

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВЕТЕРИНАРНОЇ МЕДИЦИНИ ТА БІОТЕХНОЛОГІЙ
імені С.З. ГЖИЦЬКОГО

Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

Допускається до захисту

“ ____ ” _____ 2025р.

В.о. зав. кафедри _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

студента **Цибулько Ярослава Володимировича**

на тему:

ОЦІНКА ТА ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО
ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ (НА
ПРИКЛАДІ ДОБРОТВІРСЬКОЇ ОТГ)

на присвоєння кваліфікації – **Магістр з туризму**

Керівник роботи _____ д.е.н., проф., член-кор. НААНУ
Липчук Василь Васильович

Львів – 2025

Міністерство освіти і науки України

**Львівський національний університет ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З. Гжицького**

Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

ОС Магістр

Спеціальність «Туризм та рекреація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

_____ **Л.П. Кушнір**

“ ____ ” _____ 2025 р.

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Цибулько Ярославу Володимировичу

**Тема роботи: «Оцінка та використання туристичного
потенціалу територіальної громади (на прикладі
Добротвірської ОТГ)»**

керівник роботи д.е.н., професор, член-кор. НААНУ Липчук В.В.,
затверджена наказом вищого навчального закладу від « ____ » _____
2025 року № _____

2. Строк подання студентом проекту (роботи) листопад 2025 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи) – *робота буде виконуватись на
прикладі Добротвірської територіальної громади, основним джерелом*

інформації будуть характеристика туристичних ресурсів громади та їх використання.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *ознайомитись з суттю туристичного потенціалу громади, його складовими та способами оцінки, провести аналіз наявного туристичного потенціалу, виявити ключові проблеми та подати пропозиції щодо покращення його формування і використання з огляду на наявні природні ресурси.*

5. Перелік графічного матеріалу – *у роботі будуть представлені таблиці, рисунки..*

6. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1	Вступ	01.04.2024 р.	
2	Огляд наукової та патентної літератури	01.06.2025 р.	
3	Вивчення методів досліджень, побудова інструментів дослідження та збір даних	10.07.2025 р.	
4	Опрацювання результатів досліджень	10.11.2025 р.	
5	Формування висновків та підготовка роботи до захисту	15.11.2025 р.	

Студент _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Цибулько Я.В. Оцінка та використання туристичного потенціалу територіальної громади (на прикладі Добротвірської ОТГ): Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм і рекреація») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу та гостинності. Наук. кер.: В. В. Липчук, д.е.н., проф., член-кор. НААНУ. Львів, 2025. 86 с.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти формування та використання туристичного потенціалу територіальної громади. Метою дослідження є обґрунтуванні теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо оцінки та використання туристичного потенціалу територіальних громад. Робота складається з трьох розділів: у першому розділі проаналізовано сутність туристичного потенціалу громад, ідентифіковано його основні характеристики, структуру, особливості та різні методики його оцінки; у другому розділі проведено аналіз туристичного потенціалу Добротвірської об'єднаної територіальної громади в контексті її стратегічного розвитку; у третьому розділі обґрунтовано пропозиції щодо вдосконалення використання наявних туристично-рекреаційних ресурсів, стратегічні напрямки розвитку туристичного потенціалу, а також запропоновано нові види туристичної пропозиції з врахуванням світового і вітчизняного досвіду та формування бренду території. Результати дослідження можуть бути основою для розробки нової стратегії розвитку туризму в територіальній громаді.

Ключові слова: туристичний потенціал, територіальна громада, туристичні ресурси, туристична пропозиція, стратегія.

ANNOTATION

Cybulko, Y.V. Assessment and utilization of the tourism potential of the territorial community (based on the example of the Dobrotvirska OTG): Qualification work for obtaining the second (master's) level of higher education: (242 “Tourism and Recreation”) / Stepan Gzhytskyi Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies. Department of Tourism Business and Hospitality. Scientific supervisor: V. V. Lypchuk, Doctor of Economics, Professor, Corresponding Member of the National Academy of Agrarian Sciences of Ukraine. Lviv, 2025. 86 p.

The thesis examines the theoretical and practical aspects of the formation and use of the tourism potential of a territorial community. The aim of the study is to substantiate theoretical provisions and develop practical recommendations for assessing and using the tourism potential of territorial communities. The work consists of three chapters: the first chapter analyzes the essence of the tourism potential of communities, identifies its main characteristics, structure, features, and various methods of its assessment; the second chapter analyzes the tourism potential of the Dobrotvirska united territorial community in the context of its strategic development; the third section substantiates proposals for improving the use of existing tourism and recreational resources, strategic directions for the development of tourism potential, and proposes new types of tourism offerings, taking into account global and domestic experience and the formation of a brand for the territory. The results of the study can serve as a basis for developing a new tourism development strategy in the territorial community.

Keywords: tourism potential, territorial community, tourism resources, tourism offerings, strategy

ЗМІСТ

ВСТУП		7
РОЗДІЛ 1.	ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	10
1.1.	Поняття, сутність та структура туристичного потенціалу територіальної громади	10
1.2.	Методика оцінки туристичного потенціалу територіальної громади	15
1.3.	Нормативно-правове забезпечення розвитку туризму на рівні територіальних громад	19
РОЗДІЛ 2.	АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОБРОТВІРСЬКОЇ ОТГ	24
2.1.	Загальна характеристика територіальної громади	24
2.2.	Туристично-рекреаційні ресурси Добровірської територіальної громади	26
2.3.	Оцінка стану туристичної інфраструктури Добровірської громади	36
РОЗДІЛ 3	СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОБРОТВІРСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ	43
3.1	Формулювання стратегічного бачення та цілей розвитку туризму в громаді	43
3.2.	Перспективи розвитку туризму в громаді.	
3.3	Пропозиції щодо створення та просування туристичного бренду громади	57
ВИСНОВКИ		61
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ		63

ВСТУП

Вивчення туристичного потенціалу громади є ключем до її економічного розвитку, збереження культурної спадщини та формування позитивного іміджу території. Це дозволяє перетворити локальні ресурси на джерело доходів і соціальної активності.

Розвиток туризму - це величезна можливість як для збереження природи, так і для загального соціально-економічного розвитку певної території. Однак окремі сегменти нині функціонуючої туристичної економіки потребують значних трансформацій. Ці зміни та подальший розвиток туризму обов'язково мають стосуватися природних умов, захисту базових екологічних процесів і захисту культурних цінностей, і тому мають характер сталого розвитку. Такий підхід підкреслює особливо важливу роль місцевої громади у місцевих рішеннях щодо напрямків очікуваного розвитку туризму.

Вплив туризму помітний у таких сферах, як зайнятість, регіональний розвиток, освіта, довкілля, транспорт і культура. Водночас розвиток туризму залежить від багатьох видів діяльності в інших галузях економіки. Розвиток туризму залежить як від соціальних, так і від технологічних факторів. Зі зростанням збагачення суспільств зростає попит на туристичні товари. Економічний і соціальний розвиток, існування міжнародних економічних зв'язків, глобальна конкуренція та глобальні ринки також розширюють як потреби, так і можливості людей подорожувати та відпочивати.

Туристична індустрія забезпечує робочі місця не лише в сферах, безпосередньо пов'язаних із проживанням і кейтерингом, а й в інших секторах, зокрема в торгівлі та сферах послуг. Навколо туристичних центрів створюються нові робочі місця, розширюється технічна, економічна та соціальна інфраструктура, що стимулює подальшу розвиток.

Планування, передусім стратегічне, процесів розвитку у сфері туризму на місцевому рівні повинно базуватися на існуючому тут туристичному потенціалі, створеного природою і людиною. Цьому має передувати інформування місцевого населення про переваги, які можна очікувати від підготовки громад до потреб туристичної функції, а також про загрози, які можуть виникнути, якщо не вжити заходів для впровадження оптимальних рішень, викладених у стратегії розвитку конкретної територіальної одиниці.

Розуміння фактичних ресурсів та обмежень має вирішальне значення для прийняття обґрунтованих стратегій, інвестиційних та промоційних рішень. Дослідження туристичного потенціалу також враховує потреби та очікування місцевої громади, що сприяє прийняттю туризму та допомагає створити яскравий місцевий бренд. Використовуючи реальний потенціал для розвитку туризму можна розширити можливості працевлаштування, зміцнити місцевий бізнес та активізувати залучення мешканців до громадського життя.

Оскільки туризм в останні роки є однією з найбільш динамічних сфер, то і наукове обґрунтування його розвитку також розширюється. В Україні цією проблематикою, зокрема в територіальному розрізі, займається багато науковців, серед яких на особливу увагу заслуговують О. Бейдика, М. Бойко, В. Кифяка, Н. Кудли, В. Липчука, О. Любіцевої, В. Любіцької, М. Мальської, Г. Михайличенко, С. Михайленко, І. Сторонянської, Т. Ткаченко, Л. Черчик та багатьох інших. В останні роки ця проблематика в контексті епідеміологічної та соціально-політичної ситуації, викликаною війною росії проти України, набуває особливого значення.

Мета і завдання дослідження. Мета кваліфікаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та розробці практичних рекомендацій щодо оцінки та використання туристичного потенціалу територіальних громад.

Відповідно до такої мети визначено наступні завдання:

- розкрити понятійний апарат проблеми дослідження, зокрема сутність та складові туристичного потенціалу громади;
- з'ясувати існуючі методики оцінки туристичного потенціалу, зокрема в територіальному розрізі;
- оцінити компоненти туристичного потенціалу Добротвірської територіальної громади та ідентифікувати її сильні і слабкі сторони;
- розробити рекомендації та пропозиції щодо покращення використання наявного та розвитку туристично-рекреаційного потенціалу.
- запропонувати нові туристичні продукти в громаді з метою підвищення її туристичної привабливості;
- запропонувати ідеї щодо брендингу територіальної громади.

Об'єктом дослідження є процес формування, оцінки та використання туристичного потенціалу територіальних громад.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів оцінки та підвищення ефективності використання туристичного потенціалу громад.

Дослідження виконувалося на базі Добротвірської об'єднаної територіальної громади Шептицького району Львівської області.

Методи дослідження. В процесі підготовки кваліфікаційної роботи використовувалась сукупність як якісних, так і кількісних методів дослідження, зокрема, порівняння, ряди динаміки, аналіз і синтез, абстрактно-логічний аналіз, кореляційно-регресійний аналіз, аналіз SWOT, табличний і графічний методи – для візуалізації та наглядності отриманих результатів дослідження.

Джерелом інформації при написанні кваліфікаційної роботи були вихідні дані органів місцевої влади і статистики щодо територіального розвитку та відповідних інтернет сайтів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у наступному:

- обґрунтовано необхідність та особливості розвитку сільського туризму та водного туризму з в досліджуваній територіальній громаді з огляду на її природний потенціал;
- запропоновано пропозиції щодо розширення асортименту туристичної пропозиції, зокрема щодо створення окремих туристичних маршрутів;
- запропоновано елементи контент-маркетингу для формування бренду місцевої громади.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження мають прикладне значення і можуть бути використані при розробці і корегуванні стратегій місцевого розвитку.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

1.1. Поняття, сутність та структура туристичного потенціалу територіальної громади.

Територіальний потенціал громади - це сукупність матеріальних, людських, соціальних і культурних ресурсів певної місцевої спільноти, які можуть бути використані для її соціально-економічного розвитку та покращення якості життя мешканців. Дослідження «територіального капіталу» підкреслюють, що він включає не лише інфраструктуру, природні ресурси чи розташування, а й важко вимірювані активи: соціальну довіру, місцеву ідентичність, креативність і якість інституцій. У контексті ОТГ потенціал спільноти створюється між іншим демографічною структурою, людським капіталом, базою державних послуг, мережею громадських організацій, традиціями гостинності, а також здатністю місцевих органів влади планувати та залучати інвестиції

Дослідження спроможності муніципалітетів показують, що чим краще вони використовують власний потенціал, зокрема через активне місцеве самоврядування, участь громадян і економічну диверсифікацію, тим менше вони залежать від компенсаційних субсидій і тим вищою своєю конкурентоспроможністю.

Територіальний потенціал розглядається як ключовий фактор соціально-екологічного розвитку: він визначає, чи здатна спільнота одночасно підвищувати рівень життя, захищати довкілля та розвивати стійкість до криз.

Складовим елементом потенціалу громад є їх туристичний потенціал. Поняття «туристичний потенціал територіальної громади» в українській науковій і нормативній літературі з'явилося порівняно недавно (після 2015 р.), коли внаслідок децентралізації об'єднані територіальні громади отримали реальні повноваження та ресурси для самостійного розвитку туризму. Найчастіше це поняття трактується як сукупність природних, культурно-історичних, соціально-економічних та інфраструктурних ресурсів території, які за відповідних умов можуть бути використані для надання туристичних послуг і отримання економічної, соціальної та іміджевої вигоди.

Разом з тим, окремі автори відмічають, що «Туристично-рекреаційний потенціал – це досить ємна концепція, яка містить численні детермінанти, що визначають туристичну та рекреаційну привабливість певної території»[1].

Найбільш повне визначення, яке на сьогодні є найбільш цитованим в українській літературі, відмічає, що «туристичний потенціал територіальної громади є інтегральною характеристика території, що відображає наявність, кількісно-якісний стан і можливості використання туристичних ресурсів та інфраструктури для організації рекреаційно-туристичної діяльності з метою соціально-економічного розвитку громади» [2]. В. Кифяк та О. Бейдик туристичний потенціал територіальної громади характеризують як сукупність природних і антропогенних об'єктів і явищ, а також умов, можливостей і засобів, необхідних для формування туристичного продукту та здійснення туристичної діяльності на певній території» [3].

Міністерство культури та інформаційної політики України у «Методичних рекомендаціях з розроблення програм розвитку туризму в територіальних громадах» (2022) визначає туристичний потенціал як «наявні на території громади туристичні ресурси та умови для їх

використання, що можуть бути задіяні для створення конкурентоспроможного туристичного продукту» [4].

Тому всі ресурси (елементи) природного середовища, культурного середовища, розвитку туризму, доступності транспорту, паратуристичної інфраструктури, людських ресурсів та елементів туристичного сектору, які створюють можливість для досягнення запланованої мети у сфері туризму, можуть розглядатися як туристичний потенціал. Туристичний потенціал складається з усіх тих елементів географічного середовища та людської поведінки, які можна використовувати для практики або участі в туризмі, серед яких виділяються: структурні ресурси (туристичні цінності, туристичний розвиток, транспортна доступність та інші) та функціональні ресурси (культурні, соціально-демографічні, екологічні, психологічні умови та існуючі можливості, передусім економічні, політичні та технологічні), що обумовлює розвиток туризму в конкретній сфері та певній визначеній території.

Основною характеристикою туристичного потенціалу громади є його структура. У сучасній українській літературі найпоширенішою є структура, запропонована ще у допандемійний період, і розвинена у наступних роках. Вона складається з чотирьох основних блоків (рис.1.1.).

Природно-рекреаційний потенціал є основою туристичного потенціалу території. Він включає - ландшафти, водні об'єкти, кліматичні умови, лікувальні ресурси (мінеральні води, грязі), заповідні території [5].

Природний і рекреаційний потенціал є основою туристичного потенціалу, адже без привабливого, доступного і принаймні відносно добре збереженого середовища важко взагалі говорити про мотив прибуття туристів. Саме ландшафт, вода, ліси, чисте повітря, можливості для активного відпочинку та контакту з природою становлять «ядро» туристичного продукту, до якого згодом «приклеюються» інфраструктура, послуги та культурні пропозиції.

По-перше, природні цінності діють як магніт попиту вони відрізняють місце від інших і формують його конкурентоспроможність. Для сучасних туристів надзвичайно важливі ресурси природи та відпочинку: можливість прогулянок, їзди на велосипеді, рафтингу, спостереження за природою, плавання, водних видів спорту, відпочинку в тиші. Без такої бази навіть найкраще організована інфраструктура залишається «порожньою», оскільки вона не відповідає потребі відчутти навколишнє середовище, що є одним із головних мотивів поїздок, особливо до сільських і прикордонних районів.



Рис. 1.1. Структура туристичного потенціалу ОТГ

Джерело: розробка автора

По-друге, природа та потенціал відпочинку визначають тип і якість форм туризму, які можна розвивати. Саме конфігурація річок, водосховищ, лісів, рельєфу та стан навколишнього середовища визначає, чи можна розвивати водний, природний, здоровий, активний туризм. У цьому сенсі природа є не просто «фон», а підтримуюча структура для конкретних продуктів (стежок, зони купання, оглядові майданчики, освітні маршрути), які генерують трафік і дохід.

По-третє, природний і рекреаційний потенціал посилює інші складові туристичного потенціалу: культурний, соціальний та економічний. Привабливе ландшафтне середовище підвищує цінність культурних заходів, підвищує попит на місцеві продукти та сприяє створенню агротуристичних ферм та супутніх послуг. Водночас відповідально використаний природний ресурс може стати інструментом захисту навколишнього середовища, оскільки чим сильніше громада отримує від нього туристичні вигоди, тим більша її мотивація його зберігати.

Саме тому вважається, що природний і рекреаційний потенціал є необхідною (хоча й недостатньою) умовою розвитку туризму: без нього важко створити достовірний, привабливий продукт, але лише його поєднання з інфраструктурою, соціальним капіталом і культурою дозволяє розвинути повний туристичний потенціал певної території.

Культурний і історичний потенціал є основною опорою туристичного потенціалу, адже саме спадщина як матеріальна, так і нематеріальна надає місцю значення, унікальності та «історії», яку шукають туристи.

Культурний та історичний потенціал включає пам'ятки, міські планування, меморіальні місця, музеї, релігійні будівлі, традиційну архітектуру, а також фольклор, звичаї, кухню, мову та сучасне культурне життя. Ці ресурси є головними «атракціями» туризму спадщини, суть якого полягає в тому, щоб дізнатися про історію, стиль життя та ідентичність

певного регіону. Для багатьох місць, особливо історичних міст і сільських регіонів із багатими традиціями, саме культура і історія є головною причиною відвідування, а не клімат чи інфраструктура.

Туризм, заснований на спадщині, приносить багатовимірні переваги громадам. По-перше, це створює дохід і робочі місця, часто там, де бракує типових «масових» природних цінностей. По-друге, це створює фінансовий і престижний стимул для захисту пам'яток, відродження центрів сіл, адаптивного використання старих будівель (наприклад, зерноховищ, фабрик, заводів, особняків) для туристичних цілей. По-третє, це зміцнює місцеву ідентичність і гордість мешканців, сприяє міжпоколінній передачі традицій і відкриває простір для міжкультурного діалогу.

У туристичній практиці культурний і історичний потенціал широко розуміється як сукупність ресурсів і можливості їх доступності. Вона включає:

1. Матеріальна спадщина: архітектурні пам'ятки, археологічні пам'ятки, міські та сільські комплекси, укріплення, технічні пам'ятки промисловості, музеї, музеї під відкритим небом.
2. Нематеріальна спадщина: фольклор, музика, танці, ремесла, святкові звичаї, регіональна кухня, історії та легенди, історична пам'ять етнічних груп. Культурна спадщина є основою туристичного потенціалу сільських територіальних громад [6].
3. Сучасне культурне життя: фестивалі, огляди, мистецькі події, творчі ініціативи, які надають спадщині актуального, живого виміру.

Цей обсяг також включає інтерпретаційну інфраструктуру: тематичні маршрути, інформаційні центри, мультимедійні виставки, мобільні додатки та гідові сервіси, які «перетворюють» ресурси на привабливі туристичні враження. Сучасний підхід також стосується інтеграції культурної спадщини з природними ландшафтами, що

підкреслює тісний зв'язок між історією землекористування та сучасним ландшафтом і біорізноманіттям.

Культурний і історичний потенціал є вирішальним, оскільки він визначає ідентичність і наратив напрямку, відрізняє його від конкурентів і дозволяє створити сталий туристичний пропозицію, що поєднує економічний розвиток із захистом спадщини та зміцненням місцевих громад

Особливо значимою для кожної громади є соціально-економічний потенціал. Його формують людські ресурси (наявність гідів, майстрів народних промислів), підприємницька активність, традиції гостинності, рівень безпеки, бренд та імідж території [7]. Саме елементи цього потенціалу здатні «оживити» інші елементи туристичного потенціалу громади.

Соціально-економічний потенціал є «носієм» розвитку туризму: він визначає, чи зможе певне місце перетворити свої природні та культурні цінності на реальний, конкурентоспроможний туристичний продукт і чи принесе він користь мешканцям. Його формують людські ресурси (наявність гідів, майстрів народних промислів), підприємницька активність, традиції гостинності, рівень безпеки, бренд та імідж території [7]. Саме елементи цього потенціалу здатні «оживити» інші елементи туристичного потенціалу громади.

Соціально-економічний потенціал у туризмі охоплює людські ресурси (освіта, кваліфікація, підприємництво), структуру місцевої економіки (сервісні компанії, сільське господарство, ремесла), рівень інфраструктури, якість місцевих органів самоврядування, а також доходне й демографічне становище мешканців. Дослідження чинників розвитку туризму показують, що саме економічні та соціально-демографічні фактори разом із екологічними цінностями спільно визначають масштаб і сталість туристичного трафіку.

Туризм розвивається там, де є можливість інвестувати в інфраструктуру (дороги, водопостачання, інтернет, житлові приміщення) та вести бізнес. Сильніший економічний потенціал означає легший доступ до капіталу, кращі сервісні заклади та більше місцевих підприємців, готових увійти в туристичний сектор — від агротуризму до гідів.

Соціальний потенціал (рівень освіти, здатність співпрацювати, соціальна довіра і т.д.) визначає, чи буде спільнота партнером, чи просто «фоном» для туризму. Дослідження показують, що там, де мешканці залучені до планування, мають доступ до інформації та навчання, туризм сприяє підвищенню якості життя, зміцненню місцевої економіки та підвищенню стійкості до криз.

Соціально-економічний потенціал визначає, чи буде розвиток туризму сталим. Регіони з краще розвиненим соціальним та інституційним капіталом частіше впроваджують екологічні стандарти, регулюватимуть просторовий розвиток, забезпечують рівний розподіл вигод і мінімізують конфлікти між мешканцями та туристичною індустрією. З цієї точки зору туризм стає одним із інструментів соціально-економічного зростання, а не самометою.

Ключовою складовою туристичного потенціалу, зокрема і в об'єднаних територіальних громадах є інфраструктурний потенціал. Його склад формують заклади розміщення (готелі, інші засоби розміщення, садиби зеленого туризму, агросадиби), заклади харчування, транспортна доступність, інформаційно-туристичні центри, маркування маршрутів, цифрові сервіси.

Важливим елементом інфраструктурного потенціалу є туристична інформація. Її головне завдання зводиться до впливу на туристичний рух. Особлива роль цієї форми туристичного трафіку проявляється у двох вимірах:

– вона поєднує багато елементів структури туристичної пропозиції в напрямку, полегшуючи туристам розуміння структури туристичного продукту: туристичні цінності та атракції, туристичну інфраструктуру та послуги, що надаються суб'єктами прямої та непрямой туристичної сфери;

– вона поєднує діяльність комерційних суб'єктів (туристичних підприємств) та неприбуткових організацій (місцевих органів влади та туристичних організацій).

Один з часто недооцінених аспектів туристичного потенціалу регіону – це його іміджевий потенціал – здатність місця (будь то громада, регіон чи туристичний напрям) формувати та підтримувати самобутній і позитивний імідж у свідомості своєї аудиторії. Цей імідж може перетворитися на відчутні переваги для розвитку. Розуміння цього аспекту є надзвичайно важливим, оскільки сильний імідж суттєво впливає на рішення туристів, інвесторів та мешканців, а також підвищує конкурентоспроможність території та її довгострокове зростання.

Суть цього іміджевого потенціалу виникає з поєднання об'єктивних ресурсів, таких як природні та культурні активи, інфраструктура та економічні умови, та суб'єктивних сприйняття, емоцій та асоціацій, пов'язаних з певним місцем розташування. Він слугує стратегічним ресурсом для територіального маркетингу, дозволяючи муніципалітетам виділятися серед конкурентів, створювати переконливий наратив навколо своїх пропозицій та будувати впізнаваний бренд.

Позитивний імідж підвищує ймовірність вибору місця призначення, заохочує відвідувачів повертатися та спонукає до рекомендацій. Він також підвищує сприйняту цінність та підвищує готовність витратити більше коштів на подорожі та послуги. Для муніципалітетів це означає легше залучення туристів, інвесторів та нових мешканців, а також відкриття більших можливостей для зовнішнього фінансування та успішних рекламних кампаній.

Вивчення іміджевого потенціалу дозволяє нам оцінити, як сприймається муніципалітет сьогодні, визначити, які аспекти сприяють його сильним сторонам, а також виявити бар'єри та стереотипи, які можуть існувати. Отримані знання формують основу для стратегічного планування бренду, вибору ефективних каналів комунікації, забезпечення точності просування та оцінки впливу кампаній з плином часу.

Важливо зазначити, що потенціал іміджу є динамічним і залежить від криз, інвестицій, рекламних зусиль та думок туристів. Саме тому систематичний моніторинг є важливим, а не покладатися на одноразову оцінку. Постійні дослідження дозволяють швидко реагувати на потенційні загрози іміджу, підкріплюють позитивні наративи та вдосконалюють туристичні пропозиції та комунікаційні стратегії відповідно до очікувань ключових цільових груп.

Важливо визнати, що туристичний потенціал не ідентичним чи синонімом поняття «туристичні ресурси». Це теоретичне положення чітко сформульовано в українській науковій літературі останнього часу. Аксиомою стало, що туристичні ресурси - це лише «сировина», а туристичний потенціал - це ресурси + умови їх використання. Разом з тим треба відмітити, що потенціал в цілому крім ресурсів включає використовувані інструменти та компетенції працівників (жителів громади), діяльність яких якраз і формує як формування, так і використання туристичного потенціалу території. Як відмічає ряд авторів, «наявність навіть унікальних пам'яток ще не означає високого туристичного потенціалу. Наприклад, дерев'яна церква XVIII ст., що стоїть у занедбаному селі без доріг і розміщення, має високий ресурсний, але низький реальний туристичний потенціал»[8].

У літературі з цієї теми структурні та функціональні ресурси виділяються у структурі туристичного потенціалу. Структурні компоненти включають економічні та інфраструктурні компоненти, але елементи та процеси, пов'язані з діяльністю суб'єктів прямого туризму в регіональному

та місцевому термінах, опущені. Тому в економічному плані слід звертати увагу на типові економічні елементи туристичного потенціалу, такі як: людські ресурси, капітал, розташування, фінанси, організація, циркуляція інформації, які є основою для створення туристичної пропозиції регіону і безпосередньо впливають на обсяг і структуру туристичного трафіку, а отже, формують доходи від вхідного туризму.

Дослідження як проводяться в туризмі свідчать, що регіони з сильним територіальним потенціалом (автентична культура, ландшафт, міцні соціальні зв'язки) частіше створюють конкурентні туристичні продукти та бренд місць.

Туристичний потенціал є одночасно і ресурсом і резервом інноваційного зростання при високому рівні популярності та доступності[9].

Таким чином, у сучасному українському науковому та практичному дискурсі туристичний потенціал територіальної громади розуміється як динамічна, комплексна категорія, що включає не лише наявні ресурси, а й здатність громади їх перетворити на конкурентоспроможний туристичний продукт. Такий підхід відповідає завданням децентралізації та стратегічному баченню туризму як одного з пріоритетних напрямів місцевого економічного розвитку.

1.2. Методика оцінки туристичного потенціалу територіальної громади

Дослідження туристичного потенціалу важливе, оскільки дозволяє перейти від інтуїтивних ідей до планування розвитку туризму на основі даних, тобто вирішувати, де, як і в якому масштабі розвивати пропозицію так, щоб вона приносила користь, а не шкоду.

Оцінка туристичного потенціалу є першим етапом раціонального просторового планування та розвитку напрямку: це дає змогу ідентифікувати ресурси (природні, культурні, соціально-економічні), їхню

якість, ємність і чутливість до туристичного тиску. Завдяки цьому місцеві органи влади та зацікавлені сторони знають, які райони підходять для більш інтенсивного розвитку, а які мають залишатися зонами захисту або дуже м'яким туризмом (наприклад, екотуризмом).

Потенційні дослідження також дозволяють порівнювати просторові одиниці (громади, райони, області, маршрути) і визначати їхні сильні та слабкі сторони, що є основою стратегій розвитку туризму, створення брендових продуктів і інвестиційних рішень.

Внаслідок цього вивчення туристичного потенціалу є не «теоретичним» завданням, а інструментом управління розвитком: воно дозволяє визначати пріоритети, обґрунтовувати проєкти у стратегічних документах і грантових заявках, а також будувати довгострокову конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку.

Оцінка туристичного потенціалу є ключовим етапом стратегічного планування розвитку туризму на місцевому рівні. В Україні активне наукове та методичне опрацювання цього питання почалося після 2016–2017 рр. у зв'язку з децентралізацією та появою об'єднаних територіальних громад, які отримали повноваження самостійно формувати та реалізовувати програми розвитку туризму. На сьогодні в українській літературі сформовано кілька основних методологічних підходів, які умовно можна поділити на чотири великі групи.

Найпоширенішим і найпрактичнішим з точки зору інструментального та компетентного погляду в Україні, особливо на рівні територіальних громад є бальна методика оцінки туристичного потенціалу. Її ще називають експертною. Саме вона найчастіше використовувалася і використовується при формуванні стратегій розвитку територіальних громад.

Найвідомішою серед них є модифікована (на базі розробок польських вчених) методика бальної оцінки, розроблена на основі робіт М. П. Мальської, В. В. Ходонич та Н. В. Антонюк [8]. У 2023 р. вони

запропонували універсальну систему оцінки туристичного потенціалу, яка складається із 46 показників, згрупованих у 5 блоків:

- природно-рекреаційні ресурси (12 показників);
- культурно-історичні ресурси (14 показників);
- інфраструктура розміщення та харчування (8 показників);
- транспортна та інформаційна доступність (7 показників);
- соціально-економічні та екологічні умови (5 показників).

Відповідно до цієї методики кожен показник оцінюється за 5-бальною шкалою. Далі загальний бал переводиться у відсотки, що дозволяє класифікувати потенціал. Приймається три його рівні: високий (80–100 %), середній (50–79 %) та низький (до 50 %).

Аналогічну, але спрощену 30-показникову систему пропонує Державне агентство розвитку туризму у «Методичних рекомендаціях з розроблення програм розвитку туризму в територіальних громадах» [4]. Вона адаптована саме для використання працівниками відділів культури та туризму ОТГ без залучення дорогих зовнішніх експертів. Запропоновані методи, однак не дають якісної оцінки туристичного потенціалу, особливо що важливо, тут не оцінюються потреби і вимоги сучасного туризму в контексті нових моделей його розвитку. Їхня основна перевага – це простота розрахунків.

Ще одним напрямком в оцінці туристичного потенціалу є інтегральні методи та різного роду індекси. Серед цих методів останнім часом відмічають індекс туристичної привабливості (ІТП), розроблений науковцями Львівського національного університету ім. І. Франка [2].

Відповідно до проведених автором розрахунків ІТП розраховується за формулою:

$$\text{ІТП} = 0,35 \times R_{\text{прир}} + 0,30 \times R_{\text{культ}} + 0,20 \times I_{\text{інфр}} + 0,15 \times S_{\text{екон}},$$

Тут включені всі чотири види потенціалу, а коефіцієнти їх вагомості визначені методом парних порівнянь. Відповідно до цього значення

індексу коливається від 0 до 1. Пропонований метод має багато недоліків, серед яких ключовою є слабка репрезентативність даної формули на різних територіальних одиницях і використання методу парних порівнянь, як найменш вірогідного і точного. Перевага цього методу в певній простоті і можливість порівняння громад між собою. Проте об'єктивність результатів на основі цього методу достатньо низька.

До пропонованих методів часто вносять зміни з огляду на глобалізаційні процеси та тренди в територіальному розвитку. Так у 2022 р. професор В. Кифяк запропонував індекс туристично-рекреаційного потенціалу Карпатського регіону (ІТРП), який враховує також сезонність та екологічні обмеження [3].

Практично в усіх програмах розвитку туризму на рівні територіальних громад використовується достатньо популярний останнім часом SWOT-аналіз та різні його модифікації. Найбільш ґрунтовні рекомендації щодо адаптації SWOT-аналізу саме до оцінки туристичного потенціалу наведено в монографії Запотоцького С. П. і Кружиліна І. П. «Соціально-економічні аспекти розвитку туризму в об'єднаних територіальних громадах» [7]. Авторами пропонується модифікована [11] розширена матриця TOWS з кількісною оцінкою кожного фактора за шкалою від -3 до +3 та подальшим розрахунком індексу стратегічного позиціонування.

Окремо варто відзначити роботу Панухник О. В. [12], де по аналогії з іншими сферами господарювання, запропоновано поєднання SWOT з PESTLE-аналізом для оцінки зовнішніх макросередовищних факторів, що впливають на реалізацію потенціалу громади.

Найсучасніший напрям, що активно розвивається з 2021–2022 рр. завдяки доступності відкритих геоданих є застосування комплексних просторово-статистичних та ГІС-методів. Найбільший внесок у цьому напрямку зробила наукова школа Київського національного університету імені Тараса Шевченка. У 2023 р. опубліковано колективну монографію:

«Геопросторовий аналіз туристичного потенціалу територіальних громад України» [13], в якій запропоновано методику багат шарового ГІС- картування з розрахунком інтегрального індексу на основі 12 шарів (рельєф, гідрографія, пам'ятки, дороги, розміщення тощо). Для пілотного тестування використано 6 громад Київської, Черкаської та Чернівецької областей.

Достатньо активно використовується методика, розроблена в рамках проєкту ПРООН/ЄС «Підтримка сталого туризму в Україні» (2021–2024), де оцінка проводиться за 8-блоковою моделлю Destination Sustainability Framework, адаптованою до українських реалій.

Для оцінки можливості практичного застосування наведених вище методик розрахунку туристичного потенціалу територіальних громад нами побудовано таблицю щодо складності цих розрахунків (табл.1.1)

Таблиця 1.1. Порівняльна характеристика основних методик визначення туристичного потенціалу об'єднаних територіальних громад, що застосовуються в Україні

Методика	Найкраще застосування	Кількість показників	Рівень складності
Бальна оцінка	більшості ОТГ	46	середній
Спрощена бальна (ДАРТ)	малих сільських громад	30	низький
Індекс туристичної привабливості	міжгромадських порівнянь	28	високий
SWOT+TOWS	стратегічного планування	якісно-кількісний	середній
ГІС-інтегральний індекс	великих проєктів, кластерів	80+ геошарів	дуже високий

Джерело: розроблено на основі [3; 44 8; 12; 13]

Таким чином, на сьогодні в Україні для визначення туристичного потенціалу об'єднаних територіальних громад домінують бальні методи через їх доступність та зрозумілість для місцевих органів влади. Водночас спостерігається чітка тенденція до переходу на індексні та ГІС-підходи, особливо в громадах, що претендують на грантове фінансування від міжнародних донорів (ЄС, GIZ, USAID), де вимагається саме кількісна та картографічна обґрунтованість. Найперспективнішим напрямом вважається гібридний підхід: спочатку швидка бальна оцінка силами громади, потім - поглиблений ГІС-аналіз з залученням університетів або консультантів і далі формування стратегії на основі SWOT/TOWS-аналізу.

Існують свої особливості оцінки окремих складових туристичного потенціалу. Так, соціально-економічний потенціал туризму вимірюється набором індикаторів, що описують умови життя мешканців, структуру економіки, інфраструктуру та інституційне середовище, оскільки вони визначають, чи здатний регіон розвиватися та «нести» туристичний сектор.

Демографічні та соціальні показники

1. Населення, щільність населення, вікова структура (частка населення у працездатному та післятрудоному віці) показують потенційну базу робочої сили та рівень навантаження на державні послуги.
2. Рівень освіти, частка людей із середньою та вищою освітою, участь у робочій силі та рівень безробіття відображають людський капітал і готовність громади працювати у сфері туристичних послуг.

Економічні та ринкові показники праці

1. ВВП на душу населення або розпоряджений дохід на душу населення, рівень безробіття, структура зайнятості (частка послуг, включно з туризмом, у зайнятості) – це показує загальну економічну силу регіону та місце туризму в його економіці.
2. Інвестиції в туристичний сектор (вартість витрат на готелі, ресторани, рекреаційну інфраструктуру), частка туризму у створенні

доданої вартості та кількість туристичних підприємств на 1000 мешканців.

Для оцінки інфраструктури та доступності туристичних послуг використовують переважно наступні показники:

1. Щільність доріг і залізниць, час поїздки до основних транспортних вузлів, наявність громадського транспорту, оскільки це основа до реальної доступності регіону для туристів.
2. Доступ до технічної інфраструктури (водопостачання, каналізація, широкосмуговий інтернет), кількість ліжок на 1000 мешканців та рівень житла та харчування.

Для оцінки якості управління використовують такі індикатори

1. Витрати місцевих органів влади на туризм, культуру, спорт і рекреацію на душу населення, наявність стратегії розвитку туризму або стратегії соціально-економічного розвитку з чітким туристичним компонентом.
2. Присутність і діяльність місцевих організацій (асоціацій, туристичних кластерів), рівень реалізації складних проєктів і побудови місцевої Разом ці показники дозволяють оцінити, чи має регіон умови для залучення туристів, інвестицій і персоналу, а також чи сприятиме розвиток туризму реальному, сталому соціально-економічному зростанню.

Оцінюючи туристичний потенціал, варто враховувати і екологічні показники, які описують як якість природних ресурсів, так і стійкість регіону до туристичного тиску. Такі показники допомагають оцінити, чи можливий розвиток туризму без деградації навколишнього середовища. Зокрема для цього використовують:

1. Індикатори якості води (клас чистоти річок і озер, придатність до купання, кількість днів із перевищенням стандартів) та якість повітря (концентрації пилу, озону).

2. Ступінь лісового покриття, частка охоронюваних територій, біорізноманіття (кількість охоронюваних видів, наявність природних середовищ існування) як показник ландшафтної та природної цінності.

3. Кількість відходів в громаді, що утворюються на одного туриста, відносно мешканця, і частка відходів у розділених і перероблених відходах.

4. Частка очищених стічних вод (принаймні на вторинному рівні) перед скиданням у воду та кількість туристичних об'єктів, підключених до каналізаційної системи.

5. Темпи урбанізації та розвиток прибережних, лісових і відкритих територій (частка нового розвитку в ландшафтно-чутливих зонах).

Такі вибрані показники дозволяють не лише оцінити «красу» та природну привабливість регіону, а й його здатність приймати туристичний трафік без надмірного екологічного погіршення, що сьогодні є ключовим елементом реального туристичного потенціалу регіону

Дослідження туристичного потенціалу є основою ефективного управління туризмом. Вона дозволяє не лише визначати цінності місця, а й свідомо розвивати, просувати та захищати його. Території та громади, які проводять такі аналізи, мають кращі шанси залучити туристів, інвесторів і створити довгострокову конкурентну перевагу.

1.3. Нормативно-правове забезпечення розвитку туризму на рівні територіальних громад

У чинному законодавстві України прямого визначення «туристичного потенціалу територіальної громади» немає, але термін активно використовується в підзаконних актах:

- Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2030 року (розпорядження КМУ від 16.03.2022 № 218-р).
- Методичні рекомендації з розроблення програм розвитку туризму в територіальних громадах (МКІП, 2022)
- Державна цільова програма розвитку туризму та курортів на 2021–2023 роки (затверджено постановою КМУ від 03.03.2021 № 169)

Розвиток туризму в територіальних громадах України після 2015 року став одним із ключових напрямів місцевої економічної політики. Це стало можливим завдяки поєднанню децентралізації влади та поступового вдосконалення спеціального туристичного законодавства. Станом на поточний період нормативно-правова база складається з чотирьох рівнів:

- 1) загальнодержавні закони;
- 2) підзаконні акти Кабінету Міністрів України;
- 3) відомчі нормативні документи (Мінекономіки, Державне агентство розвитку туризму, МКІП);
- 4) місцеві програми та статuti територіальних громад.

Діючий Закон України «Про туризм» від 15.11.1995 № 324/95-ВР (у редакції від 17.11.2020 № 1018-IX зі змінами 2023–2025 рр.) прямо визначає територіальні громади суб'єктами туристичної діяльності. Ключові положення цього закону для ОТГ є [14]:

- 1) ст. 5 – до повноважень органів місцевого самоврядування у сфері туризму віднесено: створення умов для розвитку туризму, збереження та використання об'єктів культурної спадщини й туристичних ресурсів, організація туристично-інформаційних центрів, розроблення та реалізація місцевих програм розвитку туризму;
- 2) ст. 19-1 (нова, введена у 2020 р.) – закріплює право громад створювати комунальні туристично-інформаційні центри та кластери;

- 3) ст. 27 – дозволяє громадам встановлювати туристичний збір та спрямовувати його виключно на розвиток туристичної інфраструктури (з 2021 р. 100 % надходжень залишається в місцевих бюджетах).

Стратегічними документами розвитку туризму у ОТГ на державному рівні є:

1. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2030 року
2. Державна цільова програма розвитку туризму та курортів на 2024–2026 роки
3. Національна стратегія децентралізації на 2023–2027 роки

Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2030 року затверджено розпорядженням КМУ від 16.03.2022 № 218-р (зі змінами від 12.07.2024 № 712-р). У документі окремий розділ 4.3 присвячено ролі територіальних громад:

- завдання 4.3.1 – до 2027 р. 70 % громад з населенням понад 10 тис. мають затвердити власні програми розвитку туризму;
- завдання 4.3.4 – створення в кожній області щонайменше 3 міжмуніципальних туристичних кластерів за участю ОТГ.

Державна цільова програма розвитку туризму та курортів на 2024–2026 роки затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 27.12.2023 № 1398. Передбачає співфінансування з місцевих бюджетів проєктів туристичної інфраструктури (до 50 % державних коштів).

Національну стратегію децентралізації на 2023–2027 роки затверджено розпорядженням КМУ від 28.06.2023 № 589-р. У додатку 14 прямо вказано індикатор «кількість територіальних громад, що мають затверджені програми розвитку туризму» як один з ключових показників успішності реформи.

Згідно зі ст. 33 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» (в редакції 2021 р.) та ст. 5 Закону «Про туризм», громади мають виключні та делеговані повноваження [15]:

Власні (самоврядні) повноваження територіальних громад охоплюють:

- розроблення та виконання місцевих програм розвитку туризму;
- створення комунальних підприємств і установ у сфері туризму (туристично-інформаційні центри, музеї, маршрути);
- встановлення розміру туристичного збору (в межах 0,5–5 % від мінімальної заробітної плати);
- надання в оренду земельних ділянок для туристично-рекреаційного використання;
- організація фестивалів, ярмарків, гастрономічних подій та інших евентів.

Делеговані повноваження територіальних громад включають:

- ведення реєстру суб'єктів туристичної діяльності;
- контроль за дотриманням законодавства у сфері туризму (спільно з ДАРТ) [16].

Існує цілий набір підзаконних та відомчих актів, що регулюють діяльність територіальних громад в сфері туризму, зокрема:

- Порядок справляння туристичного збору. Постанова КМУ від 21.12.2022 № 1420 встановлює єдині форми податкової звітності для ОТГ).
- Методичні рекомендації з розроблення програм розвитку туризму в територіальних громадах. Вони визначають мінімальну структуру програми (8 обов'язкових розділів).
- Типове положення про туристично-інформаційний центр (наказ МКІП від 11.05.2023 № 287).
- Порядок створення та функціонування туристичних кластерів. Постанова КМУ від 09.08.2024 № 912 дає право громадам створювати неприбуткові кластери зі статусом юридичної особи)

Місцева влада формує та активує туристичний потенціал громади, створюючи умови для розвитку (планування, інвестиції, просторовий порядок), координації зацікавлених сторін та просвітницької та інформаційної діяльності. Її роль поєднує юридичні та адміністративні

функції з підприємницьким управлінням територіальним продуктом і туристичною інфраструктурою

На рівні громади завдання, пов'язані з задоволенням колективних потреб громади, включають m.in просторовий порядок, дороги, технічну та соціальну інфраструктуру, спорт, рекреацію, зелене озеленення та сприяння розвитку громади, що створює основу для розвитку туризму. Найважливішу роль у оперативному розвитку туризму відіграють регіональні та місцеві органи влади, які мають як власні завдання, так і ті, що доручаються урядовою адміністрацією.

Місцева влада формує та активує туристичний потенціал комуни, створюючи умови для розвитку (планування, інвестиції, просторовий порядок), координації зацікавлених сторін та просвітницької та інформаційної діяльності. Її роль поєднує юридичні та адміністративні функції з підприємницьким управлінням територіальним продуктом і туристичною інфраструктурою

На рівні комуни завдання, пов'язані з задоволенням колективних потреб громади, включають m.in просторовий порядок, дороги, технічну та соціальну інфраструктуру, спорт, рекреацію, зелене озеленення та сприяння розвитку комуни, що створює основу для розвитку туризму. Найважливішу роль у оперативному розвитку туризму відіграють регіональні та місцеві органи влади, які мають як власні завдання, так і ті, що доручаються урядом.

Ключовими є такі аспекти: стратегія розвитку (включаючи туристичну стратегію), дослідження та місцеві плани, політика функціонального використання землі та захист природних і культурних цінностей. Стратегічне планування також дозволяє створити імідж громади за допомогою інструментів територіального маркетингу та визначити цільові продукти та ринки.

Місцева влада стимулює співпрацю між місцевими суб'єктами: підприємцями, туристичними організаціями, культурними та спортивними

установами, а також може укладати міжгромадські угоди про спільну реалізацію проєктів. Дослідження показують, що співпраця та управління партнерськими відносинами є ключовими для сталого розвитку туризму та мінімізації конфліктів.

Станом на початок 2025 р. 68 % територіальних громад України (983 з 1460) затвердили власні програми розвитку туризму на 2021–2027 або 2023–2030 роки (дані ДАРТ) [17]. Вони мають різні назви, переважно «Програма розвитку туризму та промоції територіальної громади» та «Стратегія розвитку туризму та рекреації».

Разом з тим існують різі проблеми та прогалини чинного законодавства стосовно розвитку туризму у територіальних громадах. Зокрема, це відсутність чіткого механізму міжмуніципального співробітництва у сфері туризму, невпорядкованість законодавства стосовно розвитку сільського туризму і агротуризму, низький рівень гармонізації місцевих програм із державною стратегією розвитку туризму і курортів, недостатнє фінансування програм розвитку туризму в сільських громадах.

І цілому, нормативно-правова база розвитку туризму на рівні територіальних громад України за період 2020–2025 рр. зазнала суттєвого вдосконалення: від декларативних норм 1990-х до чітких повноважень та фінансових інструментів. Основними опорними документами є Закон «Про туризм», Стратегія до 2030 року та низка підзаконних актів. Проте для повноцінної реалізації потенціалу необхідне прийняття нового закону про туристичні кластери, сільський туризм, агротуризм, міжмуніципальне співробітництво, а також посилення фінансової спроможності громад.

Характеристик туристичного потенціалу у воєнний період в певній мірі видозмінюються. Відбувається зміна самого характеру туризму, зокрема занепад традиційного дозвілля та міжнародного туризму, зростання внутрішнього туризму та патріотичного туризму, популярність місць символічного або історичного значення.

Ключовим чинником стає безпека. Туризм зосереджений у відносно безпечних регіонах, тому необхідність адаптувати пропозицію до змінених умов (наприклад, притулки, евакуації).

Під час війни туристичний потенціал не зникає, але його форма і функції змінюються. Місця і території та громади, здатні адаптуватися, можуть створити імідж стійких, соціально та культурно активних центрів, що може принести результати як під час конфлікту, так і після нього.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОБРОТВІРСЬКОЇ ОТГ

2.1. Загальна характеристика територіальної громади.

Добровітська селищна територіальна громада розташована у північній частині Львівської області, в межах сучасного Червоноградського району, раніше – Шептицький район (рис.2.1). Територія громади розташована неподалік річки Західний Буг та Добровітського водосховища, що має важливе значення для енергетики та рекреації [19]. Адміністративним центром громади є селище Добровіт. Громада охоплює площу понад 206,4 км² та включає 20 населених пунктів (1 селище та 19 сіл) [20].

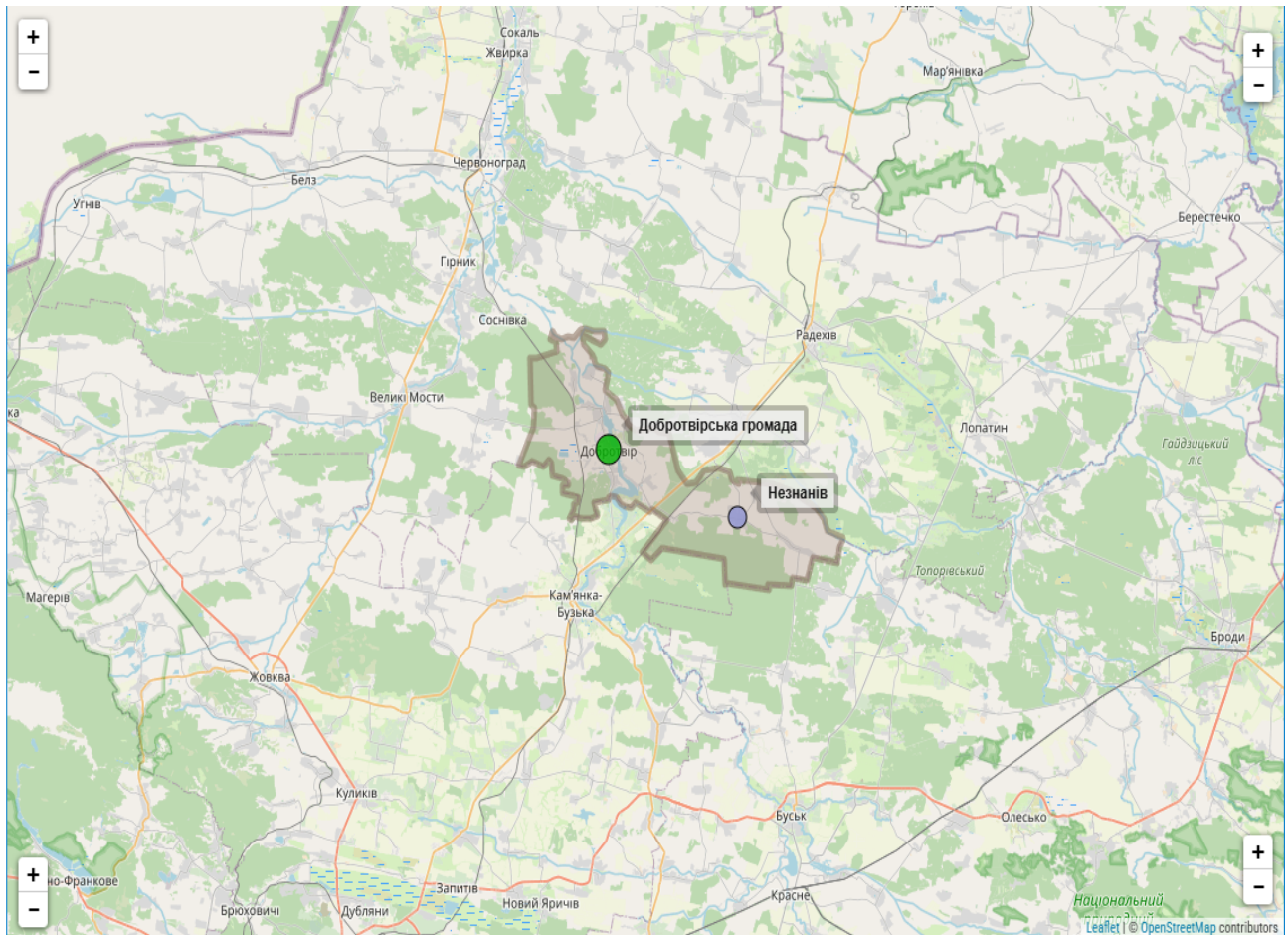


Рис. 2.1. Карта Добровітської ОТГ [21]

На території громади проживає 11,4 тисячі осіб. Найбільший населений пункт - смт Добротвір, в якому проживає майже 6,2 тис. осіб (приблизно 55% населення громади). Решта сіл мають невелику чисельність (від кількох сотень до тисячі мешканців кожне).

Добротвірська громада є однією з найменших за площею (199 км²) та населенням (11,4 тис.), але має середній показник кількості населених пунктів (20) (табл. 2.1).

Таблиця 2.1. Порівняльна таблиця Добротвірської ОТГ та інших громад Шептицького району Львівської області за площею, населенням та кількістю населених пунктів (2024 р.).

Громада	Тип	Площа (км ²)	Населення (осіб)	Кількість населених пунктів
Добротвірська	селищна	199,0	11 368	20
Белзька	міська	464,5	14 664	24
Великомостівська	міська	314,5	16 055	17
Лопатинська	селищна	410,0	12 198	28
Радехівська	міська	708,6	33 264	42
Сокальська	міська	676,5	52 081	60
Шептицька	міська	228,1	89 315	14

Джерело: за даними [22]

Найбільша за площею є Радехівська громада (708,6 км²), за населенням – Шептицька (Червоноградська) громада (89,3 тис.), за кількістю населених пунктів - Сокальська громада (60).

Досліджувана громада має ті самі проблеми, що і більшість сільських громад в Україні. Ключові проблеми сільських громад України сьогодні — це накопичення «традиційних» викликів (бідність, старіння,

погана інфраструктура, домінування агрохолдингів) з драматичними наслідками повномасштабної війни (знищення, розмінування земель, спад виробництва) та доходів, міграції) [23].

Війна призвела до знищення інфраструктури, виснаження великих територій і прямої загрози життю та засобам існування сільського населення, особливо в регіонах на передовій. Близько чверті сільських домогосподарств скоротили або припинили сільськогосподарське виробництво, а понад половина повідомляють про зниження доходів і необхідність вдаватися до стратегій виживання (продаж активів, боргів, заощаджень на охороні здоров'я).

Рівень бідності найбільше зріс у сільській місцевості, де наразі зосереджена основна частка людей, які живуть нижче мінімального рівня проживання. Сільський ринок праці характеризується високим рівнем безробіття, низькооплачуваною та сезонною роботою, а також особливими труднощами з доступом до гідних умов праці для вразливих груп (жінок, літніх людей, переміщених осіб).

Протягом багатьох років спостерігається депопуляція сіл, відтік молодих і освічених людей, а також старіння населення, що послаблює місцевий людський капітал і потенціал розвитку. Війна посилила ці тенденції через зовнішні біженці та внутрішнє переміщення, і значна частина людей працездатного віку, за прогнозами, не повернеться після закінчення бойових дій.

Ключовою проблемою для досліджуваної громади є скорочення чисельності населення по всіх населених пунктах. Особливо це стосується адміністративного центру громади – смт Добровір. З 1990 року до 2025 року чисельність населення тут скоротилася з 7500 осіб до 6,2 тис. осіб. Основні причини цього: зменшення народжуваності; міграція молоді до Львова, Шептицького та Польщі; загальні демографічні процеси в Україні. Стабілізуючим фактором є наявність Добровірської ТЕС та водосховища, які забезпечують робочі місця й утримують частину населення.

Доброутвірська ОТГ є середньою за розміром громадою Львівщини, з вигідним розташуванням біля водосховища та енергетичних об'єктів Доброутвірська громада вирізняється компактністю та відносно невеликою чисельністю населення, що може бути перевагою для управління та локальних програм розвитку. Її адміністративний центр (смт Доброутвір) виконує функції управління та є найбільшим населеним пунктом громади. Завдяки поєднанню міського та сільського населення громада має потенціал для розвитку як промислових, так і аграрно-туристичних напрямів.

2.2. Туристично-рекреаційні ресурси Доброутвірської територіальної громади

Важливість дослідження туристичного потенціалу для громад є особливою. Передусім туризм створює додаткові робочі місця, стимулює розвиток малого бізнесу (готелі, ресторани, сувенірні майстерні) та приносить доходи до місцевих бюджетів. Туристична привабливість підвищує конкурентоспроможність території, робить її відомою не лише в Україні, а й за кордоном. Туризм сприяє активізації місцевих жителів, розвитку волонтерських та культурних ініціатив, зміцненню ідентичності та гордості за свою територію

Аналіз туристичного потенціалу допомагає громадам усвідомити цінність історико-культурних пам'яток, традицій та ремесел, що стають привабливими для відвідувачів. Вивчення рекреаційних можливостей (ліси, річки, гори, мінеральні джерела) дозволяє розробити стратегії сталого використання природи без шкоди для екології.

Доброутвірська громада поєднує природні ресурси (річка, водосховище, ліси) з історико-культурними пам'ятками (музей, церкви, меморіали) та етнографічними традиціями (кухня, пісні, ремесла). Громада має багатий природний, історико-культурний та етнографічний потенціал, який створює добрі умови для розвитку сільського зеленого туризму, який

може стати важливим напрямом економічного та культурного розвитку регіону.

Основні природні ресурси Добротвірської громади охоплюють водні ресурси, лісові масиви ґрунтові ресурси та біорізноманіття.

Найбільше значення має Добротвірське водосховище на річці Західний Буг, що стало ключовим елементом розвитку громади. Добротвірське водосховище — створене для потреб Добротвірської ТЕС, але нині використовується також для рибальства, відпочинку та водних видів спорту. Добротвірське водосховище — це багатофункціональний рекреаційний простір, який поєднує природні ресурси з можливостями для спорту та відпочинку. Береги водосховища приваблюють відпочивальників для пікніків, купання та прогулянок. Водойма є популярним місцем для рибалок, хоча офіційно діють обмеження та контроль рибінспекції. Територія навколо водосховища може використовуватися для освітніх екскурсій, спостереження за флорою та фауною.

Водосховище є добрим об'єктом для фізичної рекреації і заняття спортом. Довжина близько 13 км, площа майже 7 км², середня глибина 2 м — цього достатньо для масових заходів. Існують можливості для катання на човнах, байдарках, сапбордах (фото 2.1). Водойма придатна для проведення аматорських турнірів з веслування чи спортивного рибальства. У холодний період, коли водойма замерзає, місцеві жителі використовують її для катання на ковзанах чи зимової риболовлі. Через роботу Добротвірської ТЕС вода у каналі водосховища часто тепліша, особливо восени та взимку, що створює унікальні умови для відпочинку. Близьке розташування до населених пунктів робить водосховище зручним для коротких поїздок на вихідні, що безперечно створює можливості туризму вихідного дня.



Фото 2.1. Добротвірське водосховище

Джерело: [20].

Добротвірське водосховище — це багатофункціональний рекреаційний простір, який поєднує природні ресурси з можливостями для спорту та відпочинку. Воно має потенціал стати центром розвитку водного туризму та спортивних програм у Львівській області, особливо якщо громада інвестуватиме у благоустрій берегів та інфраструктуру. Треба відмітити, що веслувальній базі «Добротвір» у 2021 році надали статус бази олімпійської підготовки (фото 2.2).

Річка Західний Буг є важливою водною артерією, що забезпечує екологічний баланс та має рекреаційне значення. Територію громади перетинають численні річки, які не позбавлені забезпечення водопостачання, а й відкривають можливості для рекреації. Серед них особливо виділяється Західний Буг, яка займає важливе місце не лише в межах громади, Шептицького району, а й у всьому Західному регіоні

України. Західний Буг виконує ключову роль в екологічних, економічних та туристичних системах регіону, сприяючи збереженню природних ресурсів та розвитку місцевого туризму. Саме тут створений водний маршрут Старий Добротвір – Шептицький, протяжністю майже 27 км.

З квітня до кінця жовтня ці маршрути запрошуються до активного відпочинку: сплавів на байдарках, каяках або спокійних прогулянок вздовж живописних берегів. Вони ідеально підходять для тих, хто прагне знайти душевну рівновагу, гармонію з природою та незабутні враження. Кожен маршрут — це не тільки фізична подорож, але й можливість емоційного перезавантаження. Тут ви можете повністю зануритися у світ дикої природи, насолоджуючись шепотом води, спостерігаючи за птахами та відчуваючи справжню тишу, яка заспокоює розум і зцілює серце.



Фото 2.2. На веслувальній базі "Добротвір"

Джерело: [20]

На території громади є змішані ліси, які виконують екологічну функцію, слугують місцем збору грибів та ягід, а також мають потенціал для організації піших і веломаршрутів. розвитку зеленого туризму. Відмітимо, що на території Добротвірської громади функціонує лісництво, площа якого складає 3068,2 га. У водоймах та лісах громади зберігається різноманіття флори й фауни, що може стати основою для екологічних маршрутів та освітніх програм.

Триває реалізація міжнародного транскордонного екологічного проєкту, фінансованого Європейським Союзом, який передбачає створення парку збереження біорізноманіття в долині Бугу, у селищі Добротвір на вулиці Озерній. Ця ініціатива можлива завдяки активній участі Добротвірської селищної ради в конкурсі проєктів у рамках Програми Україна–Польща–Interreg NEXT 2021-2027.

У новому парку планується та висадка збереження місцевих видів рослин і дерев, які характерні для нашого регіону. Це не лише сприятиме збереженню природної екосистеми долини Бугу, але й допоможе збільшити популяцію рідкісних і зникаючих видів, створюючи сприятливе середовище для їх зростання і поширення. З огляду на місцеві умови, будуть висаджені різноманітні види дерев, чагарників і квітів, які відображають унікальну флору регіону та забезпечують екологічну різноманітність.

Зелені зони парку виконують важливу роль у покращенні якості повітря, очищаючи його від шкідливих речовин і поглинаючи вуглекислий газ. Вони також зменшують вплив парникових газів і повністю регулюють мікроклімат на цій території. Рослини в парку сприяють затримці та фільтрації дощової води, знижуючи ризик повеней і ерозії, а також зберігаючи родючість ґрунту, запобігаючи його вивітрюванню.

Крім екологічних функцій, парк стане першим освітнім центром для громади, де проводяться заходи, присвячені природному середовищу. Для

зручності відвідувачів буде забезпечено туалет і каналізаційну систему, що функціонуватиме виключно для цієї мети. Дві інформаційні таблиці, які пояснюють важливість біорізноманітності та різноманітність рослин у парку, остаточно підвищать обізнаність відвідувачів.

В парку будуть прокладені пішохідні та велосипедні доріжки, виготовлені з природних водопроникних матеріалів. Проект враховує доступність для людей з інвалідністю, забезпечуючи комфортні умови для тих, хто використовує інвалідні візки, ходунки або тростини. Доріжки прокладають так, щоб не заважати природним процесам і розташуванню рослин.

Цей об'єкт не тільки збагачує екосистему, а й створює простір для відпочинку, навчання та розвитку громади, сприяючи збереженню природи та підвищенню екологічної свідомості [24].

Родючі ґрунти на території громади придатні для сільського господарства, особливо для вирощування зернових та овочевих культур та ведення городництва. Це створює особистим селянським і фермерським господарствам добрі умови для ведення не тільки сільськогосподарської, але й агротуристичної діяльності.

Доброутвірська громада має збалансований аграрно-лісово-рибний профіль, що створює основу для економічного розвитку та інтеграції з туристичними програмами. Це означає, що громада може розвивати агротуризм, поєднуючи сільське господарство з рекреаційними можливостями Доброутвірського водосховища та лісів.

На території Доброутвірської громади збереглися як сакральні, так і індустріальні історичні пам'ятки, що відображають різні етапи розвитку регіону — від традиційної дерев'яної архітектури XVIII–XIX ст. до інфраструктури XX ст., кілька важливих пам'яток архітектури, серед яких дерев'яні церкви, каплиці та об'єкти індустріальної спадщини.

Найбільш відомими пам'ятками є церква Зачаття святої Анни у Старому Доброутворі та культові споруди в селах Незнанів і Полонична.

Церква Зачаття святої Анни (с. Старий Добротвір) – це дерев'яна церква XVIII ст., класичний приклад галицької сакральної архітектури, має тризрубну композицію та традиційні елементи народного будівництва. Дерев'яна церква XIX ст. у селі Незнанів збережена у доброму стані і є важливим осередком духовного життя села, прикладом традиційної для регіону архітектури. Невелика дерев'яна церква у селі Полонична поєднує народні будівельні традиції з елементами бароко. Всі ці три церкви можуть бути потенційно включені в «Шляхи дерев'яних церков Львівщини», зокрема у Маршрут «На береги Західного Буга й Бродівщину» [25].

На території громади збереглися і придорожні каплиці та хрести (XIX–XX ст.). Ці кам'яні та дерев'яні споруди відображають етнографічні та релігійні особливості регіону і часто пов'язані з місцевими легендами, обрядами, історичними подіями. Особливу цінність як пам'ятка національного значення (охоронний номер 396) представляє дерев'яна каплиця Святого Димитрія у селі Старий Добротвір (фото 2.3).

В Добротворі знаходиться Історико-краєзнавчий музей Добротвора ім. Йосипа Брикайла, заснований у 1995 році. Він містить експозиції про історію селища, навколишніх сіл, розвиток енергетики та побуту місцевої спільноти і є важливим центром збереження культурної пам'яті громади

Добротвірська ТЕС (сmt Добротвір) хоча це є індустріальний об'єкт, проте має архітектурну та історичну цінність як символ енергетичної інфраструктури Львівщини другої половини XX ст. (фото 2.4). Водосховище та споруди ТЕС формують унікальний індустріально-природний ландшафт. Цілком очевидно, що цей об'єкт в перспективі може використовуватися в сфері промислового туризму, що цілком вписується в таку концепцію всього Шептицького району, зокрема з шахтовидобувним комплексом.



Фото 2.3. Дерев'яна каплиця Святого Димитрія у селі Старий Добротвір

Джерело: [22]

Добротвірська громада поєднує традиційну дерев'яну сакральну архітектуру XVIII–XIX ст. з індустріальною спадщиною XX ст. та меморіальними об'єктами. Це створює багатошаровий історичний ландшафт, який може стати основою для розвитку культурного та пізнавального туризму.

У Добротвірській громаді проводяться етнографічні фестивалі та ярмарки, які поєднують народні традиції, гастрономію та культурні виступи. Найбільш відомим є районний фестиваль «7 громад – 1 район», а також локальні святкові ярмарки у селах громади.



Фото 4. Добротвірська ТЕС

Джерело: [20]

Фестиваль «7 громад – 1 район» (сmt Добротвір) відбувається щороку з нагоди утворення Шептицького (Червоноградського) району. Участь беруть усі громади району, які презентують свої народні традиції, пісні, танці, ремесла та кулінарні особливості. На площі організовуються виставки виробів народних умільців, етнографічні світлиці, дегустації локальних страв. Атмосфера свята підкреслюється виступами аматорських колективів та запрошених гуртів.

В більшості сіл проводяться етнографічні святкування, як Відтворення старовинних обрядів: «Андріївські вечорниці», «Коляда», «Великодні гаївки».

В цілому, Добротвірська громада активно підтримує етнографічні фестивалі та ярмарки, які стають майданчиком для збереження та популяризації місцевих традицій. Вони поєднують фольклор, гастрономію та ремесла, створюючи туристичну привабливість регіону.

Добротвірська громада має потенціал для розвитку сільського туризму, особливо у селах з природними ресурсами (Гряда, Сілець, Тишиця) та етнографічною спадщиною (Незнанів, Козаки). Більшість садиб працюють у форматі родинного прийому, без офіційної реєстрації. Є кілька активних локацій, які приймають гостей у форматі «зеленої садиби» або агрооселі (табл.2.2).

Таблиця 2.2. Садиби сільського туризму у Добротвірській ОТГ

Назва садиби / господарства	Населений пункт	Формат	Особливості
Садиба «У пані Марії»	с. Тишиця	приватна	домашня кухня, сад, пасіка, ночівля
Садиба «Добротвірська гостина»	смт Добротвір	напівміський	етноінтер'єр, дегустації, екскурсії
Агрооселя «Гряда»	с. Гряда	фермерська	риболовля, збір ягід, лісові прогулянки
Садиба «Старий млин»	с. Сілець	тематична	реконструкція млина, майстер-класи
Садиба «У Незнанові»	с. Незнанів	родинна	дерев'яна архітектура, етнографічні вечори
Садиба «Козацький двір»	с. Козаки	подієва	кінні прогулянки, участь у святі св. Норберта

Джерело : за даними Добротвірської ОТГ

Відмічені садиби – це лише частина фактично функціонуючих об'єктів сільського туризму, тому рекомендується створити локальний реєстр садиб для промоції громади.



Рис. 2.2. Туристична карта Добротвірської громади

Джерело: Розроблено автором з допомогою ШІ

Для узагальнення і візуалізації туристичного потенціалу нами з допомогою штучного інтелекту зроблено спробу створити туристичну карту Добровірівської ОТГ (рис. 2.2).

Наведена карта містить позначення ключових природних об'єктів (річка Західний Буг, Добровірівське водосховище, лісові масиви), культурних пам'яток (музей, дерев'яні церкви, меморіали), а також місця для зеленого туризму (садиби, маршрути, фестивальні майданчики). Вона може служити як важливим елементом промоції громади, так і формування відповідних туристичних маршрутів, що буде предметом наступного розділу.

2.3. Оцінка стану туристичної інфраструктури Добровірівської громади

Туристична інфраструктура має ключове значення, оскільки вона перетворює потенціал природних і культурних цінностей на справжній туристичний продукт, визначає доступність, комфорт і безпеку перебування, а також співвизначає конкурентоспроможність напрямку. Її систематичне вивчення необхідне для раціонального планування інвестицій, моніторингу впливу туристичної політики та коригування пропозиції до потреб туристів і мешканців.

Важливість туристичної інфраструктури полягає в наступному:

1. Інфраструктура (проживання, харчування, транспорт, стежки, рекреаційні об'єкти, інформація) створює технічні умови для використання туристичних цінностей і впливає на рівень задоволеності відвідувачів.
2. Якість і доступність інфраструктури є одним із основних стовпів конкурентоспроможності напрямку разом із природними та культурними ресурсами, регулюваннями, безпекою та людським капіталом.

3. Розвинена інфраструктура створює робочі місця та доходи, зміцнює місцеву економіку та покращує якість життя мешканців (кращий транспорт, спортивні споруди, громадські простори).

Необхідність дослідження туристичної інфраструктури зумовлюють:

1. Інвентаризація та просторові обстеження дозволяють визначити розташування, щільність і доступність елементів інфраструктури, а також їхній вплив на розвиток простору та довкілля.

2. Для оцінки привабливості інфраструктури, виявлення прогалин і пріоритетів інвестицій потрібні якісні та кількісні аналізи (індикатори, таксономічні методи, міжрегіональні порівняння).

3. Поєднання досліджень інфраструктури з даними про туристичний трафік і споживання послуг дозволяє оцінити ефективність державних витрат, а також планувати сталий розвиток і протидіяти заторам у чутливих районах.

Оскільки туризму в останні роки не приділялося належної уваги, то туристична інфраструктура Добротвірської громади перебуває на стадії розвитку, поєднуючи природні ресурси, культурні об'єкти та елементи сільського зеленого туризму.

Раніше ми відмічали, що природну базу громади формують переважно Добротвірське водосховище та річка Західний Буг. Вони є головними рекреаційними ресурсами для рибальства, купання, сплавів на байдарках, катамаранах. Крім того місцеві лісові масиви та поля є добрим місцем для збору грибів, ягід, організації піших маршрутів та веломаршрутів.

Складовими культурної інфраструктури є будинки культури та народні доми, що функціонують у селах . Саме вони є осередками організації і проведення різних фестивалів, ярмарків, етнографічних свят. До цього належать також історико-краєзнавчий музей ім. Йосипа Брикайла

в смт Добротвір, який вважається центром збереження історії та етнографії краю та дерев'яні церкви у Старому Добротворі, Незнанові, Полоничній, як можуть бути включені у сформовані уже маршрути по дерев'яних церквах Львівщини.

Рекреаційна інфраструктура, незважаючи на достатньо придатні умови розвинена слабо. Вони представлені переважно шкільними спортивними майданчиками, футбольними стадіонами (радше просто футбольними полями) та стадіон у Добротворі. Саме вони служать місцем проведення турнірів та молодіжних заходів. При цьому функціонує спортивна школа «Добротвір» з веслування на байдарках і каное. Доцільно відмітити ще місцеві ініціативи щодо облаштування зон відпочинку біля водойм, зокрема річки Західний Буг.

В основному розвитку туризму сприяє і транспортна інфраструктура. Кількість автобусних рейсів на території громади на день становить – 31. Жителі смт Добротвір мають зручне автобусне сполучення з містами Кам'янка-Бузька, Шептицький та Львів. Цьому сприяє близькість до районного центру та обласного центрів. Сприяє доброму сполученню і залізнична станція «Добротвір», яка знаходиться за 4 км від адміністративного центру Добротвірської громади. Сполучення між окремими населеними пунктами громади ускладнено через відсутність багатьох рейсів та невідповідність їх здійснення, хоча віддаль від смт Добротвір до найдальшого села громади складає всього 16 км.

На жаль база розміщення у Добротворській громаді є достатньо слабко, передусім відсутні готелі. Основним місцем для ночівлі є гуртожиток ДТЕК Добротвірської ТЕС, що знаходиться у Добротворі і розрахований на 250 місць, але він на туристів не розрахований. Ще одним місцем для ночівлі може бути садиба зеленого туризму родини Слівінських у селі Перекалки, яку особливо любляють рибалки, оскільки вона знаходиться на березі р. Західний Буг. Вона може прийняти до 30 осіб. Найближчими місцями для розміщення є готелі "Кам'янка-

Бузька" (м. Кам'янка-Бузька), «Марія» (с. Новий Став), «Гелікон» (сmt. Запитів), база відпочинку «Лісна» (с.Руда).

База відпочинку «Лісна» розташована в селі Руда. Ця база знаходиться в затишному сосновому лісі, на берегах двох мальовничих озер, що створює ідеальні умови для відпочинку на природі. Пропонується чисте лісове повітря, високий рівень обслуговування, цегляні котеджі, дерев'яні зруби та фінські будиночки, які забезпечують комфорт і затишок.

Однією з унікальних пропозицій є оздоровчий чан. Ця процедура не тільки дарує незабутні враження, але й позитивно впливає на здоров'я, стимулюючи функції імунної системи та щитовидної залози. Купання в чані покращує роботу опорно-рухового апарату, серцево-судинної та нервової систем, а також посилює відновлення після травм та переломів, повертаючи пружність і еластичність шкіри.

Завдяки масі та спеціально розрахованому складу чану, тепло, що накопичується під час підігріву води, рівномірно проникає в організм, прогріваючи внутрішні органи. Особливістю оздоровчої процедури є те, що вона проходить під відкритим небом незалежно від пори року, що надає унікальності та чарівності відпочинку. Чан вміщує 5-6 осіб, що робить його ідеальним для компаній та сімейних відвідувачів [27].

На території Добровірської громади, точніше в сmt. Добровір діють заклади громадського харчування. Це – 7 кафе-барів, але немає жодного ресторану. Одне кафе знаходиться у с. Старий Добровір. Зкладами ресторанного господарства знаходяться поза межами громади, що створює певні незручності для туристів. Натомість достатньо розвинена мережа закладів торгівлі та громадського харчування. Їхня кількість наближається до 80. Переважно (75 % з них) вони знаходяться в центрі громади.

Проведена діагностики ресурсів, вивчення потреб мешканців і туристів, а також стратегічних цілей визначають інвестиційні пріоритети в туристичну інфраструктуру громади. Інвестиції, що покращують

доступність, безпеку, якість ключових пам'яток та інтегрують інфраструктуру зі спадщиною та довкіллям, зазвичай мають найвищий пріоритет. Серед основних пріоритетних напрямків відмітимо:

1. Модернізація та будівництво під'їзних доріг, стоянок, пішохідних маршрутів, громадського транспорту, а також напрямних і інформаційних знаків.
2. Покращення технічної інфраструктури (водопостачання, каналізація, управління відходами, енергетика, цифровий зв'язок) у зонах концентрації туристичного руху, також з урахуванням мешканців
3. Відродження, надання об'єктів культурної спадщини та створення дружнього громадського простору навколо них (площі, доріжки, невелика архітектура).
4. Розширення спортивної, рекреаційної та дозвіллевої інфраструктури (пішохідні та велосипедні маршрути, басейни, зони активності, оглядові майданчики), адаптоване до профілю муніципалітету та правил охорони навколишнього середовища.
5. Підтримка якісного розвитку бази проживання та харчування, бажано у розподіленій формулі, пов'язаній із місцевими продуктами та підприємцями
6. Розвиток додаткових послуг: туристичні інформаційні центри, оренда обладнання, консультації, пакетні продукти, а також із використанням цифрових інструментів.

Безперечно, що пріоритетом має бути забезпечення сталого розвитку і стійкості.

Для загальної оцінки туристичного потенціалу Добровірської ОТГ проведемо SWOT-аналіз її сильних і слабких сторін, шансів та небезпек, які можуть очікувати розвиток туризму (таблиці 2.3 та 2.4).

Таблиця 2.3. Аналіз сильних і слабких сторін туристичного потенціалу
Добровірівської ОТГ

Сильні сторони	Слабкі сторони
- ландшафтне і біологічне різноманіттям; - усвідомлення місцевою громадою необхідності збереження навколишнього середовища; - наявний досвід транскордонної співпраці; - динамізм процесу створення садиб сільського туризму; - кількісне і якісне зростання сфери послуг; - багата історична/культурна спадщина; - добре знання місцевим населенням історичних і культурних цінностей регіону; - місцевий патріотизм, який набуває сили в теперішніх умовах; - наявний досвід розвитку туризму, пов'язані в ЄС в силу заробітчанських процесів; - наявність програми, стратегії та планів розвитку туризму в громаді, районі і області.	- слабкий за асортиментом і якістю туристичний продукт; - відсутність маркетингового забезпечення розвитку туризму; - недосконала інформаційна і промоційна політика - слабка база розміщення та транспортне сполучення; - брак кваліфікованого персоналу, зокрема зі знанням іноземних мов; - відсутність чіткої законодавчої бази у сфері сільського туризму; - недостатність знань у місцевих жителів щодо розвитку туризму; - поганий (катастрофічний) стан багатьох історичних і архітектурних пам'яток; - нерозвинені ремесла та народні промисли;.

Джерело: Сформовано автором на основі [28]

Громада володіє певними сильними сторонами щодо туристичного потенціалу, однак слабкі сторони виглядають більш потужно. Основний розвиток громади зосереджено навколо промислових виробництв, що, на жаль, призвело до недостатнього розвитку туристичного потенціалу території. Однією з ключових проблем громади є низький рівень доходів, що відштовхує молодих спеціалістів від працевлаштування на цій території. Зважаючи на невисокі зарплати, молодь часто шукає можливості заробітку в містах або за кордоном, що призводить до браку кваліфікованих кадрів і з розвитком громади на належному рівні.

Додатково, незадовільний технічний стан доріг між віддаленими населеними пунктами значно ускладнює розвиток туристичного потенціалу. Під час соціально-економічного аналізу були проведені й інші слабкі сторони громади, такі як обмежені фінансові ресурси для реалізації інфраструктурних проектів, а також незнайомість населення про можливості розвитку туризму та показ досвіду в цій сфері. Це створює серйозні перешкоди для залучення інвестицій і розвитку громадських ініціатив, які можуть змінитися на краще.

Доброутвірська громада визначила розвиток сільського туризму та розбудову ринкової інфраструктури як основне пріоритетне завдання в контексті туристичного розвитку. Для цього в ній вже є вся необхідна база та умови.

Інвестиції в сільський туризм та вдосконалення інфраструктури сприяють підвищенню економічної активності в Доброутвірській ОТГ, відкриваючи нові можливості для підвищення доходів населення, створення нових робочих місць та поповнення місцевого бюджету. Це стане першим кроком у напрямку сталого розвитку громади та покращення якості життя її мешканців. Особливо це стосується сіл, що знаходяться біля водних басейнів.

Таблиця 2.4. Аналіз можливості та загрози туристичного потенціалу Добротвірської ОТГ

Можливості	Загрози
- потенціал для зростання транскордонної співпраці в сфері рекреації і туризму; - прагнення і готовність до розробка концепції маркетингу туристичних продуктів і регіону; - покращення матеріальної і технічної бази, ревіталізація туристичних об'єктів; - формування туристично-інформаційного центру; - зростання знань та свідомості жителів сільської місцевості про туристичні можливості; - створення асоціації сільського туризму та підприємців; - формування місцевого брендового продукту; - зацікавленість іноземців у відпочинку в Україні.	- небезпека овертуризму та забруднення навколишнього; - політична й економічна нестабільність в державі; - руйнування історико-культурних пам'яток внаслідок відсутності фінансових ресурсів на їх утримання та збереження; - збільшення частки професійно пасивних людей; - розвитку туризму в Добротвірській громаді криються у зменшення частки активних підприємливих осіб на селі; - складна демографічна ситуація і її погіршення; - конкуренція з боку інших туристичних регіонів.

Джерело: Сформовано автором на основі [28]

Основні можливості розвитку туризму у Добротвірській громаді пов'язані з розвитком водного туризму (сплави на байдарках, рибальство та організації фестивалів на водосховищі), створенні нових туристичних маршрутів, пов'язаних з культурною спадщиною та природою території

громади, розвитком сільського туризму.

Основною загрозою для Добровірської ОТГ є зростаючий вплив людських ресурсів за межі громади, що веде до зниження демографічної ситуації. Збільшення кількості осіб пенсійного віку лише посилює цю проблему, що, у свою чергу, призводить до підвищення фінансової неспроможності громади. Низькі доходи в бюджеті негативно вплинуть на стан комунальної інфраструктури, а також на якість дорожнього покриття між населеними пунктами, що зменшить умови життя мешканців громади та відштовхне потенційних інвесторів. Ці виклики вимагають термінових рішень та зусиль для стабілізації ситуації та забезпечення сталого розвитку громади. Успіх може забезпечити і співпраця в сфері туризму і рекреації з сусідніми громадами, що може стати основою створення відповідного (на рівні Шептицького району) туристичного кластера.

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОБРОТВІРСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

3.1. Формулювання стратегічного бачення та цілей розвитку туризму в громаді

Загальна стратегія розвитку громади є своєрідним сценарієм її розвитку, що визначає її місії, цілі розвитку, стратегічні програми та завдання, а також спосіб їх реалізації. Мета розробки стратегії - підготувати документ місцевої влади, завдяки якому вона раціонально організує свою майбутню діяльність, щоб домінуючі місця були зайняті тими підприємствами, які місцева влада може взяти на себе самостійно і за які може нести відповідальність. Характерною функцією стратегії є визначення перспективного виміру місцевої економічної політики, тобто принципів, методів, інструментів і пріоритетів, застосування яких полягає у забезпеченні конкурентоспроможності громади шляхом збереження існуючих та придбання нових суб'єктів бізнесу. Розроблена стратегія має відповідати принципу сталого розвитку та визначати принципи поведінки органів влади та місцевого самоврядування. Це сприяє зниженню невизначеності місцевої діяльності. Територіальний маркетинг охоплює всі стратегічні та технічні підходи, які використовують організації (асоціації, фізичні особи, державні установи та підприємства) для залучення нових ресурсів і підвищення ефективності й якості реалізації проєктів, спрямованих на задоволення конкретних суспільних потреб (з принципами етики) ведуть до виконання конкретної місії. Концепція розвитку знизу вгору, яка зменшує роль центральних інституцій на користь місцевого самоврядування, набирає значення у міру розвитку процесів європейської економічної інтеграції.

Розвиток туризму на рівні об'єднаних територіальних громад (ОТГ) в Україні є одним із ключових напрямів децентралізації та економічної

диверсифікації. Стратегічне бачення та цілі розвитку туризму дозволяють громаді не лише зберегти та примножити свою культурно-природну спадщину, але й створити нові робочі місця, залучити інвестиції та підвищити якість життя мешканців.

Стратегія розвитку туризму має чітко відображати роль і важливість управління якістю, що підвищує рівень задоволеності туристів і, у свою чергу, веде до досягнення економічних, соціальних та екологічних цілей. Вона має зосереджуватися на продуктах і діяльності, які паралельно відповідають:

- задовольняти потреби туристів;
- приносять користь довкіллю;
- зміцнювати місцеву економіку та громади.

Реалізація якісних цілей у стратегії розвитку туризму має служити для:

- продовження терміну перебування туристів та збільшення суми їх витрат;
- збільшення кількості туристів після сезону;
- покращення іміджу муніципалітету та комунікації із зовнішнім світом;
- збільшення кількості повторних візитів і прибуттів, рекомендованих задоволеними туристами;
- покращення якості туристичної бази та послуг;
- забезпечення додаткових туристичних та рекреаційних атракцій у регіоні;
- зменшення негативного впливу туризму на довкілля та підвищення обізнаності громадськості з цього приводу;
- підтримка традиційної сільськогосподарської економіки через туризм;
- забезпечуючи туристам контакт із місцевим фольклором;

- розвиток співпраці та партнерства в громаді;
- підтримка розвитку ремесел і малих послуг, що надаються місцевим населенням.

Стратегічне бачення — це коротке, образне, амбітне, але реалістичне формулювання бажаного майбутнього стану громади через призму розвитку туризму. Воно має відповідати SMART-подібним критеріям для бачення:

- натхненне та мотивуюче;
- конкретне за географією та брендом;
- досяжне при наявності ресурсів;
- привабливе для мешканців, бізнесу й туристів;
- зрозуміле широкому колу стейкхолдерів [29].

Існує декілька основоположних принципів формування стратегічного бачення туризму в громаді. Воно повинно базуватися на унікальній конкурентній пропозиції. Для досліджуваної громади це може бути передусім водний туризм. Однак, перед формулюванням необхідно провести SWOT- та PEST-аналіз, ресурсний аудит, визначити туристичні кластери й «родзинки».

Немаловажне в процесі побудови стратегії, зокрема стратегічного бачення та цілей, врахувати бажання місцевих жителів. З цією метою доцільно проведення фокус-груп, опитувань, громадських слухань. Постаратися, щоб група була репрезентативною.

В процесі розробки стратегії розвитку громади її необхідно узгодити з національними та регіональними стратегіями та врахувати сучасні тенденції і тренди в туризмі та соціально-політичну ситуацію в країні і глобальні процеси.

Доброутвірська громада має значний досвід у складанні та реалізації програми соціально-економічного розвитку, що стало основою для аналізу передумов на початку роботи над Стратегією. Вивчення попередніх

планових документів дало змогу глибше зрозуміти соціально-економічну зміну в громаді, застосувати основні показники економічного розвитку за минулі роки та визначити ключові чинники, що підтримують прогрес.

У 2015 році була розроблена та передана громаді Стратегія розвитку селища Добротвір і прилеглих територій Кам'янка-Бузького району Львівської області на 2016-2018 роки. Ця ініціатива компанії ДТЕК мала на меті підвищення ефективності соціальних інвестицій та створення умов довгострокового сталого розвитку Добротвірської територіальної громади. Рішення сесії Добротвірської селищної ради №5 від 08.12.2015 стало випуском кроком у цьому процесі.

Документ розроблено робочою групою, створеною Агенцією місцевого економічного розвитку Кам'янка-Бузького району в партнерстві з Добротвірською селищною радою, а також Стародобротвірською, Сілецькою, Полоничнівською та Незнанівською сільськими радами, які після 25 жовтня 2020 року стали єдиною Добротвірською громадою.

Основними причинами розробки Стратегії розвитку культурно-пізнавального туризму Добротвірської громади до 2030 року є програмування громади оцінити свій потенціал у розвитку туристичної інфраструктури, вдосконалити ланцюги додаткової вартості в цій сфері та створити нові робочі місця. Громада також має намір переглянути доступні та перспективні точки розвитку, оцінити ресурсне забезпечення для різних напрямків туризму та підготувати проектні пропозиції, які спрощують пошук додаткових фінансів через грантові програми та конкурсні ресурси.[28].

Мета стратегії культурно-пізнавального туризму Добротвірської громади - це створення конкурентоспроможного туристичного продукту та відродження національної культурної спадщини.[28].

Візія стратегії розглядає Добротвірську громаду як це місце, де хочеться жити. При цьому відмічається слава багатовікова історія, наявність історичних і сакральних пам'яток, необхідність збереження

культурної спадщини, відновленню місцевих традицій, та розвиток агротуризму, як нової туристичної діяльності.

Відповідно до розробленої стратегії визначається одна стратегічна ціль - створення туристичного кластеру. Цьому підпорядковуються вісім операційних цілі:

1. Брендування території;
2. Добротвірщина – спортивно-тренувальний центр громади;
3. Розвиток спортивного туризму;
4. Фестивальний рух та розвиток творчості;
5. Відпочинок та розваги (риба, гриби, ягоди, мисливство, наметне містечко);
6. Розвиток агротуризму, гастротуризму
8. Промоція території [28].

Створення бренду території допоможе впізнаваний та привабливий символ громади, що стане орієнтиром для туристів і підвищить інсталяцію значущості регіону. Основні етапи включають:

- Аналіз можливостей для брендингу;
- Розробка символу та його використання в інформаційних матеріалах;
- Запуск рекламної кампанії з презентацією символу та проведенням акцій.

Промоція туристичного продукту буде спрямована на підвищення інтересу до регіону та залучення нових гостей, формуючи позитивний імідж. Реалізація включає:

- тематичні передачі на радіо та в медіа;
- Інформаційні щити про Добротвірську ОТГ;
- участь у туристичних виставках;
- підготовка та розповсюдження рекламних матеріалів усіма мовами (українською, польською, англійською).

Ці заходи мають знову підкреслити унікальність Добротвору та привабити туристів з усіх куточків.

Проект «Добротвірщина – спортивно-тренувальний центр громади» має на меті створити сучасну, екологічну та безпечну зону для відпочинку, спілкування та розвитку спортивних навичок вікових груп поблизу річки Західний Буг. Це сприяти покращенню благоустрою території, залученню громади до здорового способу життя та організації змістовного дозвілля. Цей проект мав стати першим кроком у розвитку громади, сприяючи формуванню активного, здорового та творчого середовища для всіх її мешканців.

Особлива увага в Стратегії приділяється розвитку спортивного туризму, чому сприяє наявна уже спортивна база та ідея створення маршрутів для проведення змагань на території громади з пішого туризму.

Ключова увага в Стратегії приділяється розвитку агротуризму та гастротуризму. Сільський туризм сприяє відродженню місцевих традицій, промислів та культурної спадщини, а Добротвірщина є регіоном з унікальними можливостями завдяки своїй багатій історії, природі та гостинності мешканців. Місцева культура, архітектурні пам'ятки та національна кухня приваблюють туристів, які шукають доступніші варіанти відпочинку, ніж у готелях. Проект має на меті створити комфортні умови для відпочиваючих, підвищити популярність туристичного продукту та розвинути комплекс туристичних послуг, включаючи перевезення, харчування та організацію відпочинку. Реалізація проекту дозволить збільшити туристичну привабливість регіону, зайнятість населення та доходи. Планується організація майстер-класів з декоративно-прикладного мистецтва та покращення прибережної території з дитячими майданчиками та велопрокатом.

В цілому пропонована Стратегія націлена на різні сегменти ринку, однак визначені певні пріоритети (рис.3.1)

Сільський зелений туризм	Історико культурний туризм	Активний відпочинок
• Результати: • - відкриття агросадиб, здатних задовільнити попит туристів, зацікавлених відпочинком у сільській місцевості; • дієві туристичні маршрути по сільських територіях; • покращення умов прийому гостей власниками агросадиб; • створення сприятливого правового середовища для діяльності сільського населення.	• Результати: • Ікомплексний та цілорічний розвиток регіону;- • задоволення широкого кола споживачів туристичних послуг; • збільшення надходжень у місцевий бюджет громади; • підвищення конкурентоспроможності • туристичного продукту в громаді; • поліпшення транспортної доступності • основних туристичних об'єктів.	• Результати: • наявність різнопланових туристичних маршрутів (велосипедні, пішохідні, сплави по річці Західний Буг); • зацікавленість молоді до активного відпочинку; • здорове та фізично розвинуте • покоління.

Рис. 3.1.Пріоритетні види та їх результати в стратегії розвитку туризму в Добротвірській ОТГ

Джерело: побудовано автором на основі [28]

Варто зауважити, що запропонована стратегія була однією з перших в Україні і, звичайно було упущено багато методичних недоліків. Зокрема це стосується кількісних параметрів її реалізації, конкретизації відповідних цілей, ресурсного забезпечення тощо. В пропонованій стратегії не знайшлося місця туристичній інфраструктурі, яка є надто слабкою в громаді, зокрема про кількість та кілометраж відремонтованих

доріг до туристичних об'єктів, наявність велодоріжок, Wi-Fi у громадських місцях.

В загальному, розроблена Стратегія є орієнтиром розвитку туризму у Добротвірської ОТГ, однак її назва не відповідає змісту, крім того не враховані сучасні соціально-економічні і політичні реалії, інтенсивність і динамічність технологічних змін, глобалізаційні процеси. Все це вказує на необхідність або серйозного корегування існуючої, або розробки нової стратегії розвитку туризму у громаді.

3.2. Перспективи розвитку туризму в громаді.

Сільський туризм має значення для сільської громади, яке виходить далеко за межі додаткового доходу від кількох гостьових номерів. Дослідження показують, що добре організований розвиток туризму в сільській місцевості впливає на економічну ситуацію, соціальні відносини, довкілля та якість життя мешканців.

З економічної точки зору сільський туризм дозволяє диверсифікувати доходи домогосподарств через оренду кімнат, кейтеринг, продаж місцевих товарів або виробів ручної роботи. Це створює нові робочі місця, зміцнює мікро- та малі підприємства та сприяє збереженню сільських послуг (магазини, школи, транспорт), які часто перебувають під загрозою ліквідації в умовах депопуляції. Навіть якщо масштаб економічного ефекту не завжди вражає, дослідження показують чітку позитивну тенденцію доходів і інвестицій у ферми, що займаються туризмом.

Соціальні та культурні переваги також важливі. Присутність гостей спонукає мешканців відроджувати місцеві звичаї, кухню, ремесла та заходи, що зміцнює почуття гордості та ідентичності громади. Сільський туризм також сприяє створенню нових мереж співпраці (асоціації, групи виробників, місцеві партнерства), а дослідження якості життя в сільській

місцевості показують, що розвиток туризму пов'язаний із більшим оптимізмом серед мешканців щодо майбутнього села. Вона може зменшити відтік молоді, даючи їм можливість працювати «вдома», а не просто переїжджати до міст.

З екологічної точки зору, сільський туризм, якщо він здійснюється сталим способом, мотивує громаду краще піклуватися про ландшафт, чистоту, зелень або рекреаційну інфраструктуру. Включення елементів екологічної освіти та м'якого туризму (піші прогулянки, велоспорт, природа) допомагає поєднати збереження природи з економічними перевагами, замість того, щоб ставити їх у протиставлення.

Розвиток сільського туризму в Добротвірській громаді з великим водосховищем, річкою Західний Буг, багатими лісами та розвиненим сільським господарством має дуже міцну основу, але вимагає свідомого планування, співпраці місцевих акторів і поступової професіоналізації пропозиції

Сільський туризм нині розглядається як одна з ключових форм неаграрної діяльності в сільській місцевості, підтримуючи багатофункціональний розвиток сільських територій та диверсифікацію доходів домогосподарств. Він включає не лише класичні агротуристичні ферми, а й гостьові будинки, літні котеджі, кемпінги, місцеві продукти, відпочинок біля води та в лісі, а також освітню пропозицію, пов'язану з сільським господарством.

Література підкреслює, що сільський туризм не є «панацеєю» для всіх структурних проблем сільських територій [30], але за належного управління він може стати важливим доповнюючим стовпом місцевої економіки. Умова полягає в тому, щоб адаптувати масштаби та форми розвитку відповідно до реального попиту та ресурсів громади, щоб туризм покращував, а не витісняв, сільськогосподарські та екологічні функції.

Велике водосховище та західна річка Буг становлять природне ядро рекреаційної пропозиції громади, що дозволяє розвивати вітрильний

спорт, веслування на каное, риболовлю, засмагання та спостереження за птахами. Дослідження okazують, що добре розвинені водосховища можуть стати основними туристичними «магнітами», приваблюючи як туристів на вихідних, так і тих, хто залишається довше.

Річка Західний Буг є однією з останніх переважно природних прикордонних річок у Європі і має високий ландшафт і природну привабливість, яка вже використовується як місце для природного та водного туризму. Поєднання річки, водосховища та величезних лісів дозволяє сформувати бренд Добротвірської ОТГ як місця, близького до природи, з високоякісним середовищем, що особливо важливо для сучасних туристів, які шукають тишу, простір і автентичність.

Добре розвинене сільське господарство створює природні умови для розвитку агротуризму, що розуміється як надання туристичних послуг сільськогосподарськими сім'ями у зв'язку з сільськогосподарським виробництвом. Такий тип пропозиції особливо привабливий для сімей з дітьми, літніх людей та міських жителів, які хочуть «торкнутися» повсякденного життя села: брати участь у сільськогосподарській роботі, дегустувати місцеві продукти, вивчати кулінарні традиції та ремесла

З точки зору місцевої влади важливо зміцнювати зв'язки між сільським господарством і туризмом: створювати короткі ланцюги постачання (прямі продажі, місцеві ярмарки), брендovanі регіональні продукти, а також кулінарні та зборні врожаю, орієнтовані також на гостей з-за меж громади. Такі заходи підвищують доходи фермерів та інших дрібних виробників, зміцнюють місцеву ідентичність і підвищують видимість громади на туристичному ринку.

Дослідження вподобань туристів, які відпочивають у сільській місцевості на річці Західний Буг, свідчать, що вибір місця визначається насамперед природними цінностями (вода, ліс, ландшафт), спокоєм, можливістю активного відпочинку та автентичністю пропозиції. Так звана срібна економіка туризму також набуває дедалі важливішого значення, адже

частка літніх людей, які шукають тихі, безпечні місця з хорошою базою проживання та медичною допомогою на задньому плані.

Окрім сімей і літніх людей, потенційними отримувачами: кваліфіковані туристи (каноеїсти, велосипедисти), одноденні гості з сусідніх міст, учасники культурних заходів та закордонні гості, для яких Західний Буг є символічною межею між Сходом і Заходом. Сегментація попиту має перетворюватися на диверсифіковану пропозицію: від простих агротуристичних господарств до більш спеціалізованих продуктів (наприклад, «активні вихідні», «відпустки з дітьми в сільській місцевості», «відпустка для літніх людей»).

У літературі про українську сільську місцевість виділяються кілька умов успіху розвитку сільського туризму: природні та культурні ресурси, відповідна інфраструктура, маркетинг, співпраця місцевих акторів, персонал, фінансування та відповідний попит [12; 3]. У реальності Добровірської ОТГ можна вказати такі пріоритети:

1. Розвиток водосховища та річки Західний Буг, зокрема будівництво та організація пляжів, пірсів, невеликої інфраструктури (навіси, дитячі майданчики, оглядові майданчики), визначення каное та велосипедних доріжок уздовж річки та навчальних доріжок у лісах
2. Розвиток агротуризму та житлових об'єктів, передусім консультативна підтримка фермерів та інших господарів, невеликі інвестиційні субсидії (модернізація житла, санітарних споруд, невеликої рекреаційної інфраструктури), просування спільного бренду «агротуризм на річці Буг».
3. Тематичні продукти, наприклад, кулінарна стежка (місцеві страви та продукти), освітні пакети для шкіл («урок природи на річці Західний Буг», «життя на фермі»), пропозиції для літніх людей (легка активність, реабілітація, екотуризм).

4. Події та анімація, тобто місцеві фестивалі, ярмарки, велосипедні ралі, інтеграційний рафтинг, які сезонно приваблюють гостей і зміцнюють імідж громади.

Досвід українських громад показує, що успіх сільського туризму значною мірою залежить від ініціативи та співпраці мешканців, створення місцевих партнерств, асоціацій і груп дій, які інтегрують державний, приватний та громадський сектори. Такі структури сприяють розробці туристичних стратегій, мобілізації зовнішніх коштів (наприклад, програми розвитку сільських територій, Interreg, національні фонди) та спільному просуванню.

Також важливо впроваджувати принципи сталого розвитку: контроль туристичного тиску навколо водосховища та лісів, захист цінних місць існування, управління автомобільним рухом і відходами, а також навчання гостей і мешканців відповідальному використанню ресурсів. Таким чином, сільський туризм стає не лише джерелом доходу, а й інструментом для зміцнення місцевої ідентичності та довгострокової стійкості муніципалітету до економічних і демографічних змін

Підсумовуючи, сільський туризм є інструментом для зміцнення стійкості сільських громад: він підвищує їхні доходи, підтримує послуги, підтримує культурну спадщину та покращує суб'єктивно сприйняту якість життя мешканців. Однак умовою є участь місцевої громади у плануванні, підтримці автентичності та контролі масштабу трафіку, щоб переваги переважали потенційні витрати (тиск на довкілля, комерціалізація культури).

Великі потенціальні можливості розвитку туризму у Добротвірській громаді пов'язані з наявністю водних ресурсів. Вивчення світового досвіду [31; 32] показує, що найцікавіші продукти водного туризму поєднують рекреацію, природу та місцеву культуру: від каякінгу та круїзів до «плаваючих» ринків, риболовних сафарі та нічних поїздок по воді.

Насампере, це рафтинг, круїзи та активний відпочинок. Це можуть бути:

1. Організовані каное-поїздки (одноденні та багатоденні) з гідом, з зупинками у найцікавіших ландшафтах і культурних місцях біля річки.
2. Оренда каяків, каное з чітко позначеними маршрутами різної складності, а також «сімейні» варіанти на тихих ділянках.
3. Прогулянки на човнах на електриці або сонячній енергії, як тихий, екологічно чистий спосіб помилуватися річковою долиною.

Можуть бути запропоновані і спеціалізовані та нішеві продукти

1. Організовані експедиції з керованою риболовлею («річкове риболовля»), включаючи вивчення технік, місцевих правил і дегустацію рибних блюд..
2. Нічні байдаркові походи з вогнями (наприклад, милування небом, слухання природи, спостереження за нічних птахів), які проводяться на безпечних, добре відомих ділянках.
3. Тематичні «фото-каякові» поїздки для фотографів природи, особливо світанки та заходи сонця, місця з високою ймовірністю спостереження за птахами та дикою природою.
4. Сімейні «дні біля річки»: міні-школа каное, польові ігри про воду та клімат, змагання для дітей

Цікавою, особливо в польських колег, є продукти, що поєднують воду, землю та культуру. Це:

1. Пакети «Річка + велосипед»: рафтинг на частині маршруту та повернення на велосипеді вздовж річки (наприклад, ділянки стежок, такі як «мультикультурний потік річки Західний Буг»), з зупинками біля культових місць, оглядових майданчиків, музеїв просто неба.
2. «Смаки річкової долини»: круїз або рафтинг, що завершується відвідуванням ферми, , копильні риби або трав'яної ферми, тобто натхнення продуктами, що поєднують водну активність з етнотуризмом і кухнею.

3. Плавучий ринок, що формують човни з місцевими продуктами (риба, фрукти, ремесла), пришвартовані на вихідних у вибраному порту або маршруті, як привабливий елемент туристичної пропозиції.

Особливо важливо з'єднати водний продукт із місцевою громадою (фермами, гідами, ремеслами), щоб економічні вигоди йшли мешканцям долини річки, а не лише зовнішнім операторам.

Для Добротвірської громади можна запропонувати і різні туристичні маршрути. Заслуговує на схвалення ідея розробки одноденного маршруту «Дерев'яні церкви Добротвірської громади». Пропонується 5 зупинок:

Зупинка 1: смт Добротвір (Початок маршруту: знайомство з історико-краєзнавчим музеєм ім. Йосипа Брикайла, як контекст розвитку сакральної архітектури регіону).

Зупинка 2: с. Старий Добротвір (Церква Зачаття святої Анни (XVIII ст.) - тризрубна дерев'яна церква, класичний приклад галицької сакральної архітектури, оточена старим цвинтарем та придорожніми хрестами, справжня атмосфера автентичного села з традиційною забудовою

Зупинка 3: с. Незнанів (дерев'яна церква XIX ст., збережена у доброму стані, діюча парафія як приклад поєднання народних будівельних традицій з елементами бароко, поруч знаходяться каплиці та хрести, що формують локальний духовний ландшафт).

Зупинка 4: с. Полонична (дерев'яна церква (XIX ст., невеликий храм із традиційною тризрубною композицією та важливий осередок духовного життя громади)

Зупинка 5: с. Сілець (каплиця та придорожні хрести, хоча великої дерев'яної церкви тут немає, каплиці та хрести є частиною архітектурної спадщини, проте існує можливість завершити маршрут у садібі зеленого туризму з етнографічною програмою).

Тривалість маршруту 6–7 годин (з урахуванням переїздів та екскурсій).

Формат маршруту може бути автобусний або веломаршрут.

Маршрут «Дерев'яні церкви Добротвірської громади» поєднує сакральну архітектуру XVIII–XIX ст. з етнографічними особливостями сіл. Він може стати основою для розвитку культурно-релігійного туризму та промоції громади як частини «Шляху дерев'яних церков Львівщини».

За 5 років Добротвірська громада може перетворитися на центр водного, етнографічного та зеленого туризму Львівщини, якщо системно розвивати інфраструктуру, активно просувати бренд громади та формувати партнерства на регіональному й міжнародному рівні.

Необхідне відродження (ревіталізація) туристичних об'єктів, оскільки це дозволяє зупинити їх деградацію, адаптувати їх до сучасних потреб користувачів і підтримувати або підвищувати привабливість певної території. Без таких дій об'єкти, особливо історичні, постіндустріальні та рекреаційні, втрачають свої функції, перестають генерувати туристичний трафік і, таким чином, послаблюють місцеву економіку та імідж комуни.

Відродження пам'яток і історичних туристичних об'єктів сприяє збереженню матеріальної культурної спадщини та збереженню місцевої ідентичності та безперервності культурного ландшафту. Адаптація таких об'єктів до нових функцій (наприклад, гостинність, культурні центри,) дозволяє економно підтримувати їх при збереженні історичних цінностей.

Занедбані або деградовані об'єкти знижують сприйняту якість пропозиції, що призводить до зниження задоволеності туристів і гіршої конкурентної позиції напрямку. Добре організоване відродження, що поєднує фізичне оновлення з новими функціями, підвищує привабливість туристичного продукту і може стати імпульсом для розвитку нових форм туризму (спадщина, культурна, промислова, «корінний туризм»).

Оновлені об'єкти створюють нові робочі місця, стимулюють сферу послуг і торгівлю, а також збільшують доходи від туризму до місцевих бюджетів. Водночас вони відновлюють цінні громадські простори для

мешканців, сприяють соціальній інклюзії та покращують загальну якість життя, що особливо важливо для малих міст і сільських районів.

Пріоритети ревіталізації туристичних об'єктів у громаді зосереджені на відновленні їхньої функціональності, підвищенні привабливості та забезпеченні сталого використання спадщини з користю мешканцям. Діяльність має розміщуватися на найвищому рівні об'єктів найвищого соціального, культурного та економічного значення, а також у районах із концентрацією проблем і потенціалу розвитку.

Пріоритетом є усунути загрози для користувачів, забезпечити стабільність конструкції та адаптувати об'єкти до поточних технічних, пожежних і санітарних вимог. Необхідно підвищити доступність (комунікаційну та функціональну), включно з адаптацією до потреб людей з інвалідністю та покращенням зв'язку з мережею стежок, паркувальних майданчиків і громадського транспорту.

Насамперед відроджуються об'єкти високої історичної та культурної цінності, які є іконами місцевої ідентичності (постіндустріальні комплекси, релігійні споруди). Важливо поєднувати збереження історичної субстанції з адаптацією до сучасних туристичних і культурних функцій (музеї, центри інтерпретації, конференц-зали, гостинність).

Громада має все необхідне для того, щоб стати одним із найсильніших туристичних брендів Надбужанщини, та й в цілому Шептицького району в найближчі роки. Ключ до цього - це послідовне поєднання трьох елементів (водосховище + річка + ліс) в одну, дуже читабельну історію: місце, де можна справді відпочити від міста і відчувати свободу. З послідовною візуальною ідентичністю, флагманськими продуктами та добре спланованим багатоканальним просуванням мета дуже реалістична.

3.3. Пропозиції щодо створення та просування туристичного бренду громади

Сьогодні туризм розглядається не лише як елемент місцевої та регіональної економіки, де створено та пропонуються туристичні продукти, але, перш за все, як потужний стратегічний інструмент соціально-економічного розвитку на всіх рівнях територіального управління: від громади до області. Туристичний сектор, що підтверджується стратегічним активом, дедалі більше враховується при розробці та реалізації стратегії місцевого розвитку. У багатьох громадах туризм стає ключовим сегментом, через який втілюються основні цілі соціально-економічного прогресу. Це сприяє як кількісному, так і якісному зростанню туристичної інфраструктури, яка використовується не тільки для туристичних потреб, а й впроваджується в повне життя місцевих жителів.

Просування туристичних продуктів і свідоме формування бренду місцевої громади сьогодні є ключовими елементами формування сталої конкурентної переваги в туризмі. В епоху соціальних мереж і зростаючої обізнаності про мандрівників вже недостатньо мати привабливі природні цінності чи пам'ятки, необхідно активно розповідати історію місця та залучати мешканців і гостей до його спільного створення.

Просування туристичних продуктів має кілька стратегічних функцій. По-перше, це підвищує видимість пропозиції на переповненому туристичному ринку. Професійні кампанії (цифрова реклама, співпраця з інфлюенсерами, участь у ярмарках) дозволяють охопити чітко визначені сегменти отримувачів: сім'ї з дітьми, любителів активного відпочинку або культурних туристів. По-друге, промоція сприяє диверсифікації та сезонному вирівнюванню туристичного трафіку шляхом впровадження нових продуктів (тематичних маршрутів, кулінарних подій, фестивалів).

По-третє, це формує лояльність, адже задоволені туристи стають амбасадорами цього місця, ділячись фото та думками у соцмережах.

Не менш важливо формувати сильний, автентичний бренд спільноти (так званий брендинг місця). Бренд місця - це не лише логотип і рекламний слоган, а понад усе набір емоцій, цінностей і асоціацій, які певна територія викликає у свідомості потенційних гостей. Найсильніші місцеві бренди створюються знизу вгору, коли мешканці ідентифікують себе з повідомленням і активно співстворять його.

Ефективний бренд спільноти приносить вимірювані переваги: він підвищує гордість і залученість мешканців (що означає кращий сервіс для туристів), полегшує залучення інвесторів і нових мешканців, а також дозволяє підвищувати ціни на туристичні послуги

Проведений аналіз туристичного потенціалу показав, що Добротвірська ОТГ має три сильні, взаємодоповнюючі природні атракції:

- велике водне водосховище, що дозволяє займатися водними видами спорту, риболовлею, засмагом і вітрильним туризмом;
- річка Західна Буг, як природний кордон країни з високим ландшафтом і природною цінністю;
- великі лісові комплекси, які ідеальні для кваліфікованого туризму (піші прогулянки, велопогулянки, верхова їзда, збирання грибів, спостереження за природою).

Проте, нинішня впізнаваність бренду громади за межами регіону досить низька. Відсутність послідовної візуальної ідентичності, розпорошена пропозиція, слабка присутність в Інтернеті та соціальних мережах.

Загальна мета – це створення міцного, цілісного бренду громади як місця, де можна поплавати на озері, покататися чи порибалити і походити/пробігтися лісами за один вікенд. Реалізація цієї мети може бути окреслена такими, здебільшого реальними і конкретними цілями:

1. Збільшення кількості індивідуальних туристів на мінімум вдвічі (200%) до 2030 року .
2. Створення 3-4 флагманських туристичних продуктів із надрегіональним охопленням.
3. Здобуття спонтанного визнання бренду громади принаймні на рівні Львівської області.

При позиціонуванні можуть бути використані різні слогани, зокрема:

- Добротвірська громада... тут вода зустрічається з лісом, а дика природа зустрічається з гостинністю.
- Три кольори свободи: синій резервуар, зелені ліси, срібний Буг.
- Де вода танцює з лісом.

Флагманські туристичні продукти можуть бути швидко впроваджені, починаючи з 2026 року. Серед них варто звернути увагу на такі:

- Зелена школа на річці Західний Буг. Це може бути освітня пропозиція для шкіл: 3-5 денних зелених шкіл із польовими заходами (водні та лісові екосистеми, орнітологія, виживання).
- Шлях диких смаків - кулінарна стежка на основі місцевих продуктів: риби з лагуни, лісового меду, дичини, грибів, настоянок. До цього можуть бути залучені садиби сільського туризму чи агротуризму і місцеві кафе (може в майбутньому і ресторани).

Промоційна компанія має бути добре продумана і запланована принаймні на 5 років (2026-2030 рр). Що потрібно зробити в першу чергу:

- Створення нового вебсайту громади (адаптивного + англійської та німецької версій) з віртуальною прогулянкою на 360° найкрасивішими місцями;
- Запуск профілів в Instagram, TikTok та Facebook під спільним графічним дизайном;
- Виробництво промо-фільму тривалістю 120 секунд (дрони, таймлапси, світанки/заходи сонця над водосховищем та річкою Західний Буг).

На перспективу очевидним є такі кроки:

- Фототочки та мистецькі інсталяції у найкрасивіших місцях
- Система динамічного інформаційного щита на в'їзних дорогах
- Співпраця з інфлюенсерами (10-15 мікро- та середніх інфлюенсерів з ніші активного відпочинку, водного та сімейного туризму).
- PR-кампанія в регіональних та національних ЗМІ
- Мобільний додаток муніципалітету з офлайн-картами, квестами, поточними подіями та бронюванням житла.

Сучасне просування та побудова бренду вимагають узгодженості дій усіх зацікавлених сторін: місцевої влади, туристичних підприємців, неурядових організацій та самих мешканців. Лише тоді створюється правдоподібна, жива історія, яка приваблює не одноразових гостей, а свідомих мандрівників, що шукають справжніх вражень і емоційного зв'язку з місцем.

Просування регіону для іноземних туристів може бути організоване як послідовна стратегія маркетингу напрямків: з чітким брендом, сегментацією іноземних ринків, сильною онлайн-присутністю та співпрацею з туристичною індустрією. Вкрай важливо поєднувати імідж-активності (сторітелінг, брендинг) з розповсюдженням пропозиції посередниками та платформами, які дійсно використовують туристи.

Регіону потрібен чіткий бренд і вибір кількох пріоритетних ринків, замість того, щоб «стріляти всюди». Аналіз даних на попит, доступності транспорту та культурних зв'язків допомагає обрати країни, для яких буде підготовлена спеціалізована комунікація (мова, теми, канали).

Регіон повинен забезпечити доступність інформації іноземними мовами, читабельних вивісок, можливість оплати картками та цифрових бронювань, а також продуктів, адаптованих до очікувань конкретних ринків (наприклад, міський туризм, повільний туризм, спадщина,

природа). Високоякісне обслуговування, безпека, якісна логістика (транспорт, перевезення) та чітка практична інформація посилюють ефект промоційних кампаній.

Промоція громади має хороші перспективи, оскільки поєднує зростаючий інтерес до автентичності, спадщини та місцевих продуктів із розвитком цифрових інструментів і концепціями брендингу місця/територіального маркетингу. Ключовими напрямками є формування сильного бренду території, цифровізація комунікації та просування на основі сталого розвитку та співпраці місцевих акторів.

Прогресивне просування базується на унікальній, автентичній ідентичності: ландшафт, культура, гастрономія, регіональні продукти та стиль життя, які відрізняють сільську місцевість від міст та інших регіонів. Дедалі важливішу роль відіграє територіальний брендинг у версії «брендування сільських місць», поєднуючи захист спадщини з розвитком туризму, якісного сільського господарства та коротких ланцюгів постачання.

Важливість цифрових інструментів швидко зростає: соціальні мережі, платформи для бронювання, електронна комерція для місцевих товарів і кампанії, засновані на контенті, створеному користувачами. Сільський туризм і агротуризм залишаються одним із основних джерел просування, оскільки вони поєднують доходи мешканців із демонстрацією природних і культурних цінностей. Необхідна професіоналізація просування на основі місцевих і регіональних стратегій.

Ефективне просування місцевого туристичного продукту з точки зору розвитку вимагає реальної участі мешканців, місцевих організацій та молоді у розробці пропозиції та наративу про село. Необхідно підкреслити роль соціального капіталу, співпраці та освіти сільських громад (навчання впродовж життя, громадська освіта) як умови сталого іміджу та здатності залучати відвідувачів, інвестиції та проекти.

Майбутні промоційні заходи дедалі більше пов'язані з цілями сталого розвитку, захисту ландшафту та клімату, а також відповідальним використанням туризму як інструменту відновлення районів, що перебувають під загрозою депопуляції. Вона також підкреслює необхідність створення наративу про якість життя, добробут, здоров'я та безпеку у просуванні, що підсилює привабливість сільської місцевості як місця для відвідування та проживання

ВИСНОВКИ

Вивчення туристичного потенціалу громади - це не лише про туризм стратегічний інструмент розвитку, який допомагає громадам стати економічно сильнішими, культурно багатшими та екологічно відповідальними. Для Західної України, де поєднуються унікальні природні ресурси й багата історія, це особливо актуально: правильно оцінений потенціал може перетворити регіон на потужний центр агротуризму, культурних фестивалів і духовних маршрутів. Розвиток туризму дає додаткові фінансові надходження, збільшення доходів від туристичних послуг), додаткові інвестиції: (залучення коштів у розвиток інфраструктури, дороги, транспорт, інтернет), додаткові робочі місця (в туризмі та супутніх сферах) в кінцевому варіанті – покращення якості життя місцевої громади.

Доброутвірська громада має потужний природний та культурний потенціал, але потребує системної промоції, інвестицій та стандартизації послуг. Розвиток водного туризму, етнографічних фестивалів та сільських садиб може стати ключовим драйвером економічного зростання та іміджу громади.

Відродження (ревіталізація) туристичних об'єктів є критичним місцем для припинення їх деградації та адаптації до сучасних потреб, що забезпечують привабливість території. Адаптація історичних об'єктів до нових функцій, таких як готелі чи культурні центри, захищає їх цінність і підтримує місцеву ідентичність.

Ефективне просування місцевого туристичного продукту з акцентом на розвиток вимагає активної участі мешканців, місцевих організацій та молоді у створенні пропозицій і формуванні наративу про село. Важливо підкреслити роль соціального капіталу, співпрацю та освіту в сільських громадах, таких як навчання в продовження життя та громадську освіту, як ключових факторів для формування сталого іміджу. Це, у свою чергу, отримати здатність приваблювати відвідувачів, інвестиції та реалізовувати

різноманітні об'єкти.

За допомогою штучного інтелекту в роботі створено туристичну карту Добровірської ОТГ, на якій позначені ключові природні об'єкти, культурні пам'ятки та місця для зеленого туризму. Ця карта може стати інструментом для просування громади та розробки туристичних маршрутів.

Основні можливості розвитку туризму у Добровірській громаді пов'язані з розвитком водного туризму (сплави на байдарках, рибальство та організації фестивалів на водосховищі), створенні нових туристичних маршрутів, пов'язаних з культурною спадщиною та природою території громади, розвитком сільського туризму.

Розроблена Стратегія розвитку культурно-пізнавального туризму є класним орієнтиром для Добровірської ОТГ, але її назва не відображає змісту, а також не враховує сучасні соціально-економічні та політичні реалії, технологічні зміни та глобалізаційні процеси. Це вказує на необхідність суттєвого коригування існуючої стратегії або створення нової для розвитку туризму в громаді.

Бібліографічний список

1. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.
2. Любіцька В. О. Туристичний потенціал об'єднаних територіальних громад: оцінка та напрями використання : монографія / В. О. Любіцька. — Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2021. — 212 с.
3. Кифяк В. Ф. Туризм у територіальних громадах: теорія і практика : монографія / В. Ф. Кифяк, О. О. Бейдик. — Чернівці : Книги–XXI, 2022. — 298 с.
4. Методичні рекомендації з розроблення програм розвитку туризму в територіальних громадах [Електронний ресурс] / Міністерство культури та інформаційної політики України. — Київ, 2022. — 64 с. — Режим доступу: <https://tourism.gov.ua/storage/app/media/upload/public/2022/10/metodychni-rekomendatsii-z-rozroblennia-prohram-rozvytku-turyzmu-v-terytorialnykh-hromadakh.pdf>.
5. Рутинко О. В. Класифікація туристичних ресурсів територіальних громад Карпатського регіону : монографія / О. В. Рутинко. — Київ, 2020. — 180 с.
6. Гаврилюк С. О. Культурна спадщина як основа туристичного потенціалу сільських територіальних громад : монографія / С. О. Гаврилюк. — Київ : Інститут культурології НАМ України, 2021. — 156 с.
7. Запотоцький С. П. Соціально-економічні аспекти розвитку туризму в об'єднаних територіальних громадах : монографія / С. П. Запотоцький, І. П. Кружилін. — Київ, 2022. — 210 с.
8. Мальська М. П. Туристичний потенціал територіальних громад: оцінка та стратегії розвитку : монографія / М. П. Мальська, Н. І. Ходонич, Н. В. Антонюк. — Тернопіль : ТНЕУ, 2023. — 180 с.

9. Михайліченко Г. І. Туристичний потенціал: методи оцінки та інноваційний розвиток / Г. І. Михайліченко // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 115–123.
10. Методичні рекомендації з розроблення програм розвитку туризму в територіальних громадах [Електронний ресурс] / Державне агентство розвитку туризму України. – Київ, 2022. – 64 с. – Режим доступу:
<https://tourism.gov.ua/storage/app/media/upload/public/2022/10/metodych-ni-rekomendatsii-z-rozroblennia-prohram-rozvytku-turyzmu-v-terytorialnykh-hromadakh.pdf>.
11. Липчук В. В. Фермерські господарства: стан, проблеми та стратегії розвитку : монографія / В. В. Липчук, Л. Б. Гнатишин, О. М. Кордоба. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 236 с.
12. Панухник О. В. Стратегічне планування розвитку туризму в гірських територіальних громадах : монографія / О. В. Панухник. – Івано-Франківськ : Прикарпатський національний університет, 2022. – 220 с.
13. Бейдик О. О. Геопросторовий аналіз туристичного потенціалу територіальних громад України : монографія / О. О. Бейдик, Я. Б. Олійник, О. В. Мезенцева та ін. – Київ : Обрії, 2023. – 312 с.
14. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР (ред. від 01.09.2025) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 31. – Ст. 241. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>.
15. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України від 21.05.1997 № 280/97-ВР (ред. від 01.01.2025) // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 24. – Ст. 170. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>.
16. Про схвалення Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від

- 04.08.2021 № 1045-р // Офіційний вісник України. – 2021. – № 70. – Ст. 2632. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennia-derzhavnoi-stratehii-rehionalnoho-rozvytku-na-20212027-roky-1045r-08082021>.
17. Аналітичний огляд «Правові засади розвитку туризму в територіальних громадах України» / за ред. О. В. Рутинко, Л. М. Арюпіної. – Київ : Інститут громадянського суспільства, 2024. – 126 с
 18. Аналітична доповідь «Стан розвитку туризму в територіальних громадах України у 2024 році» [Електронний ресурс] / Державне агентство розвитку туризму України. – Київ, 2025. – 94 с. – Режим доступу: <https://tourism.gov.ua/storage/app/media/upload/public/2025/01/analychna-dopovid-stan-rozvytku-turyzmu-v-terytorialnykh-hromadakh-2024.pdf>.
 19. Офіційний сайт Добровірської територіальної громади [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dobrotvirska-gromada.gov.ua/>.
 20. Добровірська селищна територіальна громада [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – 2025. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Добровірська_селищна_територіальна_громада.
 21. Добровірська громада [Електронний ресурс] // Gromada.info. – 2025. – Режим доступу: <https://gromada.info/gromada/dobrotvirska/>. – Назва з екрана.
 22. Шептицький район [Електронний ресурс] // Децентралізація в Україні. – 2025. – Режим доступу: <https://decentralization.ua/newrayons/1367>. – Назва з екрана.
 23. Kovalenko A. Ukraine's Agricultural and Rural Development: Transformation of Strategic Planning within the Processes of European Integration / A. Kovalenko, J. Tsybulska, O. Sakal, V. Krupin, M. Bratinova

- // European Research Studies Journal. – 2025. – Vol. 28, iss. 1. – P. 123–145. – Режим доступу: <https://ersj.eu/journal/3933>.
24. Триває реалізація міжнародного транскордонного екологічного проєкту за кошти Європейського Союзу [Електронний ресурс] // Добротвірська територіальна громада. – 2025. – Режим доступу: <https://dobrotvirska-gromada.gov.ua/news/1764335960/>. – Назва з екрана.
 25. Крушинська О. Сорок чотири дерев'яні храми Львівщини : путівник / О. Крушинська. – Львів : Дерево, 2010. – 120 с. – Режим доступу: <https://www.derev.org.ua/knyzhky/44marshrut4.pdf>.
 26. Архітектурні пам'ятки району [Електронний ресурс] // Шептицька районна державна адміністрація. – 2025. – Режим доступу: <https://www.sheptytskarda.gov.ua/arhitekturni-pamiatky-raiyonu>.
 27. База відпочинку «Лісна» [Електронний ресурс] // Lisna.net.ua. – 2025. – Режим доступу: <https://lisna.net.ua/>.
 28. Стратегія розвитку туризму Добротвора та прилеглих територій [Електронний ресурс]. – 2020. – Режим доступу: https://rada.info/upload/users_files/04374128/5ddaedf0741aa4cd33732578d10ebe5b.pdf.
 29. Методичні рекомендації щодо розроблення стратегій розвитку ОТГ [Електронний ресурс] / Міністерство розвитку громад та територій України. – Київ, 2021. – 84 с. – Режим доступу: <https://www.minregion.gov.ua/napryamki-diyalnosti/decentralizatsiya/teritorialni-gromadi/metodichni-rekomendaciyi-shhodo-poryadku-rozroblennya-zatverdzhennya-realizaciyi-provedennya-monitoryngu-ta-oczynuvannya-realizaciyi-strategij-rozvytku-terytorialnyh-gromad/>.
 30. Липчук В. Агротуризм: організаційно-економічні засади розвитку : монографія / В. Липчук, Н. Липчук. – Львів : Сполом, 2008. – 160 с.

31. Tay K. X. Developing river tourism products and the marketing strategies: observation and focus group discussion approach / K. X. Tay, G. I. Phang, J. K. L. Chan // e-Academia Journal of UiTM Cawangan Terengganu. – 2023. – Vol. 12, special issue (3rd Penang International Conference on Hospitality 2023). – P. 74–88. – eISSN 2289-6589. – Режим доступа: https://e-ajuitmct.uitm.edu.my/v3/images/2023/SpecialIssuePItCH2023/6_24485-Developing_River_Tourism_Products_and_The_Marketing.pdf.
32. Lubelskie Voivodship: follow the Bug River [Электронный ресурс] // Poland Travel. – 2024. – Режим доступа: <https://www.poland.travel/en/lubelskie-voivodship-follow-the-bug-river/>. –