

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

студентки **Бичук Роксолани Миколаївної**

на тему:

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА
(НА ПРИКЛАДІ М. ШЕПТИЦЬКИЙ)

на присвоєння кваліфікації – **Бакалавр з туризму**

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

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет ветеринарної медицини та
біотехнологій імені С.З. Гжицького

Факультет економіки і менеджменту

Кафедра туризму

ОС Бакалавр

Спеціальність 242 Туризм і рекреація

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

_____ **Л.П. Кушнір**

“ ____ ” _____ 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТКИ
Бичук Роксолані Миколаївній

1. Тема роботи: **«Туристичний потенціал міста (на прикладі м. Шептицький)»**

керівник роботи д.е.н., професор, член-кор. НААНУ Липчук В.В.,
затверджена наказом вищого навчального закладу від «_____» _____
2024 року № _____

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

3. Вихідні дані до проекту (роботи) – *робота буде виконуватись на прикладі міста Шептицький, основним джерелом інформації будуть характеристика туристичних ресурсів міста та їх використання.*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *ознайомитись з суттю туристичного потенціалу міста, 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 вугледобувну спеціалізацію регіону.*

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	01.12.2024 р.	
2	Огляд наукової та патентної літератури	01.01.2025 р.	
3	Вивчення методів досліджень, побудова інструментів дослідження та збір даних	10.03.2025 р.	
4	Опрацювання результатів досліджень	10.05.2025 р.	
5	Формування висновків та підготовка роботи до захисту	15.05.2025 р.	

Студент _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Бичук Р.М. Туристичний потенціал міста (на прикладі м. Шептицький): Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм і рекреація») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу і гостинності. Наук. кер.: В. В. Липчук, д.е.н., проф., член-кор. НААНУ. Львів, 2025. 55 с.

У роботі розглянуто теоретичні та практичні аспекти туристичного потенціалу міста. Метою дослідження є визначення та оцінка цього потенціалу з подальшою розробкою стратегії його ефективного використання та розвитку. Робота складається з двох розділів: у першому розділі проаналізовано сутність туристичного потенціалу міста, окреслено його основні характеристики, особливості та методи його оцінки; у другому - аналізу туристичного потенціалу міста Шептицький, а також пропозиції щодо вдосконалення використання наявних ресурсів і розроблено стратегічні напрями розвитку міста як туристичної дестинації з врахуванням його індустріально-шахтарського характеру та досвіду окремих європейських міст, які успішно пройшли подібні трансформаційні процеси. Результати дослідження можуть бути використані для формування цілісної стратегії сталого розвитку туризму в місті.

Ключові слова: туристичний потенціал, туристичні ресурси, атракції, інструменти, стратегія.

ANNOTATION

Bychuk R.M. Tourist potential of the city (on the example of Sheptytskyi): Qualification work for the first (bachelor's) level of higher education: (242 "Tourism and recreation") / LNUHIRS named after S.Z. Hzhyskyi. Department of Tourism Business and Hospitality. Scientific supervisor: V. V. Lipchuk, Doctor of Economics, Professor, Corresponding Member of NAAS. Lviv, 2025. 55 c.

The paper deals with theoretical and practical aspects of the city's tourism potential. The purpose of the study is to identify and assess this potential with the subsequent development of a strategy for its effective use and development. The work consists of two sections: the first section analyzes the essence of the city's tourism potential, outlines its main characteristics, features and methods of its assessment; the second section analyzes the tourism potential of Sheptytskyi, as well as proposals for improving the use of available resources and develops strategic directions for the development of the city as a tourist destination, taking into account its industrial and mining character and the experience of individual European cities that have successfully undergone similar transformation processes. The results of the study can be used to form a comprehensive strategy for sustainable tourism development in the city.

Keywords: tourist potential, tourist resources, attractions, tools, strategy.

© Р.М. Бичук 2025

© ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА	8
1.1. Роль туризму у соціально-економічному розвитку міста	8
1.2. Сутність туристичного потенціалу, його структура та класифікація	12
1.3. Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ШЕПТИЦЬКИЙ	25
2.1. Загальна характеристика міста Шептицький	25
2.2. Оцінка туристичного потенціалу м. Шептицький	29
2.3. Проблеми та перспективи розвитку туризму у місті Шептицький	41
ВИСНОВКИ	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Вивчення туристичного потенціалу міста є основою для ефективного управління туризмом. Воно дає змогу не лише виявити активи місця, а й свідомо розвивати, просувати та захищати їх. Міста, які проводять такий аналіз, мають більше шансів залучити туристів, інвесторів та створити довгострокову конкурентну перевагу. Вивчення туристичного потенціалу міста відіграє ключову роль у плануванні та розвитку місцевої економіки, а також у просуванні місця як привабливої дестинації. Це процес, який дозволяє комплексно оцінити туристичні ресурси, як природні, так і культурні, інфраструктурні та соціальні.

Без знання фактичних ресурсів та обмежень важко приймати обґрунтовані інвестиційні та промоційні рішення. Вивчення туристичного потенціалу також враховує потреби та очікування місцевої громади, що сприяє прийняттю туризму та створенню місцевого бренду. На основі результатів дослідження можна розробити відповідні рекламні кампанії та точно визначити цільові групи. Добре вивчений потенціал дозволяє правильно вибрати канали комунікації (соціальні мережі, веб-сайт, виставки), створити цілісну та привабливу туристичну пропозицію. Розвиток туризму на основі реального потенціалу може сприяти підвищенню рівня зайнятості, підтримці місцевого бізнесу, соціальній активізації місцевих мешканців. Особливо це важливо для індустріальних міст, до яких беззаперечно можна віднести м. Шептицький.

Вклад у теоретичне обґрунтування та практичні аспекти туристичного потенціалу зробили багато вітчизняних науковців і практиків. Особливо варто відмітити праці С. Дутчак [4], М. Мальська, Н. Паньків [11] В. Мацоли [13], О. Бейдика [1], Л. Черчик [27], В. Руденко, В. Вацеби, Т. Соловей [17], В. Герасименко [14] та інших.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення та оцінка туристичного потенціалу міста Шептицький з ціллю розробки стратегій його ефективного

використання та розвитку. На основі цього в роботі вирішувалися наступні завдання:

- розкрити сутність та структуру туристичного потенціалу міста.;
- проаналізувати світовий досвід використання туристичного потенціалу індустріальних міст та напрямки їх ревіталізації;
- оцінити компоненти туристичного потенціалу досліджуваного міста;
- розробити рекомендації та пропозиції щодо оптимізації використання та розвитку туристичного потенціалу міста Шептицький.

Об'єкт дослідження складає процес формування та використання туристичного потенціалу.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методологічних та прикладних аспектів туристичного потенціалу міста

В роботі використано сукупність методів дослідження, зокрема аналіз і синтез, порівняння, статистичний метод, методи стратегічного аналізу, зокрема SWOT-аналіз

Структура роботи складається зі вступу, двох розділів та висновків. В першому розділі дано теоретичне обґрунтування сутності туристичного потенціалу міста, його структуризацію та підходи щодо оцінки. В другому розділі проведено аналіз туристичного потенціалу міста Шептицький, виявлено проблеми та окреслено напрямки покращення формування і використання туристичного потенціалу.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА

1.1 Роль туризму у соціально-економічному розвитку міста

Туризм - це дуже широка сфера. Вона складається з багатьох елементів, починаючи від проблеми відродження історичних пам'яток, навчання персоналу і закінчуючи будівництвом автостоянок або нанесенням дорожньої розмітки.

Розвиток туризму надає величезні можливості як для збереження природи, так і для загального соціально-економічного розвитку території. Однак, різні сегменти сучасної туристичної економіки потребують значної трансформації.

Ці зміни і подальший розвиток туризму повинні обов'язково стосуватися природних умов, захисту основних екологічних процесів і охорони культурних цінностей, і, таким чином, мати характер сталого розвитку - екорозвитку. Такий підхід підкреслює особливо важливу роль місцевої громади у прийнятті рішень на місцевому рівні щодо напряму передбачуваного розвитку туризму.

Плануванню процесів розвитку туризму на місцевому рівні має передувати інформування місцевого населення про переваги, які можна очікувати від підготовки муніципалітетів до виконання туристичної функції, а також про ризики, які можуть виникнути, якщо не буде вжито заходів для реалізації оптимальних рішень, виражених у стратегії розвитку даної територіальної одиниці.

Вплив туризму можна побачити в таких сферах, як зайнятість, регіональний розвиток, освіта, навколишнє середовище, транспорт або культура. Водночас розвиток туризму залежить від багатьох видів діяльності в інших секторах економіки. Тут існує петля зворотного зв'язку.

Розвиток туризму залежить як від соціальних, так і від технологічних факторів. Коли суспільство стає багатшим, попит на туристичні продукти зростає. Також економічний і соціальний розвиток, наявність міжнародних економічних зв'язків, глобальна конкуренція і глобальні ринки змушують людей подорожувати з діловими цілями.

Туризм є однією з найбільш динамічних і взаємопов'язаних галузей світової економіки. Його широка співпраця з іншими секторами економіки має величезне значення для міста, створюючи мультиплікативний ефект і сприяючи комплексному розвитку. Це як ланцюгова реакція: долар, витрачений туристом, проходить через багато рук, приносячи дохід різним підприємствам і створюючи нові робочі місця. Туристична галузь забезпечує зайнятість не лише в тих сферах, які безпосередньо пов'язані з розміщенням та харчуванням, але й в інших секторах, зокрема у сфері торгівлі та послуг. Навколо туристичних центрів створюються нові робочі місця, розвивається технічна, економічна та соціальна інфраструктура, що стимулює подальший розвиток галузі.

Туризм відіграє важливу роль у розвитку міст, впливаючи як на економічну, так і на соціальну сфери. Він є джерелом доходу, робочих місць, а також рушієм інвестицій, соціальної інтеграції та промоції міста.

Насамперед він є важливою умовою економічного зростання міста завдяки доходам від туризму (розміщення, харчування, транспорт, послуги). Він сприяє розвитку сектору малих і середніх підприємств (малий бізнес: гіді, сувеніри, ремесла) та забезпечує нові інвестиції в інфраструктуру: дороги, готелі, громадські простори.

Значною є роль туризму в підвищенні зайнятості та активізації місцевих мешканців. Туризм створює прямі робочі місця (готелі, громадське харчування), також створює непрямі робочі місця в інших сферах (торгівля, транспортні послуги, культура), активізує місцеву громаду та підтримує соціальну та громадську діяльність

Важливою є роль туризму в зміцненні бренду та промоції міста. Саме туризм формує імідж міста як привабливого місця, підвищує авторитет міста на національному та міжнародному рівнях, популяризує місцеву культуру, історію та ідентичність

Туризм сприяє модернізації та розвитку інфраструктури міста. Завдяки туризму міста інвестують в дороги, вказівники, громадський транспорт, спортивні споруди, інформаційні центри, зони відпочинку тощо.

Особливо треба відмітити екологічне значення туризму. Насамперед це стосується стимулювання екологічної свідомості. Усвідомлення важливості природних ресурсів для туризму може спонукати місцеву владу та громаду до більш дбайливого ставлення до навколишнього середовища, впровадження екологічних програм. Крім того, це і фінансування природоохоронних заходів - доходи від туризму можуть бути спрямовані на охорону природи, створення національних парків, збереження біорізноманіття.

Співпраця туризму з іншими галузями є не просто бажаною, а критично важливою для комплексного та сталого розвитку міста. Це створює синергетичний ефект, коли розвиток однієї галузі стимулює розвиток багатьох інших, приносячи значні економічні, соціальні та культурні вигоди.

У воєнний період суттєво змінюється характер туризму. Найбільш характерними стають:

- зменшення традиційного відпочинку та міжнародного туризму;
- зростання значення внутрішнього, локального та патріотичного туризму;
- популярність місць із символічним або історичним значенням

Безпека стає основним фактором в туризмі і рекреації. Туризм зосереджений у відносно безпечних регіонах та вимагає додаткових затрат на необхідність адаптації пропозиції до змінених умов. Все це суттєво обмежує як туристичну активність мешканців, так і результативність та

значимість туризму для міського розвитку. Разом з тим, появляються нові функції та види туризму, зокрема освітній, історичний, документальний туризм (наприклад, військові стежки, меморіальні місця).

В цілому, туризм виступає як важливий елемент соціальної інтеграція та міжкультурного обміну. Саме туризм сприяє соціальній відкритості, толерантності та різноманітності, забезпечує контакт з різними культурами та сприяє соціальному діалогу. Особливою є роль туризму в покращенні якості життя мешканців та відвідувачів міста.

Розвиток туристичної галузі в Україні стикається з низкою значних викликів. Головні стримуючі фактори включають:

- Політична та безпекова нестабільність: Тривалий військовий конфлікт на Сході країни, який перетворився у війну, створює відчуття непередбачуваності та знижує привабливість України як туристичного напрямку.
- Недосконалість державного та регіонального управління: Відсутність чіткої та ефективної регуляторної політики на всіх рівнях гальмує системний розвиток галузі.
- Слабка міжнародна промоція. Недостатня реклама та інформаційне просування України за кордоном призводять до низької впізнаваності та обмеженого туристичного потоку.
- Високе податкове навантаження: Значний податковий тиск створює несприятливі умови для залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру та послуги.
- Низька кваліфікація персоналу: Бракує належно підготовлених фахівців у сфері гостинності та туристичного обслуговування, що впливає на якість послуг[18].
- Обмежена кількість якісних готелів: Недостатній розвиток сучасної готельної бази, що відповідає міжнародним стандартам, обмежує можливості для розміщення туристів.

В цілому, туризм - це не просто сфера послуг, а стратегічний інструмент міського розвитку. Належне управління ним може принести довгострокові економічні, соціальні та іміджеві вигоди, підтримуючи сталий розвиток та покращуючи якість життя мешканців.

1.2. Сутність туристичного потенціалу, його структура та класифікація

Термін «туристичний потенціал» використовується для опису всіх елементів території, які позитивно впливають на розвиток туризму на певній території. Варто розпочати обговорення цього питання з деяких визначень.

Сама постановка питання не є однозначною. «Туристично-рекреаційний потенціал – це досить ємна концепція, яка містить численні детермінанти, що визначають туристичну та рекреаційну привабливість певної території»[15].

Для початку варто зазначити, що туристичний потенціал складають «всі компоненти, завдяки яким можна розраховувати на кількісні та якісні зміни в туризмі (на сучасному етапі та в майбутньому), до яких можна віднести як природні, так і антропогенні цінності, туристичні атракції різного типу, туристичну інфраструктуру, розташування засобів розміщення, а також наявність багатьох послуг і продуктів, без яких туристи не мали б шансів отримати повне задоволення». В іншому визначенні йдеться про те, що «туристичний потенціал охоплює сукупність основних елементів туристичної пропозиції території і тому розуміється як сума елементів, які є важливими для її туристичної придатності та привабливості».

Зустрічається визначення цього терміну, що «туристичний потенціал - це всі ресурси (елементи) природного середовища, культури, розвитку туризму, транспортної доступності, туристичної інфраструктури, людських ресурсів та елементів середовища туристичного сектору, які створюють можливість вжиття заходів для досягнення наміченої мети в галузі

туризму». Таким чином, туристичний потенціал охоплює всі туристичні активи та пропозиції певного регіону, які сприяють туристичній привабливості місця.

Туристичний потенціал складається з двох груп ресурсів, які зумовлюють розвиток туризму на певній території

- - структурні ресурси, тобто всі туристичні активи та розвиток в даному регіоні, туристична інфраструктура, транспортна доступність,
- - функціональні ресурси, тобто економічні та політичні можливості, а також всі умови, що стосуються соціально-демографічної структури, культурно-історичних та екологічних умов.

Структурні ресурси мають важливе значення для просування туристичного регіону та створення його туристичного потенціалу. Функціональні ресурси також надзвичайно важливі в процесі створення іміджу географічної території та формування її туристичного потенціалу, оскільки вони визначають, чи буде успішним використання культурних активів та інфраструктури регіону.

Структурні та функціональні ресурси, безсумнівно, взаємопов'язані і повинні працювати разом, щоб розвиток туризму в регіоні був успішним і динамічним.

Набула поширення і інша структура ресурсів, що складають туристичний потенціал,:

- туристичних ресурсів, що складаються з усіх культурних та природних цінностей, а також доступності певної території, комунікацій та розвитку туризму;
- ресурси пропозиції, тобто організація туризму в даному місці, туристичні послуги, що надаються, широкий спектр туристичних послуг, туристична інформація, а також фінанси, місцезнаходження та туристичні кадри;
- ресурси попиту, тобто аспекти, пов'язані з обсягом та інтенсивністю туризму в даному місці, а також рівень витрат, пов'язаних з організацією туризму.

Туристичний потенціал є одним з ключових понять у географії туризму, регіональній економіці та просторовому плануванні. У науковій літературі існує багато підходів до його трактування, залежно від контексту дослідження, масштабу аналізу та прийнятих критеріїв

Ресурсний (компонентний) підхід зосереджується на інвентаризації та оцінці туристичних ресурсів (природних, культурних, соціальних). При цьому потенціал приймається рівним кількості і якості активів, які можуть бути використані для туризму. Наприклад, пам'ятки, ландшафти, клімат, місцеві традиції, житло.

Натомість в географії туризму і регіоналістиці характерна класифікація потенціалу на основний, додатковий і супутній.

При функціонально-економічному підході потенціал розуміється як здатність міста/регіону генерувати дохід і робочі місця через туризм. Він оцінює:

- ✓ інфраструктуру,
- ✓ транспортну доступність,
- ✓ здатність залучати інвестиції,
- ✓ структуру туристичного ринку.

Такий підхід є ключовим у стратегічному плануванні та аналізі місцевого розвитку.

При соціально-культурному підході до трактування туристичного потенціалу основна увага приділяється культурній спадщині. Наголошується на ролі людей, ідентичності, гостинності та готовності місцевої громади брати участь у розвитку туризму. Потенціал розглядається як взаємодія матеріальних і нематеріальних ресурсів (наприклад, культура, спосіб життя, автентичність). Це особливо актуально для сталого туризму та культурного туризму

Системний та комплексний підхід розглядає туристичний потенціал як елемент всієї туристичної системи: активи + інфраструктура + організація + ринкове середовище.[34]. Враховує взаємозв'язок між елементами

(наприклад, турист - місце - послуга - просування). Часто використовується в туристичній політиці та регіональному плануванні.

Ще одним підходом до трактування туристичного потенціалу є суб'єктивний. Він фокусується на сприйнятті туристами місця: як вони оцінюють його привабливість, клімат, атмосферу. При цьому використовують сучасні якісні дослідження: аналіз думок у соціальних мережах, інтерв'ю, сторітелінг, як мистецтво розповідати історії, яке використовується для передачі інформації, впливу на емоції та формування думки аудиторії [19]. Такий підхід має вирішальне значення в управлінні брендом місця та створенні туристичного досвіду.

Туристичний потенціал є багатовимірним поняттям, інтерпретація якого залежить від дослідницького підходу. Сучасна наука все частіше поєднує різні перспективи - від ресурсної до соціальної - в комплексному підході, щоб повною мірою оцінити потенціал для розвитку туризму на певній території.

Туристичний потенціал міста є одним з ключових елементів місцевого розвитку, що впливає на його інвестиційну, соціальну та іміджеву привабливість. У науковій літературі цей потенціал визначається як сукупність особливостей і ресурсів місцевості, які можуть бути використані (або використовуються) з туристичною метою. Він включає як матеріальні компоненти (наприклад, пам'ятки, інфраструктуру), так і нематеріальні (наприклад, атмосферу місця, гостинність).

В цілому, туристичний потенціал міста - це сукупність ресурсів, умов та факторів, що забезпечують розвиток туризму. Його можна поділити на такі основні групи компонентів:

1. Туристичні активи (атракції). Це головний «магніт» для туристів. Він включає :
 - а) Природні ресурси: міські парки, ботанічні сади, водні об'єкти (річки, озера), клімат

b) Культурні ресурси: архітектурні пам'ятки, пам'ятники, музеї, театри, архітектура, меморіали, нематеріальна спадщина (наприклад, кулінарні традиції

c) Події: фестивалі, спортивні заходи, ярмарки, ринки, концерти

Їх значущість в тому, що сильні активи привертають увагу туристів, але для того, щоб мати реальну економічну цінність, вони повинні бути доступними і добре організованими.

Тут варто згадати основні функції туристичних атракцій, якими є :

- залучення туристів,
- забезпечення привабливого та приємного способу проведення вільного часу
- використання їх туристичного потенціалу
- забезпечення задоволення потреб споживачів,
- забезпечення належного рівня обслуговування для задоволення всіх споживчих потреб і задоволеності.

Далі варто відмітити , що туристичні атракцій можна поділити на кілька груп:

- природні туристичні атракції, тобто будь-які привабливі елементи природного середовища, наприклад, гори, ліси, печери, пляжі, водойми, каньйони або інші незвичайні природні явища,
- антропогенні туристичні атракції, тобто будь-які елементи, створені штучно, не з метою приваблення туристів, які з часом стали туристичною атракцією, наприклад, будівлі, пов'язані з різними історичними подіями або в яких жили відомі люди, сакральні споруди, об'єкти, пов'язані з різними історичними епохами, розкопки та археологічні об'єкти, сади, палаци,
- туристичні атракції, які були спроектовані та побудовані з нуля як місця для приваблення туристів, тобто будь-яке місце, спроектоване як туристична атракція, наприклад, тематичні парки, казино, спа-центри,
- туристичні атракції у вигляді подій, наприклад, культурні, спортивні, музичні, мистецькі або релігійні фестивалі.

Туристичні атракції також можна поділити на первинні та вторинні. До первинних атракцій відносяться всі місця, відвідування яких є основною метою і мотивом подорожі, і де туристи проводять найбільше часу. До другої групи належать усі туристичні атракції, які туристи відвідують на шляху до основного місця призначення.

XXI століття - це час розвитку туристичних атракцій - час, коли було створено багато цікавих туристичних об'єктів та популяризовано багато пам'яток, що значно вплинуло на їхню привабливість серед туристів. Насамкінець варто відзначити фактори, які вплинули на розвиток туристичних атракцій. Це насамперед

- значне зростання добробуту суспільства, що впливає на розвиток туризму та необхідність відвідування привабливих для туристів місць,
- більше вільного часу, який все частіше використовується для подорожей
- розвиток технологій, сучасних систем бронювання, завдяки яким туристам не обов'язково користуватися лише послугами туристичних агентств для відвідування обраного місця,
- розвиток моторизації - підвищення мобільності,
- вплив соціальних медіа, тобто популяризація туристичних об'єктів у засобах масової інформації, завдяки чому вони охоплюють ширшу аудиторію,
- маркетинг туристичних атракцій,
- значний розвиток туристичної пропозиції, що дає можливість подорожувати навіть у найвіддаленіші куточки планети.

2. Туристична база, тобто об'єкти, необхідні для прийому та обслуговування туристів. Вона складається з трьох секторів:

- а) База розміщення: готелі, хостели, гостьові будинки, квартири, агротуризм та садиби сільського туризму. Важлива різноманітність пропозицій - від бюджетних до преміум-класу

- b) База харчування: заклади місцевої та світової кухні, ресторани, кафе, бари, вулична їжа. Це - частина кулінарної привабливості міста.
- c) Супровідна база: туристична інформація, прокат спорядження, послуги гідів, сувенірні крамниці.

Важливість туристичної бази в тому, що вона визначає комфорт перебування та задоволеність туристів. Відсутність сервісних об'єктів може обмежити можливості скористатися навіть дуже привабливими активами.

3. Транспортна доступність та загальна інфраструктура. Вона охоплює такі компоненти:

- a) Доступ ззовні: автомагістралі, аеропорти, залізничні станції (наприклад, Львів як сучасний хаб).
- b) Громадський транспорт: трамваї, автобуси, міські велосипеди, пішохідні зони.
- c) Вивіски та інформація: туристичні вказівники, карти, мобільні додатки.

Транспортна доступність створює умови для пересування містом та його околицями, забезпечує легкість доступу до туристичних об'єктів, впливає на кількість відвідувань, тривалість перебування та комфорт туристів.

4. Управління та організація туризму включає такі елементи:

- a) Місцеві туристичні стратегії та політики - документи з планування розвитку туризму.
- b) Інституції та співпраця: місцеві туристичні об'єднання та кластери, місцева влада, підприємці, університети.
- c) Промоція території: медіа-кампанії, соціальні мережі, іміджеві заходи, туристичні портали, промоційні кампанії.

Саме цим визначається ефективність місцевих інституцій у розвитку туризму та стратегії розвитку туризму. Навіть найкращі ресурси не приваблюватимуть туристів, якщо ними не ефективно управляти і не просувати. Управління визначає якість пропозиції та конкурентну перевагу.

5. Соціокультурний потенціал – це передусім людський фактор - унікальний і все більш важливий компонент. В цілому він охоплює такі складові:

- a) Місцева ідентичність та спадщина: традиції, мова, кухня, звичаї.
- b) Гостинність та відкритість місцевих жителів - суб'єктивна оцінка туристів
- c) Залучення громади до створення пропозиції: низові ініціативи, креативний туризм, спільні проекти з туристами

Соціокультурний потенціал__створює автентичний туристичний досвід, який все більше визначає повернення туристів та їхню лояльність до дестинації.

Таким чином, туристичний потенціал складається з туристичних активів регіону, функціональних ресурсів, а також ресурсів попиту та пропозиції. Для того, щоб туризм розвивався в даному регіоні, необхідно розвивати фактори, які відповідають за залучення туристів до даного місця. Безсумнівно, за це відповідає туристичний потенціал, який визначає можливості даного регіону у створенні туристичних продуктів.

В цілому, туристичний потенціал міста - це не просто атракції, а складна система, що складається як з ресурсів, так і з уміння їх використовувати. Чим більш збалансованим і комплексним є підхід, тим більше шансів розробити конкурентоспроможну та сталу туристичну пропозицію

1.3 Методичні підходи до оцінювання туристичного потенціалу

Оцінка складових туристичного потенціалу дозволяє визначити сильні та слабкі сторони міста, розробити стратегії розвитку туризму, створити ефективні промоційні кампанії, спланувати сталий розвиток туризму

Для оцінки туристичного потенціалу використовують кількісні та якісні показники. Ефективна оцінка туристичного потенціалу вимагає

поєднання кількісних та якісних показників. Кількісні дані показують масштаб і ресурси, а якісні - досвід і задоволеність туристів та готовність міста розвивати туризм на високому рівні.

Кількісні показники – це вимірювані, конкретні статистичні дані, які дозволяють об'єктивно оцінити потенціал. Такими основними кількісними показниками є:

1. Кількість туристичних об'єктів (пам'ятників, парків, музеїв), зокрема кількість зареєстрованих пам'ятників, міських парків.
2. Доступність житла - кількість місць у готелях, хостелах, приватного житла.
3. Туристичні потоки (кількість туристів) кількість прибуттів на рік, кількість ночівель.
4. Транспортна інфраструктура - довжина доріг, кількість транспортних сполучень, доступність аеропорту.
5. Зайнятість у туристичному секторі - кількість працівників у готелях, закладах харчування, туристичних агенціях.
6. Витрати туристів - середні витрати на проживання, транспорт, розваги.

Якісні показники стосуються якостей, які не піддаються кількісному вимірюванню, більш суб'єктивних аспектів. Більшість якісних показників, зокрема рівень задоволеності туристів,

оцінюється за допомогою опитувань, онлайн-оглядів, зворотного зв'язку.

До основних якісних показників туристичного потенціалу належать:

1. Ступінь гостинності та відкритості мешканців - вивчається за допомогою спостережень, інтерв'ю, фокус-досліджень.
2. Якість туристичних послуг - стандарти обслуговування, чистота, доступність інформації.
3. Унікальність та автентичність пам'яток - чи пропонує місто та його туристичні об'єкти особливий досвід, що відрізняється на фоні інших.

4. Рівень сталості туризму - турбота про довкілля, збереження культурної спадщини, участь місцевої громади

Найчастіше відмічені показники використовуються для порівняння між містами чи регіонами - наприклад, рейтинг туристичної привабливості. Важливою є динамічна оцінка, тому потрібен моніторинг змін у часі - відстеження зростання або зниження потенціалу.

Основою для планування заходів з розвитку Діагностика сильних і слабких сторін. Саме ці показники використовуються для розробки і підтримки маркетингових та промоційних стратегій.

В процесі дослідження туристичного потенціалу використовується ряд інструментів. Основними з них є: опитування та анкетування туристів, аналіз статистичних даних туристичних органів та організацій, моніторинг думок у соціальних мережах та на туристичних порталах, аудит та сертифікація якості послуг.

Здійснимо огляд основних методичних підходів до комплексної оцінки туристичного потенціалу, які часто використовуються в літературі та на практиці, поділивши їх на якісні і кількісні методи.

Якісні методи передусім охоплюють SWOT-аналіз, Інтерв'ю та опитування та тематичні дослідження. SWOT-аналіз - визначення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, пов'язаних з туристичним потенціалом території. Інтерв'ю та опитування зацікавлених сторін - збір думок місцевої громади, туристів, підприємців та місцевої влади. Тематичне дослідження - детальний аналіз обраного місця чи регіону для розуміння його туристичної специфіки.

Основними кількісними методами є: Індикаторний аналіз, Статистичне та економетричне моделювання та система ГІС. Індикаторний аналіз - використання набору індикаторів (наприклад, кількість туристичних об'єктів, інфраструктура розміщення, транспортна доступність, кількість відвідувачів) для оцінки потенціалу. Статистичне та економетричне моделювання - прогнозування туристичного потоку та

впливу різних факторів на привабливість регіону. ГІС (географічні інформаційні системи) - просторовий аналіз розподілу туристичних атракцій, доступності та інфраструктури.

Інтегрована оцінка туристичного потенціалу вимагає цілісного підходу, що поєднує аналіз кількісних та якісних даних, враховує різноманітні критерії та аспект сталого розвитку. На практиці ефективними є змішані методи, що дозволяють враховувати як жорсткі показники, так і суб'єктивні оцінки зацікавлених сторін.

Інтегрована оцінка туристичного потенціалу - це поєднання кількісних та якісних даних - створення комплексних моделей оцінки шляхом поєднання статистичного аналізу з думками та спостереженнями. Це також багатокритеріальна - використання різних критеріїв оцінки (природних, культурних, економічних, соціальних) та їх зважування для визначення рівня туристичного потенціалу. Вона включає інтегровану систему показників - побудова синтетичних туристичних індексів, які поєднують різні аспекти потенціалу (наприклад, інфраструктура, атракції, навколишнє середовище, промоція).

При оцінці туристичного потенціалу звертають увагу на його характеристику в контексті сталого розвитку. Оцінка впливу туризму на навколишнє середовище та місцеву громаду - аналіз того, чи розвивається туристичний потенціал у сталий спосіб, який враховує збереження природи та добробут місцевого населення. Ключовим тут є аналіз туристичної пропускної спроможності - визначення того, скільки туристів може прийняти територія без негативного впливу на навколишнє середовище та якість туристичного досвіду.

В роботі використано ряд методів стратегічного аналізу. Метод SWOT є надзвичайно популярним методом, який допомагає визначити зовнішні та внутрішні аспекти, що стосуються розвитку туризму в певному регіоні. SWOT-аналіз також дозволяє вибрати відповідну стратегію, яка забезпечить динамічний розвиток туризму в даній місцевості. Цей метод дослідження

застосовується як до одного об'єкта, так і до кількох об'єктів, а також до більшої чи меншої частини певного регіону. Варто зазначити, що для того, щоб правильно провести SWOT-аналіз, слід застосовувати три етапи:

- етап діагностики, тобто аналіз внутрішніх факторів, що впливають на організацію та діяльність певного місця чи об'єкта
- етап прогнозування, тобто визначення того, якою буде ситуація з місцем чи об'єктом у майбутньому, тобто аналіз зовнішніх факторів, які можуть суттєво вплинути на розвиток атракції в майбутньому,
- етап синтезу, тобто узагальнення висновків з етапів діагностики та прогнозу, що дозволить розробити конкретну стратегію дій.

SWOT-аналіз є дуже популярним методом дослідження, оскільки його схема є надзвичайно чіткою та зрозумілою. Виявлення сильних і слабких сторін атракції, а також можливостей і загроз, що впливають із зовнішніх і внутрішніх факторів, дає можливість швидко визначити стратегію дій для просування об'єкта.

SWOT-аналіз має на меті, з одного боку, виявити всі потенційні можливості розвитку та можливі загрози, пов'язані зі змінами, що відбуваються в оточенні продукту, а з іншого боку, критично оцінити продукт з точки зору його конкурентоспроможності та позиції, яку він займав на ринку до цього часу.

У середовищі, що динамічно змінюється, маркетинг туристичного продукту залежить насамперед від здатності виявляти і використовувати нові ринкові можливості.

Для наочного зображення потенціалу використовують методи візуалізації та картографування. Карти туристичного потенціалу - візуальне представлення розподілу туристичних атракцій та ресурсів для полегшення планування та управління. Фотографічна та мультимедійна документація - доповнює кількісні та якісні дані візуальними зображеннями, що демонструють туристичні атракції та умови.

В цілому підхід до оцінки туристичного потенціалу міста повинен бути системним і комплексним, враховувати всі його складові та динамічні зміни, передбачати застосування сукупності методів оцінки, а при потребі здійснювати валідацію тверджень та висновків.

2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ШЕПТИЦЬКИЙ

2.1. Загальна характеристика міста Шептицький

Шептицький - місто в Україні, Львівська область, центр Шептицького району, за 9 км на південь від міста Сокаль, за 15 км на схід від польського кордону, при впадінні річки Солокія в річку Буг.

Шептицький район знаходиться у північно-західній частині Львівської області і межує з Волинню на півночі, а на заході - з Республікою Польщею. Площа району – 2970 квадратних кілометрів, які об'єднують сім територіальних громад, 205 населених пунктів з населенням 232 тисячі жителів.

До 1951 року місто називалося Кристинопіль на честь Христини, уродженої Любомирської Потоцької, дружини засновника міста Фелікса Казимира Потоцького, а в 1951-2024 роках – Червоноград. У межах міста з 1951 року перебувають колишні села Новий Двір і Клусів.

Назва Червоноград, яку місто отримало за радянських часів, мала вказувати на сусідні Червенські Гроди, з якими, однак, місто не мало нічого спільного. Крім того, подібну назву вже мало місто Червоноград на річці Дністер у Тернопільській області.

Після здобуття Україною незалежності лунали постулати про повернення колишньої назви, з таким постулатом виступав і Український інститут національної пам'яті [24]. 20 березня 2024 року до Верховної Ради України було подано пропозицію про зміну назви міста на Шептицький, яку підтримало місцеве населення. Назва пов'язана з ім'ям митрополита Андрея Шептицького, який прийняв постриг у місцевому монастирі в 1892 році і викладав богослов'я в наступні роки [28]. 19 вересня Верховна Рада України ухвалила рішення про перейменування міста на Шептицький; рішення набуло чинності 26 вересня 2024 року.

У 1692 році Фелікс Казимир Потоцький - великий коронний гетьман і краківський воєвода - заснував на частині земель сучасного міста Шептицький місто, яке назвав Кристинополем на честь своєї дружини Христини і зробив його своєю резиденцією (попередня резиденція гетьмана була в містечку Тартаків). Місто постійно переходило з рук і руки. До середини XIX століття містом, як подають історики, володіли чотири різні господарі, а також від 1772 року до початку XX століття Кристинопіль належав одній з наймогутніших династій Австро-Угорщини — Габсбургам. У 1919 році ці землі окупувала Польща [26]. У 1890 році в містечку проживало 3565 осіб, у тому числі 2722 євреї.

Під час Першої світової війни місто було сильно пошкоджене і спустошене.

У міжвоєнний період Кристинопіль знаходився в межах Другої Речі Посполитої, у Сокальському повіті Львівського воєводства. У 1921 році в ньому проживало 2 809 осіб, з них поляків - 1 876, євреїв - 754, русинів - 209. У вересні 1939 року його окупували радянські війська, але передали німцям згідно з таємним протоколом до пакту Молотова-Ріббентропа. Під час окупації майже вся єврейська громада була знищена в таборі смерті Белжець. 19 липня 1944 року Кристинопіль був захоплений Червоною Армією і незабаром після цього переданий Польщі, і в перші повоєнні роки був прикордонним містом Люблінського воєводства. З 1934 по 1951 рік був центром Кристинопольської гміни.

15 лютого 1951 року він був переданий СРСР, згідно з міждержавною угодою. В обмін на частину Люблінського воєводства з кількома містами, багатими на історичну спадщину, Польща отримала Устрицький район. Справжньою причиною обміну були багаті поклади кам'яного вугілля в цьому районі, завдяки розробці яких у наступні роки Червоноград розширився в кілька разів (світлина 2.1.).



Світлина 2.1. Шептицький з висоти пташиного польоту

Джерело: [29].

Розвиток регіону розпочався у 1955 році з введенням в експлуатацію Добротвірської теплоелектростанції. Її будівництво стало стратегічним кроком, адже електростанція мала забезпечити необхідною енергією масштабне вуглевидобування, яке планувалося розгорнути у цьому районі. Основна увага була зосереджена на Червоноградському вугільному басейні, де згодом було зведено 12 шахт.

Ці шахти стали основою промислового розвитку краю, значно вплинувши на економіку та соціальну інфраструктуру регіону. Упродовж десятиліть вони забезпечували вугіллям як електростанцію, так і численні промислові підприємства. З часом, через виснаження ресурсів, економічні труднощі та зміни у структурі енергетичного балансу країни, кількість діючих шахт скоротилася. На сьогодні функціонує лише сім з них.

Вуглевидобуток у цьому районі здійснюється з кількох горизонтів, що розташовані на різній глибині. Найглибші з них сягають 550–580 метрів, що потребує сучасного обладнання, високої кваліфікації працівників та дотримання жорстких стандартів безпеки. Незважаючи на складні умови, видобуток вугілля продовжує відігравати важливу роль у забезпеченні енергетичної стабільності регіону та створенні робочих місць для місцевого населення.

У 1977 році населення Червонограда становило 53 000 осіб, у 1985 році - 67000 мешканців, у 1989 році - 72 047, а вже у 2001 році у місті проживало 70 300 осіб, у 2013 році населення міста становило 68 000 осіб. За останніми даними (2022 р.) населення міста Шептицький складає 64247 жителів [30]. Постійне скорочення чисельності населення міста зумовлене трансформаційними процесами та міграцією. Значно зменшилася чисельність населення з початком війни, але ці дані відсутні.

Шептицький - це потужний індустріальний центр Львівщини, який по праву вважається столицею видобувної промисловості Західної України. Саме тут зосереджено основні шахти Червоноградського вугільного басейну, що відіграють ключову роль у забезпеченні енергетичних потреб не лише регіону, а й усієї країни. Місто сформувалося як осередок праці, технічного прогресу та трудової звитяги, ставши символом індустріального розвитку радянської та пострадянської доби на заході України.

На в'їзному знакові до Шептицького не дарма розміщено гасло: «Місто молодості, квітів і праці». Воно влучно передає дух і атмосферу міста — молодого, енергійного, сповненого життям і надіями. Тут поєднуються промислова міць, невтомна праця шахтарів, квітучі парки та двори, а також енергія нових поколінь, які прагнуть змін і розвитку. Шептицький - це не просто промисловий осередок, а місто з багатою історією, самобутньою культурою та сильним характером, загартованим у надрах шахт і щоденній роботі його мешканців.

Червоноград знаходиться на перетині залізничних шляхів Львів — Ковель та Сокаль — Рава-Руська. Вокзал знаходиться у центрі міста. Громадський транспорт міста представлений 10-ма автобусними маршрутами.

Однак немає сумнівів, що місто часто відвідують туристи з інших регіонів країни та з-за кордону, про що свідчать загалом добре організовані та процвітаючі, і, безумовно, більш розвинені, ніж місцеві, заклади громадського харчування та виняткова концентрація в місті, особливо на ринковій площі, продуктових, сувенірних, галантерейних крамниць та магазинів народного мистецтва.

Шептицький є дуже цікавим типом міста з сильною шахтарською (вугільною) ідентичністю, яке наразі стикається з викликами постіндустріальної трансформації. Сьогоднішню ситуацію можна оцінити як занепад гірничодобувної промисловості, високий рівень безробіття, потреба в новій ідентичності та функції міста.

2.2. Оцінка туристичного потенціалу м. Шептицький

Шептицький — це місто, яке може запропонувати туристам і відвідувачам як культурні, так і природні та промислові визначні місця. Шептицький район Львівської області, зокрема місто Червоноград (тепер Шептицький), володіє значними природними ресурсами, які можуть стати основою для сталого розвитку та екологічного туризму

Місто Шептицький відоме своєю гірничою спадщиною, яка надає йому особливого колориту та привертає увагу прихильників індустріального туризму. Шахтарське минуле відображене в архітектурі, музеях і тематичних маршрутах, що дозволяють відчувати атмосферу епохи активного розвитку гірничої промисловості. Шептицький район є частиною Львівсько-Волинського вугільного басейну. Міста Шептицький та Сокаль мають діючі шахти (світлина 2.2), зокрема Червоноградська, Визейська, Надія, Лісова,

Степова, Міжиричанська, Зарічна, Відродження. Ці шахти забезпечують значну частину вугілля для енергетики та промисловості України.



Світлина 2.2. Шахти Шептицького

Джерело: [25]

Відмітимо, що в регіоні реалізуються проекти з відновлювальної енергетики. У рамках ініціативи «Справедлива трансформація» планується закриття вугільних шахт та розвиток відновлювальних джерел енергії. Зокрема, реалізуються проекти з будівництва сонячних електростанцій, малих гідроелектростанцій та біоенергетичних установок.

Оскільки район належить до Малого Полісся, то значну площу займають ліси, які багаті на різноманітну флору та фауну, зокрема рідкісні види рослин та тварин і є добрим ресурсом для відпочинку та рекреації як фізичної, так і психічної.

Через територію Шептицького району протікають річки, які забезпечують водопостачання та можуть бути використані для рекреаційних цілей. Західний Буг протікає безпосередньо через Шептицький, поділяючи місто на дві частини. Це одна з найпомітніших річок у межах громади. річка Західний Буг — одна з найважливіших річок не лише Шептицького району, а й усього Західного регіону України. Вона відіграє ключову роль в

екологічній, економічній та туристичній системі регіону. Характерне біорізноманіття регіону: багата флора і фауна, що є частиною екосистеми річки (птахи, амфібії, риби). Водопостачання використовується як джерело технічного та частково питного водопостачання. Три річки — Західний Буг, Солокія та Рата — не лише прикрашають природний ландшафт, а й створюють перспективу розвитку водного туризму в регіоні. Також є численні ставки та озера, що створюють можливості для розвитку водного туризму та рибальства. Популярною серед жителів міста є відпочинкова локація “Озера у Чорному лісі” у с. Сілець (світлина 2.3). Тут пропонується купання, риболовля, мангал, альтанки. Продаж свіжої риби: короп, щука, судак, лин, амур, карась, тоблстолоб.



Світлина 2.3. Озера у Чорному лісі

Джерело: [21]

Місцева громада активно розвиває зони відпочинку на берегах Західного Бугу (пляжі, риболовля). Існують перспективні можливості для створення байдаркових маршрутів.

Територією громади протікає річка Західний Буг разом із її мальовничими притоками — Солокією та Ратою. Кожна з цих річок має свою унікальну історію та природну чарівність (світлина 2.4). Саме вздовж цих водних артерій було сформовано сім захоплюючих водних маршрутів:

- Великі Мости – Сілець (13 км)
- Сілець – Шептицький (21 км)
- Белз – Шептицький (21 км)
- Шептицький– Сокаль (10 км)
- Городище – Шептицький (10 км)
- Шептицький - Скоморохи (22 км)
- Старий Добротвір – Шептицький (27 км)



Світлина 2.4. Водний туризм.

Джерело: [23]

З квітня по кінець жовтня ці маршрути відкриті для активного відпочинку: сплавів на байдарках, каяках або просто неспішних прогулянок вздовж берегів. Вони ідеально підходять для мандрівників, які шукають душевну рівновагу, гармонію з природою та незабутні враження.

Кожен маршрут — це не лише фізична подорож, а й емоційне перезавантаження. Тут можна повністю зануритись у світ дикої природи, послухати шепіт води, поспостерігати за птахами та відчутти справжню тишу, яка зцілює думки й серце

Наявність озер та ставків створює можливості для розвитку водного туризму та рибальства. Створення рекреаційних зон на базі природних ресурсів може залучити туристів та сприяти економічному розвитку регіону. Розвиток туризму на основі природних ресурсів може стати важливим напрямом економічного розвитку Шептицького.

У старій історичній частині Шептицького збереглися численні пам'ятки архітектури національного значення, які становлять великий туристичний потенціал. Серед них — сакральні споруди, що відображають духовну та культурну спадщину міста. Зокрема, це архітектурний комплекс Церкви святого Володимира (світлина 2.5), до складу якого входить колишній костел Зіслання Святого Духа. (Володимирська церква з 1703 року, колишній костел Святого Духа отців бернардинів, заснований Юзефом Феліціаном Потоцьким) та монастир отців Бернардинів з оборонними мурами (1747–1767 рр.).



Світлина 2.5. Церква Святого Володимира (колишній костел Святого Духа)

Джерело:[26]

Іншою визначною пам'яткою є ансамбль церкви святого Юра та монастиря отців Василіан (Василіанський православний костел і монастир з 18 століття, нині православна церква святого Юра), що є важливою частиною духовного обличчя міста (світлина 2.6).



Світлина 2.6. Свято-Юрський монастир оо. Василіян

Джерело: [26]

Особливої уваги заслуговує так званий «Кристинопільський палац» — резиденція родини Потоцьких (світлина 2.7) , представників шляхетського герба Срібна Пілава. Зведений у 1756–1762 роках, він є яскравим прикладом французького класицизму середини XVIII століття. Палац Потоцьких, званий замком, збудований у 18 столітті Францішеком Салезієм Потоцьким, нині філія Львівського музею історії релігії Цей палац — один із небагатьох подібних зразків на території Західної України.



Світлина 2.7. Палацово-парковий ансамбль графа Потоцького
Джерело: [26]

Серед об'єктів культурної спадщини місцевого значення варто виокремити придорожній хрест, встановлений у 1672 році на честь перемоги польського війська над турками. Він розташований на історичному перехресті між давніми поселеннями Кристинопіль і Новий Двір. Історичну цінність має й каплиця-усипальниця роду Вишневських (друга половина XIX ст.), розташована на старому цвинтарі Кристинополя — пам'ятці, що зберігає дух минулого.

Любителі воєнної історії знайдуть цікавість у залишках позицій колишнього ракетного полку «Кокарда» та укріпленнях часів Другої світової війни, зокрема дотах Струмилівського укріпрайону. А для поціновувачів індустріального туризму Червоноград пропонує об'єкти

гірничої інфраструктури — шахти, терикони, промислові комплекси, які свідчать про трудову славу міста.

У місті діють три музеї, кожен із яких відкриває іншу грань історії та культури Червонограда.

Шептицька філія Львівського музею історії релігії зберігає унікальні зібрання: ікони XV–XVIII ст., стародруки, священичі ризи, ритуальний посуд, вишиті хоругви та рушники. Особливо цінною є колекція стародруків із братських і монастирських друкарень Львова, Жовкви, Почаєва, а також архівні документи XVII–XX століть.

Художній музей «Сокальщина», що є філією Національного музею у Львові імені Андрея Шептицького, презентує зразки народного мистецтва, старовинні меблі, предмети побуту та знамениту сокальську вишивку. В експозиції відтворено автентичний інтер'єр житла кінця XIX — початку XX століття.

Музей-світлиця Тараса Городецького присвячений творчості відомого майстра писанкарства, уродженця Червонограда (1964–2006). Тут зібрані його роботи, а також зразки писанок з різних регіонів України.

Шептицький має зв'язок із низкою видатних історичних постатей. Місто пов'язане з діяльністю митрополита Андрея Шептицького, поета і громадського діяча Василя Бобинського, художника Альфреда Абердама, польських воєвод Францішека та Станіслава Потоцьких, єврейського просвітителя Якова Ейхенбаума, а також блаженних монахинь Михайлини (Йосафати) Гордашевської та Ольги (Тарсикії) Мацьків.

В місті Шептицький існують відповідні розважальні об'єкти, найбільш популярними серед яких є розважальний центр “Вегас”, де знаходяться піцерія, суші-бар, боулінг, дитяча ігрова кімната, літній майданчик, нічний клуб, фітнес-центр, паб, мийка, та кінотеатр «Сіті», Багато розваг пропонується і в недавно відкритому торгово- розважальному центрі «Майдан».

Промоція бренду міста передбачає формування позитивного іміджу території шляхом активного просування її унікальних рис, історії, культури та економічного потенціалу. Вона спрямована на підвищення туристичної привабливості, залучення інвестицій та розвиток місцевої ідентичності. Промоція бренду міста — це комплекс заходів для створення впізнаваного образу, що приваблює туристів, мешканців і бізнес, це його голос у світі. Його промоція допомагає розповісти про унікальність, показати характер і привабити тих, хто шукає нові можливості для життя, подорожей чи співпраці. Промоцією бренду міста займаються міська влада, туристичні та маркетингові структури, а також громадські ініціативи та бізнес

На сайті Шептицької районної державної адміністрації є рубрика Туристична привабливість [21], де висвітлюються найбільш туристично привабливі об'єкти регіону.

На сайті Шептицької міської ради відділом культури ведеться рубрика туристична інфраструктура, де подаються най більш привабливі туристичні місця та місця для розміщення і відпочинку у місті [22].

Ведеться Сторінка в facebook Мандруємо Разом Шептицький [29].

Сторінка в facebook <https://www.facebook.com/p>

В Шептицькій міській територіальній громаді на даний час в галузі туризму визначено 7 пріоритетних туристичних векторів, які представлені відділом культури міської ради у виготовлених та розповсюджених брошурах. Такими напрямками (світлина 2.8) є:[31]:

Резиденція Потоцьких (історичний туризм)

- Червоноград сакральний (релігійний туризм)
- Шахтарська столиця (індустріальний туризм)
https://www.krystynopol.info/_files/booklets/chervonograd_shahty.pdf
- Доти Струмилівського УРу (воєнний туризм)
- Водний туризм (річковий туризм)
- Давні некрополі
- Народні промисли



Світлина 2.8. Серія буклетів «Червоноград туристичний»

Джерело: [31]

У промоції велику участь Польщі зокрема зреалізований проект "Poland and Ukraine «Відстежуючи історичну спадщину», співфінансований Міністерством закордонних справ Республіки Польща в рамках конкурсу »Співпраця у сфері публічної дипломатії-2018".

У місті діє 12 туристичних агенцій чи їх філіалів. Найбільш знаними серед них є : "Меридіан", "Рів'єра", "Макрус Тур", "Феєрія мандрів", "Loyal Touristik", "Coral Travel", "Поїхали з нами". Всі вони пропонують Туристичні послуги по Україні та за кордоном, візова підтримка, продаж квитків. Широкий спектр страхових послуг, зелена карта.

З метою розробки конкретних пропозицій щодо розвитку туристичного потенціалу мю Шептицький нами проведено SWOT-аналіз.

Сильними сторонами є:

- Унікальна індустріальна спадщина - історичні шахти, стволи, промислова інфраструктура як туристична атракція.
- Багата гірничо-історична та культурна - традиції, історії, тематичні рубрики в музеях.
- Технічна та транспортна інфраструктура - добре розвинена завдяки попередній промисловій ролі.
- Потенціал для розвитку промислового туризму - екскурсії шахтами, тематичні тури.
- Залучена місцева громада - часто пишається шахтарською спадщиною, зацікавлена у промоції міста.

До слабких сторін можна віднести:

- Забруднення навколишнього середовища - залишки гірничодобувної діяльності, що може відлякувати туристів.
- Соціально-економічні проблеми - безробіття, еміграція молоді, брак якісних туристичних послуг.
- Недостатня туристична промоція - низька обізнаність про потенціал міста за межами регіону.
- Обмежена різноманітність туристичної пропозиції - домінування шахтарської тематики, відсутність різноманітності.
- Туристична інфраструктура потребує модернізації - розміщення, харчування, доступність інформації.

Шансами для розвитку туризму у місті треба визнати:

- Розвиток промислового та культурного туризму - зростання інтересу до таких атракцій.
- Передбачуване фінансування ЄС та інші програми регенерації - підтримка трансформації занедбаних територій.
- Регіональна та міжнародна співпраця - створення туристичних маршрутів, партнерство з іншими шахтарськими містами.
- Зелена ревіталізація пост-шахтних територій - парки, велодоріжки, зони відпочинку.

- Організація культурних та освітніх заходів - фестивалів, днів міста, тематичних майстер-класів.
- Небезпеки - це:
- Деградація інфраструктури та пам'яток - брак ресурсів для консервації та захисту спадщини.
- Негативні стереотипи та імідж міста - сприйняття як занедбаного та непривабливого місця.
- Конкуренція з боку інших туристичних регіонів - відсутність унікальних пропозицій, окрім видобутку корисних копалин.
- Демографічні зміни - депопуляція міста, відсутність нових поколінь для продовження традицій.
- Ризик неналежного управління розвитком туризму - туристичне перевантаження, погіршення стану довкілля

В цілому можна відмітити такі козири туристичного потенціалу міста Шептицький:

- Індустріальна спадщина: шахтні стволи, інфраструктура, робітничі селища, заводи.
- Географічне розташування: близько до кордону з Польщею та природно привабливих районів Розточчя і Подільської височини.
- Місцева культура та історія: унікальне поєднання української та польської спадщини.
- Близькість до Львова - можливість створення спільного регіонального продукту.
- Потенціал для розвитку освітнього, промислового та подієвого туризму.

Відмітимо, що у роки війни туристичний потенціал обмежений, але стійкий. Пам'ятки, природа, культурні традиції - все ще існують, хоча вони можуть бути під загрозою. Місцеві фестивалі, музеї та ініціативи можуть мати моральний вимір.

Таким чином, Шептицький - це не лише шахтарське місто, а й багатогранний культурно-історичний простір, сповнений архітектурних, духовних і мистецьких скарбів.

2.3. Проблеми та перспективи розвитку туризму у місті Шептицький

Основною причиною зацікавленості у розвитку туризму на певних територіях є те, що місцеві громади відчують, що існують можливості для отримання доходу від туристичної діяльності. Для того, щоб досягти і збільшити цей дохід, необхідно сприяти збільшенню кількості прибуттів і подовженню тривалості перебування туристів.

Досягнення цих цілей можливе за рахунок:

- адаптації туристичних продуктів до потреб ринку;
- демонстрації специфіки та ідентичності регіону, пропонуючи відповідний та привабливий туристичний продукт;
- розвитку та модернізації туристичної та супутньої інфраструктури диференційованого стандарту, адаптованої до провідних продуктів;
- створення відповідної системи просування та розповсюдження туристичного продукту регіону;
- організації інтегрованої мережі туристичної інформації та бронювання;
- визначення пріоритетних заходів та інвестицій із зазначенням часу їх реалізації в туристичній економіці регіону;
- створення умов для підвищення кваліфікації працівників, які працюють в туристичній економіці регіону;
- створення інформаційних баз для суб'єктів, які реалізують стратегії розвитку туризму, а також підтримка у поданні заявок на фінансування для реалізації прийнятих стратегічних цілей.

У звіті Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) [33] за 2022 рік йдеться про перетворення Червонограда з шахтарського

міста на місто, де розвиваються різні галузі, зокрема спадщина та релігійний туризм. У звіті підкреслюється потенціал міста для промислового туризму завдяки його багатій гірничодобувній та архітектурній спадщині. Починаючи з 1950-х років, гірничодобувна промисловість, що розширювалася, запрошувала нові підприємства, але зростання міста і населення знижувалося, оскільки шахти ставали нестабільними і нерентабельними. Системний аналіз вказує на розвиток таких секторів економіки, як торгівля, текстильна промисловість та аграрний бізнес, передусім малий, які можуть стати основою для подальшого розвитку туризму

Домінуючий вплив Львова на розвиток туризму в регіоні, що може бути важливим для Шептицького, особливо в контексті транскордонного співробітництва та розвитку сталого туризму та створення туристичних агломерацій,

Перспективи сталого використання природних ресурсів вимагають звернути увагу на можливості розвитку екологічного туризму. Розвиток екологічного туризму на основі природних ресурсів може стати важливим напрямком економічного розвитку Шептицького району. Створення рекреаційних зон, екологічних стежок та туристичних маршрутів сприятиме залученню туристів та розвитку місцевої інфраструктури.

Проте в цьому напрямку є рід проблем, зокрема:

1. Забруднення: промислові стоки, зокрема з вугільних шахт і ТЕС, негативно впливають на екосистему річки [8].
2. Евтрофікація: надмірний вміст фосфатів і нітратів призводить до цвітіння води. Це явище особливо характерне для озера, яке знаходиться на відстані до Шептицького.
3. Необхідність екологічної ревіталізації: потрібні комплексні заходи з очищення, відновлення природних заплав і захисних лісосмуг.

Ключовою проблемою для міста є справедлива трансформація. Шахтарі та їхні сім'ї зараз стикаються з трансформацією ідентичності.

Створення більш різноманітної економіки в їхніх містах вселяє оптимізм щодо майбутнього, незалежного від шахт. Формування декількох галузей промисловості та інвестиції в сферу послуг створюють мережу безпеки на випадок, якщо один бізнес або послуга зазнає невдачі, але, що ще важливіше, створюють місце, де люди захочуть залишитися, жити і процвітати. Ініціативи з закриття вугільних шахт та розвитку відновлювальних джерел енергії сприятимуть зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище та покращенню якості життя місцевих мешканців.

Шахтарські міста по всьому світу стикаються з особливими проблемами у трансформації та розвитку свого туристичного потенціалу - особливо після закриття шахт або зменшення обсягів видобутку корисних копалин. Очевидно, що варто врахувати досвід міст (переважно шахтарських або постіндустріальних), які успішно трансформували свій потенціал у конкурентоспроможний туристичний продукт.

Місто Ессен - Німеччина (Цольферайн) - колишнє промислове та гірничодобувне місто в Рурському регіоні. Створено туристичний продукт: комплекс Цольферайн - колишня вугільна шахта, а нині туристична атракція та культурний центр. Діяльність включала ревіталізацію постіндустріальних об'єктів і перетворення їх на музеї, галереї, освітні простори, організацію мистецьких заходів та фестивалів (дизайн, кіно, музика). Як результат - Цольферайн став іконою індустріального туризму в Європі, приваблюючи туристів з усього світу, об'єкт Світової спадщини ЮНЕСКО.

Катовіце (Польща) - місто з сильними гірничодобувними та промисловими традиціями. Діяльність включала ревіталізацію території колишньої шахти в Катовіце, створення культурної зони (NOSPR, Сілезький музей), розвиток нішевих продуктів: стежка пам'яток техніки, Нікішовець, шахта Гвідо. Туристичний продукт промисловий туризм, міська культура, міжнародні події. Сильний брендинг як креативного міста ЮНЕСКО

(музика). В результаті Катовіце змінило свій імідж з індустріального міста на сучасний культурний та діловий центр.

Найбільш наглядним є приклад м. Нова Руда, який географічно найближче до м. Шептицький. Місто з вугільним минулим. Туристичним продуктом є промисловий, активний та літературний туризм. Діяльність охоплювала створення підземного туристичного маршруту в шахті, організація Літературного гірського фестивалю (Ольга Токарчук – лауреат Нобелівської премії), Популяризація мальовничих якостей та гірських стежок у регіоні. В результаті маємо поєднання туризму спадщини з природою та культурою.

Ще один приклад – місто Бленавон - Уельс (Великобританія), шахтарське місто, центр видобутку вугілля та заліза. Туристичний продукт: об'єкт промислової спадщини ЮНЕСКО. Діяльність охоплювала створення парку спадщини (промисловий ландшафт Бленавон) , з Зробити шахту Big Pit доступною для туристів з підземними екскурсіями з гідом, освіта та інтерпретація індустріальної історії для сімей та шкіл. Як результат: маленьке містечко стало важливою точкою на карті туристичної спадщини Великої Британії.

З наведених прикладів можна зробити певні висновки. Основними з них є:

- перетворення занедбаних просторів на інноваційні туристичні продукти (музеї, культурні центри, події);
 - інтегрований підхід - поєднання історії, освіти, культури, природи.
 - залучення громад та партнерства - ключ до створення автентичного досвіду;
 - потужна промоція та сучасний імідж - руйнування стереотипу «брудного шахтарського міста».

На основі вивчення світового досвіду можна подати пропозиції та рекомендації щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту міста

1. Диверсифікація туристичної пропозиції

Розширення туристичних атракцій за рахунок включення різних видів туризму (культурний, промисловий, екологічний, рекреаційний). Створення нових туристичних продуктів, наприклад, тематичних турів, ремісничих майстер-класів, подій. Розробка пропозицій для різних груп туристів: сім'ї, молодь, люди похилого віку, люди, які цікавляться історією та технологіями. Розвиток промислового туризму - відвідування підземних шахт, музеїв, промислових підприємств. Культурний та подієвий туризм - організація фестивалів, концертів, мистецьких заходів у старих заводських цехах та шахтах. Природничий та рекреаційний туризм - ревіталізація територій після видобутку корисних копалин у вигляді парків, зелених зон, велосипедних та пішохідних маршрутів (наприклад, освоєння териконів, колишніх звалищ).

Важливою є ревіталізація постіндустріальних просторів. Зробити одну з занедбаних шахт доступною для промислового туризму (наприклад, у вигляді екскурсії під землею з гідом) або перетворення колишньої шахти на музей гірничої справи та регіональної історії.

2. Покращення якості інфраструктури та послуг

Модернізація закладів розміщення та харчування, адаптація до потреб туристів. Надання сучасної та доступної туристичної інформації (ІТ-пункти, мобільні додатки, мультимедійні путівники). Покращення вказівників туристичних маршрутів та пам'яток.

3. Комунікація та маркетинг

Побудова сильного бренду міста як привабливої туристичної дестинації на основі його унікальної спадщини та досвіду. Активна присутність у соціальних мережах, рекламні кампанії, співпраця з

туристичними блогерами та інфлюенсерами. Участь у туристичних ярмарках, створення промоційних матеріалів (відео, брошури, веб-сайти).

Кожен предмет (кераміка, скульптура, елемент регіонального костюма або популярні листівки, брелоки, плакати, марки тощо) з назвою міста, фотографією чи малюнком цікавого історичного чи природного об'єкта є туристичним сувеніром і чудовим елементом промоції. Місцева влада повинна підтримувати як виробництво, так і продаж таких сувенірів.

Дуже важливо, щоб місцеві жителі усвідомлювали, що народна творчість може бути дуже важливим фактором для залучення туристів у цю місцевість. Важливо, щоб туристи мали можливість не лише купувати місцеві вироби, але й брати участь у їх виробництві, а також брати активну участь у повсякденному житті місцевих мешканців у їхніх домівках, у фольклорних заходах тощо. Прояви місцевого фольклору (культурної унікальності) є магнітом для туристів, тому важливо широко демонструвати його в межах громади та за її межами (на ярмарках, оглядах та фестивалях). Основними вимогами є:

- Забезпечення можливості придбання народних виробів, в тому числі увага до експозиції.
- Організація ярмарків, де була б можливість ширше представити продукцію, особливо оригінальну та унікальну.

Цікавою могла б бути пропозиції щодо заходів з організації конкурсу на графічний дизайн плаката, тематично пов'язаного з Шептицьким. У наш час плакат є дуже популярним сувеніром серед туристів, тому плакати можна було б чудово використати. У літній туристичний сезон, бажано під час різних фестивалів підготувати фотографічний захід просто неба, наприклад, «Шептицький очима туриста».

Створення та належне представлення позитивного іміджу території, наприклад, у засобах масової інформації, безумовно, приверне набагато більше відвідувачів. Туристи з більшою ймовірністю оберуть місцевість,

про яку вони більше знають, особливо про можливості та багатство пропозицій, які дозволяють їм цікаво провести свій час.

Створюючи особливий імідж громади, відрізняючи його від інших, ми фактично формуємо оригінальний туристичний простір. Ці заходи покликані створити емоційний зв'язок між туристом і місцевістю, в якій він відпочиває.

Оригінальний туристичний простір повинен створюватися не тільки в результаті його відповідного формування, але й завдяки впровадженню естетичних елементів, таких як

- A. Розміщення герба муніципалітету в рекламних матеріалах.
- B. Естетичний вигляд міста, наприклад, через озеленення зовнішніх стін житлових будинків.
- C. Встановлення столів та лавок у регіональному стилі перед закладами громадського харчування та всередині них.
- D. Позначення стежок, доріжок та об'єктів відповідно до місцевої архітектури.

4. Використання технологій та інновацій

Впровадження віртуальних турів, доповненої реальності (AR) та інтерактивних додатків. Системи онлайн-бронювання та управління туризмом. Розумні рішення для мобільності та туристичні послуги.

5. Залучення громади

Залучення місцевих жителів до розвитку та просування туризму (наприклад, місцеві гіді, ремесла, гастрономія). Навчання та тренінги для місцевих підприємців та працівників сфери туризму. Підтримка низових ініціатив та громадських заходів.

6 Охорона та популяризація культурної та природної спадщини

Збереження історичних пам'яток та промислових об'єктів, які є туристично привабливими. Створення та підтримка зелених зон, тематичних парків, пішохідних та велосипедних маршрутів. Сприяння сталому та відповідальному туризму.

7. Співпраця та партнерство

Розбудова мереж з іншими містами, регіонами, туристичними організаціями. Об'єднання зусиль із сусідніми містами та регіонами для створення узгоджених туристичних продуктів (наприклад, маршрутів промислового туризму).

Спільні проекти, обмін досвідом, створення регіональних туристичних продуктів. Державно-приватне партнерство для реалізації інвестиційних та промоційних заходів. Встановлення партнерських відносин з подібними містами Польщі, Чехії, Німеччини (наприклад, Острава, Ессен, Катовіце) - обмін досвідом. Співпраця з університетами, громадськими організаціями та ЮНЕСКО (наприклад, ініціатива «Європейський шлях промислової спадщини» - ERIH). Участь у програмах підтримки ЄС (наприклад, Interreg, фандрейзинг).

8 Моніторинг та оцінка ефектів

Систематичний збір даних про туристичні потоки та задоволеність відвідувачів. Аналіз результатів та адаптація пропозиції та маркетингових заходів до потреб ринку. Вивчення туристичних тенденцій та реагування на зміну очікувань.

Це створює певні виклики та уроки:

- необхідність довгострокового планування та фінансування розвитку міста і його туристичної сфери;
- балансування між збереженням спадщини та сучасним розвитком.
- освіта та промоція для зміни стереотипного образу «шахтарського міста» на привабливу туристичну дестинацію з вивченням кращого світового досвіду.
- підтримка місцевого підприємництва та туристичних послуг

Шептицька громада має значну кількість водних ресурсів, що сприяють розвитку сільського господарства, водопостачання та екологічного туризму. Водночас, деякі річки, такі як Красносілка,

потребують уваги щодо відновлення екосистеми та усунення штучних перешкод. Розвиток цих водних ресурсів може стати важливим етапом у стратегії сталого розвитку громади [31].

ВИСНОВКИ

Туризм — це системне явище, що охоплює не лише пам'ятки та атракції, а й широку інфраструктуру, соціальну та культурну взаємодію. Його ефективне використання потребує чіткої стратегії, міжсекторальної співпраці та орієнтації на якісний туристичний досвід. Туристичний потенціал міста зберігається навіть в умовах війни, змінюючи свою форму та функціональне наповнення. Міста, які здатні адаптуватися до нових викликів, можуть сформувати стійкий імідж активного соціально-культурного центру, що приносить користь і під час, і після конфлікту.

Козирями туристичного потенціалу міста Шептицький є індустріальна спадщина (шахтні стволи, інфраструктура), географічне розташування (близькість кордону з Польщею, близькість до Львова і можливість створення спільного регіонального продукту та природно привабливих районів Розточчя і Подільської височини,), місцева культура та історія, унікальне поєднання української та польської спадщини, потенціал для розвитку освітнього, промислового та подієвого туризму.

Зміцнення конкурентоспроможності туристичного продукту міста потребує комплексного підходу: поєднання інвестицій, інновацій, активної цифрової промоції та залучення місцевої громади до туристичних ініціатив.

Індустріальна спадщина міста Шептицький (зокрема гірничодобувна) може стати основою для створення унікального туристичного продукту, подібно до успішного досвіду таких міст як Острава, Блаєнавін, Нова Руда, Катовіце. Це вимагає стратегічного бачення, поетапної ревіталізації, інституційної підтримки та міжнародного партнерства.

Місцева влада визнає туризм як ключовий чинник сталого розвитку громади. За наявності стратегічного бачення, ефективної співпраці та

використання наявних ресурсів, місто має всі шанси стати привабливою туристичною дестинацією та інвестиційним центром.

Гнучкість та адаптивність туристичної політики — ключ до виживання і розвитку в умовах нестабільності. Важливо оперативно оновлювати пропозиції, переорієнтовувати цільові аудиторії та ефективно управляти ризиками

Цифровий потенціал міста є важливим інструментом просування: онлайн-тури, інтерактивні експозиції, соціальні мережі та цифрові кампанії дозволяють формувати впізнаваний бренд, орієнтований на стійкість та ідентичність території.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України : дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.02. Київ, 2004. 424 с. 28.
2. Черчик Л., Коленда Н. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка : монографія. Луцьк : ЛНТУ, 2008. 224 с
3. Всесвітня туристична організація/ URL: <https://www.unwto.org> Дата доступу: 19.12.2024)
4. Державне агентство розвитку туризму України. URL: <https://tourism.gov.ua> (Дата доступу: 19.12.2024)
5. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму : навчальний посібник для студентів вищих на вчальних закладів. Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2011. 128 с.,
6. Запотоцький С., Горін І. Туристично-рекреаційний потенціал Львівської області: географічні особливості використання та відтворення. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2018. № 1 (70). С. 72–79. DOI: <http://doi.org/10.17721/1728-2721.2018.70.13>(Дата доступу: 18.01.2025)
7. Закон України «Про туризм». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80> (Дата доступу: 10.11.2024)
8. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану. Економіка та суспіль-ство. 2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-146>.
9. Західний Буг — Вікіпедія. uk.wikipedia.org/wiki/Західний_Буг
- 10.Кристинополь. <https://krystynopol.info/ozera-u-chornomu-lisi/>

- 11.Макара О. В., Гарасюк Д. М. Теоретичні основи формування територіальних туристично-рекреаційних систем. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. 2014.No 2. С. 53–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2014_2_9
- 12.Мальська М., Паньків Н. Туристично-ресурсний потенціал території : підручник– Київ : Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. – 534 с.
- 13.Мандруємо Разом Шептицький <https://www.facebook.com/p/>(дата звернення: 07.03.2025)
- 14.Мацола В. Рекреаційно-туристичний комплекс України : монографія. Львів : ІРД НАН України, 1997. 259 с.
- 15.Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.
- 16.Писаревський І.М., Мелешко К. К. Туристично-рекреаційний потенціал як елемент конкурентоспроможності територій / І. М. // Бізнес Інформ. - 2019. - № 12. - С. 148-154. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2019_12_21
- 17.*Про перейменування окремих населених пунктів та районів.* Постанова Верховної Ради України, *Офіційний вебпортал парламенту України* <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3984-20#Text> (дата звернення: 08.03.2025)
- 18.Руденко В. П., Вацеба В. Я., Соловей Т. В. Природоресурсний потенціал природних регіонів України : монографія. Чернівці : Рута, 2001. 268 с.
- 19.Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. — URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6241> (дата звернення: 08.05.2025).

20. Сторітеллінг як метод навчання.
<https://www.creativeschool.com.ua/blog/storitelling-yak-metod-navchannya/>(дата звернення: 02.05.2025)
- 21.Ткаченко Т. І., Соколова К. О. Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств. Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Економіка». 2011. Вип.1. С. 107–112
- 22.Туристична привабливість. <https://sheptytskarda.gov.ua/Pro-raiyon/Turystychna-pryvablyvist> (дата звернення: 07.03.2025)
- 23.Туристична інфраструктура. <https://sheptytska-rada.gov.ua/Viddil-kultury/Turystychna-infrastruktura> (дата звернення: 06.03.2025)
- 24.Червоноград. Водний туризм.
https://www.krystynopol.info/_files/booklets/chervonograd_splavy.pdf
- 25.Червоноград може стати Шептицьким, назви змінять Южне, Павлоград, Синельникове – рішення комітету ВР.
<https://www.radiosvoboda.org/a/news-chervonohrad-sheptyckyj> (дата звернення: 06.03.2025)
- 26.Червоноград. Шахтарська столиця (індустріальний туризм)
https://www.krystynopol.info/_files/booklets/chervonograd_shahty.pdf(да та звернення: 06.03.2025)
- 27.Червоноград — туристичний путівник<https://uk.wikivoyage.org/> (дата звернення: 06.03.2025)
- 28.Чому Червоноград перейменовують на Шептицький Чому Червоноград перейменовують на Шептицький
https://tvoemisto.tv/news/chomu_chervonograd_pereymenovuyut_na_sheptytskyu_162137.html(дата звернення: 07.03.2025)
29. Шептицький. <https://www.facebook.com/>(дата звернення: 07.03.2025)
30. Шептицький <https://www.google.com/search?q>
- 31.Шептицька міська рада. Туристичні маршрути <https://sheptytska-rada.gov.ua/Viddil-kultury/Turystychni-marshruty>(дата звернення: 07.03.2025)

32. Яковчук О. В. Оцінка туристичного потенціалу України. Географія та туризм : науковий збірник /ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. Київ : Альтпрес, 2010. Вип. 10. С. 57–65.
33. From mining to what? Mapping and debunking the myths of two Ukrainian cities |United Nations Development Programme.
https://www.undp.org/eurasia/blog/mining-what-mapping-and-debunking-myths-two-ukrainian-cities?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 17.03.2025)
34. Lickorish, L.J., “Developing a single European tourism policy”, Tourism Management, Vol. 12 No. 3, 1991, pp. 178-84.