного та місцевих бюджетів шляхом фіскальних надходжень. Вони формуються як через прямі інструменти мита, візових зборів, ліцензування, так і через опосередковані канали;

3. Акумуляція капіталу та валютна інтервенція, де туризм відкриває суттєві перспективи для припливу прямих іноземних інвестицій та стабільного надходження твердої закордонної валюти, що позитивно впливає на платіжний баланс країни;

4. Структурна диверсифікація та підвищення добробуту, що впливає на формування потужного міжгалузевого комплексу і забезпечує потреби індустрії гостинності, знижує сировинну залежність економіки, стимулює створення нових робочих місць, сприяє зростанню реальних доходів громадян та підвищенню загальних соціальних стандартів нації.

Важливе значення має соціокультурна функція рекреаційної сфери, яка набуває особливої ваги в умовах переходу до моделі «вільного часу». Сучасні тенденції свідчать про прагнення до корисного відпочинку та посилення прагнення мандрівника до саморозвитку. У цьому контексті туризм є ефективним інструментом міжособистісної комунікації, підвищення освітнього рівня та загальної культури. Це реалізується через безпосереднє знайомство з історико-культурною спадщиною, менталітетом, релігійними віруваннями та побутовими традиціями інших етносів. Пряма взаємодія представників різних спільнот забезпечує взаємне духовне збагачення, ламає стереотипи й відіграє вагому роль у зміцненні міжнародного взаєморозуміння та розширенні ділових

контактів. Крім того, забезпечення інклюзивності та доступності рекреаційних послуг розширює коло споживачів, інтегрує в туристичні процеси нові верстви населення та вирівнює соціальні можливості в суспільстві [13].

Подорожі як форма проведення вільного часу тривалий період асоціювалися лише з певними верствами населення, що мали відповідний рівень достатку. Сьогодні ж участь у туристичних поїздках стає важливим аспектом якості життя, рівнем соціального статусу та засобом закріплення індивідуального іміджу. Державна політика у сфері туризму має бути спрямована на популяризацію так званого «соціального туризму». Його пріоритетом є задоволення потреб у відпочинку малозабезпечених верств громадян, пенсіонерів, молоді та осіб з інвалідністю. Гуманітарна місія цього напряму полягає в оздоровленні нації, підвищенні її працездатності, зниженні рівня соціальної напруги в суспільстві та реалізації конституційного права кожного громадянина на відпочинок [14, с. 20].

Окремим важливим аспектом є виховна функція туризму. Вона орієнтована на формування почуття колективізму, патріотизму, морально-етичних цінностей та розвиток навичок толерантної діалогічної взаємодії. Ефективність цього процесу залежить як від об'єктивних чинників, так і від суб'єктивних факторів. До останніх відносять професійну компетентність організаторів, їхні психолого-педагогічні навички та ціннісні орієнтири. Закономірності туристично-екскурсійного виховання як цілісного суспільного процесу базуються на принципах системності, взаємозалежності всіх компонентів рекреаційної діяльності та їхнього безпосереднього зв'язку з реальними життєвими умовами [15].

З одного боку, індустрія гостинності є безпосереднім споживачем природно-рекреаційного потенціалу, а тому об'єктивно зацікавлена в охороні та відтворенні екологічних благ. З іншого боку, стрімке зростання споживчого попиту неминуче посилює рівень екологічного навантаження на територіальні рекреаційні комплекси, особливо якщо йдеться про традиційні або найбільш популярні туристичні локації. Така тенденція потребує застосування комплексу

завдань, пов'язаних із захистом і збереженням глобальної та національної природної, а також історико-культурної спадщини, у тому числі за допомогою інструментів самого туристичного бізнесу.

Екологічні обмеження зумовили появу та активне поширення таких прогресивних форматів, як екологічний туризм, який базується на принципах відповідального ставлення до природного середовища та етнокультурного надбання дестинацій, суворому дотриманні встановлених нормативів допустимого рекреаційного навантаження, а також на раціональному використанні рекреаційних об'єктів.

Окрім екологічного аспекту, прямий ефект від розвитку туризму простежується в активному вдосконаленні локальної інфраструктури та якісному розширенні спектра послуг. Це однаковою мірою задовольняє потреби як туристів і рекреантів, так і резидентів конкретної громади. Як наслідок, подібна трансформація стимулює підвищення соціальних стандартів і якості життя місцевого населення, що своєю чергою веде до зростання їхнього платоспроможного попиту на внутрішні туристичні продукти [16, с. 110].

Сфера туризму є однією з основних складових соціально-економічного розвитку громад. Основною характерною ознакою сфери туризму можна назвати її здатність поєднання економічних, соціально-культурних та екологічних складових її функціонування та виступати їх рушійною силою взаємного розвитку. Доведено, що туризм, як вид економічної діяльності, є сферою виробництва туристичних послуг, яка суттєво залежить від якості наявних ресурсів. Наприклад, залежить від стану навколишнього середовища, культурно-історичної спадщини, а також від гостинності спільнот, що приймають. Своєю чергою, це покладає велику відповідальність на сферу туризму за наслідки її діяльності [17, с. 56].

Численні наукові дослідження підтверджують, що рекреаційна сфера є стратегічним сектором господарювання для багатьох країн світу. Вона виступає дієвим інструментом регулювання зайнятості, забезпечує стабільні податкові надходження до бюджетів усіх рівнів, стимулює приплив капіталу та іноземних

інвестицій, а також оптимізує загальну структуру просторового й економічного освоєння територій на основі раціональної експлуатації локальних ресурсів [18].

Для мінімізації негативного впливу масових подорожей на життєдіяльність місцевого населення та стан екосистем, а також задля недопущення критичного перевищення норм рекреаційного навантаження, виникає об'єктивна необхідність у розробці та впровадженні моделей сталого туризму. Місцеві громади відіграють центральну роль у цьому процесі, безпосередньо долучаючись до інтеграції принципів екологічної відповідальності в практичну діяльність туристичного бізнесу. Компетенція у зазначеній сфері охоплює ефективне управління природними багатствами, захист унікальної культурної спадщини, а також організацію еколого-просвітницьких та освітніх заходів для гостей, що в комплексі закладає підґрунтя для збалансованого розвитку територій [19].

Сам концепт сталого туризму є фундаментальним інструментом у системі збереження та відновлення природного капіталу. Цей напрям слід розглядати не як окремий ізольований вид відпочинку, а як довгостроковий стратегічний підхід до організації менеджменту в індустрії гостинності, орієнтований на максимальне зниження техногенного тиску на довкілля та стимулювання соціокультурного прогресу територій. Туристична сфера не просто виступає рушійною силою фінансово-господарської активності, а й є потужним стимулом для системних змін у соціокультурному та екологічному просторах. Вона забезпечує стійку взаємодію між нарощенням макроекономічних показників, модернізацією локальних територій та ощадливим природокористуванням.

У контексті імплементації міжнародної програми ЦСР особливу роль відіграють такі базові напрями впливу індустрії гостинності:

ЦСР 8. Стимулювання зайнятості та макроекономічна стабілізація: активізація ринку туристичних послуг безпосередньо впливає на генерацію додаткових робочих місць і виступає каталізатором для розвитку підприємницьких ініціатив у сегменті малого та середнього бізнесу.

ЦСР 11. Просторовий розвиток та модернізація дестинацій: створення та популяризація рекреаційних об'єктів сприяє диверсифікації економіки територіальних громад, ревіталізації депресивних регіонів та збереженню унікальної історико-культурної та природної спадщини.

ЦСР 12. Трансформація моделей виробництва та споживчої поведінки: інтеграція таких форматів, як сільський зелений та гастрономічний туризм, забезпечує пряму підтримку локальним фермерам і крафтовим виробникам.

ЦСР 13. Екологізація та протидія кліматичним викликам: екологічно орієнтовані види туризму суттєво підвищують рівень природоохоронної свідомості як серед мандрівників, так і в середовищі професійних гравців ринку.

Таким чином, індустрія туризму постає як дієва та універсальна платформа для досягнення збалансованих соціокультурних, екологічних та фінансових орієнтирів сталого розвитку, органічно поєднуючи отримання комерційного прибутку з мінімізацією антропогенного тиску на довкілля та генерацією суспільних благ [20].

Як результат туризм є невід’ємною складовою сучасної соціально-економічної системи, яка функціонує на основі об’єктивних суспільних законів. Стрімка трансформація цієї галузі свідчить про високий потенціал її зростання та прогресуюче значення в глобальній перспективі.

1.2. Нормативно-правове регулювання та повноваження органів місцевого самоврядування у сфері туризму

Функціонування індустрії туризму підпорядковане впливу комплексу факторів, які генеруються на макро- та мікроекономічному взаємопов'язаних рівнях. Макроекономічний рівень охоплює цілеспрямовану діяльність центральних органів державної влади. Сама державна стратегія визначає рамкові умови, орієнтири та правила для бізнесу, безпосередньо моделюючи розвиток мікроекономічного складника галузі.

Згідно з чинним законодавством, імплементація державної політики у рекреаційній сфері забезпечується за допомогою таких базових інструментів та механізмів:

– стратегічне планування, яке передбачає розробку та впровадження загальнонаціональних пріоритетів і векторів довгострокового розвитку вітчизняного туристичного бізнесу;

– ресурсний аудит через встановлення чітких критеріїв класифікації, якісної оцінки, раціональної експлуатації та захисту рекреаційного потенціалу країни;

– бюджетне фінансування з врахуванням цільового виділення державних коштів на проектування та реалізацію комплексних галузевих програм;

– безпекове формування стандартів та нормативів безпеки для захисту прав та здоров'я мандрівників;

– нормативно-правове регулювання відносин між суб'єктами ринку у сферах готельного, екскурсійного та інших видів рекреаційного обслуговування;

– стандартизація та дозвільна діяльність через ліцензування операторів ринку, сертифікацію послуг, формування кваліфікаційних вимог до гідів, екскурсоводів та інших фахівців супроводу;

– моніторинг та статистик, які передбачають розбудову методології статистичного обліку та звітності в межах курортно-рекреаційного комплексу країни;

– контроль за суворим дотриманням суб'єктами господарювання норм чинного законодавства.

– координація фундаментальних наукових досліджень та модернізація системи підготовки висококваліфікованих кадрів для індустрії.

– міжнародна інтеграція за участю у транскордонних проектах та глобальних міжнародних програмах рекреаційного спрямування [21].

Вагомим індикатором прискорення або, навпаки, стримування ринкових процесів у досліджуваній сфері виступає якість нормативно-правового забезпечення. Системна модернізація туристичного сектору неможлива без

формування адаптивного законодавчого фундаменту, який повинен стимулювати підприємницьку активність, відповідати загальноприйнятим світовим стандартам, а також сприяти спрощенню й оптимізації митних, прикордонних та візових формальностей.

Крім того, наявність якісного юридичного інструментарію є гарантом забезпечення екологічної безпеки та збереження природних екосистем, що визнано головним імперативом концепції сталого розвитку дестинацій. Саме місцеве самоврядування має активно долучатися до розробки та підтримки локальних нормативних актів, які б мотивували бізнес до ощадливого природокористування та стимулювали розвиток екологічно відповідальних форм туризму на місцях [22, с. 12].

Правове регулювання вітчизняного туристичного сектору базується на комплексі спеціальних законодавчих актів. Вони окреслюють інституційні межі функціонування індустрії гостинності, визначають стратегічні вектори державної політики, а також регламентують формати взаємодії між владними структурами, гравцями профільного ринку та кінцевими споживачами послуг.

Базовим елементом цієї нормативної системи виступає Закон України «Про туризм», який визначає понятійно-категоріальний апарат, ключові принципи та організаційні форми рекреаційної діяльності. У його межах закладено критерії оцінки якості сервісу, а також загальні засади ліцензування, стандартизації та сертифікації [5].

Суттєвим доповненням до галузевого законодавства є Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності», який у контексті турбізнесу поширюється на регламентацію процедур видачі дозвільних документів для туроператорів, а також на розробку дієвих інструментів державного нагляду. Практичне застосування цих норм мінімізує ризики на ринку, гарантує дотримання критеріїв безпеки мандрівників та стимулює підвищення загальних стандартів обслуговування.

Вагомим елементом у системі правового регулювання галузі виступає Закон України «Про охорону культурної спадщини». Його призначення полягає

у створенні юридичних засад для збереження, раціонального використання та популяризації як матеріальних, так і нематеріальних пам'яток. Норми цього закону безпосередньо впливають на капіталізацію та розвиток історико-археологічного, культурно-пізнавального та етнографічного туризму, оскільки саме автентичні локальні ресурси є базовим чинником формування туристичної привабливості будь-якого регіону.

Взаємовідносини у сфері охорони та відтворення унікальних природних комплексів і об'єктів, що мають особливу екологічну чи наукову цінність, регламентуються Законом України «Про природно-заповідний фонд України». На його правовій основі розробляються та реалізуються сучасні моделі розвитку екологічного та сільського зеленого туризму, а також закладаються передумови для ощадливого та невичерпного використання природного потенціалу в межах рекреаційних територій [23, с. 84].

Не менш важливе значення має Закон України «Про благоустрій населених пунктів», який визначає базові вимоги до формування комфортного, безпечного та естетичного життєвого середовища як для місцевих жителів, так і для подорожуючих. Цей нормативний акт безпосередньо стимулює модернізацію локальної інфраструктури та покращення утримання об'єктів рекреаційного призначення, що позитивно впливає на загальний імідж та конкурентоспроможність дестинації.

Окрім цього, у зазначеній сфері діють закони України «Про курорти», який визначає правові засади функціонування та охорони лікувально-оздоровчих зон, та «Про охорону навколишнього природного середовища», орієнтований на забезпечення екологічної безпеки та збалансованої розбудови рекреаційних територій. У своїй сукупності ці законодавчі акти формують цілісне правове середовище для практичного втілення концепції сталого туризму, спрямованої на гармонійне поєднання фінансово-економічних, соціальних та природоохоронних інтересів суспільства [24].

Ефективне управління індустрією гостинності має базуватися на поєднанні інтересів усіх ієрархічних рівнів і охоплювати декілька взаємопов'язаних підсистем [25, с. 23]:

1. цільовий вектор відображає інтеграцію завдань поточного функціонування та довгострокового стратегічного розвитку в межах муніципальної й регіональної систем менеджменту туризму;

2. об'єктна структура інтегрує в собі кінцевий туристичний продукт разом із рекреаційними послугами, локальним ресурсним потенціалом та профільними ринками;

3. суб'єктний контур охоплює центральні органи державної влади, інституції місцевого самоврядування, регіональні управлінські структури, а також профільні громадські об'єднання та комерційні підприємства індустрії гостинності;

4. забезпечувальна складова акумулює процеси мобілізації ресурсів, застосування дієвих інструментів та впровадження тактичних заходів для стабільного проєктування й успішної реалізації управлінських рішень.

Усі зазначені фактори перебувають у постійному взаємозв'язку та мають взаємозалежну природу. Фінансово-економічна ефективність туристичного сектору безпосередньо корелює з обсягами туристичних потоків та рівнем витрат мандрівників на придбання рекреаційних продуктів. Зростання доходів від цієї діяльності залежить від виваженої державної цінової політики та якості формування кінцевих послуг. Водночас структура управлінського механізму, який будується на основі взаємодії державних та недержавних інституцій на різних рівнях, здійснює визначальний вплив на загальну динаміку галузі через мобілізацію нормативно-правової бази, фіскальної політики, бюджетно-фінансових інструментів та процесів цифровізації й інформатизації [26].

Інтеграція України до європейського простору, зокрема через членство у Європейській туристичній комісії, відкриває нові можливості для зміцнення міжнародного іміджу країни, популяризації вітчизняних рекреаційних ресурсів на світовому ринку та адаптації національних стандартів сертифікації до вимог

ЄС. Ефективне управління цими процесами потребує чіткого розмежування повноважень між центральними та регіональними інституціями. На обласному та місцевому рівнях органи влади наділені повноваженнями щодо визначення пріоритетних векторів розвитку індустрії гостинності, затвердження місцевих цільових програм, пошуку альтернативних джерел фінансування та стимулювання підприємницької діяльності суб'єктів господарювання [27].

У загальному поняття «регіональний туристично-рекреаційний комплекс» доцільно досліджувати з двох базових підходів: споживчого та виробничого. Перший аспект фокусується на соціокультурній складовій, де подорожі розглядаються як форма вільної просторової мобільності громадян задля задоволення власних рекреаційних потреб як усередині країни, так і за її межами, а другий – акцентує увагу на функціонуванні міжгалузевого комплексу, що виробляє специфічні товари та послуги, орієнтовані на покриття попиту мандрівників під час поїздок [28, с. 25].

Потужним поштовхом для трансформації системи управління індустрією гостинності стала реформа децентралізації, що стартувала в Україні у 2014 році. Ця ініціатива забезпечила масштабну передачу фінансових ресурсів та управлінських важелів від центральних органів влади безпосередньо до муніципалітетів. У результаті жителі міст, селищ і сіл отримали законодавче право впливати на якість і доступність публічних послуг, зокрема й у рекреаційній сфері. Проте реалізація цього права можлива лише за умови високої активності та відповідальності самих локальних громад, чиї виборні органи та виконавчі структури перебрали на себе повноваження щодо самостійного вирішення питань місцевого значення [29].

Наступним важливим етапом стало прийняття у 2015 році Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад», норми якого дозволили консолідувати зусилля та фінансовий потенціал новостворених ОТГ для стимулювання пріоритетних галузей локальної економіки, серед яких туризм посів одне з чільних місць. Органи місцевого самоврядування отримали функції розпорядників бюджетних коштів, що дало змогу детально аналізувати

рекреаційні потреби регіону та інтегрувати їх у стратегії соціально-економічного розвитку. Також до їхніх ключових завдань належить моніторинг та інвентаризація локальних туристичних ресурсів, забезпечення їхнього захисту, створення нових робочих місць для резидентів громади та популяризація різноманітних видів відпочинку на підвідомчих територіях [30, с. 53].

Важливим напрямком у цьому процесі стало ухвалення Кабінетом Міністрів України Стратегії розвитку туризму та курортів. Цей документ сформував цільові параметри для переходу галузі на засади збалансованого зростання, що повністю відповідає євроінтеграційним зобов'язанням нашої держави у межах Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, зокрема положенням глави 16 розділу 5 [31].

Раніше регіональна політика у цій сфері координувалася переважно галузевими департаментами обласних державних адміністрацій та відповідними підрозділами на рівні районів, які взаємодіяли з традиційними органами місцевого самоврядування. Управлінські імпульси при цьому зазвичай надходили з обласних та районних центрів, за винятком міст загальнодержавного чи обласного значення та великих селищних громад.

У межах реформи децентралізації відбулося істотне розширення компетенцій локальних громад щодо стимулювання рекреаційного потенціалу. На сучасному етапі субрегіональний рівень управління виконує переважно координаційно-організаційну місію, виступаючи єдиною сполучною ланкою між муніципальними структурами та регіональними органами влади [32].

Сучасний етап розвитку вітчизняного туризму вимагає впровадження нестандартних управлінських підходів, що базуються на синергії зусиль місцевого самоврядування та суб’єктів господарювання. Такий підхід є фундаментом стратегічного поступу регіонів, оскільки сприяє раціональному використанню ресурсного потенціалу. Реалізація Державної стратегії регіонального розвитку у поєднанні з місцевими ініціативами дозволить оптимізувати фінансові потоки в громадах, перетворюючи туристичні платежі на дієвий інструмент зміцнення місцевих бюджетів.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

2.1. Характеристика туристичної галузі України

Туризм виступає потужним каталізатором соціально-економічних трансформацій, відкриваючи широкі перспективи для держав із перехідною економікою. Позитивний вплив галузі виявляється у створенні робочих місць, зміцненні локальних економічних систем, розбудові інфраструктури та збереженні історико-культурної і природної спадщини. Водночас туризм сприяє подоланню бідності та соціальної нерівності. Проте у країнах, що постраждали від системних криз або збройних конфліктів, зокрема в Україні, ця сфера зазнає деструктивного впливу негативних чинників, що потребує розробки нових підходів до її відновлення.

Повномасштабна військова агресія рф спричинила глибоку кризу в туристичній галузі України, що проявилася у різкому скороченні туристичних потоків, блокуванні повітряного простору та масштабному руйнуванні інфраструктури й ресурсного потенціалу. Закритий повітряний простір України певним чином обмежив міжнародний туризм. Зокрема, скасовано традиційні польотні напрямки, збільшився час у дорозі як для мандрівників, так і для перевізників, а проєктування нових авіамаршрутів потребує залучення додаткових ресурсів, зокрема фінансів та пального [33].

До пандемії та повномасштабної війни туристичний сектор генерував 2,3% ВВП України й формував майже 375 тис. робочих місць, тоді як його опосередкований ефект за підсумками 2019 року сягав 7% ВВП та 1,2 млн робочих місць. Водночас фактичний вплив індустрії туризму на доходи населення був вагомішим, адже його мультиплікативні властивості стимулювали

споживання у суміжних галузях: транспортній, торговельній, ресторанній тощо [34].

Попри деструктивний вплив війни, у центральних та західних регіонах спостерігаються адаптивні процеси, зокрема активізація внутрішнього туризму, що стає драйвером поступового відновлення сектору.

Для об'єктивної оцінки фінансового стану галузі та визначення ролі окремих регіонів у наповненні бюджету, проведемо аналіз показників податкових надходжень від галузі туризму від суб'єктів туристичної діяльності в розрізі областей України протягом досліджуваного періоду (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка податкових надходжень від галузі туризму по областях України, млн грн

Область	Роки				2024 р. у % до		
	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р.
Вінницька	27,4	23,9	29,9	41,3	150,7	172,8	138,1
Волинська	13,3	11,8	15,9	24,3	182,7	205,9	152,8
Дніпропетровська	98,4	69,5	98,1	128,8	130,9	185,3	131,3
Донецька	59,6	18,8	8,8	14,5	24,3	77,1	164,8
Житомирська	14,1	9,0	14,5	20,8	147,5	231,1	143,4
Закарпатська	59,5	72,4	94,2	130,4	219,2	180,1	138,4
Запорізька	98,6	26,2	15,2	25,8	26,2	98,5	169,7
Івано-Франківська	132	159,7	138,8	248,5	188,3	155,6	179,0
Київська	125,4	163,9	239	284,1	226,6	173,3	118,9
Кіровоградська	15,2	10,9	15,8	22,4	147,4	205,5	141,8
Луганська	9,2	1,9	0,5	0,2	2,2	10,5	40,0
Львівська	215,4	273,8	345,5	440,0	204,3	160,7	127,4
Миколаївська	45,9	14,3	21,7	25,6	55,8	179,0	118,0
Одеська	210,8	87,6	98,8	160,5	76,1	183,2	162,4
Полтавська	43,5	34,6	45,4	65,1	149,7	188,2	143,4
Рівненська	16,2	14,1	20,1	31,5	194,4	223,4	156,7
Сумська	11,4	7,3	9,8	14,1	123,7	193,2	143,9
Тернопільська	17,3	15,1	19,6	27,5	159,0	182,1	140,3
Харківська	104,8	38,9	49,6	47,7	45,5	122,6	96,2
Херсонська	58,7	10,4	1,7	3,0	5,1	28,8	176,5
Хмельницька	21,4	22,6	31,2	41,2	192,5	182,3	132,1
Черкаська	23	17,4	20,7	34,2	148,7	196,6	165,2
Чернівецька	18,2	20,7	28,8	39,1	214,8	188,9	135,8
Чернігівська	18,6	11,3	10,8	16,2	87,1	143,4	150,0

Джерело: [35]

Аналіз даних дозволяє відстежити глибоку трансформацію туристичної карти України під впливом повномасштабного вторгнення та виявити нові центри економічної активності. Дані свідчать про чіткий поділ регіонів на три групи залежно від безпекової ситуації: лідерами зростання є західний та центральний регіони: Львівська, Київська, Івано-Франківська та Закарпатська обл. продемонстрували вражаючу динаміку. До прикладу Львівська обл. наростила надходження з 215,4 млн грн у 2021 р. до 440 млн грн у 2024 р. (ріст у 204,3%). Черкаська, Вінницька та Житомирська обл. можна віднести до регіонів відновлення, де після падіння у 2022 році, вони показали стрімке зростання у 2023-2024 рр. Депресивними регіонами (зона бойових дій та окупації) залишаються Луганська (ріст лише 2,2% до рівня 2021 р.), Херсонська (5,1%) та Донецька (24,3%) обл., зазнаючи критичних втрат інфраструктури.

Найвищий темп росту до 2021 р. зафіксовано у Київській (226,6%), Закарпатській (219,2%) та Чернівецькій (214,8%) обл. Це пояснюється релокацією бізнесу та безпековим фактором. Івано-Франківська обл. у 2024 р. продемонструвала ріст до 248,5 млн грн. Це свідчить про те, що гірські дестинації стали ключовим місцем реабілітації та відпочинку українців. Узагальнюючи відмітимо, що у 2024 р. представники туристичної сфери перерахували до бюджету 2938 млн грн податків. Зокрема, збільшення з попередніми роками складає: 43,4% проти 2023 р. (2049 млн грн), 89,4% проти 2022 р. (1551 млн грн) та 31,6% проти 2021 р. (2232 млн грн).

Трансформація ринку послуг відбувається за рахунок чисельності його учасників у розрізі організаційно-правових форм. На рис. 2.1 відображено зміну кількості юридичних та фізичних осіб, що здійснюють діяльність у туристичній сфері України протягом 2021–2024 рр., що дозволяє оцінити рівень стійкості різних сегментів бізнесу».

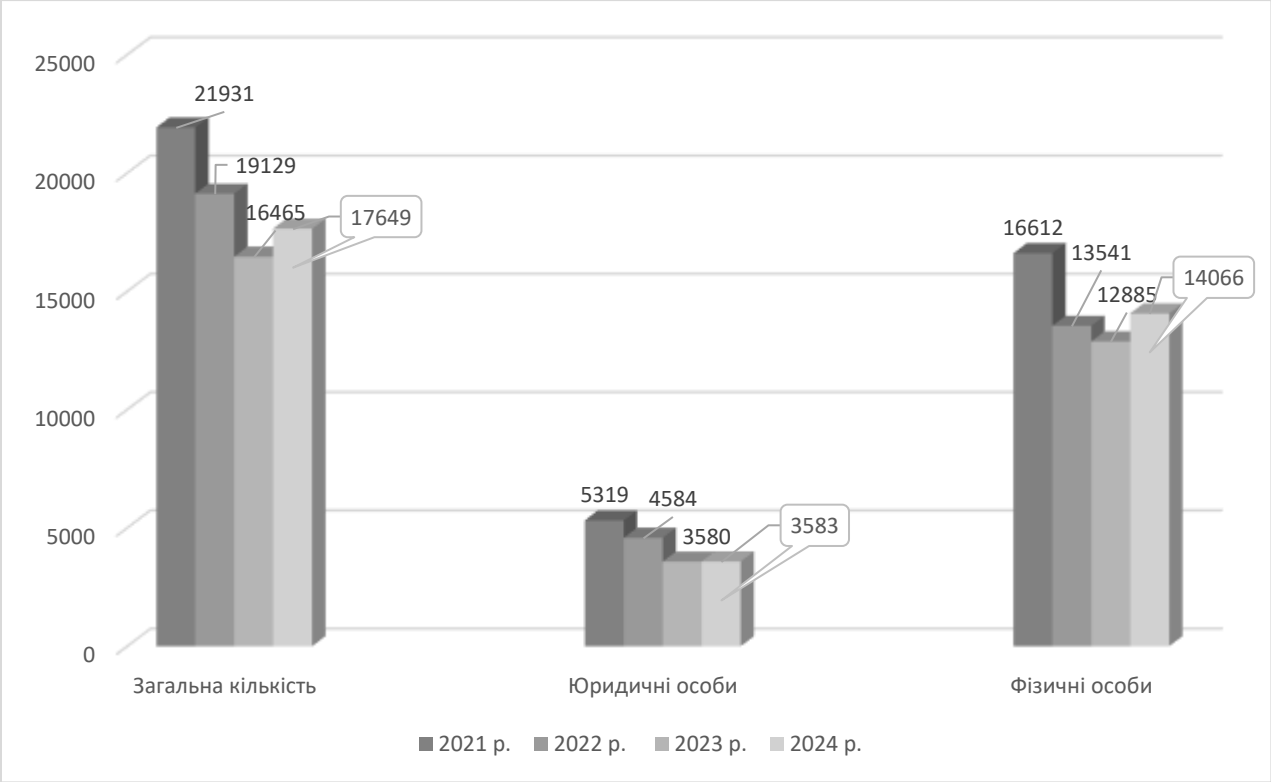


Рис. 2.1. Динаміка кількості платників податків, які займаються туристичною діяльність, од.

Джерело: [36]

Кількість платників податків даної сфери у 2024 р. в порівнянні з 2023 р. зросла на 7,2%, зокрема: юридичних осіб – на 0,1%, а фізичних – на 9,1%. У порівнянні з 2021 р., даний показник скоротився на 19,5%, відповідно юридичних осіб – на 32,6%, а фізичних – на 15,3%. Саме за рахунок мікробізнесу та індивідуальних підприємців відбулося загальне зростання кількості суб'єктів у 2024 р. Це пояснюється низьким порогом входу на ринок та мобільністю малих готелів, гідів та апарт-готелів.

Ефективність функціонування підприємств сфери туризму та їхній внесок до державного бюджету країни наочно демонструє графік надходжень за останні роки. Динаміка податкових платежів від індустрії гостинності свідчить про поступову стабілізацію ринку та зміну пріоритетів споживчого попиту в умовах воєнного стану (Рис. 2.2).

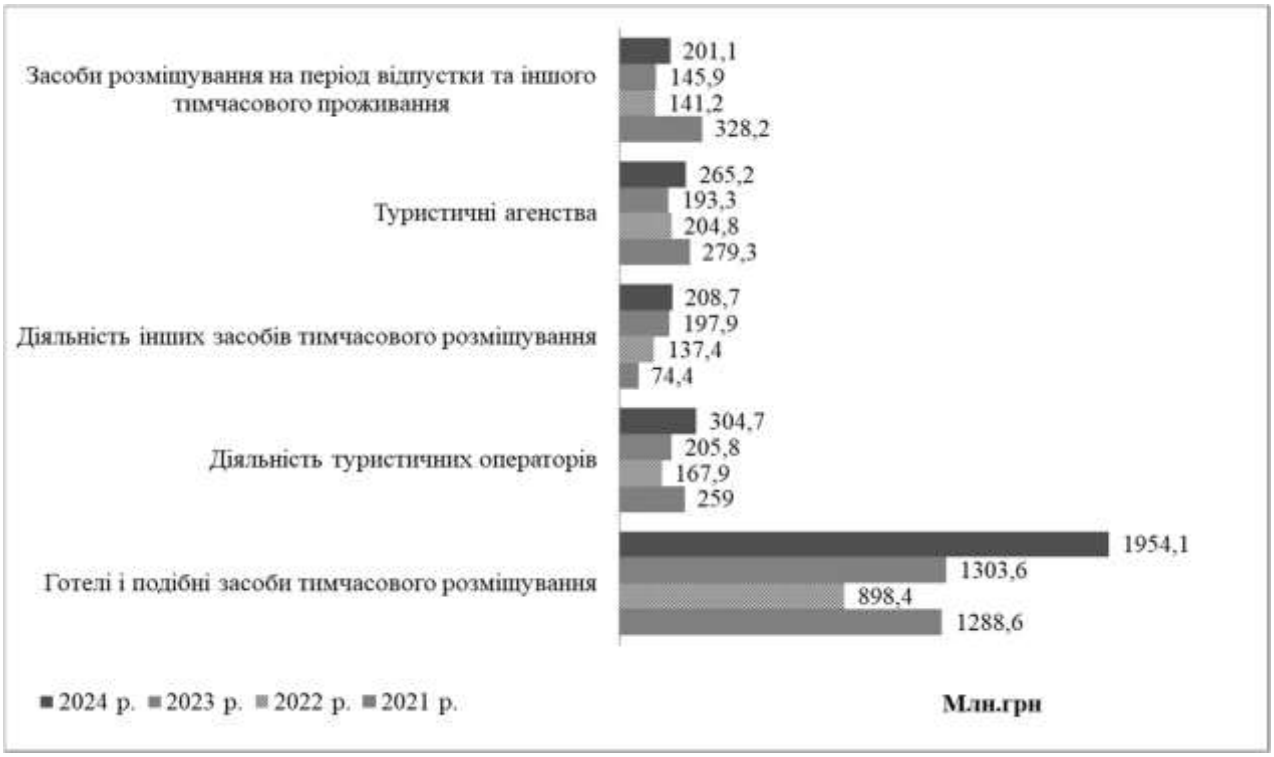


Рис. 2.2. Динаміка податкових надходжень, сплачених суб'єктами індустрії гостинності

Джерело: сформовано на основі [35]

Дані рис. 2.2 вказують, що найбільшу частку в структурі податкових надходжень займають готелі і подібні засоби тимчасового розміщування». Так у 2022 р. спостерігалося різке падіння з 1288,6 млн грн до 898,4 млн грн, що було зумовлено початком повномасштабної війни. Однак вже у 2024 р. цей сектор показав феноменальне зростання до 1954,1 млн грн, що майже в 1,5 рази перевищує довоєнний рівень 2021 р., що свідчить про адаптацію великих гравців ринку та зміну цінової політики. Туристичні оператори продемонстрували впевнене відновлення і в 2024 р. надходження склали 304,7 млн грн, що вище за показник 2021 р., який становив 259 млн грн., що вказує на переорієнтацію операторів на внутрішній ринок та безпечні виїзні напрямки. Туристичні агентства також вийшли на показник 265,2 млн грн у 2024 р., фактично повернувшись до обсягів 2021 р. 279,3 млн грн після тривалого періоду стагнації.

З метою ідентифікації найбільш стійких сегментів туристичного бізнесу проаналізуємо розподіл податкових платежів за видами економічної діяльності протягом досліджуваного періоду (Рис. 2.3).

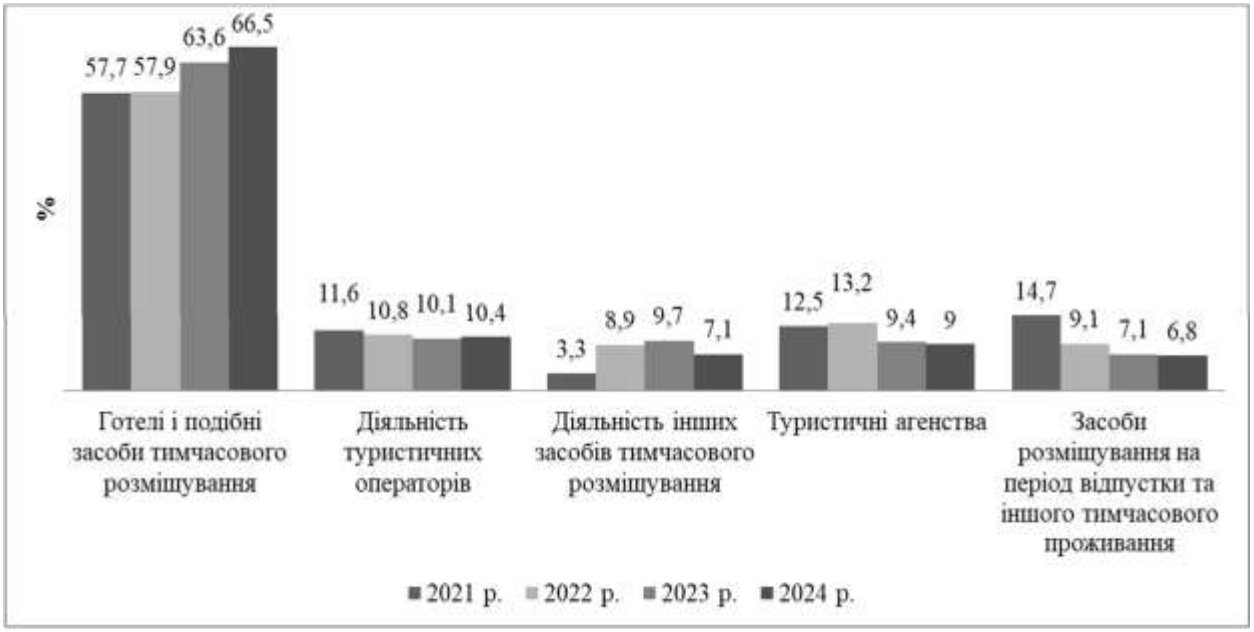


Рис. 2.3. Структура податкових надходжень, сплачених суб'єктами індустрії гостинності, %

Джерело: сформовано на основі [35]

Аналіз структури податкових надходжень індустрії гостинності вказує на домінування та зростання питомої ваги готельного сектору, який залишається фундаментом індустрії, причому його частка в загальній структурі надходжень демонструє стабільне зростання. Якщо у 2021 р. вона складала 57,7%, то до 2024 р. зросла до 66,5%. Це свідчить про концентрацію податкових платежів у капітальних засобах розміщення, які стали основними хабами для внутрішніх міграційних, ділових та туристичних потоків під час війни. Частка туристичних операторів залишається відносно незмінною, коливаючись у межах 10,1% – 11,6%. Попри складну логістику, цей сегмент утримує свою позицію в структурі, що вказує на збереження попиту на організований відпочинок та здатність операторів адаптувати свої продукти до сучасних реалій. Туристичні агентства продемонстрували скорочення частки з 12,5% у 2021 р. до 9% у 2024 р. Це може пояснюватися зростанням ролі прямих онлайн-бронювань та загальним зменшенням попиту на посередницькі послуги у виїзному туризмі. Кількість засобів розміщування на період відпустки скоротилася більш ніж удвічі – з 14,7% до 6,8%. Це відображає кризу в секторі сезонного та рекреаційного відпочинку

(дитячі табори, бази відпочинку на узбережжі), які найбільше постраждали від безпекових ризиків.

Загальні податкові надходження відображають фінансову потужність суб'єктів сфери обслуговування, натомість туристичний збір пов'язаний із фактичною ночівлею конкретної особи. Якщо динаміка загальних податкових платежів свідчить про фінансове відновлення суб'єктів господарювання, то показники туристичного збору по країні, які у 2024 р. сягнули рекордних позначок у понад 270 млн грн відображають реальне зростання внутрішньої мобільності населення та переорієнтацію на локальні дестинації (Рис. 2.4).

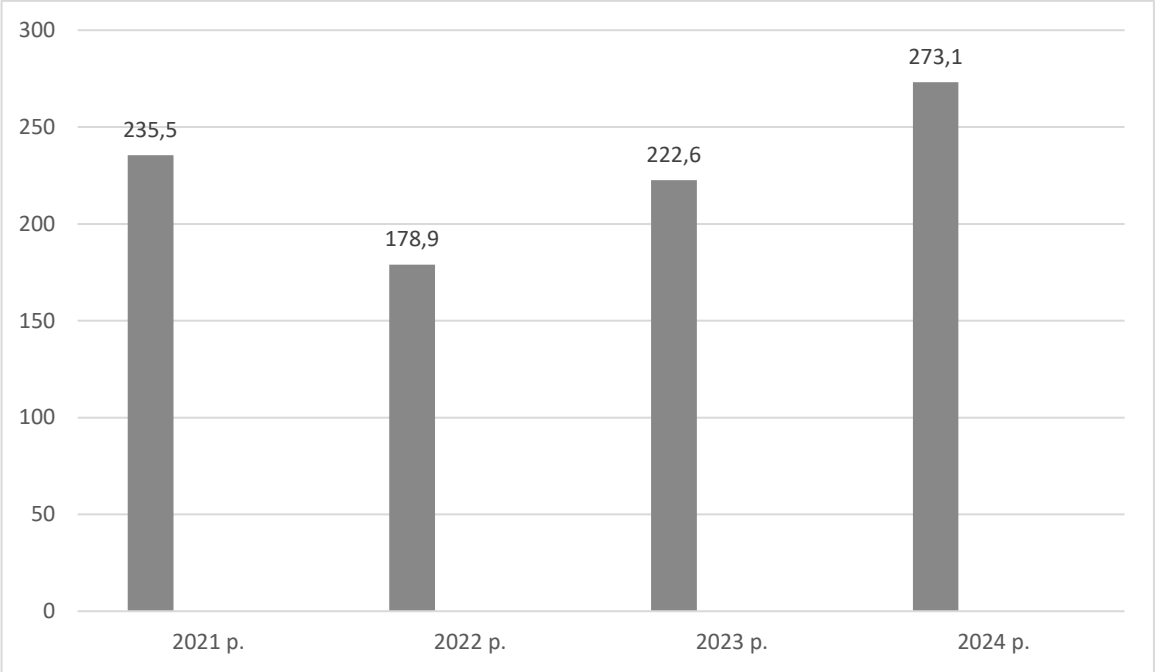


Рис. 2.4. Динаміка туристичного збору в Україні за 2021–2024 рр., млн грн

Джерело: сформовано на основі [37]

Аналіз динаміки туристичного збору характеризує позитивні зміни, зокрема у 2021 р. туристичний збір склав 235,5 млн грн, що було результатом відновлення галузі після пандемії. У 2022 р., з початком повномасштабного вторгнення, спостерігалося закономірне падіння до 178,9 млн грн (на 24%), що стало менш критичним, ніж очікувалося, завдяки масовому внутрішньому переміщенню осіб (ВПО) у перші місяці війни, які тривалий час проживали в готелях та засобах розміщення західних і центральних областей. 2023 р. став роком активного відновлення і сума збору зросла до 222,6 млн грн, фактично

наблизившись до довоєнного рівня. Це свідчить про адаптацію українців до нових реалій: відновлення внутрішніх поїздок з метою відпочинку, рекреації та ділових відряджень. 2024 р. став роком фінансового рекорду – 273,1 млн грн, що на 16% більше за довоєнний 2021 р.

Аналіз податкових надходжень від туристичного збору у розрізі регіонів України свідчить, що відносно 2023 р. у 2024 р. висхідну динаміку продемонстрували центральні області країни. Зокрема, у Вінницькій показник досяг 5,4 млн грн проти колишніх 3,9 млн грн, у Полтавській – 7,07 млн грн порівняно з 6,4 млн грн, а на Кіровоградщині – 1,9 млн грн проти 1,6 млн грн. Стабільне нарощення обсягів збору фіксується у західних областях, зокрема Хмельницька область продемонструвала 8,1 млн грн порівняно з 5,9 млн грн, Тернопільська – 1,9 млн грн проти 1,5 млн грн, а Чернівецька – 4,04 млн грн проти 3,3 млн грн. Водночас Волинь у 2024 р. акумулювала в місцевих бюджетах за рахунок цієї статті 3,8 млн грн проти 3,1 млн грн, а до бюджету Рівненщини надійшло 3,04 млн грн порівняно з 2,6 млн грн у 2023 році.

Південна частина країни також частково свідчить про позитивний розвиток. На Одещині обсяг туристичного збору зріс на 68% відносно даних 2023 р. (14,5 млн грн порівняно з минулими 8,6 млн грн). Миколаївська область у 2024 р. до бюджетної системи отримала 1,5 млн грн, тоді як у 2023 р. цей показник дорівнював 897 тис. грн. Натомість у Запорізькій області сума надходжень скоротилася на 9,8%. Північні території загалом відображають збільшення відрахувань: на Житомирщині зафіксовано приріст на 19%, на Сумщині – на 39%, а на Чернігівщині – на 9%. Податкові надходження до бюджету Київщини у 2024 р. збільшилися до 15,8 млн грн, продемонструвавши зростання на 46%. Глибоке падіння досліджуваного показника відбулося у прифронтових та частково окупованих регіонах сходу та півдня, зокрема на Харківщині, Донеччині, Луганщині та Херсонщині.

В Топ-10 регіонів-лідерів за сплатою податкових надходжень від туристичного бізнесу в Україні у 2024 р. увійшли (Рис. 2.5).

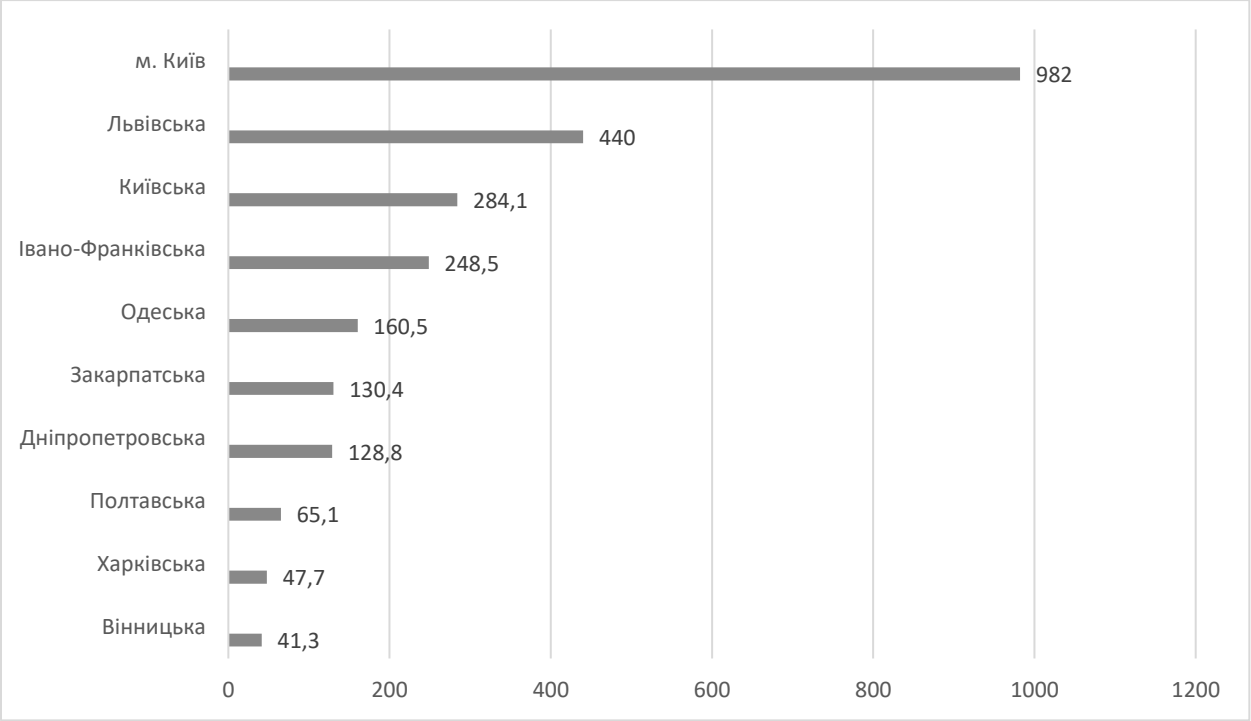


Рис. 2.5. Топ-10 регіонів-лідерів за сплатою податкових надходжень від туристичного бізнесу в Україні за 2024 рік, млн грн

Джерело: [38]

Аналіз регіональної структури податкових надходжень у 2024 р. свідчить про високу концентрацію капіталу в десяти ключових регіонах, включаючи столицю, що згенерували 88,1% усіх надходжень галузі. Беззаперечним лідером залишається м. Київ, який перерахував до бюджету 982,2 млн грн, що вдвічі перевищує показник попереднього року 499,2 млн грн і суттєво перевершує довоєнний рівень 2021 р. – 773,9 млн грн [39]. Стабільне лідерство зберігає і Львівщина, де надходження зросли до 439,9 млн грн. Показову динаміку продемонстрували Івано-Франківська обл., яка увійшла до рейтингу ТОП-10 із показником 248,5 млн грн, та Одеська обл,, де фінансові відрахування збільшилися до 160,5 млн грн, попри безпекові виклики.

Попри деструктивний вплив повномасштабної війни, туристична сфера продемонструвала здатність до швидкої регенерації. Це підтверджується позитивною динамікою податкових надходжень, які у 2024 році не лише стабілізувалися, а й у ряді сегментів (зокрема готельному) суттєво перевищили довоєнні показники. В індустрії гостинності відбулася помітна концентрація

капіталу навколо засобів розміщення. Готельний сектор став ключовим донором бюджету, забезпечуючи понад 66% усіх галузевих податкових сплат. Водночас спостерігається зниження частки туристичних агентств та спеціалізованих баз відпочинку, що пов’язано зі зміною безпекових пріоритетів та моделі споживання туристичних послуг. Таким чином, сучасний етап розвитку туристичної галузі України характеризується переходом від кризового виживання до фази структурної перебудови, де головними чинниками успіху стають внутрішня мобільність населення, безпекові гарантії дестинацій та ефективне адміністрування.

2.2. Оцінка діяльності та ресурсного потенціалу туристичного сектору в гірських громадах Львівщини

В умовах децентралізації розбудова туристичної сфери в межах територіальних громад стає стратегічним вектором зміцнення соціально-економічного базису держави. Розширення повноважень та фінансових можливостей органів місцевого самоврядування стимулює розбудову інфраструктури та підвищення інвестиційної привабливості дестинацій. Окрім генерації нових робочих місць та нарощування бюджетних надходжень, туризм виконує функцію збереження соціокультурного та природного капіталу, виступаючи ефективним інструментом подолання економічних дисбалансів між регіонами.

Для підвищення конкурентоспроможності гірських територій та покращення рівня життя місцевого населення, а також з метою охорони навколишнього природного середовища й збереження етнокультурного надбання, рішенням Львівської обласної ради було затверджено «Стратегію розвитку Львівської області на період 2021–2027 років» [40].

Певним чином до проблем зазначених територій є урядова «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року», яка визначає ключовими стратегічними завданнями для гірських районів такі напрями:

Формування висококонкурентного регіонального туристичного продукту через інструменти сучасного маркетингу, орієнтованого на чітке позиціонування різноманітних видів рекреаційних послуг відповідно до очікувань споживачів. Це має гарантувати побудову ефективного й збалансованого (економічно, соціально, екологічно та інноваційно) механізму використання наявного потенціалу шляхом вирішення екологічних викликів у сфері природокористування та охорони довкілля, а також модернізацію територіальної структури туристичної індустрії.

Оптимізація інформаційної інфраструктури рекреаційних та туристичних послуг шляхом створення мережі сучасних центрів туристичної інформації та активної популяризації локальних брендів.

Забезпечення оптимального паритету між ціновою політикою та якістю туристичного продукту, що передбачає реструктуризацію організаційно-економічних моделей діяльності суб'єктів малого й середнього бізнесу в рекреаційній сфері, а також адаптацію національних стандартів надання послуг до міжнародних вимог [41].

Відповідно до Перспективного плану формування територій громад Львівської області, затвердженого Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 березня 2019 р. № 193-р, у регіоні було запроєктовано створення 67 територіальних одиниць. На сьогодні в області функціонують 73 територіальні громади. До категорії гірських територіальних громад Львівщини, згідно з чинним законодавством, віднесено такі: Трускавецька, Добромильська, Старосамбірська, Турківська, Хирівська, Сколівська міські громади, Східницька, Боринська, Славська селищні громади, а також Стрілківська, Грабовецько-Дулібівська, Козівська сільські громади. Керуючись Законом України «Про статус гірських населених пунктів в Україні», офіційний статус гірських територій у Львівській області отримали 196 населених пунктів, де проживає близько 155 тис. осіб [42].

Гірські територіальні громади охоплюють 20% площі Львівської області до складу яких входять 266 населених пунктів із них 196 мають статус гірських,

але проживає тільки 9% населення регіону. Це пов’язано з особливостями рельєфу, специфічними кліматичними умовами та частково історичними факторами заселення територій. Гірська частина Львівщини як і уся область загалом має вигідне географічне розташування на перехресті міжнародних транспортних, економічних, торговельних, культурних шляхів, що сприяє розвитку туризму в регіоні.

Планування ресурсного забезпечення та фінансова стійкість гірських громад безпосередньо залежать від ефективного використання їхнього природно-рекреаційного потенціалу. Туристичний збір у цьому контексті є унікальним інструментом: це прямий фінансовий відгук ринку на якість створеної громадою інфраструктури. Проведений аналіз показників найбільших громад гірського регіону дає змогу виявити лідерів за рівнем фінансової віддачі від туризму та визначити потенційні точки росту для територій, що мають схожий ресурсний профіль

Таблиця 2.2

Аналіз показників туристичного збору найбільших гірських громад Львівщини за 2021–2024 рр., тис. грн

Громада (ОТГ)	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Динаміка 2024/2023,%
Трускавецька	6750	7121,5	9204	8741,6	-5,00
Східницька	2089	2344	2782,8	3653,4	+31,2
Славська	845	921,8	1052,7	1092,6	+3,8
Сколівська	310	285	340,5	412	+21,0

*Джерело: [43]

Аналіз представлених даних свідчить про високу адаптивність туристичного сектору гірських громад Львівщини до воєнних викликів, що підтверджується позитивною динамікою надходжень у більшості ТГ порівняно з довоєнним 2021 роком. Беззаперечним лідером за обсягами залишається Трускавецька громада, хоча фіксація від’ємної динаміки у 2024 році (-5,0%)

вказує на стабілізацію попиту після різкого зростання 2023 року, пов’язаного з тривалим проживанням ВПО. Натомість Східницька ТГ демонструє найбільш стрімкий економічний розвиток із приростом у 31,2%, що пояснюється успішною орієнтацією на преміальний сегмент оздоровлення та розширенням номерного фонду. Помітне зростання Сколівської громади (+21,0%) свідчить про поступову детінізацію бізнесу та ріст популярності екологічного туризму, тоді як показники Славської ТГ (+3,8%) відображають етап стабілізації ринку. Загалом, значне перевищення фінансових показників 2024 року над рівнем 2021 року в усіх громадах підтверджує стратегічну роль гірських територій як ключових рекреаційних хабів України в сучасних умовах.

Аналіз надходжень туристичного збору дає розуміння фінансової результативності галузі, проте для оцінки глибинних змін у структурі туристичного сектору необхідно простежити динаміку кількості суб’єктів господарювання (Табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Аналіз кількості суб'єктів сфери обслуговування

Громада (ТГ)	2021 р.	2022 р.	2023 р.	2024 р.	Динаміка 2024/2021, %
Трускавецька	412	385	398	405	-1,70%
Східницька	154	148	158	167	+8,4%
Славська	215	192	204	212	-1,40%
Сколівська	98	84	91	96	-2,00%

*Джерело: [44]

Аналіз кількості суб’єктів сфери обслуговування у 2021–2024 роках свідчить про високу життєздатність бізнес-середовища гірських громад Львівщини та успішне подолання ними критичної фази спаду 2022 року. Загальною тенденцією для всіх громад, окрім Східницької, є незначне скорочення кількості підприємств порівняно з довоєнним 2021 роком (від -1,4% до -2,0%), що на фоні рекордного зростання туристичного збору за цей же період вказує на якісну трансформацію ринку. Фактично відбулася консолідація галузі

від нерентабельних суб’єктів (переважно дрібні ФОП), які залишили ринок у 2022 році, до потужніших об’єктів, які не лише відновили роботу, а й збільшили обсяги наданих послуг та рівень звітності.

Туризм належить до тієї групи галузей, що мають яскраво виражену ресурсну орієнтацію. Від наявності тих чи інших туристичних ресурсів на певній території та сприятливих чинників залежить туристична спеціалізація регіону та його розвиток загалом. Природні, історико-культурні, інфраструктурні передумови в поєднанні з вигідним географічним розташуванням, екологічною чистотою довкілля, місцевим колоритом та автентичністю, вузькою спеціалізацією господарства регіону зумовили активний розвиток туристичної діяльності в гірських районах Львівської області [45, с. 137].

Вагомий вплив на розвиток туристичної галузі досліджуваного регіону здійснила діяльність патріотично-краєзнавчих, туристичних та спортивних товариств і клубів таких як : «Пласт», «Підгір’я», «Ватра», «Сокіл», «Плай», Дрогобицький відділ Польського Товариства Туристичного (ПТТ), філія Львівського Карпатського Лещатарського клубу (КЛК) та ін. Вони мали на меті популяризацію краєзнавства та туризму в регіоні, а також займались організацією з'їздів і конференцій; побудовою туристичних притулків, маркуванням туристичних шляхів, видавництвом наукових праць та путівників [46].

Природними передумовами розвитку туризму на гірських територіях є гірський рельєф, сприятливий клімат, густа річкова мережа, велика кількість мінеральних джерел, висока лісистість території та ін.

Вся гірська частина області відноситься до північного макросхилу Українських Карпат. Гірські хребти простягаються паралельними пасмами з північного заходу на південний схід до 60 км у довжину і 65 км у ширину. Тут переважають низькогір'я та середньогір'я з абсолютними висотами хребтів 900-1100 м. Максимальної висоти досягає гора Пікуй — найвища точка Львівської області (1408 м), мінімальна висота в межах гір знаходиться в долині р. Вирва, що належить до басейну р. Сян (290 м) при її виході з Карпат [47]. Водночас в

області є й багато інших маршрутів із не тільки мальовничими краєвидами, але й особливою історією.

Друга за висотою гора у Львівській області – Парашка. Вона сягає 1268 м. над рівнем моря. З цієї вершини можна побачити долину річки Стрий з її притоками. Вона розташована в національному парку «Сколівські бескиди». На цю вершину можна організувати похід з різних напрямків. Наприклад, вийти безпосередньо зі Сколе або піднятись зі села Коростів у Красне – та до Парашки. І перший, і другий мають протяжність біля 9-10 км. Тому підйом орієнтовно займе 4-5 годин.

В національному парку «Сколівські бескиди» є також туристичні пішохідні шляхи на гору Ключ та гору Лопата. Вони досить популярні маршрути, адже мають ще й історичну цінність, адже там відбувались бої під час Першої світової війни. На них часто туристи досі знаходять такі речі як залишки зброї чи куль. Крім того, серед популярних маршрутів є гора Маківка, гора Високий Верх та гора Ільза, яка розміщена на території Славської селищної громади. Їх висота від 958 до 1242 м [48].

Гірські хребти розчленовані глибокими поперечинами та поздовжніми долинами рік Дністра, Стрия та їх притоками, більшість з яких є придатними для проведення водних туристичних походів на плавзасобах різного типу.

Наявність протягом гірськолижного сезону (чотирьох-п'яти місяців у році) сприятливих погодних умов та щільного снігового покриву, який у пониженні Карпат зберігається з початку грудня до березня, а у високогір’ї – у період з жовтня по травень сприяло стрімкому розвитку гірськолижного туризму в цьому регіоні.

Найпопулярнішими центрами гірськолижного туризму у гірській частині Львівської області є: Славське («Динамо – Тростян», «Погар», «Кремінь», «Варшава»), Плав’є («Плай»), Орявчик («Звенів»), Волосянка («Захар Беркут»), Сколе («Житня»), Тисовець, Розлуч, Яворів (Західний реабілітаційно-спортивний центр), Орів («Карпатські полонини») [49].

Гірські територіальні громади характеризуються територіальною диференціацією розвитку гірськолижного туризму. Лише на території шести територіальних громад сформувалися гірськолижні центри. Найбільший ресурсний потенціал в регіоні для розвитку гірськолижного туризму мають Славська та Козівська громади. Славська селищна територіальна громада відзначається двома гірськолижними центрами, що складаються із 5 гірськолижних комплексів серед них Славське («Динамо-Тростян», «Погар», «Кремінь», «Варшава») та Волосянка («Захар Беркут»). На території громади функціонує 28 лижних трас загальною довжиною 36,3 км, які обладнані 16 витягами.

В Сколівській, Трускавецькій, Боринській та Турківській громадах є лише по одному гірськолижному центрі де сумарно прокладено п’ять гірськолижних трас загальною довжиною близько 4 км. Заслуговує на особливої уваги Західний реабілітаційно-спортивний центр в селі Явори, який спеціалізується на фізкультурно-спортивній реабілітації та оздоровленні інвалідів усіх нозологій. Важливою соціально значимою функцією Центру є забезпечення підготовки спортсменів-інвалідів до Паралімпійських та Дефлімпійських ігор, чемпіонатів Європи і світу, всеукраїнських змагань, чемпіонатів України і міжнародних турнірів.

Гірська частина Львівщини володіє також потужним потенціалом для розвитку водного туризму, оскільки має густу річкову мережу. В гірській частині Львівщини налічують 76 річок загальною протяжністю 1 328,9 км. Найбільше річок належить до басейну Дністра (85%) і незначна частина – до басейну Сяну (15 %). Загальна густота річкової мережі досліджуваного регіону становить 1,65 км/км², що свідчить про високе зволоження та добрі умови формування річкового стоку. Густота річкової сітки в межах досліджуваного регіону коливається від 0,4 км/км$_2$ до 3,6 км/км².

Високою густотою річкової мережі характеризуються територія Турківської, Боринської, Козівської, Східницької, Славської та Сколівської громад. Найнижчу густоту річкової мережі в регіоні має територія

Старосамбірської, Стрілківської та Добромильської ТГ [50]. Порожисті й стрімкі гірські річки Львівщини є популярним місцем для проведення активного дозвілля, зокрема, рафтингу, каякінгу та інших видів водного туризму. Зокрема важливе значення для проведення спортивних водних видів туризму, зокрема рафтингу мають порожисті гірські притоки Дністра – р. Стрий та р. Опір (Табл. 2.4).

Таблиця 2.4

Рафтингові маршрути на річках гірської частини Львівщини

Маршрут	Річка	Протяжність, км	Категорія складності
м. Сколе – с. Верхнє-Синьовидне	Опір	15	II
с. Славсько – с. Верхнє-Синьовидне	Опір	30	II-III
с. Верхнє Синьовидне – с. Розгірче	Стрий	15	I
с. Урич – с. Верхнє-Синьовидне	Стрий	20	I
с. Верхнє-Синьовидне – с. Гірне	Стрий	25	I
с. Урич – с. Розгірче	Стрий	30	I
м. Сколе - с. Розгірче	Опір, Стрий	30	II

Перспективними громадами для розвитку водного туризму в гірських громадах Львівщини є Сколівська, Грабовецько-Дулібівська та Славська ОТГ.

Завдяки особливим геологічним умовам у гірській частині Львівської області утворились унікальні за своїми лікувальними властивостями родовища підземних мінеральних вод і пелоїдів на базі яких розвивається потужна санаторно-куротна база (Трускавець, Східниця, Розлуч та ін.), що є відомими не тільки в Україні але і далеко за її межами. Гірські території Львівщини багаті на запаси лікувальних мінеральних вод типу «Нафтуся», «Содова», «Залізна» та «Єсентуки», що відіграло значну роль у розвитку туристичної інфраструктури гірських районів Львівської області.

На території Боринської, Козівської, Турківської, Східницької та Трускавецької гірських територіальних громад зосереджені найвідоміші джерела мінеральних вод [51].

У межах Східницької ОТГ провідним бальнеологічним осередком із потужним інфраструктурним комплексом виступає селище Східниця, а додаткові мінеральні джерела зосереджені в гірських поселеннях Опака та

Смільна. Унікальні геологічні особливості цієї місцевості зумовили формування у Східниці найбагатшого спектра гідромінеральних ресурсів з-поміж усіх лікувальних курортів Львівщини. Тутешній потенціал представлений залізистими, гліцериновими, йодобромними, натрій-хлоридними водами, а також водою типу «Нафтуся», які виходять на поверхню через більш ніж десять природних джерел у різних зонах селища. Зі свого боку, Трускавецька ОТГ володіє однойменним підземним родовищем різноманітних мінеральних вод, що займає територію площею приблизно 9 $км^2$. Його структура об'єднує як питні ресурси (джерела № 1 «Марія», № 2 «Софія», № 3 «Броніслава», № 12 та вода типу «Нафтуся»), так і гідромінеральні компоненти для бальнеотерапії та зовнішніх процедур, зокрема сірководневі води та розсоли різного ступеня мінералізації й хімічного складу.

Для гірського масиву Львівської області характерний надзвичайно високий коефіцієнт заповідності, який досягає 21,6%, тоді як середньообласний аналогічний показник у 2024 р. становив лише 8,4%. За даними моніторингу, станом на середину 2024 року в гірській зоні регіону налічувалося 77 заповідних об'єктів та територій, сукупна площа яких перевищувала 95,5 тис. га. Інституційну основу цієї природоохоронної мережі утворюють три національні природні парки, а саме «Королівські Бескиди», «Бойківщина» та «Сколівські Бескиди». Крім того, рекреаційну та екологічну функцію тут виконують регіональні ландшафтні парки «Надсянський» та «Верхньодністровські Бескиди», два заказники загальнодержавного та 21 — локального значення, 11 відокремлених заповідних урочищ, 33 місцеві пам'ятки природи, а також п'ять об'єктів садово-паркового мистецтва.

На гірських територіях Львівської області загалом розташовано 295 пам’яток культурної спадщини, що внесені до Державного реєстру національного та культурного надбання, з них 221 пам’ятка архітектури, 44 пам’ятки історії, 18 пам’яток мистецтва та 12 археологічних пам’яток (Табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Пам'ятки культурної спадщини гірських територій Львівської області, що внесені до Державного реєстру національного та культурного надбання

Район	ОТГ	Ппам' ятки історії	Пам' ятки мистецтва	Пам'ятки археології		Пам'ятки архітектури		Загальна кількість
				Місцев. знач	*Нац. знач.*	*Місцев знач.*	*Нац. знач.*	
Дрогобицький	Східницька	4	-	-	-	10	2	**16**
	Трускавецька	1	-	1	-	1	-	**3**
Самбірський	Боринська	4	-	-	-	4	15	**23**
	Турківська	7	3	-	-	7	8	**25**
	Стрілківська	3	1	-	-	14	3	**21**
	Добромильська	8	2	4	-	21	8	**43**
	Старосамбірська	4	2	2	-	10	11	**29**
	Хирівська	4	2	-	-	12	3	**21**
Стрийський	Славська	3	2	-	-	10	17	**35**
	Сколівська	6	4	2	1	24	8	**42**
	Козівська	-	-	-	-	14	14	**28**
	Грабовецько-Дулібівська	-	2	2	-	-	5	**9**
Всього		**44**	**18**	11	1	127	94	**295**
				12		**221**		

*Джерело: [52]

Важливими передумовами розвитку туристичної галузі в регіоні є наявність розвинутої інфраструктури закладів розміщення та харчування. Згідно з даними управління туризму та курортів Львівської обласної військової адміністрації на території гірських громад Львівської області функціонує 324 заклади розміщення, серед яких 90 готелів, 17 санаторіїв та пан- сіонатів, 33-SPA комплекси, 131 садиба, 19 баз відпочинку (Рис. 2.6).

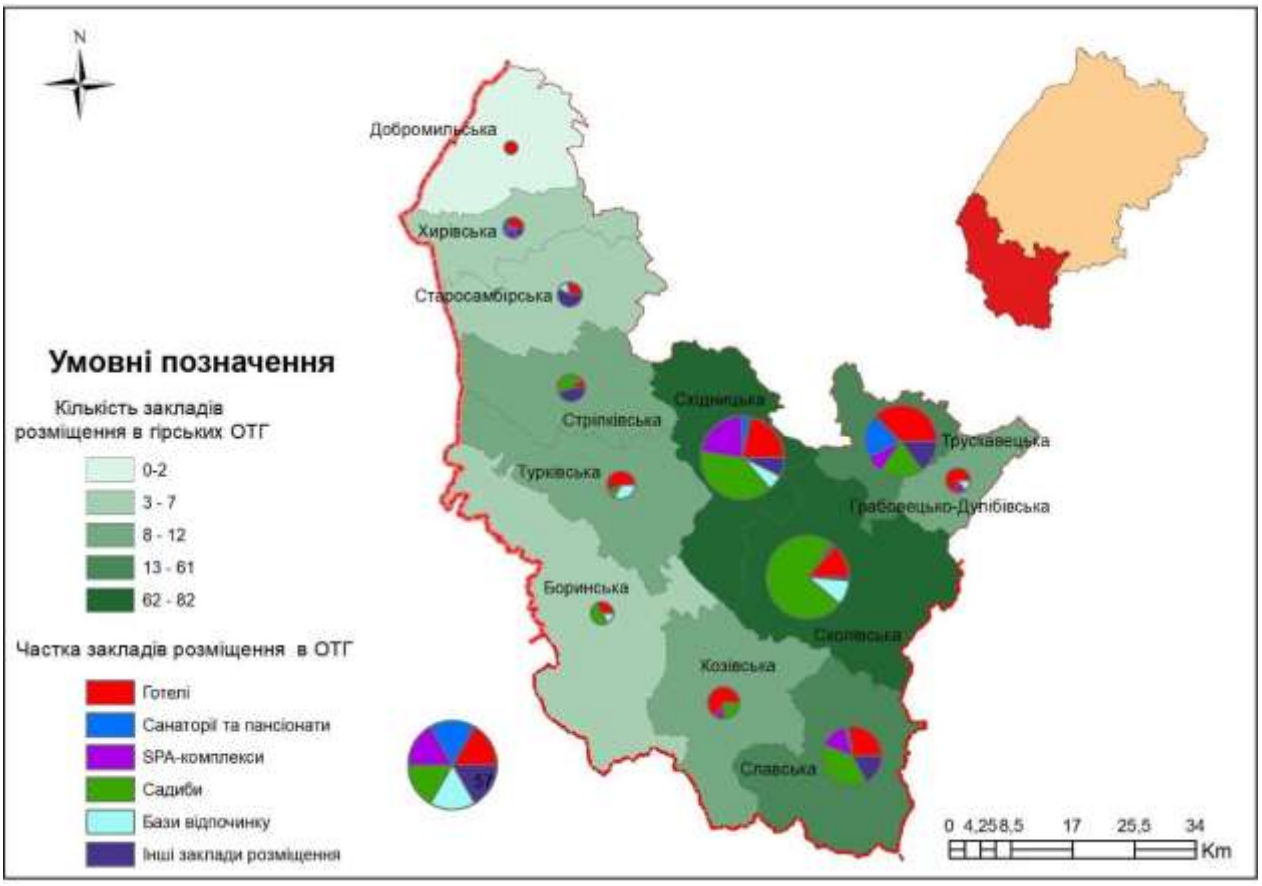


Рис. 2.6 Структура закладів розміщення гірських ОТГ Львівської області

*Джерело: [53]

Найбільша кількість закладів розміщення зосереджена у Східницькій громаді – 82, Сколівській – 81, Трускавецькій – 61 та Славській громаді – 41. Натомість у Добромильській, Хирівській, Боринській та Старосамбірській територіальних громадах така інфраструктура слаборозвинута.

Розвиток туристичної галузі в гірських територіальних громадах Львівщини характеризується нерівномірністю та чіткою функціональною спрямованістю. Такий стан зумовлений специфікою місцевого рекреаційного ресурсу, а також сукупністю соціально-економічних та екологічних детермінант, що визначають динаміку формування туристичного продукту в кожній окремій громаді.

РОЗДІЛ 3
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ ТУРИЗМУ ГРОМАДИ

3.1. Розробка стратегії формування конкурентоспроможного туристичного продукту

В умовах інтенсифікації туристичних процесів у громадах критичного значення набуває якість адміністрування рекреаційних ресурсів. Дослідження сучасних управлінських практик є необхідним кроком для забезпечення сталого розвитку природної та культурної спадщини регіону.



Рис. 3.1. Модель формування конкурентоспроможного туристичного продукту громади

*Джерело: розроблено авторами

Розробка стратегії формування конкурентоспроможного турпродукту передбачає перехід від стихійного відвідування громади до управління її економічним результатом та сфокусована на моделі формування конкурентоспроможного туристичного продукту громади (Рис. 3.1)

Отже стратегія формування конкурентоспроможного турпродукт для гірських ТГ Львівщини (Славської, Східницької тощо) це означає створення продукту, який змусить туриста залишитися довше і витратити більше коштів саме в межах ОТГ.

Першим кроком буде проведення інвентаризації всіх «магнітів» громади з виділенням не просто усіх наявних природніх об’єктів, а тих, що мають унікальну ціннісну пропозицію (USP). Наприклад, для Східниці – це унікальність типів джерел, для Славського – логістична доступність залізницею. Стратегія починається з розуміння того, навколо чого буде «будуватися» основна послуга.

Етап комплексного пакетування передбачає перетворення природного ресурсу на послугу. Громада має стимулювати бізнес об'єднувати проживання, харчування, атракції та транспорт у єдині туристичні пакети. Тільки комплексна пропозиція змушує туриста залишитися довше і витратити більше коштів у громаді.

Можливе визначення структури туристичного продукту не лише за функціональними складовими обслуговування туриста (туристичні ресурси та діяльність, транспортування, розміщення, сервісні послуги), але і за виробничими функціями провайдера. Основою надання туристичного продукту є комплекс потреб (явних, неявних та потенційних) споживача та можливості (матеріально-технічні та кадрові) провайдерів для задоволення цих потреб.

Звичайно, різні групи споживачів характеризуються різною низкою потреб. А тому попит та переваги туристів (транспортування, розміщення, розваги, безпека, оздоровлення та ін.) повинні вивчатися у розрізі їх основних характеристик, до яких відносять: рівень доходу, стать, вік, освіта, професія, культурний рівень та ін. Їх запити можуть суттєво відрізнятися за змістовною

складовою туристичного продукту – асортимент, зручність отримання, рівень обізнаності співробітників тощо. Оскільки потреби і переваги споживачів туристичних послуг насамперед залежать від їх фінансового стану та особистісних характеристик, якість туристичного продукту також є неоднорідною і визначається нагальними потребами споживача.

Водночас є певні універсальні характеристики і вимоги до змісту і якості продукту, які пред'являються до всіх туристів:

– безпека – забезпечення безпеки туриста та його майна протягом туру;

– економічність – можливість обрати з широкого набору цінових пропозицій і скористатися різними формами і способами оплати продукту;

– зручність – створення комфортних умов споживання туристичного продукту;

– імідж – репутаційні характеристики продукту та провайдера, рівень довіри та престижу;

– інноваційність – креативність, використання нових підходів і технологій в обслуговуванні, оригінальність продукту [54].

Ефективність менеджменту туристичної сфери базується на професіоналізмі персоналу, чия діяльність інтегрує як жорсткі кваліфікаційні вимоги (знання, дисципліна), так і специфічні психологічні якості (чуйність, швидкість реакції). Саме поєднання цих факторів є інструментом підвищення якості турпродукту та лояльності клієнтів.

Система просування туристичного продукту передбачає використання інструментів, що роблять продукт видимим і якісним на ринку.

Ефективним інструментом розвитку дестинації є впровадження комплексної стратегії, що поєднує покращення репутаційних характеристик території з модернізацією сервісної політики. Застосування принципів клієнтоорієнтованості та капіталізація локального бренду виступають базовими елементами зміцнення ринкових позицій громади. Оскільки конкурентоспроможність галузі є фундаментальним чинником атрактивності регіону, формування впізнаваного туристичного бренду стає каталізатором не

лише економічної ефективності, а й загальної інвестиційної привабливості територіального сектору.

Підприємства індустрії туризму при створенні нового бренду можуть використовувати певну модель розробки стратегічного плану позиціювання нового бренду на туристичному ринку (Табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Моделі розробки стратегічного плану позиціювання нового бренду

Назва моделі	Характеристика моделі
Модель Brand Wheel (колесо бренда)	Допомагає детально описати та систематизувати процес взаємодії бренда та споживача, де бренд розглядається як сукупність п'яти елементів, укладених один в одного. Елементами цієї моделі є: ядро бренда, центральна ідея, індивідуальність, переваги, атрибути.
Thompson Total Branding (загальний брендинг Томпсона)	Ця модель допомагає визначити чинники, які формують враження від бренда. Ядром бренда є продукт та його якісні характеристики. Наступний елемент – це призначення продукту та його складові, що відрізняють його від інших. Далі виступає цільова аудиторія потенційних споживачів. Та останньою складовою буде індивідуальність бренда
Brand Key (ключ бренда)	В основі створення бренда знаходиться визначення цільової аудиторії та аналіз конкурентного середовища; визначення мотивів, притаманних споживачам, які можна використати для побудови бренда

*Джерело: [55].

Цілями брендингу в туристичній сфері можуть бути [56]:

– моделювання конкурентоспроможного та позитивного іміджу держави;

– популяризація культурної спадщини, історичної самобутності та національної ментальності країни чи конкретного регіону, які виступають дестинацією надання послуг або виготовлення рекреаційного продукту;

– позиціонування та закріплення у ментальному просторі споживачів стійких асоціацій з туристичним продуктом певного міста чи країни задля забезпечення стабільних обсягів збуту;

– нарощення фінансових результатів завдяки дисимінації інформації про ексклюзивні властивості рекреаційних товарів, які капіталізуються через формування відомого бренду території їхнього походження чи реалізації..

3.2. Впровадження цифрових інструментів для підвищення пізнаваності туристичного регіону

Сформований туристичний бренд громади потребує ефективних каналів комунікації для виходу на цільову аудиторію. У сучасних умовах візуальна ідентичність та репутаційні переваги території реалізуються через цифрову трансформацію галузі. Цифровізація виступає не просто технологічним додатком, а середовищем існування бренду, перетворюючи статичний імідж на динамічний сервіс, доступний користувачу в режимі реального часу.

Зручним сучасним цифровим інструментом з багатою функціональністю та вичерпною інформацією про суб’єкти підприємницької діяльності в сфері туризму є Єдиний туристичний портал ОТГ, який функціонує як комплексна цифрова екосистема, що інтегрує в єдиному онлайн-просторі всі наявні ресурси, сервіси та атракції регіону. Його робота базується на принципі «єдиного вікна», де потенційний гість проходить повний шлях від першого візуального знайомства з дестинацією через перегляд мультимедійного контенту та інтерактивних карт до безпосереднього здійснення транзакцій. Портал автоматично синхронізує пропозиції від локальних готельєрів, рестораторів та гідів, перетворюючи розрізнені суб’єкти господарювання на цілісний туристичний продукт. Завдяки інтеграції з геоінформаційними системами та системами онлайн-бронювання, платформа забезпечує безперервний зворотний зв’язок: турист отримує актуальну інформацію та зручний сервіс, а громада — масив даних для аналітики туристичних потоків та ефективного управління економікою туризму. Фактично, портал стає віртуальним офісом громади, який не лише рекламує локальний бренд, а й забезпечує пряму конвертацію інтересу відвідувачів у реальні фінансові надходження до місцевого бюджету.

Формування локальної культури гостинності через систему добровільної сертифікації «Рекомендовано громадою» є стратегічним інструментом управління якістю, що дозволяє вирівняти рівень сервісу в межах усієї дестинації. Цей процес передбачає розробку та впровадження єдиних стандартів обслуговування, які стають своєрідним «знаком якості» для туриста та стимулом для бізнесу.

Програма сертифікації базується на комплексному оцінюванні об’єктів за чіткими критеріями: від базової чистоти та наявності інклюзивних елементів до використання в меню страв локальної кухні та рівня володіння персоналу іноземними мовами. Заклади, що проходять таку верифікацію, отримують офіційний статус пріоритетних партнерів громади, що автоматично інтегрує їх у маркетингові кампанії, туристичні карти та рекомендаційні списки на єдиному порталі ОТГ.

Такий підхід стимулює здорову конкуренцію серед підприємців та сприяє виходу бізнесу з «тіні», оскільки право на отримання брендового знаку «Рекомендовано громадою» мають лише офіційно зареєстровані платники податків. Зрештою, це формує єдиний етичний та професійний простір, де кожен готель, кав’ярня чи музей працюють як злагоджений механізм, створюючи цілісне позитивне враження від перебування в громаді та гарантуючи туристу безпеку та високу цінність отриманих послуг.

Напрями сталого зростання визначають елементи, що пронизують усю модель і забезпечують її довгострокову стійкість, включаючи екологічність, інклюзивність та інноваційність.

– Екологічність передбачає відповідальне ставлення до природних багатств громади. Це включає впровадження енергоефективних технологій у готелях, раціональне використання мінеральних джерел, мінімізацію відходів та збереження біорізноманіття. Такий підхід не лише зберігає ресурси для майбутніх поколінь, а й створює образ «чистої» дестинації, що є вагомою конкурентною перевагою на сучасному ринку.

– Інклюзивність орієнтована на створення безбар’єрного середовища, доступного для всіх категорій населення, включаючи осіб з інвалідністю, людей похилого віку та батьків з маленькими дітьми. Інклюзивність у туризмі — це не лише пандуси, а й спеціально облаштовані маршрути, доступні сайти та інклюзивний сервіс. Це розширює цільову аудиторію громади та демонструє її високий етичний стандарт.

– Інноваційність полягає у постійному впровадженні новітніх рішень для покращення взаємодії з туристом та оптимізації управління. Мова йде про використання Big Data для аналізу туристичних потоків, VR/AR-технологій для візуалізації втраченої спадщини, інтелектуальних систем енергозбереження та автоматизацію маркетингових процесів.

Ці елементи є наскрізними для всіх елементів моделі формування турпродукту, створюючи систему, що здатна адаптуватися до глобальних викликів, мінімізувати антропогенне навантаження на довкілля та максимізувати соціально-економічні вигоди для місцевої громади. Використання цих принципів перетворює туризм із галузі експлуатації ресурсів на інструмент відновлення та сталого розвитку територій.

Логічним завершенням запропонованої моделі формування конкурентоспроможного турпродукту є синергетичний соціально-економічний ефект, що виступає головним індикатором ефективності стратегічного управління громадою. Економічна складова цього результату проявляється у стійкому зростанні бюджетних надходжень через збільшення обсягів туристичного збору та податкових відрахувань, що стає можливим завдяки детінізації бізнесу та капіталізації локальних ресурсів. Окрім прямого прибутку, виникає потужний мультиплікативний ефект, який стимулює розвиток суміжних галузей — від локального фермерства та крафтового виробництва до транспортної інфраструктури та сфери торгівлі, перетворюючи громаду на інвестиційно привабливий майданчик.

Водночас економічні здобутки нерозривно пов'язані із соціальним прогресом, оскільки розвиток туризму безпосередньо впливає на рівень та якість

життя місцевого населення. Це знаходить відображення у створенні нових робочих місць, стримуванні трудової міграції та модернізації громадського простору, де оновлена інфраструктура – дороги, освітлення, зони відпочинку та цифрові сервіси однаковою мірою слугує як гостям, так і місцевим жителям. Таким чином, кінцевий результат моделі полягає у переході до моделі сталого розвитку, де успіх туристичної галузі конвертується у довгострокове зростання добробуту та безпеку територіальної спільноти.

З метою оцінки доцільності впровадження розроблених заходів та їхнього впливу на фінансово-господарську діяльність туристичного сектору громади, було сформовано перелік прогнозних індикаторів. Дані показники відображають потенційний приріст доходів та зміну якісних параметрів функціонування ринку туристичних послуг після реалізації проєкту (Табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Прогнозні показники економічної ефективності від впровадження стратегічних заходів у громаді

Показник	Стан до впровадження (базовий період)	Прогноз після впровадження (через 1 рік)	Очікувана зміна (%)	Джерело ефекту (заходи)
Обсяг надходжень туристичного збору, тис. грн	1200	1440	+20,0%	Детінізація приватного сектору через сертифікацію та цифровізацію обліку
Середня тривалість перебування туриста, діб	2,1	3	+42,8%	Пакетування послуг, розвиток нових атракцій та маршрутів
Кількість офіційно зареєстрованих суб’єктів, од.	45	52	+15,5%	Стимулювання легалізації через програму «Рекомендовано громадою»
Середній чек туриста (витрати на добу), грн	1100	1350	+22,7%	Розвиток локальних брендів, крафтової продукції та додаткових сервісів
Кількість робочих місць у сфері туризму, осіб	150	172	+14,6%	Відкриття нових об’єктів інфраструктури та розширення сервісів
Мультиплікативний дохід для громади, тис. грн	2400	3120	+30,0%	Активізація суміжних галузей (торгівля, транспорт, послуги)

Прогнозне зростання туристичного збору на 20% обґрунтовується запровадженням єдиного цифрового порталу та системи QR-кодів, що дозволяє краще контролювати кількість відвідувачів та стимулює власників садиб до офіційної реєстрації для отримання знаку якості «Рекомендовано громадою». Збільшення майже на одну добу тривалості перебування (з 2,1 до 3,0) досягається завдяки створенню «комплексного продукту» – коли туристу пропонують не просто нічліг, а готову програму на вікенд або тиждень, інтегровану в онлайн-застосунок. Мультиплікативний дохід розрахований за методикою туристичного мультиплікатора (k = 2.1) означає, що кожна гривня, витрачена в засобі розміщення, приносить додатково понад одну гривню доходу місцевим магазинам, заправкам та фермерам.

Запропонована модель базується на інтеграції унікального природно-рекреаційного центру з багаторівневою системою сучасного менеджменту, де ключовим рушієм виступає цифрова трансформація. Створення єдиного туристичного хабу у поєднанні з інтерактивною QR-навігацією та інструментами онлайн-бронювання дозволяє не лише забезпечити комфортний шлях споживача, а й сформувати прозору систему моніторингу туристичних потоків. Важливим елементом стійкості цієї системи є впровадження стандартів локальної гостинності через програму сертифікації, що одночасно стимулює легалізацію бізнесу та підвищує якісні характеристики сервісу. Прогнозні розрахунки підтверджують високу ефективність такої стратегії, оскільки очікуване зростання надходжень від туристичного збору та збільшення середньої тривалості перебування гостей створюють потужний мультиплікативний ефект для всієї місцевої економіки.

У кінцевому результаті реалізація моделі забезпечує гармонійне поєднання економічної вигоди, соціального прогресу та культурного відродження, перетворюючи туризм на головний чинник сталого зростання добробуту громади та зміцнення її конкурентних позицій на ринку.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження теоретичних та організаційних аспектів управління економікою туризму в громадах дали підставу зробити наступні висновки:

1. Теоретична сутність туризму в контексті регіонального розвитку полягає у його здатності виступати потужним економічним мультиплікатором, який стимулює розвиток суміжних галузей та зміцнює фінансову самодостатність територіальних громад. Роль туристичного сектору визначено як стратегічну, оскільки він забезпечує не лише наповнення місцевих бюджетів через податкові надходження, а й сприяє збереженню соціокультурної ідентичності, створенню нових робочих місць та запобіганню депопуляції сільських територій.

Туристична індустрія постає дієвим механізмом досягнення триєдиної мети сталого розвитку, забезпечуючи гармонійний баланс між фінансовими преференціями, соціальним прогресом та збереженням екосистем. У зв'язку з цим, галузь інтегрована в структуру сучасної економіки як її фундаментальний елемент, що підпорядковується загальносуспільним закономірностям розвитку. Інтенсивна еволюція цього сектору підтверджує його значні можливості для масштабування та детермінує посилення його ролі у світовому господарстві.

2. Аналіз сучасного стану туристичного сектору в гірських громадах Львівщини (зокрема Славської, Східницької, Трускавецької та Сколівської ТГ) свідчить про наявність потужного рекреаційно-ресурсного потенціалу, який наразі використовується не в повному обсязі. Гірські території характеризуються високою концентрацією природних об'єктів, лікувальних джерел та історико-культурних пам'яток, що створює фундамент для розвитку всесезонного туризму – від гірськолижного та бальнеологічного до екологічного та етнографічного. Проте динаміка розвитку галузі в цих громадах є нерівномірною: поряд із сучасними курортними центрами існують території з низьким рівнем сервісу та застарілою інфраструктурою.

Головною проблемою залишається високий рівень тінізації ринку послуг розміщення, особливо в приватному секторі, що обмежує можливості громад отримувати відповідні податкові надходження для розвитку територій. Водночас потенціал гірських громад полягає у можливості створення унікальних наскрізних туристичних продуктів, які б інтегрували ресурси декількох сусідніх спільнот. Цифрова трансформація, розвиток локальних брендів та покращення транспортної логістики визначені як пріоритетні вектори, що здатні перетворити наявні природні ресурси на конкурентоспроможний економічний актив, забезпечуючи громадам Львівщини роль лідерів внутрішнього та міжнародного туризму в Карпатському регіоні.

3. Для вдосконалення управління економікою туризму в гірських громадах Львівщини необхідно перейти до комплексної стратегічної моделі, де центральне місце посідає цифровізація та партнерство між владою і бізнесом. Ключовим вектором розвитку має стати створення єдиної цифрової екосистеми громади, що об’єднує інтерактивні карти, системи онлайн-бронювання та QR-навігацію, забезпечуючи прозорість туристичних потоків та зручність для гостя. Паралельно з цим, критично важливим є впровадження механізмів детінізації та підвищення якості послуг через локальні стандарти сертифікації, які стимулюватимуть приватний сектор до офіційної реєстрації та дотримання єдиних вимог сервісу.

Особлива увага має бути приділена пакетуванню туристичних продуктів, що дозволяє подовжити термін перебування туриста в громаді та збільшити середній чек через залучення місцевих виробників крафтової продукції до ланцюгів постачання. Кінцевим результатом реалізації цих шляхів є формування самодостатньої туристичної дестинації, де ефективне управління економікою галузі конвертується у стабільні надходження до бюджету, розвиток соціальної інфраструктури та підвищення загальної інвестиційної привабливості громади.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кулиняк І. Я. Туризм: сутність, ознаки та теоретичні підходи до трактування. *Академічні візії*. 2025. Вип. 43. DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.16421497

2. International Recommendations for Tourism Statistics 2008. New York, 2010. URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm

3. Walton J. Tourism. [online]. URL: https://www.britannica.com/topic/tourism

4. Кулиняк І. Я. Класифікація видів туризму відповідно до галузей економіки (видів економічної діяльності). *Development Service Industry Management.* 2024. № 4. С. 207–213.

5. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр .

6. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=4659

7. Кифяк В. Ф. Розвиток туризму як один зі сценаріїв покращення соціальноекономічного стану Чернівецької області. *Вісник Чернівецького торговельно- економічного інституту КНТЕУ*. 2015. № 2(58). С. 67–81.

8. Моісєєва Н. І. Теоретичні засади понятійно-категоріальної складової сутності туризму. *Ефективна економіка*. 2019. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6900

9. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименко. Одесса: Астропринт, 2013. 334 с.

10. Панченко Т. Ф. Еволюція науково-теоретичного змісту терміноелементів «курорт-рекреація-туризм». *Містобудування та територіальне планування.* 2021. № 77. С. 378-387.

11. Смутчак З. В. Вплив розвитку туризму на соціально-економічний стан в Україні. URL: file:///C:/Users/38097/Desktop/Downloads/344-Article%20Text-653-1-10-20210603%20(9).pdf

12. Шведун В., Мельниченко О. Особливості розвитку галузі туризму в Україні. Харків: НУЦЗУ, 2017. 153 с.

13. Подолян Я., Тимошенко І., Садова Н. Культурний туризм як інструмент відновлення та розвитку індустрії гостинності у повоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 53.DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-35

14. Задорожна К. І. Соціальний туризм у системі туристичної галузі. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2016. Вип. II(62). С.17–27.

15. Литвиненко А. П., Якименко-Терещенко Н. В. Функції туризму у повоєнний час. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/f3f9ba54-469b-43ec-92a3-b0ad60fc639b/content

16. Балан А., Савченко Д., Савченко В. Рекреаційний потенціал в економічному розвитку територіальних громад України. *Economic journal Odessa polytechnic university*. 2024.. №1(27). С. 109–119.

17. Підвальна О. Г., Колесник Т. В. Регіональна політика інноваційного розвитку сфери туризму: проблеми формування та регулювання: монографія. Вінниця ТОВ «Друк» 2022. 372 с.

18. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту: навч. посіб. К.: Альтерпрес, 2004. 288 с.

19. Ілляшенко І., Шмігельська Є., Медвідь Г. Сталий туризм – роль громади в управлінні та збереженні природних ресурсів. *Наукові перспективи*. 2023. № 11(41). DOI: https://doi.org/10.52058/2708-7530-2023-11(41)-515-528

20. Цілі Сталого Розвитку: Україна. Завдання та індикатори. URL: https://files.acquia.undp.org/public/migration/ua/SDG-leaflet-ukr_F.pdf

21. Поняття державного регулювання. URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Державне_регулювання

22. Hrytsai, S.. Classification of elements of the latest digital financial technology. *International Science Journal of Jurisprudence & Philosophy* 2022. № 1.2 P. 1-15. DOI: https://doi.org/10.46299/j.isjjp.20220102.1

23. Брусільцева Г. М. Правове регулювання туристичної діяльності: навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. 214 с.

24. Долинська, О. Нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності в Україні. *Економіка та суспільство*. 2025. Вип. 79. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-82

25. Байда Б. Ф. Системний підхід до розвитку менеджменту туризму. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2019. Т. 30(69). № 2. С. 22–25.

26. Стоян К. С., Рижова К. І., Копилова А. О. Європейський досвід державного управління туристичною сферою. *Право і суспільство. Серія: «Адміністративне право і адміністративний процес, інформаційне право»*. 2018. № 6. С. 175–181.

27. Литвин О. В. Реалізація політики державного управління туристичною діяльністю в Україні. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 60. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-138

28. Литвин О. В., Кирилюк І. М. Нормативно-правове регулювання туристичної галузі в Україні. *Економічні горизонти*. 2024. № 1(27). URL: http://eh.udpu.edu.ua

29. Децентралізація в Україні. URL: https://decentralization.gov.ua/

30. Мірко Н. В., Костянчук О. М. Концептуальні засади управління туристичною сферою. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління.* 2020. Том 31 (70) № 1 С. 50–57.

31. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-

членами, з іншої сторони: ратифікована із заявою Законом України від 16.09.2014 № 1678-VII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

32. Литвин О. В. Регіональний туристично-рекреаційний комплекс, його становлення та значення у сучасній індустрії туризму. Формування і розвиток регіонального туристично-рекреаційного комплексу: кол. монографія / за ред. І. М. Поворознюк. Умань : Візаві, 2019. С. 7–44.

33. Atasoy B., Şeyhanlıoğlu H. Önal, Zengin, B. Crises and tourism: an early assessment on the Russia-Ukraine war. *Anais Brasileiros De Estudos Turísticos*, 2023. № 13(1). DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.10325794

34. Tourism Economics an Oxford economics company. Driving the Tourism Recovery in Ukraine. 2021. URL: https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google_Ukraine_Final.pdf

35. Державне агентство розвитку туризму України. Туристична статистика: податкові надходження від тургалузі по регіонах. 2025. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-podatkovi-nadhodzhennya- vid-turgaluzi-po-regionah-2

36. Туристична статистика України. за 2024 р.URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2024-turistichna-sfera-ukrayini-prinesla-v-byudzhet-mayzhe-3-mlrd-grn

37. До бюджету громад у 2024 році надійшло майже 273 млн грн туристичного збору. URL: https://tourism.gov.ua/

38. Податки від туризму за регіонами. URL: https://skilky-skilky.info/podatky-vid-turyzmu-za-rehionamy-u-kyievizrostannia-u-2-razy/

39. Туристична статистика: податкові надходження від тургалузі по регіонах. URL: https://www.tourism.gov.ua/ blog/turistichna-statistika-podatkovi-nadhodzhennya-vid-turgaluzi-po-regionah-2

40. Стратегія розвитку Львівської області на період 2021-2027 років. URL.ibh.asd.company/wp-con-tent/uploads/2020/07/stratehija-rozvytku-lvivshchyny-do-2027.pdf

41. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. Офіційний вісник України. 31.03.2017., № 26, с. 86, стаття 752, код акта 85344/2017.

42. Закон України «Про статус гірських населених пунктів в Україні» URL. https://zakon.rada.gov.ua

43. Open Budget – Державний веб-портал бюджету для громадян. URL: https://openbudget.gov.ua/

44. Головне управління статистики у Львівській області. URL: https://www.lv.ukrstat.gov.ua/

45. Худоба О. Розвиток туризму в гірських громадах Львівщини: передумови та перспективи. *Рекреаційна географія і туризм Наукові записки.* 2024. №2. С. 136–147.

46. Голод А., Худоба О. Передумови розвитку туризму на гірських територіях Львівської області. *Молода спортивна наука України*: матеріали XXVII наук. конф. Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. С. 157–158.

47. Львівська область: природні умови та ресурси: монографія / за заг. ред. д-ра геогр. наук, проф. М. М. Назарука. Львів: В-цтво Старого Лева, 2018. 592 с.

48. Гірські маршрути для мандрівок Львівщиною: на які вершини можна піднятися. URL: https://dyvys.info/2024/08/13/na-yaki-gory-mozhna-pidnyaty-na-lvivshhyni-perelik/

49. Екологічний паспорт Львівської області – 2023. URL: https://drive.google.com/file/d/1hPAiUwWFhuMd_lUqQ9E-kvK_J1VIpqLg/view.

50. Мандюк Н. Л. Фактори сталого розвитку туризму гірських територій Львівської області. *Географія та туризм*. 2017. Вип. 40. С. 88–96.

51. Мігущенко Ю. В. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі Львівської області. *Ефективна економіка*. 2015. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2015/91.pdf

52. Державний реєстр нерухомих пам'яток України (ДРНПУ). URL: https://е-пам'ятка.gov.ua/.

53. Управління туризмом та курортами ЛОВА. URL: https://loda .gov .ua/

54. Павлов К. В., Павлова О. М., Крамар О. Ю., Полторак О. В. Управління та оцінка ефективності ризиків в сфері соціально-орієнтованого підприємництва. *Актуальні проблеми інноваційної економіки та права*. 2024. № 6. С. 19–27.

55. Забуранна Л. В. Формування брендингових стратегій на вітчизняному туристичному ринку. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 2(128). С. 68–76.

56. Юрченко Н.І. Принципи формування конкурентоспроможного бренду в туристичній галузі. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. № 3(71),. С. 248–255.