

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

**Факультет економіки та менеджменту
Кафедра туризму**

Допускається до захисту

“ ___ ” _____ 2023р.

В. о. зав. кафедри _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
студентки ДЗЮБАТОЇ МАР'ЯНИ ВАСИЛІВНИ
на тему:

**РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ, ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

на присвоєння кваліфікації – **Магістр з туризму**

Керівник роботи _____

к.е.н., доц. Кушнір Л.П.

Львів – 2023

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

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра туризму

ОС Магістр

Спеціальність 242 Туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. завідувача кафедри

_____ Л.П. Кушнір

“ _____ ” _____ 2023

року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

ДЗЮБАТОЇ МАР'ЯНИ ВАСИЛІВНИ

1. Тема роботи: **«Регіональні особливості, проблеми і перспективи розвитку туризму Івано-Франківської області»**

керівник роботи к.е.н., доцент Кушнір Л.П., затверджена наказом вищого навчального закладу від « _____ » _____ 2023 року № _____

2. Строк подання студентом проекту (роботи) грудень 2023 року

3. Вихідні дані до проекту (роботи) – літературні ресурси, інформаційні джерела Івано-Франківської області.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): *проаналізувати сучасний стан туристичної галузі в Івано-Франківській області, включаючи обсяги прибутку, кількість туристів, види та характеристики туристичних об'єктів; вивчити регіональні особливості, які роблять Івано-Франківську область привабливою для туристів, такі як природна краса, культурна спадщина, традиції та гастрономія; визначити основні проблеми туристичної галузі в області, такі як інфраструктурні обмеження, екологічні питання, сезонність та інші фактори; провести аналіз туристичних стратегій та ініціатив, які вже впроваджуються або*

можуть бути запропоновані для подолання проблем та стимулювання розвитку туризму в регіоні; визначити перспектив для розвитку туристичної галузі в Івано-Франківській області з урахуванням сучасних тенденцій у світі та можливостей для сталого росту.

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	12.06.2023-15.06.2023	
2	Огляд наукової та патентної літератури	25.06.2023-14.07.2023	
3	Вивчення методів досліджень	20.07.2023-18.08.2023	
4	Опрацювання результатів досліджень	26.08.2023 – 28.09.2023	
5	Формування висновків та підготовка роботи до захисту	07.10.2023 - 15.11.2023	

Студент

(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Дзюбата М.В. Регіональні особливості, проблеми і перспективи розвитку туризму Івано-Франківської області: Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм») / ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького. Кафедра туризму. Наук. кер.: Л.П. Кушнір, к.е.н., доцент. Львів, 2023. 102 с.

У роботі розглянуто актуальні аспекти розвитку туризму в Івано-Франківській області, детально вивчаються особливості туристичних напрямків. Основний акцент робиться на ідентифікацію та аналіз проблем. Виявлено та досліджено проблемні зони області. Проаналізовано сучасні тенденції у галузі туризму та їх вплив на Івано-Франківську область. Обґрунтовано можливості для вирішення існуючих проблем та підвищення привабливості регіону для туристів. Узагальнено, що прогресуючою точкою у розвитку регіонального туризму Івано-Франківської області є прийняття стратегічних рішень та розробка програм, спрямованих на покращення туристичного потенціалу.

Ключові слова: регіональний туризм, туристичний потенціал, туристичний ринок

© М.В. Дзюбата, 2023

© ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького, 2023

=

ANNOTATION

Dziubata M.V. Regional features, problems and prospects of the development of tourism in the Ivano-Frankivsk region: Qualification work for obtaining the second (master's) level of higher education: (242 "Tourism") / LNUVMB named after S.Z. Gzhytskyi. Department of tourism. Science manager: L.P. Kushnir, Doctor of Economics, Associate Professor. Lviv, 2023. 102 p.

The graduate work examines the current aspects of tourism development in the Ivano-Frankivsk region, the peculiarities of tourist destinations are studied in detail. The main emphasis is on problem identification and analysis. Problem areas of the region were identified and investigated. Modern trends in the field of tourism and their impact on the Ivano-Frankivsk region are analyzed. The possibilities for solving existing problems and increasing the attractiveness of the region for tourists are substantiated. It is summarized that the progressive point in the development of regional tourism in the Ivano-Frankivsk region is the adoption of strategic decisions and the development of programs aimed at improving the tourist potential.

Keywords: regional tourism, tourist potential, tourist market.

© M.V. Dziubata, 2023

© LNUVMB named after S.Z. Gzhytskyi, 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ	11
1.1. Основні поняття та теорії у галузі туризму	11
1.2. Характеристика основних сегментів туристичного ринку: гірськолижний туризм, культурний туризм, екологічний туризм	24
1.3. Туристичний потенціал Івано-Франківської області	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	37
2.1. Основні фази розвитку туристичної галузі у Івано-Франківській області	37
2.2. Чинники, що впливають на розвиток туризму в Івано-Франківській області	49
2.3. Дослідження проблемних зон розвитку регіонального туризму у Івано-Франківській області	52
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ ТУРИСТІВ	56
3.1. Стратегії розвитку та просування туризму в Івано-Франківській області	66
3.2. Перспективи співпраці на національному туристичного ринку	73
3.3. Перспективи розвитку окремих видів туризму в Івано-Франківській області	79
ВИСНОВКИ	88
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	91
ДОДАТКИ	96

ВСТУП

Туризм у сучасному світі є однією з найважливіших галузей, яка сприяє економічному розвитку регіонів та країн, підтримує культурний обмін та взаєморозуміння між націями. Івано-Франківська область, розташована в Західній Україні та наділена туристичним потенціалом завдяки своїй природній красі, історичному спадку та культурним багатствам. Однак, важливо розглянути цю тему у контексті сучасних викликів та можливостей, які стоять перед областю.

Сьогодні, в Україні стали актуальними питання сталого розвитку, поняття “екосвідомості”, а також адаптації до змін у сфері туризму, спричинених масивними подіями: COVID-19 та повномасштабне вторгнення росії на території України. Тому, аналіз регіональних особливостей, проблем і перспектив розвитку туризму Івано-Франківської області у сучасному світі має важливе значення для забезпечення сталого розвитку регіону та максимізації його потенціалу в туристичній галузі.

У контексті розвитку туризму в Івано-Франківській області існують кілька проблем, які потребують уваги та дослідження:

- інфраструктура та обслуговування туристів.

Недостатня розвиненість туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортна доступність та інші послуги, може бути проблемою для туризму в області. Важливо дослідити, як можна покращити інфраструктуру та забезпечити якісне обслуговування туристів.

- збереження природи та культурної спадщини.

Зростаючий туризм може впливати на природне середовище та культурні пам'ятки області. Дослідження способів збереження та ефективного використання цих ресурсів є важливим завданням.

- маркетинг та просування.

Ефективний маркетинг та реклама туристичних атракцій області можуть виявитися складним завданням. Вивчення методів просування та залучення туристів може бути корисним для розвитку туризму.

- туризм в Івано-Франківській області може бути сезонним. Для розвитку туризму в позасезонний період слід зменшити коливання попиту та збільшити стійкість галузі;
- туризм може негативно впливати на природне середовище, для прикладу: забруднення та деградація природи. Варто звернути увагу на екологічні аспекти туризму та розробити заходи для збереження природи;
- конкуренція та співпраця з іншими регіонами.

Інші регіони також можуть бути конкурентами у туристичному бізнесі. Важливо дослідити можливості партнерської діяльності та конкурентоспроможності області в цьому контексті;

- масові виклики для соціуму.

Першим був COVID-19. Він суттєво вплинув на галузь туризму. Тому надалі, важливо дослідити вплив пандемії на туризм в області аби з легкістю адаптуватись до подібних глобальних випадків у майбутньому. Туристична галузь в умовах повномасштабного російського вторгнення на території України сильно постраждала. Сфера туризму була спустошена на ринках: фінансового, енергетичного та продовольчого секторів, що стало наслідком шаленої інфляції, зокрема у туристичній сфері.

Дослідження цих проблем допоможе ідентифікувати можливості для перспективи галузі туризму в Івано-Франківській області та сприяти сталому росту цієї галузі.

Загальні тенденції розвитку туризму в Україні та світі включають наступні аспекти: внутрішній туризм, підвищення екологічної свідомості, цифрові технології, сталість та доступність, культурний обмін, безпека та здоров'я, зростання пригодницького та екстремального туризму, розробка

нових туристичних маршрутів, сталість розвитку туризму на національному ринку.

Завдяки зростанню доходів та збільшенню доступності інформації, все більше людей обирають внутрішні туристичні напрямки. Україна не є винятком, і внутрішній туризм стає все більш популярним. Туристи стають більш обізнаними щодо екологічних питань та віддають перевагу екологічно чистим та стабільним формам туризму, таким як екотуризм і туризм в природних резервуарах. Щодо цифрового сегменту: інтернет і мобільні додатки значно полегшують планування подорожей, бронювання готелів, квитків та інших послуг. Технології також дозволяють туристам ділитися своїми враженнями та досвідом з іншими. Зростання конкуренції у сфері туризму призвело до зниження цін на деякі послуги та зробило туризм більш доступним для різних соціальних груп.

Мета: дослідити та проаналізувати регіональні особливості туризму в Івано-Франківській області, виявити проблеми, які впливають на його розвиток, та визначити перспективи для сталого та інноваційного росту туристичної галузі в даному регіоні.

Об'єктом дослідження є Івано-Франківська область, тобто географічні особливості, культурний спадок, економічний стан, туристична інфраструктура, проблеми та можливості розвитку туризму в цій області.

Предмет: регіональні особливості, проблеми і перспективи розвитку туризму в цій області.

Методи дослідження кваліфікаційної роботи може бути проведено за допомогою різних методів і підходів, які дозволять вивчити туристичний потенціал області, ідентифікувати проблеми та розробити рекомендації для подальшого розвитку, а саме: статистичний, метод аналізу і синтезу, дедукції, індукції, наукової абстракції.

- аналіз статистичних даних: виявлення статистичних даних про туристичний рух в області, що включає в себе кількість туристів,

типи туризму (культурний, екологічний, спортивний тощо), тривалість перебування, туристичний прибуток;

- соціологічні опитування: проведення опитування серед місцевих жителів і туристів, щоб з'ясувати їхні відмінні погляди на туризм в області, їх очікування та проблеми, з якими вони стикаються.
- SWOT-аналіз: визначення сильних та слабких сторін туристичної галузі в області, а також можливості та загрози. Це допоможе виділити ключові питання, які потрібно вирішувати.
- аналіз конкуренції: вивчення інших регіонів або областей, які конкурують з Івано-Франківською областю у туристичній галузі, і дослідити, як вони розвиваються;
- стейкхолдерський аналіз: визначення всіх зацікавлених сторін, які впливають на розвиток туризму в області, включаючи владу, місцевих підприємців, громадські організації тощо;
- географічний і культурний аналіз: виявлення географічних та культурних особливостей області, їх вплив на туризм та можливості для розвитку;
- аналіз законодавства та регулювання: вивчення нормативно-законодавчих актів, які стосуються туризму в області.

На основі цих досліджень буде можливість розробити стратегію розвитку туризму в Івано-Франківській області, включаючи рекомендації щодо покращення інфраструктури, маркетингових кампаній, розвитку нових туристичних маршрутів та співпраці зі стейкхолдерами.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

1.1. Теоретико-методологічні дослідження туристичної сфери в Івано-Франківській області мають важливе значення для розвитку туризму в даному регіоні. Ці дослідження дозволяють розуміти, які фактори впливають на туристичний потенціал області, як розвивати і покращувати туристичну інфраструктуру, як заохочувати більше туристів і як забезпечувати сталий розвиток туризму. Основні напрямки теоретико-методологічних досліджень туристичної сфери в Івано-Франківській області можуть включати наступні аспекти: аналіз природних ресурсів і природних атракцій: вивчення природної краси, яка може бути привабливою для туристів, такі як гори, річки, ліси, озера і природні заповідники; культурний аналіз - дослідження культурної спадщини області, включаючи історичні пам'ятки, музеї, традиції і фольклор; аналіз впливу культурних особливостей на туризм; аналіз інфраструктури - вивчення стану туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, транспортні мережі та рекреаційні об'єкти; аналіз попиту та ринкових потенціалів - визначення типів туристів, які можуть бути зацікавлені в області; аналіз їхніх потреб і уподобань - вивчення ринкових можливостей і конкурентної переваги; аналіз туристичних маршрутів і програм - розробка туристичних маршрутів та програм, які б включали в себе основні атракції та активності області; сталість розвитку туризму - вивчення питань сталого розвитку туризму, включаючи заходи з охорони навколишнього середовища та забезпечення позитивного впливу туризму на місцеву економіку та суспільство; маркетинг та просування - розробка маркетингових стратегій та кампаній для привертання туристів, в тому числі поширення інформації у соціальних мережах; дослідження туристичного попиту та задоволення потреб туристів - оцінка задоволення туристів від відвідування області, визначення їхніх потреб та уподобань для подальшого вдосконалення туристичних послуг.

Галузь туризму має багато ключових понять і теорій, які допомагають розуміти і аналізувати її розвиток і вплив.

Поняття "туризм" відноситься до комплексного явища, яке охоплює подорожі, відпочинок, тимчасовий перебування індивідів у різних місцях з метою задоволення їхніх фізичних, психологічних та соціокультурних потреб. Туризм включає в себе багато аспектів, і він може бути розглянутий з різних точок зору [2]:

1. Аспект подорожування в туристичній діяльності охоплює різні аспекти та елементи, які впливають на весь процес подорожування та відпочинку. Визначення подорожі уособлює в собі виїзди з одного місця та тимчасове перебування в інших місцях з метою відпочинку, розваг, освіти або бізнесу. Варто зазначити, що подорожі мають свої ключові елементи, які є основою для її реалізації. Одним з ключових елементів є транспорт. Це може бути повітряний, залізничний, автомобільний, водний або інший вид транспорту. Туристи можуть обирати той, який найбільше відповідає їхнім потребам, зручностям та бюджету. Другим елементом є планування маршруту, який полягає у визначенні географічних об'єктів, історичних пам'яток, культурних атракцій для відвідування. Наступним пунктом є місце проживання, туристи повинні визначити, де вони будуть проживати під час подорожі. Це може бути готель, апартаменти, кемпінг, гостьовий будинок або інше житло. Для насолоди безтурботним відпочинком потрібно якісно харчуватися. Споживачам туристичного ринку надається можливість обирати місця для харчування, де вони будуть смакувати страви місцевої кухні або ж відвідувати ресторани і кафе. Окрім, місця проживання, харчування необхідно займатися різними активностями та розвагами, для прикладу, відвідування екскурсій, культурних заходів, заняття різними видами спорту. Для безпечного проведення відпочинку рекомендується наявність медичного страхування, особливо в іноземних країнах або в умовах екстремального туризму. Слід згадати, про соціокультурну

взаємодію - це перебування, проживання з місцевим населенням та іншими туристами, вона може впливати на враження туристів від подорожі та сприйняття місцевої культури. Аспект подорожі може різнитися для кожного туриста, в залежності від їхніх індивідуальних потреб та вподобань. Важливо для туристів вивчити та планувати всі ці аспекти, щоб забезпечити комфортну та задовільну подорож [50, с.7].

2. Аспект відпочинку та рекреації є однією з ключових складових туристичної діяльності і має велике значення для туристів, оскільки полягає у релаксації та відновленні під час подорожі. Багато туристів вирушають у подорожі, щоб відпочити в природному оточенні. Це може бути відпочинок на пляжі, гірські походи, кемпінг або відпочинок у національних парках. Важливо, щоб природне середовище було збереженим та захищеним. Деякі туристи вибирають активний відпочинок, який включає в себе фізичні активності, такі як велосипедні поїздки, піші прогулянки, гірськолижний відпочинок, сноркелінг або дайвінг. Інші надають перевагу відпочинку у спа-салонах та велнес-центрах, де їхній організм може відновитися за допомогою масажу, гідротерапії, сауни та інших процедур. Також, слід відзначити культурний вид відпочинку - це відвідування музеїв, галерей, театрів, концертів та інших культурних подій, які дозволяють туристам відкривати нові аспекти місцевої культури та історії. Для людей, які люблять смакувати щось традиційне, місцеве, розкривати нові смаки гастрономічний відпочинок – знахідка [50, с.7].
3. Аспект культурного обміну в туризмі відіграє важливу роль у збагаченні досвіду та взаєморозумінні між різними культурами та національностями. Цей процес сприяє поглибленню знань про інші культури, розширенню світогляду, покращенню міжнародних відносин і сприяє підтримці та зміцненню світового миру.
4. Економічні аспекти. Туризм приносить доходи у вигляді податків на рівні національного, регіонального та місцевого уряду. Це може сприяти

фінансуванню інфраструктурних проектів та соціальних програм. Галузь туризму надає багато робочих місць у сферах готелів, ресторанів, туристичних агентств, транспорту та інших супутніх галузях. Це особливо важливо для регіонів з високим рівнем безробіття. Для максимізації позитивного економічного впливу, важливо розробляти ефективну туристичну політику та управління, а також збалансовувати інтереси туризму з потребами місцевого населення та збереженням природного середовища [13].

5. Екологічні аспекти є важливими, оскільки розвиток туризму має великий вплив на навколишнє середовище та природні ресурси. Дотримання принципів сталого розвитку туризму та збереження природи є критичними завданнями для забезпечення тривалості цієї галузі [14].
6. Соціальні аспекти в туризмі включають в себе взаємодію туристів з місцевими громадами, вплив туризму на соціокультурний розвиток регіонів та спільнот, а також соціальні вигоди та виклики, пов'язані з туризмом. Основними перевагами соціалізації в туризмі є: збагачення культурного досвіду, збереження культурної спадщини, створення робочих місць та доходів, підтримка малого бізнесу, зближення культур та людей, збільшення потоку туристів, соціальний вплив на місцеву спільноту, екологічні та інфраструктурні виклики, ефекти сезонності. Враховуючи соціальні аспекти туризму, важливо розвивати усталені стратегії управління та сталого розвитку туризму, щоб максимізувати позитивний вплив та мінімізувати негативний вплив на місцеві громади та культурну спадщину [47].

Поняття "турист" в туризмі відноситься до особи, яка подорожує або мандрує з одного місця до іншого з різницею від місця постійного проживання. Турист - це особа, яка обирає подорожувати з різних метою, таких як відпочинок, розваги, культурний обмін, бізнес, навчання, або будь-які інші цілі, і вирушає в подорож зазвичай на певний період часу. Основними

складовими потенційного туриста є: мобільність, тимчасовість, мета подорожі, внесок туриста у туризм, взаємодія з місцевою культурою [2].

Мобільність туриста відноситься до його здатності пересуватися та подорожувати з одного місця до іншого. Мобільність грає важливу роль в туризмі, оскільки туристи вирушають у подорожі для відпочинку, розваг, бізнесу, культурного обміну тощо. Подорож туриста зазвичай є тимчасовою і має певний строк тривалості, після чого турист повертається до місця свого постійного проживання.

Мета подорожі для туриста - це основна ціль або об'єктив, який турист ставить перед собою до відправленням у подорож. Мета подорожі визначає, чому турист вирішив подорожувати та які результати або враження він сподівається отримати від своєї подорожі. Мета подорожі може бути дуже різноманітною і вона залежить від індивідуальних бажань та інтересів кожного туриста [2].

Внесок споживача туристичних послуг у цю сферу включає в себе різні аспекти і може бути значущим для розвитку туристичної індустрії та місцевих громад. Туристи витрачають гроші на проживання, харчування, транспорт, екскурсії, покупки сувенірів та на інші послуги і товари. Це приносить значний дохід місцевим громадам та підприємствам, сприяючи розвитку економіки. Туризм є важливим джерелом робочих місць у сферах готелів, ресторанів, транспорту, екскурсійного бізнесу, роздрібної торгівлі та інших секторах. Туристи можуть стати освіченими щодо місцевих соціальних і екологічних питань та допомагати в їх вирішенні.

Взаємодія з місцевою культурою є важливою складовою туристичного досвіду і може приносити користь як туристам, так і місцевим громадам. Вона сприяє культурному обміну, розширює світогляд та допомагає зберегти та відновити культурну спадщину. Даний фактор охоплює: відвідування музеїв та культурної спадщини, участь у місцевих фестивалях та святах, дегустація місцевої кухні, вивчення іноземної мови, якщо це за межами країни, покупки сувенірів і виробів ручної роботи, співпраця з місцевими гідами і

туроператорами, комунікація з місцевими жителями. Соціальне зближення з місцевою культурою не лише збагачує туристичний досвід, але і сприяє збереженню та розвитку місцевої ідентичності та культурної спадщини. Важливо, щоб така взаємодія була взаємовигідною та поважною, з урахуванням місцевих традицій та цінностей [16].

Поняття “туристичний продукт” уособлює комплекс послуг, товарів, інфраструктури та інших складових елементів, які створюються і пропонуються з метою задоволення потреб та бажань туристів під час їхньої подорожі та перебування в певному туристичному напрямку чи регіоні. Туристичний продукт може бути фізичним та інформаційним елементом, а також емоційним враженням, яке турист отримує під час подорожі. Елементами туристичного продукту є готелі, ресторани, транспортні послуги, екскурсії, атракціони, спортивні заходи, культурні події, природні об'єкти, музеї та інші складові, які можуть бути використані туристами під час подорожі. Вони можуть комбінуватися та адаптуватися для задоволення конкретних потреб і бажань різних типів туристів. У кожному туристичному напрямку чи регіоні елементи туристичного продукту можуть бути унікальними і відображати особливості даного місця. Якість послуг і елементів туристичного продукту грає важливу роль у визначенні цінності для туриста, але варто зазначити, що це суб'єктивна оцінка, і вона може різнитися від особи до особи. Туристичні підприємства та організації повинні розуміти потреби і очікування своїх клієнтів і намагатися створити продукт, який максимально відповідає цим потребам і бажанням, щоб забезпечити максимальну цінність для туриста. При створенні якісного туристичного продукту важливим фактором є цінова політика. Вона має бути добре обґрунтованою і відповідати бізнес-стратегії підприємства в туристичній галузі. Важливо поєднати забезпечення прибутку та забезпечення привабливості продукту для туристів, а також враховувати конкретні умови ринку і потреби цільової аудиторії. У міжнародному туризмі ціни можуть відрізнятися для різних ринків, залежно від економічного статусу країни

туриста та інших факторів. Після розробленого ціноутворення туристичного продукту настає час для його просування та реалізації на ринку споживача [36].

Туристичний ринок - це сегмент ринку, на якому пропонуються та реалізуються товари та послуги, пов'язані з туризмом. Він включає в себе всі компанії, організації та індивідуальних подорожуючих, які беруть участь у процесі подорожі. Туристичний ринок є досить складним і розгалуженим, включає в себе різні види туризму та різні сегменти цього ринку [36].

До комплексного наповнення туристичного ринку, слід віднести:

- споживачів - це особи, групи або організації, які шукають та використовують туристичні послуги та продукти для своїх подорожей і відпочинку. Вони можуть бути дуже різними за своїми потребами, бажаннями, бюджетом і стилем подорожі;
- постачальників - організації, компанії та індивідуали, які надають різноманітні послуги та продукти для туристів, відіграють важливу роль у туристичній індустрії, створюючи умови для подорожей та надаючи різні елементи туристичного досвіду;
- продукти та послуги, які охоплюють широкий спектр пропозицій (засоби розміщення, транспорту, харчування, атракцій, послуги з безпеки життя та інші продукти для насолоди відпочинком);
- конкуренцію, адже ринок туристичних послуг часто дуже конкурентний, оскільки багато компаній працюють в цій галузі. Конкуренція може бути як на локальному, так і на міжнародному рівні;
- попит і пропозицію, які зазвичай змінюється в залежності від різних факторів, таких як сезон, економічна ситуація, політичні події та інші. Постачальники намагаються відповісти на попит, пропонуючи різні продукти та приваблюючи різні аудиторії;
- маркетинг і рекламу. Вони відіграють важливу роль у зацікавленості та накопиченні клієнтської бази, популяризації

туристичного продукту чи підприємства. Перед початком будь-якої маркетингової кампанії важливо зрозуміти, хто є вашою цільовою аудиторією.

Туристичний ринок є динамічним і постійно змінюється. Розвиток технологій, зміни в попиті та нові туристичні напрями роблять його цікавим та різноманітним. Він включає в себе різні форми туризму, такі як масовий туризм, екологічний туризм, культурний туризм, спортивний туризм та багато інших, і відіграє важливу роль у світовій економіці.

Поняття “сезонність ринку” являє собою явище, коли попит на товари або послуги змінюється в залежності від певного сезону або періоду часу. Це означає, що обсяги продажів або попиту на певний продукт чи послугу можуть значно коливатися протягом року. Залежно від кліматичних умов певного туристичного регіону деякі продукти або послуги можуть бути більш популярними в певні пори року через погоду. Наприклад, літні курорти можуть бути популярні влітку, а гірські курорти - взимку. Сезонність туристичних послуг може бути пов'язана зі святами, фестивалями та іншими подіями, які приваблюють більше туристів у певні періоди. Для бізнесу сезонність (непостійність) означає, що їм потрібно ефективно керувати сезонністю та розробляти стратегії для роботи в “пікову пору”. Туристичні ринки часто переживають пікові періоди під час шкільних канікул і відпусток, коли сім'ї та студенти мають більше часу для подорожей. Тоді на ринку, переважає сімейний вид відпочинку, переважно, у літню пору, в країнах Середземномор'я, Тайланду, Мексики та на островах, півостровах.

Поняття "масового туризму" вказує на форму туризму, при якій велика кількість туристів подорожує до одного місця в один і той же час. Це відзначається значним потоком подорожуючих, які відвідують конкретний регіон, місто, курорт або іншу туристичну призначену місцевість протягом певного періоду, часто в масових кількостях. Масовий туризм характеризується великою кількістю туристів, які одночасно подорожують до конкретного місця [18, 36].

В багатьох випадках він має сезонну природу, коли туристи збираються в одному місці в певний час року. Наприклад, гірські курорти можуть бути найбільш популярними під час зимового сезону для лижників, тому часто туристи зосереджені навколо конкретних туристичних атракцій, пам'яток, пляжів або інших цікавих місць у туристичний сезон. Також, слід відзначити, що масовий туризм може мати неоднорідний вплив на регіони. Він може приносити економічну вигоду, але також викликати проблеми зі збереженням навколишнього середовища і місцевої культури. Від'ємною рисою масового туризму є еко-туризм, який визначає акцент на меншій кількості туристів та більшому розподілі їхніх відвідувань, щоб зменшити тиск на природні ресурси.

“Екологічно стійкий туризм” відомий як "екотуризм" і "сталий туризм," - це підхід до туризму, який ставить перед собою завдання зберегти природу та культуру даної місцевості, забезпечити підтримку місцевих громад і мінімізувати негативний вплив подорожуючих на навколишнє середовище та місцеву культуру. Основними складовими екологічно стійкого туризму є: збереження природних ресурсів та біорізноманітності, захист природних об'єктів, національних парків, резерватів та інших екосистем; екологічна свідомість туриста, тобто екотуристи прагнуть бути екологічно свідомими і дотримуватися правил та рекомендацій для мінімізації свого впливу на навколишнє середовище; екологічна просвіта - усвідомлення туристами екологічних проблем та можливостей збереження; раціонально розроблений маршрут - визначення та прокладання туристичних маршрутів, які мінімізують вплив на природу та культурні пам'ятки [14, с.112-115].

Екологічно стійкий туризм спрямований на те, щоб туризм приносив користь для природи та місцевих спільнот, а не завдає шкоди. Він стає все більш популярним у світі, оскільки багато людей розуміють важливість збереження нашого планетарного середовища.

Теорія мотивації туристів вивчає фактори, які стимулюють та визначають рішення туристів про подорожі та їхні вибори щодо конкретних

місць та видів відпочинку. Ця теорія допомагає розуміти, чому люди подорожують, які потреби та мотиви стоять за їхніми подорожами, і як ці мотиви впливають на їхні вибори туристичних напрямків та активностей. Дана теорія базується на інших теоріях, а саме: Ієрархія Маслоу, Теорія Пушка і Райса про мотивацію подорожей, Теорія Данієлла про туристичні мотивації, Теорія І. Туллока про туристичні потреби та мотивацію, Теорія Власенка про внутрішні та зовнішні мотиви туризму [48].

За теорією Абрахама Маслоу, потреби людей існують у формі ієрархії, починаючи від фізіологічних потреб (як їжа, одяг, житло) і закінчуючи потребами в самореалізації і духовному розвитку. Мотиви подорожей можуть відповідати цій ієрархії, де люди подорожують для задоволення різних потреб, включаючи фізіологічні, соціальні, індивідуальні і культурні [48].

Теорія Данієлла про туристичні мотивації виокремлює п'ять категорій туристичних мотивів: рекреація, розваги, культурна здібність, пригоди та розвиток особистості. Кожна категорія відображає певні потреби та мотиви туристів [48].

Теорія І. Туллока про туристичні потреби та мотивацію включає в себе: основні потреби туристів, такі як фізичний відпочинок, соціальні відносини, екскурсії та пригоди [48].

Теорія Власенка про внутрішні та зовнішні мотиви туризму визначає дві категорії мотивів туризму: внутрішні (особисті та індивідуальні) та зовнішні (суспільні та соціальні). Внутрішні мотиви зазвичай є більш важливими для розуміння рішень туристів [48].

Ці теорії допомагають розкрити різноманітні мотиви, які визначають туристичну активність і можуть бути корисними для розробки маркетингових стратегій, які відповідають потребам та очікуванням різних категорій туристів [48].

Поняття “теорія туристичного життєвого циклу” полягає у концепції, яка описує різні етапи, через які проходять індивідууми або групи в процесі вирішення подорожей протягом свого життя. Ця теорія була розроблена

Мельвіном Т. Тоффлером у 1950-х роках і була розширена і вдосконалена іншими вченими з плином часу [48].

Теорія туристичного життєвого циклу включає наступні етапи:

Перший етап - фаза розгляду. На цьому етапі індивід або група починає вивчати можливості подорожі. Це може бути відгук на рекламу, рекомендації від друзів, або інші стимули для подорожі.

Другий етап - фаза розшуку і вибору. Після розгляду можливостей подорожі, індивід або група починає активно шукати і вибирати конкретний туристичний напрямок та програму. Цей етап включає в себе дослідження інформації про місця призначення, транспорт, готелі, активності і т. д. [48].

Третій - фаза підготовки. Після вибору місця призначення, туристи готуються до подорожі. Це включає в себе бронювання квитків, готелів, оформлення візи (якщо потрібно), пакування багажу та інші підготовчі кроки [48].

Четвертий етап - фаза подорожі. Це сама поїздка або подорож, коли туристи фактично перебувають в місці призначення і беруть участь в туристичних активностях [48].

П'ятий - фаза відгуку і аналізу. Після завершення подорожі туристи діляться своїм досвідом, роблять відгуки та аналізують свої враження. Це може вплинути на їхні майбутні вибори та рішення щодо подорожей [48].

Останній завершальний етап - фаза повторення або відмови. На останньому етапі індивід або група вирішують, чи повторювати свою подорож у те саме місце, чи вибирати новий напрямок, або відмовитися від подорожей на деякий час [48].

Ця теорія допомагає розуміти, які фактори впливають на туристичні вибори людей на різних етапах їхнього життя та як ці вибори можуть змінюватися з часом. Теорія туристичного життєвого циклу може бути корисною для розробки маркетингових стратегій туристичних компаній і розуміння тенденцій у споживанні туристичних послуг.

Останнім теоретичним поняттям туризму є “географія туризму”, яке уособлює галузь науки, що досліджує просторовий розподіл туристичних об'єктів, місць призначення, розвиток туристичних регіонів і вплив подорожей на географію. Ця дисципліна допомагає розуміти, як різні географічні чинники впливають на розвиток туризму та як туризм впливає на географію окремих регіонів і країн. Основні поняття та аспекти географії туризму включають такі: туристичні об'єкти, місце призначення, туристичні регіони, географія клімату та природних ресурсів, географію транспорту, географію культури та суспільства [35].

Туристичні об'єкти для географії туризму є ключовою складовою, адже це місця та атракції, які приваблюють туристів і стають цільовими об'єктами їхніх подорожей. Ці об'єкти можуть бути природними, культурними, історичними або розважальними. Географія туризму допомагає розуміти, як ці об'єкти розподілені по всьому світу і як вони впливають на розвиток туризму в конкретних регіонах. Варто виділити географію місць призначення, яка включає вивчення їхніх географічного розташування, клімату, культурного середовища і інших факторів. Вона охоплює різні аспекти, такі як географічне розташування, клімат, культурні та історичні особливості, економічний потенціал і соціокультурний вплив туризму, допомагає визначити, які місця є привабливими для туристів, і як розвивати туризм в конкретних регіонах для забезпечення сталого розвитку та задоволення потреб туристів [40, с.25-27].

Для географії туризму, туристичні регіони є плацдармом. Адже туристичні регіони - це географічні області, які розвиваються спеціально для туристів і мають концентрацію туристичних об'єктів і послуг. Географія туризму допомагає розуміти розвиток цих регіонів і їхній вплив на глобальний туризм [35].

Знання про кліматичні умови регіону є ключовим фактором для планування подорожей. Туристи можуть обирати регіони в залежності від їхніх погодних умов та сезону. Географія клімату та природних ресурсів в контексті географії туризму відіграє важливу роль, оскільки вона допомагає

розуміти, які природні умови і ресурси можуть бути привабливими для подорожей та розваг. Дослідження цих аспектів допомагає розробляти туристичні програми та привертати подорожуючих до конкретних регіонів. Розташування природних атракцій, таких як національні парки, гірські озера, водоспади, пляжі і коралові рифи, відіграють важливу роль у виборі місця для відпочинку. Географія клімату та природних ресурсів допомагає туристичним організаціям, готелям, туроператорам і іншим учасникам галузі розуміти, як можна привертати увагу туристів до конкретних місць, які ресурси розвивати і як зберігати природні цінності для майбутніх поколінь [40, с.62-65].

Туристи часто приїжджають в регіони, щоб насолоджуватись цією природною красою. Географія природних ресурсів визначає доступність різноманітних екскурсійних маршрутів і туристичних послуг. Дослідження транспортних мереж і інфраструктури, які забезпечують переміщення туристів до та в місця призначення відіграє неабияку важливу роль для географії туризму, оскільки воно включає в себе аналіз авіаційних, морських, залізничних і автомобільних маршрутів [21].

Географія культури та суспільства вивчає вплив культурного спадку, історії, суспільного життя та географічного розташування на розвиток туризму. Вивчення історичних об'єктів і пам'ятників, таких як старовинні замки, храми, археологічні розкопки, допомагає туристичним гідам і агентствам створювати туристичні маршрути для історичних екскурсій, а дослідження етнічних груп та їхньої культури може привертати туристів, які цікавляться знайомством з різноманітністю світу [35].

Отже, географія туризму базується на географічних закономірностях та взаємодії між людьми та навколишнім середовищем в контексті туристичних подорожей. Вона важлива для туристичних програм і сталого розвитку управління туризмом [35].

1.2. Сегменти туристичного ринку Івано-Франківської області можна поділити на декілька категорій в залежності від цільової аудиторії та виду

подорожі. Слід виділити основні сегменти (види) туристичної галузі в області, такі як:

- гірськолижний туризм
- культурний туризм;
- екологічний туризм;
- агротуризм;
- екстремальний туризм;
- гастрономічний туризм.

Гірськолижний туризм є одним із найпопулярніших сегментів туристичного ринку Івано-Франківської області. Для даного виду туризму, об'єктами споживацької зацікавленості є гірськолижні курорти. Серед відомих гірськолижних курортів області виділяють: Буковель - найбільший гірськолижний курорт в Україні і на території Івано-Франківської області. Він розташований в центральній частині гір, близько до міста Яремче. Буковель пропонує велику кількість лижних трас усіх рівнів складності, сучасні підйомники та готелі для різної категорії туристів; Яремче - це ще один популярний гірськолижний курорт, з наявністю категоризованих гірськолижних трас, що дозволяє як початківцям, так і досвідченим лижникам кататись; Ворохта - маленьке гірське село, яке славиться своїми гірськолижними можливостями та невеликими затишними бюджетними готелями; Драгобрат - це ще один важливий гірськолижний курорт в Карпатах. Він приваблює гірськолижників з України та з-за кордону; Курорт "Захар Беркут" розташований неподалік від Яремче, з розвиненою інфраструктурою для зимового відпочинку [1].

Гірськолижний сегмент на туристичному ринку Івано-Франківської області є важливим для органів місцевого самоврядування та господарських суб'єктів. Гірська природа, розташування численних гірськолижних курортів та потенціал для приваблення туристів роблять Івано-Франківську область ідеальним місцем для гірськолижного туризму. Для досягнення раціональної діяльності даного виду туризму варто: залучати інвестиції і покращувати

гірськолижну інфраструктуру (підйомники, оренда лижного спорядження, готелі та ресторани), модернізувати усі туристичні об'єкти, які вдосконалять гірськолижний відпочинок; розробити інформаційні платформи та веб-сайти для туристів, де можна знайти інформацію про курорти, погоду, розклади підйомників; забезпечити безпечні умови, які будуть на гірських курортах, включаючи дотримання правил на лижних трасах та підготовки рятувальних служб [38].

Процвітання гірськолижного туризму в Івано-Франківській області може призвести до створення нових робочих місць, підвищення рівня життя місцевого населення та збільшення туристичних доходів для регіону.

Щодо другого сегменту туристичного ринку Івано-Франківської області, культурний туризм є доволі розвиненим та перспективно здатним. Адже, в області є старовинні міста, які збагачені історико-культурними об'єктами. Наприклад, місто Івано-Франківськ має обласний художній музей, музей-меморіал Соломії Крушельницької, відомої оперної співачки, які за рік відвідують приблизно 750 туристів. Коломия - місто з багатою історією і культурою. Там можна відвідати Писанковий музей, де представлені унікальні українські писанки, а також церкву Святого Варфоломія та Коломийський районний музей. Це дає туристам можливість духовно збагатитись та стати ще більше культурно обізнаними. Також, відвідувачі беруть участь в етнографічних екскурсіях, де вони можуть дізнатися більше про традиції, народну музику, народні ремесла та кухню регіону. На Івано-Франківщині проживають різні етнічні групи, що створює багатий мікс культурних традицій. Це робить область цікавою для дослідження культурних особливостей різних груп населення [16, с.74-78].

Третім основним сегментом являється екологічний туризм. Багатство природних ресурсів і численні резервацькі об'єкти на території Івано-Франківської області сприяють активному розвитку екологічного напрямку у туристичній сфері. Сприятливим фактором для екологічного туризму на Івано-Франківщині є географічне розташування області. Гори пропонують

величезний вибір піших маршрутів, що і є пріоритетом для активно зацікавлених споживачів на туристичному ринку. Ключовою особливістю області є біосферний резерват Карпати, який входить до світової спадщини ЮНЕСКО та являється домівкою для багатьох видів флори та фауни. Для цього розроблені тематичні екскурсії - екологічні. Ініціаторами цього виду туризму, зазвичай, є місцеве населення або відвідувачі інших областей чи з за кордону, які зацікавлені у пропаганді екологічного життя. Важливо розуміти, що екологічний туризм не для всіх людей підходить, оскільки він для тих, кого цікавить відвідування природних резерватів та національних парків, у той же поєднання насолодження незіпсованою природою та вивчення місцевої флори та фауни. Такі туристи ретельно обирають місце для проживання з впровадженими екологічними стандартами у закладах [14, с.115-120].

Для ефективного просування екологічного сегменту на Івано-Франківщині варто дотримуватися відповідальних практик, таких як: видалення відходів, обмеження використання одноразових пластикових виробів, заощадження води та електроенергії. Екологічний туризм в області допомагає сприяти збереженню природи, залучає до екологічної освіти та надає можливість насолоджуватися природними красами, одночасно допомагаючи зберегти їх для майбутніх поколінь.

Четвертим сегментом на туристичному ринку Івано-Франківської області виступає агротуризм. Він набуває ще більшої популярності у сучасному світі, оскільки масово споживачі туристичної сфери проявляють бажання абстрагуватися від урбаністичного життя хоча б на декілька днів. Агротуризм, також його називають "сільський туризм", надає можливість туристам долучитися до сільськогосподарських процесів, насолоджуватися місцевою культурою та традиціями, а також проводити час у сільській місцевості. Агротуристи Івано-Франківщини можуть брати участь в екскурсіях на ферми, де вони можуть дізнатися про процеси вирощування їжі, виготовлення молочних продуктів та інші аспекти сільського господарства.

Також тут є можливості для активного відпочинку, такі як піший туризм, велосипедні прогулянки, конниця та рафтинг на гірських річках. В рамках агротуризму проводяться різноманітні сільські ярмарки та фестивалі, де можна придбати муніципальні продукти та ремесла. Багато агротуристичних господарств акцентують увагу на екологічній стійкості та природоохоронних практиках, таких як використання органічних методів вирощування продукції. Слід відмітити, що агротуристичний сегмент має схожість із попереднім - екологічним. Споживачі агротуристичного ринку можуть проходити різні майстер-класи чи навчання-хендмейд: мікрОВишивка, виготовлення сироватки або молочних продуктів, робота з вовною [24, с.175-194].

Отже, сегментарна роль агротуризму на території Івано-Франківщини є важливою, адже пропагується:

- фінансова складова - частина прибутку від туризму може бути спрямована на розвиток інфраструктури, освіти та соціальні проекти в селах та містах;
- підвищення зайнятості місцевого населення;
- демонстрація місцевих традицій, ремесла, музику та гастрономію, що сприяє збереженню і популяризації культурної спадщини області;
- розвиток сільськогосподарських господарств та малих підприємств, сприяючи диверсифікації доходів та розвитку нових бізнесів.

Місце п'ятого сегменту на туристичному ринку Івано-Франківської області займає екстремальний туризм. Цей вид стає все популярнішим, оскільки Івано-Франківська область має великий туристичний потік для пригодницького відпочинку. Збільшення попиту в екстремальній сфері відбувається за рахунок: людського бажання абстрагуватись від рутини, ведення активного способу життя та сприятливої місцевої політики. На території Івано-Франківщини виділяють такі різновиди активностей екстремального туризму: водний туризм; екскурсії на джипах та квадроциклах; парашутний спорт; зіплайн; велоспорт. Водний екстремальний туризм в Івано-Франківській області пропонує низку захоплюючих

можливостей для туристів, які бажають відчути адреналін та насолодитися пригодницькими видами водного відпочинку. Сезон для цього різновиду в основному припадає на теплі місяці весни і літа, коли річки мають достатньо води і температура приємна для плавання. На туристичному ринку області є багато суб'єктів даної сфери, які пропонують послуги з водного екстремального туризму. Основними активностями у цій категорії є рафтинг, каякінг, і водний сплав. Івано-Франківська область має багато річок, які ідеально підходять для рафтингу, включаючи річки Прут і Черемош. Рафтинг дозволяє туристам спускатися вниз по шумливим водним шляхах, знаючи, що там чекають перепони та водні шторми. Різні рівні складності доступні для початківців і досвідчених рапідсманів. Каякінг - це інша популярна водна активність в області. Ви можете орендувати каяки або принести власний, і відправитися на річку для пригодницького сплаву. Існують каякінгові маршрути різних рівнів складності, від м'яких прогулянок до складних трас. Ще один підтип водного екстремального туризму - сплав, що являє собою тривалі водні подорожі на великих надувних плавках. Вони можуть тривати від кількох днів до тижнів і дозволяють туристам досліджувати віддалені річкові місця та природні ландшафти [31].

Щодо екскурсій на джипах і квадроциклах - це популярна форма активного відпочинку на гірській території Івано-Франківщини. Екскурсії Вони доступні протягом всього року, ашле варто скористатись даним підтипом екстремального туризму у весняно-літній сезон, коли погодні умови найбільш сприятливі. Турагенства області пропонують ці екскурсії під керівництвом професійних гідів. Це хороша можливість відвідати віддалені місця, які є недосяжними іншим видам транспорту. Екскурсії на джипах і квадроциклах в Івано-Франківській області дозволяють досліджувати гірську природу та культурні пам'ятки, відкривати нові маршрути для подорожей.

Парашутний спорт є популярним видом екстремального сегменту в Івано-Франківській області, оскільки вона має чудовий ландшафт для стрибків з парашутом та доступ до професійних парашутних центрів. Ним можна

займатися в залежності від погодних умов, найбільш популярний літній сезон, коли погода дозволяє вільно підніматися в повітря. Професійні парашутні центри Івано-Франківщини надають послуги інструктажу та оренди обладнання для туристів. Такі центри забезпечують високий ступінь безпеки і професійний підхід до навчання [29].

Зіплайн (зліт на тросі) - це захоплюючий вид активного відпочинку, який доволі відомий на туристичному ринку Івано-Франківської області та пропонує незабутні враження для активних туристів. Зазвичай зіплайн доступний в теплі місяці року, весною та літом. Погодні умови мають значний вплив на можливість зіплайну, тому важливо перевіряти наявність маршрутів та дати перед відвідуванням. Одна з популярних локацій - місто Яремче, де навколо гори, лісові покриви та прокладені спеціальні маршрути [29].

Гірська місцевість Івано-Франківського туристичного регіону надає ідеальні умови для велоспорту. Веломаршрути різного рівня складності приваблюють як початківців, так і досвідчених велосипедистів. Для любителів шосейного велоспорту також доступні дороги з відмінним асфальтом. Є декілька типів велосипедних маршрутів, які включають місцину навколо озер, маршрути вздовж річок. Такі маршрути часто проходять через живописні села та міста, де ви можете відвідувати культурні пам'ятки та смакувати страви місцевої кухні. Велоспорт в Івано-Франківській області пропонує різноманітні можливості для туристів будь-якого рівня навичок та інтересів [38].

Останнім сегментом туристичного ринку є гастрономічний туризм. В Івано-Франківській області, він відіграє важливу роль у розвитку туристичної індустрії та для економіки в цілому. Гастрономічний сегмент сприяє попиту на місцеві сировини та продукти. Відпочинок з цією метою дозволяє відкрити для себе особливості регіональної кухні, пізнати місцеву культуру та традиції через смаки та аромати місцевих страв. На Івано-Франківщині можна скуштувати такі страви, як "банош" (карпатська кукурудзяна каша з грибами та беконом), "гомілка" (смажені галушки), "борщ з капустою і сухарями" та

інші традиційні страви, які притаманні гірській місцевості. Карпати відомі своїми смачними сирами, зокрема бринзою, бринзовими ковбасками і солоними сирками. Молочні продукти, такі як йогурти та кефір, теж варто спробувати під час візиту до області. Доволі частим явищем є організація ярмарок та дегустаційних фестивалів. Такі події надають можливість відкрити для себе нові смаки та традиції. Також Івано-Франківська область славиться своєю виноробною традицією, нестарде туристи можуть спробувати місцеві сорти вина, а саме у Горішних Плавнях та Яремче. Гастрономічний туризм профілює область, що створює унікальний імідж та допомагає позиціонувати її як цікавий туристичний регіон з багатою кулінарною спадщиною [11].

1.3. Івано-Франківська область розташована в Західній Україні, на території Передкарпаття та Українських Карпат. У південній частині межує з Румунією. Область за площею складає 2,3% від території України.

Комфортні кліматичні умови на теренах Івано-Франківської області слугують передумовою для розвитку туристичної сфери. Слід зазначити, що специфіка кліматичних умов на різних територіях області, а також 24 особливості окремих районів зумовлюють зміни різного характеру у наданні якісних рекреаційних послуг. Майже вся територія регіону має комфортні сприятливі умови для здійснення рекреації весь рік, але варто зауважити, що найкращі умови для зимового відпочинку є у Південно-Західній та Південно-Східній частинах, а для літнього – у Північно-Східній та Центральній.

Водними ресурсами Івано-Франківського регіону являються поверхневі та підземні води, а також мінеральні води джерел. Цікавий факт, в області протікає близько 9 тисяч річок, струмків, там своє гирло бере 2 великих річки: Дністер і Прут. Найбільшими озерами області є: Несамовите та Марічейка. Також, важливим фактором для рекреаційно-оздоровчого туризму є наявність джерел мінеральних вод, таких як: йодобромні, сульфатні, кальцієво-натрієві, хлоридно-натрієві. Велика кількість лікувальних ознак мінеральних вод є у

Рогатинському (тепер Івано-Франківському) районі. В рік вони оздоровлюють приблизно 70 тис. споживачів рекреаційно-оздоровчого туризму [1].

Лісовий покрив Івано-Франківського туристичного регіону займає 38,7%, що вважається хорошим плацдармом для розвитку рекреаційного, спортивного, екстремального туризму. Але для рослинності така туристична масовість має негативний вплив, оскільки на 7% кількість дикої фауни зменшується щосезонно. Попри це, налічується близько 1600 видів різноманітних рослин. Слід зазначити, що 12% території даного туристичного регіону знаходиться під охороною, 420 територій та об'єктів природно-заповідного фонду є об'єктами рекреації та туризму [1].

Івано-Франківські ландшафти, рельєф, клімат, фауна та флора є потужною базою для розвитку туристичного сектору. Область налічує 5 рекреаційно-туристичних районів, які мають усі необхідні умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Самі землі регіону сприяють успішному активному розвитку екологічного, сільського (зеленого), а також екстремального видів туризму, а гірський покрив є хорошою перспективою для спелеотуризму, альпінізму та скелелазіння [22, с.31-32].

Численні культурно-історичні цінності Івано-Франківщини дають поштовх на розвиток культурно-пізнавального туризму. Адже, область має: 4 тисячі культурно-історичних пам'яток (замки, церковні споруди), 5 міст стародавнього періоду: Галич, Коломия, Тисмениця, Снятин, Тлумач; історико-біографічними пам'ятки, пов'язаними із народженням видатних осіб, які проводили активну діяльність у культурі, історії області та країни, зокрема. Також, щосезонно проводяться місцеві дефіляди, зокрема етнографічного характеру [16, с.76-85]

Івано-Франківська область за своїм географічним значенням ділиться на: Північний, Північно-Східний, Центральний, Західний райони. Варто обширно описати дані структурні ландшафтні одиниці.

Найрізноманітніші туристичні ресурси у великій кількості знаходяться у Північному туристичному районі. До цього району входять Галицький,

Івано-Франківський (до 2022 р. - Рогатинський) та Калуський район. На території Галицького району функціонує Галицький національний природний парк, у якому можна побачити унікальні види рослинного та тваринного світів. Стосовно об'єктів природно-заповідного фонду, слід згадати про Чортову гору у Івано-Франківському районі. Також, у Північній частині області є перспектива для діяльності лікувально-оздоровчого (рекреаційного) та сільського видів туризму. У Івано-Франківському районі є лікувальні торф'яні грязі, родовища йодових та бромних вод (найбільше Підмихайлівське родовище на території сіл Пуків, Черче) та джерела мінеральних вод, які у своєму складі мають сірку (у функціонував Бальнеологічний санаторій "Черче" у с. Черче до 2021 р.)

Друге місце за своїми туристичними перспективами займає Північно-Східна частина області, туди входять: Городенківський, Тлумацький, Тисменицький райони. Вона є рекреаційно-атрактивною, оскільки там протікає річка Дністер. Фундаментом у наданні рекреаційних послуг є сірководневі та борні джерела, що є на території Городенківського району. Велика кількість археологічних та архітектурних пам'яток місцевого та всеукраїнського значення знаходиться у вищезгаданих районах. Північно-Східна частина області має всі необхідні умови для розвитку, таких видів туризму: водного, культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, сільського [49].

Південно-Східна частина області займає повністю Косівський, Снятинський і Коломийський райони. На території Косівського району знаходиться національний природний парк „Гуцульщина”, що займає весь Косівський район, а також Княздвірський ландшафтний заказник і декілька паркових пам'яток, що розташовані на у Коломийському районі. Лікувально-оздоровчий потенціал Косівського району представлений у відпочинкових комплексах, де можна скористатись водними процедурами йодо- та бромних органічних речовин [49].

Щодо культурно-історичної перспективи районів, слід зазначити, що ресурси Північно-Східної частини області мають багато археологічних та архітектурно-мистецьких пам'яток як і локального так, і національного значення.

Туризм Південної частини області активно проявляється у таких видах як: культурно-пізнавальний, лікувально-оздоровчий, екологічний і гірськолижний. Останній вид туризму досягнув стрімкої популярності завдяки своєму розташуванню у Верховинському районі, адже це є територія Покутсько-Буковинських Карпат. Гори Горгани є одними з найбільших гірських масивів не тільки в області а й в Україні, вони відомі своїми водоспадами, гірськими озерами і різноманітними маршрутами для піших та верхових прогулянок.

Розвиток гірськолижного туризму є пріоритетним завданням, створюючи туристичний продукт, він є капіталомістким та трудомістким видом туризму. Кліматичні умови відносяться до холодних зон. На території цієї частини області розташувався Карпатський національний природний парк. Він охоплює велику частину Івано-Франківської області і є домом для різноманітних видів флори і фауни. Тут можна займатися пішими та велосипедними прогулянками, а також екскурсіями до гірських вершин [4, с. 124].

Долинський та Рожнятівський райони займають Західну частину області. Там є велика кількість природно-заповідних фондів: а саме заказники: Яйківський та Турова Дача; пам'ятки природи: Урочище Осій, Скелі Довбуша. Важливим туристичним об'єктом є Чорногірський хребет, особливо для споживачів гірського, пішого чи екстремального видів туризму. Він славиться такими вершинами: Говерла (2061), Петрос (2020), Ребра (2001), Гутин-Томнатик (2016), Бребенескул (2032) та Піп-Іван Чорногірський (2022). Є розроблена низка цікавих піших маршрутів з різним рівнем складності [9].

Перспективним напрямком туризму у Центральній частині Івано-Франківської області є гірськолижний. В області розташовані кілька гірських

курортів та лижних трас, де відвідувачі можуть спробувати різні зимові види спорту. Серед найпопулярніших гірських курортів для гірськолижного відпочинку варто відзначити:

- Буковель пропонує різні лижні траси для різних рівнів навичок, а також сучасні готелі, ресторани та розважальні заклади;
- Ворохта розташований недалеко від гірського села Ворохта і відомий своєю природною красою та можливостями для гірськолижного та сноубордичного відпочинку;
- Драгобрат пропонує різні лижні траси та чудові умови для зимового відпочинку;
- Яремче: Не тільки село Яремче, але і навколишні регіони також мають деякі гірськолижні траси, які можуть бути привабливими для відвідувачів;
- Поляниця пропонує з таких найбільш попитових видів: лижний спорт та сноубординг.

Отже, туризм відіграє важливу роль в регіональному розвитку і може мати значний вплив на економіку, культуру, інфраструктуру та соціальний стан регіонів. Він створює робочі місця і збільшує обсяги економічної діяльності в регіонах. Це включає в себе роботу готелів, ресторанів, туристичних агентств, транспортних підприємств і інших галузей. Крім того, туристи витрачають гроші на подарунки, розваги та інші послуги, що сприяє збільшенню доходів місцевих підприємців і підприємств. Також, розвиток туристичної інфраструктури може залучати інвестиції в регіон. Інвестори можуть вкладати кошти у будівництво готелів, ресторанів, атракцій та іншу туристичну інфраструктуру з метою залучення подорожуючих. Популярні туристичні місця можуть підвищити престиж і відомість регіону, забезпечуючи йому більше уваги як для туристів, так і для медіа. Це може сприяти залученню більше інвестицій і розвитку інших сфер, таких як культура і мистецтво. Наслідком залучення інвестицій є створення нових підприємств і розвиток місцевого бізнесу, а саме сфери гостинності, ресторанного бізнесу, ремесл. Слід зауважити, що для регіонального розвитку

туризму транспортне розгалуження грає важливу роль. Воно полягає у: збільшенні кількості і регулярності авіа-, залізничних, автобусних та водних маршрутів, що може зробити транспорт більш доступним для туристів; покращенні комфорту та сервісу в транспортних засобах, яке може зробити подорож для туристів більш приємною; враховуючи потенціал для екологічно більш сталих варіантів, таких як велосипеди, електричні скутери, електричні автобуси та маршрути з використанням альтернативних джерел енергії, можна зменшити кількість викидів у навколишнє середовище; розширенні маршрутів та забезпеченні доступності для людей з обмеженими можливостями може розширити аудиторію туристів; розробці інтегрованих транспортних вузлів та маршрутів зі зручними пунктами пересадок може спростити подорожі для туристів; створенні туристичних маршрутів, які пропонують цікаві види і визначні пункти, може зробити подорожі більш привабливими; використанні сучасних технологій для надання інформації про розклади, бронювання та інші аспекти подорожі може полегшити життя туристам; співпраці з туроператорами та агентствами може сприяти популяризації туристичних маршрутів та залученню більшої кількості відвідувачів; встановленні стимулів для власників транспортних компаній та пасажирів використовувати більш екологічно чисті види транспорту; забезпеченні безпеки пасажирів важливе для привабливості будь-якого транспортного сервісу. Покращення транспортного розгалуження для туризму вимагає комплексного підходу та співпраці різних гілок влади, транспортних компаній та громадськості. Місцева влада повинна займатись удосконаленням транспортної інфраструктури аби привабити ще більше туристів. Туризм сприяє культурному обміну, коли туристи мають можливість взаємодіяти з місцевими жителями, дізнаватися про їхню культуру і традиції, що сприяє розумінню і толерантності [34].

Таким чином, туризм може бути важливим фактором для регіонального розвитку, створюючи нові можливості для забезпечення якості життя місцевих

жителів. Важливо, щоб розвиток туризму був сталим і враховував питання екології та соціальної відповідальності.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ТУРИЗМУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Івано-Франківська область розташована на Заході України, сусідніми областями є: Чернівецька, Тернопільська, Львівська та Закарпатська. Рельєфний покрив області дуже різноманітний через її розташування у Карпатах. Гори простягаються через цю область і є частиною Карпатських світових гірських ланцюгів. Щодо кліматичних умов Івано-Франківської області, вони є помірним континентальним з переважними опадами, особливо в гірських регіонах. Зазвичай зимовий сезон є морозяним і сніжним, а літній - теплим. Річки області здебільшого протікають у гірських площинах, які сприяють заняттями водним спортом. Варто зазначити, що близько 25 річок області є місцями проведення сплавів, занять із рафтингу, десь у середині весни можна спробувати себе у цих спортивних напрямках. Найбільшою популярністю користуються гірські річки: Тиса, Черемош, Прут. Навколо вони оточені значним лісовим покривом. Лісова частина області є важливим ресурсом, який допомагає зберігати природну різноманітність регіону та забезпечувати господарську діяльність, що ґрунтується на лісовому господарстві [1].

Здійснення аналізу сучасного стану туризму в Івано-Франківській області передбачає дослідження взаємозалежних факторів. Вони представлені у Додатку А [46].

Щоб провести аналіз туристичних об'єктів області, слід розглянути одні з найбільш популярних об'єктів. Івано-Франківська область славиться своїми середньовічними замками, такими як: Галицький замок, Замок Яблонівських, Пнівський замок, Замок Скарбка. Історична цінність вищезгаданих замків характеризується глибокою історією, яка датується середніми століттями. Вони демонструють різноманіття архітектурних стилів і технік, що використовувалися в будівництві, і впливали на розвиток архітектури в регіоні. Архітектурним стилем замків переважно є готичний. За потреби відбувається модифікація та реконструкція для їх збереження у належному

стані. Замки часто стають місцями для культурних подій, виставок, концертів і фестивалів. Вони сприяють збереженню спадщини і розвитку культурних цінностей, що є важливими для регіонального та національного самосприйняття. Туристичні об'єкти Івано-Франківської області включають природно заповідний фонд (ПЗФ).

Одним із найбільших ПЗФ являється Народний природний парк "Сколівські Бескиди", він розташований у Сколівському районі. Цей парк захищає найвищі вершини Карпат на Івано-Франківщині та включає унікальні природні екосистеми, ліси та гірські річки. Другим по масштабах є природний парк "Буковинські Карпати": Цей парк розташований на заході Івано-Франківської області та межує з Румунією, включає в себе різноманітні природні ландшафти, гори та карпатські рельєфи. Також, слід згадати про національний природний парк "Горгани". Цей парк розташований в Горганах, гірському масиві на південному заході області. Він відомий своєю непересічною природою, включаючи скельні масиви та величезні гірські ліси. ПЗФ Івано-Франківської області допомагає зберігати природну різноманітність: лісовий покрив, гірські річки, озера і унікальну флору, створює можливість для екологічного туризму та сприяє освітньому процесу щодо охорони природи в регіоні [1].

Стан адміністративної частини Івано-Франківської області грає важливу роль у розвитку туризму. Дослідження адміністративних одиниць області дає змогу оцінити транспортну інфраструктуру, засоби розміщення, місцеві заклади харчування, безпекову ситуацію, туристичні атракції. Транспортне сполучення, засоби переміщення мають бути якісними та доступними. Найбільш популярними є: залізничний та автобусний види транспорту, вони повинні визначатись своєю регулярністю. Щодо авіасполучень, аеропорт міста має надати послуги міжнародних та внутрішніх рейсів. Здійснення оцінювання засобів розміщення та харчування дозволить отримати якісні та кількісні показники.

За даними оцінювання сфери обслуговування Івано-Франківської області було розроблено SWOT-аналіз, який допоможе визначити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, з якими стикається дана сфера на туристичному ринку, представлено у Таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

SWOT-аналіз сфери обслуговування в Івано-Франківській області

Сильні сторони	Слабкі сторони
Географічне розташування	Низька промоція області
історико-культурні цінності	Недосконалий стан інфраструктури
молодий персонал	обмеженість міжнародних авіарейсів
Розвинена інфраструктура готелів і ресторанів	
Можливості	Загрози
посилення екосвідомості	політична та економічна нестабільність
залучення інвестування	конкуренція інших туристичний областей
культурний обмін	природні катастрофи
туристичні події	пандемія

SWOT-аналіз сфери обслуговування допоможе зрозуміти, які кроки можуть бути використані для збільшення конкурентоспроможності сфери обслуговування в Івано-Франківській області та підвищення якості туристичних послуг. Завдяки своєму географічному розташуванню, область має величезний потенціал для розвитку туризму завдяки Карпатам, гірським озерам, річкам та лісовим ресурсам, що сприяє чисельній відвідуваності засобів розміщення та харчування. Історико-культурні цінності посилює бажання відпочинку у даній області. Важливою перевагою для сфери

обслуговування є категоризація готелів: економ, стандарт чи люкс класів, що дає змогу відвідувати місцину споживачам різних соціальних статусів. Висококваліфікований персонал забезпечить надання туристичних послуг для комфортного перебування. До недоліків сфери обслуговування слід віднести: низьку промоцію області як туристичного напрямку, особливо на міжнародному рівні; нестабільність інфраструктурних об'єктів: проблематика зі станом автошляхів та громадського транспорту, який впливає на доступність туристів до місця відпочинку; відсутність регулярних міжнародних авіарейсів до області, у зв'язку з повномасштабним вторгненням всі авіасполучення закриті, що зумовлює низький потік туристів з інших країн. Можливості сфери обслуговування - це зовнішні фактори, які мають позитивний вплив на аналізований об'єкт. Для Івано-Франківської області вони передбачають: пропагування екологічного мислення у туристів, що дозволить розвивати природні ресурси для приваблення екологічно свідомих туристів; налагодження партнерських відносин та залучення інвестування можуть задати старт для співпраці з туристичними суб'єктами; культурний обмін допоможе в організації події для приваблення іноземних туристів. Проведення аналізу загроз для сфери обслуговування визначає ситуативні мотиви, які можуть перешкоджати сфері туризму у Івано-Франківській області. Ключовою загрозою вважається політична та економічна нестабільність, яка може вплинути на туристичний потік. Конкуренція національного туристичного ринку перешкоджає привабленню споживачів. Природні катастрофи, такі як повені або лісові пожежі, можуть шкодити інфраструктурі та природним резерватам. Остання загроза - пандемічні заходи, які перешкоджають туристичному сектору області, зокрема обмеження подорожей та зміни в структурі попиту.

Рекламна політика в туризмі Івано-Франківської області відіграє важливу роль у попиті туристичної галузі. Ця політика повинна бути націленою на просування природних та культурних багатств області, створення позитивного іміджу, а також залучення інвестицій у розвиток

туризму. Рекламна промоція включає створення та просування бренду області як унікального туристичного напрямку. Бренд повинен відображати природню красу, культурні цінності та гостинність місцевого населення, чим і володіє Івано-Франківський туристичний регіон. Наявність веб-сайту області та активна участь у соціальних мережах забезпечить популяризацію туристичних об'єктів та подій, які організуються. Діяльність PR-кампаній, з метою залучення уваги ЗМІ та журналістів до туристичних подій і об'єктів буде нести позитивний вплив для області. Для просування Івано-Франківської області як туристичного напрямку стане корисною співпраця з туристичними агентствами та готелями. Рекламу засобів розміщення чи харчування можна направити у онлайн-режим для привертання уваги туристів, зокрема використання таргетованої реклами на інтернет-платформах. Видавництво інформаційних брошур, путівників та каталогів для туристів зможе популяризувати туристичну галузь області серед споживачів старшого покоління. Рекламна політика розширює коло міжнародних контактів і сприяє співпраці з іншими країнами та регіонами. Також, може пропагувати екологічний вид туризму, що несе за собою збереження природи як важливого аспекту туризму [19, с.45-60].

Івано-Франківська область має великий потенціал для розвитку екотуризму завдяки своїй природній красі, багатству біорізноманіття та численним природним резерватам. Екотуризм може стати важливим чинником розвитку туристичної галузі в цьому регіоні. Гори Карпати, які простягаються через область, пропонують чудові можливості для гірського екотуризму. Туристи можуть насолоджуватися пішохідними маршрутами, гірськими озерами, лісами та водоспадами. Також, область має численні природні резервати та національні парки, які захищають унікальну природу та дикі види тварин. Це створює можливості для екскурсій та спостережень за дикою природою, тому розробка екологічних маршрутів та екскурсій для туристів дозволить туристам долучитися до дослідження природних екосистем та біорізноманіття. Пропозиція сільського екотуризму та

можливостей для відвідування сіл і міст сприятиме будівництву екологічно чистих готелів та ресторанів, де туристи зможуть насолоджуватися місцевою культурою та гостинністю. Організація тематичних подій та фестивалів, пов'язаних з екотуризмом та природоохоронними питаннями розбавить дозвілля екосвідомих споживачів. Слід співпрацювати з неприбутковими організаціями та органами охорони природи для збереження біорізноманіття та природних ресурсів. Екотуризм може допомогти зберегти природу області, створити нові робочі місця та залучити додаткові інвестиції. Важливо розвивати екологічний туризм з урахуванням принципів сталого розвитку туризму [14, с.114-118].

Демографія туристів в Івано-Франківській області може бути різною і залежить від конкретних туристичних напрямків та типів подорожей, які привертають людей в цей регіон. Для візуального розуміння демографічного портрету туристів Івано-Франківської області за 2022 рік нижче наведено на Рисунку 2.1.



Рис.

2.1.

Демографічний портрет туристів Івано-Франківської області за 2022 рік

Туристи різного віку та з різною метою відвідують Івано-Франківську область. Серед внутрішніх споживачів туристичних послуг є такі, які можуть відвідувати один і той самий регіон декілька разів, у Івано-Франківській

області таких є 71%. Молодь - особи 18-35 віку, здебільшого, є зацікавлені в активних видах туризму, таких як гірський, піший, екстремальний, їх налічується 52%. Екскурсантів - 50%, тобто ті, які їздили з культурно-пізнавальною метою. Людей, які подорожують парою - 61%. З туристичним наміром, 86% жителів інших областей обрали Івано-Франківщину. Та, загалом, 91% громадян України відвідали Івано-Франківську область у 2022 році [23,28].

Щодо загальних статичних даних, як резидентів так і іноземних громадян з туристичною метою область відвідують близько 2,2 млн. осіб щороку. А це 8% від усього населення України, станом на 2023 рік. Нижче наведено таблицю зібраних показників відвідуваності Івано-Франківської області за 2018-2022 роки, представлено у Таблиці 2.3 [23, 28].

Таблиця 2.3

Показники відвідуваності Івано-Франківської області за 2018-2022 роки

Період, рік	Кількість туристів, млн
2018	2,2
2019	2,0
2020	1,7
2021	2,0
2022	2,7

Можна спостерігати як змінюється кількість туристів щорічно. У 2018 році економічний та політичний стан країни, зокрема області був стабільним, тому проявляється хороший показник - 2,2 млн. відвідувачів. Зменшилась чисельність туристів у 2019-2020 роках за рахунок епідеміологічної кризи. Туристична діяльність подекуди повністю призупинилась. В'їзд чи виїзд в іншу країну був дозволений тільки із COVID-тестом. Досить важкі були часи, звичайно, карантин та заборона масових заходів вплинули на бізнес. З 2021

року по 2022 рік можна помітити, що числа відвідуваності збільшуються, туризм оживає та відновлює свою діяльність, як і раніше. 2,7 млн задоволених споживачів було прийнято на території Івано-Франківської області 2022 року, що вважається хорошим показником серед інших регіонів. Аналізуючи динаміку кількості різних видів туристів, ми спостерігаємо, що за період 2019-2022 років спостерігається тенденція до зростання відвідуваності. Але більшість, понад 85% є виїзні туристи, тобто громадяни України, які відпочивають за кордоном. Це доволі негативно впливає на розвиток національного туристичного ринку та дотичних галузей. [3].

Індустрія туризму в Івано-Франківській області може приймати різні виклики в процесі свого розвитку, мається на увазі, проблематику, яка включає в себе: політичну нестабільність, економічні чинники та екологічні проблеми.

Політичні конфлікти та нестабільність в Україні можуть впливати на безпеку та привабливість Івано-Франківської області для туристів. Актуальною проблемою на часі є - конфлікт на Сході країни, який створює враження про небезпеку в цілому. Щодо туристичного попиту, він збільшився завдяки доволі безпечному розташуванню області. Незважаючи на політичний виклик, важливо залучати інвестиції для розвитку туристичної інфраструктури та покращення послуг, що збільшить туристичний попит. Так, політична нестабільність може бути викликом для туристичної галузі, але з правильним підходом можна подолати ці труднощі і підтримувати розвиток туризму в Івано-Франківській області [10, с.50-53].

Наступним викликом для туристичної сфери Івано-Франківської області вважаються економічні проблеми: інфляція, зростання цін і вартості, які можуть змушувати туристів обмежувати свої витрати на подорожі, наслідком являється зменшення туристичного попиту. Варто зазначити, що збільшення цін на туристичному ринку може стати менш доступним для багатьох споживачів. Туристи можуть бути менш схильні витратити гроші на подорожі в умовах економічних труднощостей. У свою чергу, економічні труднощі призводять до недостатнього фінансування розвитку туристичної

інфраструктури, включаючи готелі, ресторани, музеї та інші туристичні об'єкти. Щодо конкуренції на туристичному ринку, умови економічної нестабільності відзначаються збільшенням конкуренції серед регіонів та країн, які пропонують туристичні послуги. Це може змусити Івано-Франківську область боротись за попит. Для подолання економічних проблем і підтримки туристичної галузі важливо: залучати гранти, субсидії та іншу фінансову підтримку для розвитку туризму в регіоні; шукати нові ринки та сегменти туристів, такі як екологічні туристи або туристи з конкретних країн; проводити маркетингові кампанії для привертання туристів та створення попиту на туристичні послуги; підтримувати і розвивати сталу туристичну інфраструктуру, яка приваблює екологічних туристів та тих, хто цінує якість та зручність; розробляти спільні програми та пакетні пропозиції з туристичними агентствами для залучення туристів. Незважаючи на економічні виклики, розвиток туризму в Івано-Франківській області можливий за умови вірного стратегічного планування та розвинутої маркетингової діяльності [42].

Третій виклик - екологічні проблеми, які впливають на туристичну сферу в Івано-Франківській області, оскільки цей регіон відомий своєю природною красою і біорізноманіттям. Небажаний вплив промисловості та призводить до забруднення природи, включаючи водні джерела, ліси і гірські екосистеми. В останні роки лісові пожежі стали серйозною проблемою для Карпатських лісів, що може призвести до втрати природної краси та зруйнування туристичних маршрутів. Зменшення біорізноманіття і загрози для рідкісних видів флори та фауни може негативно позначитись на привабливості області для екосвідомих туристів. Зміни кліматичних умов, для прикладу, модифікація рівня снігового покриву чи температурних режимів впливає на перспективу зимового сезону. Несанкціонована забудова та надмірний туристичний потік можуть призвести до зруйнування природних резерватів та популярних місць відпочинку. Для подолання екологічних проблем і підтримки туризму потрібно: залучати туристів до усвідомлення важливості збереження природи та навчати їх нести відповідальність за кожен

нанесену дію навколишньому середовищу; здійснювати контроль за потоком туристів; залучати волонтерські організації до прибирання місць рекреації та відновлення деградованих ділянок; заохочувати туристів вибирати сталі туристичні практики, які не завдають шкоди природі; співпрацювати з екологічними організаціями для збереження природи та зміцнення біорізноманіття. Збереження біорізноманіття Івано-Франківської області є важливим завданням туристичного сектору [42, 46].

Для подолання цих проблем і підвищення стабільності туристичної галузі в Івано-Франківській області важливо розробити стратегії розвитку, підтримувати безпеку та якість обслуговування, рекламувати унікальні природні та культурні цінності регіону та сприяти сталому розвитку туризму.

Важливою частиною аналізу туристичної сфери Івано-Франківської області є отримання відгуків споживачів через огляди, опитування на онлайн-платформах. Відгуки туристів можуть надати корисну інформацію для вдосконалення туристичних послуг та приваблення нових відвідувачів.

Аналіз туристичних перспектив Івано-Франківської області включає розгляд різних аспектів, які можуть вплинути на розвиток туризму в цьому регіоні. Станом на 2022 рік, ключовими туристичними перспективами для Івано-Франківської області є: природний потенціал, область розташована в Карпатах і природа приваблює туристів, які цінують активний відпочинок: гірський туризм, лижі, велосипедні поїздки, піші прогулянки та екотуризм; історико-культурні об'єкти; проведені фестивалі, форуми, тренінги, конференції, симпозіуми посприяли високому показнику відвідуваності з метою освітнього, ділового та культурно-пізнавального видів туризму; наявність рекреаційних зон накопичує попит туристів у яких є бажання покращити стан тіла та здоров'я; за рахунок розвиненої сфери обслуговування в області популяризувся гастрономічний вид туризму; запроваджено рекламну кампанію для привертання туристів як з України, так і з-за кордону, зокрема і у часи війни [47].

2.1. Розвиток туристичної галузі в Івано-Франківській області можна розділити на кілька основних фаз та ключових подій, як наочно показано у Додатку Б.

Наприкінці XIX - початок XX століття територія Івано-Франківської області входила в склад Австро-Угорської імперії. В цей період було прокладено залізничне розгалуження, що сприяло покращенню доступності до Івано-Франківської області. Залізничний вокзал Івано-Франківська став важливим вузлом для подорожей. Гори Карпати стали доволі популярним туристичним об'єктом, люди займались гірським туризмом, пішими екскурсіями та екстремальними активностями. В цей період були популярними гірські курорти, де туристи могли отримати рекреаційні послуги. З'явилися перші готелі та гірськолижні санаторії для прийому туристів, що дозволило забезпечити комфортний відпочинок. Зокрема, Карпати стали перспективним напрямком для зимового відпочинку та лижного спорту на Івано-Франківщині. Активно засновувались перші туристичні об'єднання та гірськолижні клуби, які сприяли організації туристичних маршрутів та подорожей. Зазначена діяльність сприяла початку розвитку туризму та створила фундамент для подальших досягнень на туристичному ринку Івано-Франківської області [32, с. 96-100].

У період Другої світової війни і до Незалежності України (1991 р.) розвиток туризму залежав від політичних та економічних умов. Після війни, в Карпатах почали масово відбудовувати гірські курорти, що сприяло збільшенню туристичного попиту в Івано-Франківській області. З'явилися нові лижні траси, підйомники, заклади розміщення. Закарпаття, яке межує з Івано-Франківською областю, також стало популярним напрямком для туристів, зокрема для екологічного та гірськолижного туризму. За рахунок добре налагодженої транспортної інфраструктури Івано-Франківська область забезпечувала доступ до Закарпаття. Також, слід зазначити, що під час воєнного періоду була обмежена свобода подорожувати за кордоном, тому внутрішній туризм став більш значущим для області. Розташування численних

гірських курортів і санаторіїв, таких як Яремче, Трускавець, та Буковель, дозволило області приваблювати туристів, які шукали оздоровлення та відпочинок. Розвиток місцевої історико-культурної спадщини відбувся завдяки реставрації історичних об'єктів, організації культурних подій, що сприяло культурному обміну [32, с. 96-97].

Після Незалежності України в 1991 році розвиток туризму в Івано-Франківській області отримав новий імпульс, а також став більш різноманітним і привабливим для різних категорій туристів. Область зазнала значного розвитку туристичної інфраструктури. З'явилися нові готелі, ресторани, туристичні агентства та туристичні маршрути. Інфраструктура була розроблена з урахуванням потреб місцевих та іноземних туристів. З підвищеною споживацькою свідомістю зростає популярність екотуризму. В регіоні стали популярними екскурсії до природних резерватів, лісів та гірських пейзажів. Розвиток активного відпочинку, такого як піші та велосипедні прогулянки, каякінг, гірськолижний спорт та сплави на байдарках, став важливим напрямком туризму в Івано-Франківській області. Місцеві органи влади та туристичні організації активно просували регіон як туристичний напрямок. Маркетингові кампанії були спрямовані на внутрішніх та іноземних туристів. Започаткувалися тематичні ярмарки та фестивалі, які відсилювали значущість традицій. У той час, набрав розголосу гастрономічний вид туризму, який сприяв взаємодії туристів з місцевими громадами [32].

З початку XXI століття і до 2022 року розвиток туризму в Івано-Франківській області продовжував активно розширюватися і розвиватися, враховуючи глобальні та регіональні туристичні тенденції. Івано-Франківська область продовжувала зміцнювати свою репутацію як головний регіональний центр гірськолижного відпочинку. Розширення гірськолижних курортів сприяло збільшенню кількості відвідувачів. Популярність екологічного туризму призвела до розробки туристичних маршрутів, які дозволили відвідувачам насолоджуватися природною красою регіону. Резервати, парки та ліси стали об'єктами для екскурсій і екологічних відпочинків. У той час,

започаткувався ще один вид туризму - агротуризм. Туристи мали можливість жити в сільських будинках, брати участь у сільськогосподарських роботах та дізнаватися про сільське життя та місцеві традиції. Варто зазначити, що застосування сучасних методів маркетингу і використання Інтернету для просування туристичних послуг допомогли повернути більше туристів. Рушійним фактором для туристичного ринку у 2020 році був COVID-19, що суттєво вплинув на дану сферу, зокрема Івано-Франківську область, споживачі шукали шляхи адаптації до нових реалій. Розвиток нових форм відпочинку з метою рекреації став пріоритетом у цей час. Після епідеміологічного зриву, на території України почалось повномасштабне вторгнення, яке супроводжувалось ще більшим негативним впливом на усі пріоритетні сфери людства, зокрема туристичну. У той час, зменшився туристичний потік на території країни, в цілях безпеки. Івано-Франківськ займав одне з перших місць серед найбезпечніших міст для перебування.

2.2. Україна посідає одне з провідних місць у Європі за наявністю курортів і надання якісних туристичних послуг. Івано-Франківська область є у переліку областей з найбільшою кількістю рекреаційного та гірськолижного туристичного попиту. Це завдяки унікальним кліматичним зонам Українських Карпат, а також мінеральним водам та лікувальним грязям, налічується майже 9000 тис. га бальнеологічних ресурсів (близько 15% території країни). Доволі глибинний потенціал культурної спадщини Івано-Франківщини, закладений у потужний природний фонд реабілітації людей з інклюзією. Слід зауважити, що сучасний розвиток туризму характеризується відношенням наявності глибоких протиріч в його організаційній структурі до стану якісних та кількісних рис [20, с. 64-69].

З одного боку, стан туризму в Україні, здебільшого в Східних областях, розглядається як туристична криза, пов'язана в першу чергу з повномасштабним вторгненням РФ, в умовах війни дана сфера сильно постраждала, була спустошена на ринках: фінансового, енергетичного та продовольчого секторів, що стало наслідком шаленої інфляції. Діяльність

туристичної галузі у центральній, східній та південній Україні повністю припинилась. З огляду на пріоритетність питання відновлення туризму, зокрема у повоєнний період, є особливо актуальним на даний час. Також відбулось різке падіння досягнутих обсягів туристичних послуг у зв'язку з скорочення матеріальної бази в туризмі і значну невідповідність потребам населення [33, с. 34].

З іншого боку, оскільки на Західних територіях, більш-менш безпечно, спостерігаються стрімкі темпи будівництва туристичних закладів, що відповідають найвищим міжнародним стандартам, значне збільшення подорожей українців за межі країни з туристичною метою, а також збільшення кількості туристичних організацій по всій території країни.

Івано-Франківський туристичний регіон має особливий ландшафтний дизайн і представлений чималою кількістю мальовничих ландшафтів, екологічних стежок і туристичних маршрутів, які часто використовуються під час піших походів. Створення комфорту та забезпечення всіх зручностей в межах природоохоронних територій дозволяє вирішити два важливих завдання:

- 1) надати відвідувачам природних заповідних територій повне знання місцевих ландшафтів, природних і об'єктів культури;
- 2) мінімізувати зворотний вплив рекреації на природне середовище цих територій.

Стан туристичного ринку Івано-Франківській області залежить від численних чинників, які впливають на привабливість регіону для туристів, а також має великий потенціал завдяки його природній красі, культурному спадку та історичним пам'яткам [10, с.42-46].

Серед основних чинників впливу на розвиток туризму виділяють:

- природні ресурси (гірські ліси, водні та мінеральні джерела, екосистеми, медичні ізотопи);
- історико-культурну спадщина (архітектурні пам'ятки, музеї, церкви та замки);

- інтерактивну програму під час відпочинку (організація різноманітних культурних заходів, фестивалів і ярмарків);
- інфраструктуру(транспортна, готельна, ресторанна);
- маркетинг і таргет (інтенсивна та нативна реклама туристичних атракцій для популяризації на місцевому та міжнародному рівнях);
- залучення інвестицій, створення сприятливих умов для внутрішніх та зовнішніх партнерів;
- забезпечення стабільності у плані безпеки (політична стабільність та відсутність серйозних конфліктів в регіоні створюють позитивний клімат для туризму);
- кліматичні умови (географічне розташування грає важливу роль у виборі напрямку подорожі, тому кліматичні умови області можуть впливати на рішення туристів);
- рекреаційні ресурси: (парки, велосипедні і пішохідні маршрути); діяльність представників туристичного сектору та органів місцевої влади (підтримка громадського сектору, розвиток туристичних асоціацій і організацій, сприяння органів місцевого управління щодо розвитку);
- екосвідомість (обізнаність щодо екологічних питань і проблем);
- сезонність (полягає у варіації туристичних пропозицій залежно від пори року може розширити потенціал розвитку туризму в області.

Ці чинники взаємодіють між собою і можуть змінюватися з часом. Важливо, щоб місцева влада, підприємці та громадські організації спільно працювали над розвитком туризму в Івано-Франківській області, враховуючи ці фактори впливу.

Отже, стратегічними орієнтирами для розвитку сфери туризму в Івано-Франківській області є: розгалуження інфраструктури туристичних послуг та оцифрування рішень; розвиток туризму на трьох рівнях (відповідно до

туристичного напрямку, інвестиційних проєктів і місцевих особливостей) та формування конкурентної переваги всередині країни, просування унікальних українських брендів за кордоном.

2.3. Дослідження проблемних зон розвитку регіонального туризму у Івано-Франківській області може допомогти з'ясувати і вирішити проблеми, які заважають розвитку туризму в цьому регіоні.

Щодо потенційних проблем регіонального туризму у Івано-Франківській області, які потребують дослідження слід виділити [46] :

- стан готельної та ресторанної інфраструктури;
- ефективність маркетингової кампанії;
- співпраця місцевої влади з громадами;
- ступінь збереження природних резерватів;
- транспортна доступність та зручності для людей з обмеженими можливостями;
- конкурентоспроможність на регіональному туристичному ринку;
- рівень якості обслуговування.

Дослідження стану туристичної інфраструктури в Івано-Франківській області є важливим кроком для усунення проблематики та визначення можливостей для покращення туристичного сектору в регіоні. Система зіркових категорій готельної та ресторанної індустрії викликає невідповідність очікуванням туристів. Для прикладу, готелі використовують різні стандарти для визначення своєї категорії, що ускладнює раціонально оцінити їхнє надання послуг. Недостатній контроль з боку туристичного сектору області призводить до низької якості обслуговування та умов проживання в деяких готелях. Також проблемою є дотримання належних санітарних норм та гігієнічних стандартів, що загрожує здоров'ю гостей. Дорога до деяких готелів чи ресторанів у курортних зонах області є складною та в більшості транспортно недоступною. Недоліки у якості приготування їжі та використання якісних інгредієнтів впливає на смак та безпеку страв. Масове

будівництво готельної чи ресторанної інфраструктури негативно впливає на місцеве середовище, зокрема призводить до перенаселення та екологічної халатності.

Дослідження проблематики ефективності маркетингових та рекламних кампаній допомагає усунути негативні фактори та розробити методи покращення цих кампаній в області. Деякі місцеві підприємства та туристичні заклади мають недостатньо розвинений інформаційний простір серед місцевих та іноземних туристів, що призводить до обмеженого попиту на їх послуги. Неправильне визначення та взаємодія з цільовою аудиторією спричиняє зниження туристичного потоку. Незазначення пункту про бюджетування маркетингової політики несе за собою обмежене фінансування для маркетингу та реклами, що ускладнює розробку ефективних кампаній на туристичному ринку області. Рекламні кампанії Івано-Франківщини не завжди є адаптовані до поточних тенденцій на ринку споживачів. Наслідком будівництва великої кількості готелів, ресторанів та інших туристичних підприємств є загострення конкуренції, що перешкоджає просуванню бізнесу та підвищенню видатків на рекламу. Деякі туристичні об'єкти не здійснюють належний аналіз результатів маркетингових кампаній, що зумовлює простій у популяризації [39, с.205-209].

Співпраця між місцевими владами та громадами є недостатньою через відсутність ефективної комунікації та координації. Це спричиняє дублювання зусиль та недосягнення загальних цілей. Громади є обмежені в ресурсах та фінансуванні для розвитку туристичних проєктів та інфраструктури. Місцеві влади повинні сприяти виділенню фінансових ресурсів для розвитку туризму в громадах. Ще вагомою проблемою являється брак довгострокового планування та стратегій для розвитку туризму в області. Громади не мають необхідної туристичної інфраструктури, такої як готелі, ресторани, прокладені маршрути та атракції. Місцеві влади повинні сприяти створенню такої інфраструктури.

Ступінь збереження природних ресурсів в Івано-Франківській області може варіюватися в залежності від різних факторів і обставин. До січня 2022 року основні природні ресурси в області включають ліси, водні ресурси, родючі ґрунти, різноманітні природні екосистеми та біорізноманіття. Загалом, Івано-Франківська область має багатий природний спадок і великий потенціал для збереження цих ресурсів. Проте існує проблематика: незаконна вирубка лісів, забруднення водних ресурсів, втрата біорізноманіття та земельних ресурсів через антропогенну діяльність та зміни використання землі. Охорона та збереження природних ресурсів важлива для забезпечення сталого розвитку регіону та забезпечення якості життя місцевого населення. Місцеві органи влади, природоохоронні організації та громадські ініціативи працюють над збереженням природних ресурсів в Івано-Франківській області через впровадження законодавства, моніторингу стану навколишнього середовища та освіти громадськості [11].

Транспортна доступність та зручності для людей з обмеженими можливостями в Івано-Франківській області можуть здаватись не до кінця досконалыми, але проявляються ініціативи та прикладаються зусилля з метою поліпшення ситуації. В області адаптований громадський транспорт для осіб з обмеженими можливостями, включаючи автобуси з піднятими платформами для інвалідів, обладнані сигналізацією та іншими зручностями. Проте, доступність може варіюватися в залежності від конкретного місця. У деяких містах області є відведені тротуари та пішохідні переходи, а також спеціальні місця для паркування інвалідів. Для людей з обмеженими можливостями важливо, щоб туристична інфраструктура, така як готелі, ресторани, атракції були доступними та безпечними. Одні заклади можуть вже мати відповідність до стандартів доступності, але інші потребують модернізації. Забезпечення зручності пересування для людей з обмеженими можливостями є пріоритетним завданням у вирішенні проблематики, щоб місцеві влади, громадські організації та бізнеси змогли працювали разом для розвитку

туристичної інфраструктури та послуг, які б враховували потреби цієї групи [11].

Конкуренція на туристичному ринку Івано-Франківської області є досить інтенсивною. Оскільки туристичний напрямок області є розвиненим та популярним на загальному ринку надання послуг. Природна краса приваблює багатьох туристів і створює конкуренцію між туристичними дестинаціями області, зокрема країни в цілому. Кількісне збільшення готельної та ресторанної індустрії спричиняє проблему загострення конкуренції, яка ускладнює просування бізнесу та підвищує видатки на ведення туристичної діяльності. В конкурентному оточенні важливо правильно просувати та маркувати туристичні об'єкти. Це постає викликом для менших підприємств та регіональних громад, які не мають достатнього бюджетування для забезпечення маркетингових заходів. Варто зазначити, що конкуренція призводить до покращення інфраструктури та якості послуг, але й водночас спричиняє відсутність інвестицій у певні об'єкти, що є менш популярними серед туристів. Залежно від виду туризму, попит сезонно змінюється. Конкуренція є особливо підвищеною під час пікового сезону, але меншою під час позасезоння. Залучення різних громад та підприємств до спільних проектів та ініціатив може допомогти зменшити конкуренцію і сприяти розвитку туризму в області. Вирішення проблематики конкуренції на туристичному ринку вимагає комплексного підходу, співпраці всіх зацікавлених сторін та стратегічного планування для розвитку регіонального туризму в Івано-Франківській області [39, с.123-131].

Проблема рівня якості обслуговування на туристичному ринку Івано-Франківської області впливає на сприйняття туристами регіону та на їхнє задоволення від подорожі. Деякі готелі, ресторани, туристичні агентства та інші підприємства не відповідають міжнародним стандартам обслуговування, що призводить до негативного фідбеку споживачів, зменшення туристичного потоку у ці місця. Недостатня підготовка та мало мотивований персонал несе за собою неякісне обслуговування та неналежно виконані запити споживачів.

Непрофесіоналізм туристичних суб'єктів: гідів, турагентів, туроператорів, інформаційних центрів та засобів комунікації не дає змогу відвідувачам отримати необхідну інформацію та допомогу. Відсутність обов'язкової реєстрації та стандартизації обслуговування спричиняє до варіативності якості послуг між різними підприємствами. Важливо, відповідати встановленим вимогам до обслуговування, що може допомогти підприємствам вдосконалити свої послуги. Включення місцевих громад та туристів у процес покращення обслуговування та збирання фідбеку може стати корисним. Розв'язання проблеми рівня якості обслуговування вимагає співпраці між владою, підприємствами та місцевими громадами Івано-Франківської області аби створити приємну та гостинну атмосферу для туристів [42].

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ ТУРИСТІВ

Привабливість на туристичному ринку Івано-Франківської області визначається тими аспектами, які роблять цей регіон привабливим та цікавим для відвідувачів та подорожуючих. Значення привабливості включає в себе такі об'єкти: туристичні атракції, заклади сфери обслуговування, природні ресурси, культурно-історичні джерела, місцеву інфраструктуру. У комплексі вони впливають на збільшення туристичного потоку, отримання задоволення від відпочинку та сприяє започаткуванню нових туристичних напрямків. Туризм є важливим джерелом доходу для області за рахунок сфери обслуговування, яка створює робочі місця, підтримує місцеві підприємства та надає унікальні туристичні послуги відносно регіону. Водночас наявність туристичної привабливості зумовлює поліпшення інфраструктури: транспортної мережі, готелів, ресторанів та об'єктів, що призначені для комфорту туристів. Ретельне планування та управління туристичної діяльності допомагають максимізувати користь цього явища.

Щодо шляхів покращення туристичної привабливості на території Івано-Франківської області варто виділити такі [5]:

- просування туристичного бренду, ідентифікація туристичного продукту на ринку;
- розвиток туристично привабливої інфраструктури;
- розширення туристичних маршрутів;
- активна залученість організації туристичних подій;
- промоція місцевої культури та традицій;
- розвиток екологічного туризму;
- інвестування туристичного сектору;
- створення інформаційних центрів;
- партнерство та кооперація.

Просування туристичного бренду Івано-Франківської області вимагає комплексного підходу та введення у дію маркетингових кампаній. Розробка плану маркетингової кампанії є загальним орієнтиром і має враховувати конкретні потреби на туристичному ринку споживачів Івано-Франківської області. У Додатку В показано етапи маркетингової кампанії на туристичному ринку Івано-Франківської області. Важливо постійно моніторити та оцінювати результати, адаптувати стратегію та забезпечувати постійне вдосконалення маркетингових заходів [19, с. 45-60].

Аналіз цільової аудиторії є первинним та ключовим етапом розробки маркетингової стратегії для туристичного бренду Івано-Франківської області. Він допомагає зрозуміти, хто саме має інтерес відвідувати цей регіон, їхні потреби та уподобання. Потрібно врахувати ряд елементів для визначення потенційного споживача: демографічні, психографічні, мотиваційні та побутові риси, інтереси, очікування, мотиваційні, психографічні, конкуренцію, зворотній зв'язок від туристів. Аналіз цільової аудиторії допоможе створити ефективну маркетингову стратегію, яка буде відповідати потребам та очікуванням цільової аудиторії на туристичному ринку [19, с. 45-60].

Визначення чітких маркетингових цілей є ключовим етапом розробки маркетингової стратегії для просування туристичного бренду Івано-

Франківської області. Один із цілей може бути "збільшення кількості туристів." Однак важливо сформулювати мету таким чином, щоб вона була конкретною, вимірюваною, досяжною, реалістичною та часово обмеженою. Для цього слід скористатись методикою SMART (Specific Measurable Achievable Relevant Time-bound), як показано на Рисунку 3.3.



Рис. 3.3. Формулювання маркетингової цілі на туристичному ринку за методикою SMART

Цей метод визначення маркетингових цілей допомагає збільшити потік туристів на певний термін, який встановлює конкретний показник (20% збільшення) і визначає термін досягнення цілі (два роки). Для досягнення цієї цілі потрібно розробити та реалізувати маркетингові стратегії, які привернуть більше туристів до області.

Розробка ідентичності туристичного бренду включає в себе: створення візуальних елементів, які будуть виділятися та відображати унікальність та особливості області. Для цього варто розробити короткий та запам'ятовуючий слоган, може бути аббревіатура, яка відображатиме сутність області та особливість привабливості для туристів. Наприклад, "Івано-Франківська область: де природа та культура зустрічаються." Логотип має візуалізувати та

асоціювати символи та елементи області. Він може включати географічні особливості, історичні символи, природні краси та інші характерні ознаки. Більш унікальним явищем просування є наявність кольорового сегменту та типографіки. Кольори області характеризують специфіку туристичної діяльності та відвідувачів. Також, варто зазначити, що типографіка туристичного бренду є визначальною для візуалу, оскільки правильно підібраний шрифт для лого, слогану, сторінки веб-сайту може ідентифікувати бренд на регіональному, національному, міжнародному ринках. Шрифт повинен відображати характер та цінності туристичного продукту. Наприклад, якщо ваш бренд спрямований на пригодницький туризм, то шрифт може бути більш динамічним та сучасним. Деякі популярні шрифти, які можуть бути використані для туристичних брендів, включають Montserrat, Playfair Display, Raleway, Lato та Source Sans Pro. Типографічні елементи повинні гармоніювати з логотипом та іншими наочними складовими аби доповнювати загальний стиль іміджу. Варто розробити сучасний та інформативний веб-сайт області, він має бути наповнений інформацією про туристичні маршрути, події та послуги. Важливо, щоб веб-сайт був інтуїтивно зрозумілим та містив контактну довідку. В той же час, веб-сайт повинен мати свої унікальні рубрики, які зможуть зацікавити туриста. Спостереження за тенденціями ІТ-ринку та оновлення інтерфейсу, функцій сайтів туристичної сфери Івано-Франківщини дозволить збільшити попит на даний регіон серед сучасних Інтернет-користувачів [17, 34-49].

Вибір правильних маркетингових каналів залежить від цільової аудиторії, бюджету та ресурсів. Для ефективного просування туристичного бренду слід: використовувати популярні соціальні платформи - Facebook, Instagram, Twitter, щоб публікувати візуальний та текстовий контент, а також взаємодіяти з користувачами; розробити туристичний блог з цікавими статтями, які розповідають про унікальність та цікаві місця області; розміщувати рекламні оголошення у пошукових системах, наприклад у Google Ads, щоб привертати увагу тих, хто шукає інформацію про подорожі в Івано-

Франківську область; представляти область на туристичних виставках для залучення уваги та укладання контрактів з потенційними туроператорами; проводити заходи, які залучають місцевих жителів до просування області та створення позитивного враження про неї. Важливо пам'ятати, що ефективність кожного маркетингового каналу залежить від споживачів та специфіки туристичного ринку області. Тому рекомендується проводити тестування та аналіз результатів для визначення найбільш успішних каналів та їх подальшої оптимізації [17, 34-49].

Роль контент-плану полягає у структуризації та плануванні публікацій аби вони були регулярними, різноманітними та відповідали інтересам та потребам цільової аудиторії на туристичному ринку. Контент план складається з визначення цілей та потенційних споживачів, підбраної тематики і формату контенту, розміщення на соціальних платформах публікацій, формування графіку постингу, просування контенту. Контент-план допоможе забезпечити систематичний та цільовий підхід до створення та публікації контенту, що сприятиме популяризації туристичного бренду Івано-Франківської області серед цільової аудиторії [39, с.52-54].

Ще один з етапів маркетингової кампанії - розробка рекламних матеріалів. Спочатку важливо зрозуміти, які цілі потрібно досягти на цьому етапі. Слід вести моніторинг результатів рекламної кампанії і аналізувати їх, щоб визначити, чи досягнуті цілі та як можна покращити рекламні матеріали в майбутньому. Це можуть бути різні види матеріалів, такі як: брошури, листівки, плакати, рекламні відеоролики, банери для веб-сайту, соціальні медіа публікації. Розробка рекламних матеріалів є доволі стратегічним процесом, який вимагає співпраці з дизайнерами, копірайтерами та іншими фахівцями, щоб створити ефективний і влучний контент для аудиторії туристичного ринку [19, с. 45-60].

Щодо співпраці з туроператорами та готелями, даний крок є перспективним у просуванні, особливо в Івано-Франківській області, адже є усі можливості для розширення туристичного бізнесу в цьому регіоні.

Потрібно здійснити ряд заходів на цьому етапі: провести аналіз діяльності туроператорів, які вже є на ринку області; звернутись до місцевих органів туризму, щоб дізнатися більше про поточні ініціативи та можливості співпраці; розглянути можливість розробки спеціальних туристичних пакетів або пропозицій для гостей готелів; створення спільних проєктів співпраці. Вартувало би завжди включати пункт кооперації туристичних підприємств у стратегічному плані маркетингової кампанії області.

Креативність та інновації грають важливу роль у покращенні та просуванні туристичної сфери Івано-Франківської області. Вони можуть сприяти створенню унікальних туристичних пропозицій та покращенню якості послуг згідно сучасних запитів. Для прикладу, мобільні додатки для навігації, віртуальна реальність для екскурсій, системи онлайн-бронювання та інші інновації зроблять подорожі більш зручними та захоплюючими. Впровадження відновлюваних джерел енергії, програми впорядкування природних заповідників та інші екологічні інновації можуть привернути екологічно свідомих туристів. Розвиток гастрономії в області теж має місце у цьому пункті просування. розробка унікальних гастрономічних турів стане хорошою рекламою для місцевої гастрономії [19, с. 45-60].

Розвиток туристично привабливої інфраструктури є важливою складовою створення та збільшення потоку туристів в певному регіоні або країні. Цей процес може включати в себе будівництво нових об'єктів та покращення існуючих, розвиток послуг та створення комфортних умов для туристів. Шляхами покращення туристичної інфраструктури в цьому регіоні є: залучення інвестицій для будівництва нових готелів різної категорії зірок та реконструкція існуючих; створення інформаційно-туристичних довідок; покращення стану транспортного розгалуження; рекламна кампанія різноманітних екскурсійних маршрутів та активних видів відпочинку, такі як велосипедні тури, піші походи, каякінг, лижні курорти; організація туристичних атракцій; налаштування партнерських відносин з туроператорами та агентами; підтримка у безпекових цілях. Розвиток

туристичної інфраструктури в Івано-Франківській області вимагає співпраці між місцевими органами влади, підприємцями та громадськими організаціями. Правильно спланований та реалізований розвиток може підвищити туристичний потенціал регіону і сприяти економічному розвитку [25].

Розширення туристичних маршрутів - це важлива складова для покращення туристичного напрямку. Спершу, варто дослідити регіон, щоб визначити потенціал для створення туристичних маршрутів, звернути увагу на розробку тематичних маршрутів, які будуть приваблювати конкретні категорії туристів. Наприклад, культурні, природні, гастрономічні, гірські маршрути. Створення інформаційних пунктів на початку та в кінці маршрутів дозволить туристам отримати докладну інформацію та поради. Моніторинг відгуків та оцінок туристів сприяє удосконаленню маршрутів та виправленню недоліків. Організація подій та фестивалів вздовж маршрутів привертатиме увагу туристів та буде створювати цікаві точки відпочинку. Важливо пам'ятати про збалансований підхід, який враховує потреби туристів і підтримує місцеві громади та довкілля [37, с.18-23].

Активна залученість до організації туристичних подій - це важливий аспект розвитку туризму та створення привабливого туристичного продукту. Щоб залучити більше учасників та створити успішні туристичні події, слід проаналізувати Івано-Франківський туристичний регіон, щоб визначити потенціал для проведення туристичних подій. Відвідати природні, культурні, історичні та інші атракції, які можуть бути цікавими для відвідувачів. Визначити цільову аудиторію, об'єктиви та ідеї для події. Варто розробити маркетинговий план для просування події серед туристів. Можна використовувати соціальні медіа, веб-сайт, рекламні брошури, листівки, поштові розсилки та інші засоби комунікації. Також, можна залучити місцеві готелі, ресторани, магазини та інші підприємства до співпраці. Партнери можуть надавати знижки та пропонувати спеціальні умови для учасників події. Місцеві органи влади та туристичні організації можуть надати фінансову допомогу. Безпека та комфорт для учасників події мають бути забезпечені,

вони включають медичні послуги, пункти першої допомоги та заходи комфорту. Створення інтерактивних елементів дозволить брати активну участь серед туристів. Наприклад, організація конкурсів, інтерактивних стендів та активностей. Залучення локальних спільнот до організації та проведення подій поширює цінну інформацію та ресурси серед місцевих споживачів. Після проведення події слід провести оцінку результатів. Аналіз відгуки учасників допоможе у визначенні сильних та слабких сторонах і сприятиме удосконаленню в організації майбутніх подій. Активна залученість та детальна підготовка є ключовими для успішної організації туристичних подій, які сприяють розвитку туризму в Івано-Франківській області [39, с.93-96].

Розвиток екологічного туризму вимагає створення збалансованих та стало-орієнтованих екологічних систем для задоволення потреб туристів і збереження природи та середовища. Це важливий аспект сталого туризму, який дозволяє привертати туристів, не завдаючи шкоди навколишньому середовищу. Спершу варто провести аналіз природних ресурсів та екосистем в Івано-Франківській області, щоб визначити унікальні природні атракції та особливості. Встановлення природоохоронних зон та правил перебування для туристів допоможе запобігти руйнуванню екосистем. Для цього виду туризму повинна бути екологічно чиста інфраструктура, яка включає туалети та сміттєзвалища, які відповідають екологічним стандартам. У цих DESTИНАЦІЯХ області важлива наявність джерел відновлюваної енергії. Пріоритетом є розвиток екологічно орієнтованих туристичних активностей, таких як велосипедні тури, піші походи, екологічні екскурсії та водні види спорту. Не менш серйозним шляхом вдосконалення є розробка екологічних стандартів та сертифікації для готелів, туроператорів та інших галузей, які працюють в галузі екологічного туризму. Відстежування впливу туризму на природу та впровадження змін у програми допоможуть оцінити задоволення туристів. Розвиток екологічного туризму може стати не тільки джерелом прибутків, але й допомогти зберегти природу та природні ресурси. Важливо дотримуватися

принципів сталого розвитку та збереження природи для майбутніх поколінь у процесі вдосконалення екологічної сфери [43].

Інвестування в туристичний сектор Івано-Франківської області може значно підвищити туристичний потенціал регіону та сприяти його економічному розвитку. Вкладення в будівництво нових готелів та ресторанів, а також реконструкцію та модернізацію існуючих. Важливо створити різні класи готелів, щоб задовольнити потреби різних категорій туристів. Розвиток транспортної інфраструктури, включаючи аеропорти, дороги, автобусні маршрути та залізницю сприяє покращенню доступу до регіону, що значно збільшить туристичний потік. Варто залучати інвестиції в активний відпочинок, такий як велосипедні тури, гірськолижні курорти, піші походи та водні види спорту, що дозволить реконструювати культурно-історичні пам'ятки, а також відкривати музеї та виставочні центри. Спонсорство в маркетингову кампанію буде популяризувати туристичний регіон. Важливо співпрацювати з місцевими органами влади, громадськими організаціями та підприємцями для успішного розвитку туристичного сектору області. Туризм може стати сильним джерелом доходу та розвитку, сприяючи при цьому збереженню та пропагуванню культурної спадщини та природних ресурсів області.

Створення інформаційних центрів є важливим аспектом розвитку туристичної інфраструктури. Ці центри надають туристам корисну інформацію, допомагають у плануванні подорожі та роблять їх перебування більш комфортним. При виборі місця варто звернути увагу на стратегічну локацію для інформаційного центру, де його буде легко знайти для туристів, наприклад, у центральній частині міста, аеропорту, вокзалу або на популярному туристичному маршруті. Слід найняти висококваліфікований персонал, який володіє інформацією про місцеві атракції, події та послуги. Туристичні консультанти повинні бути дружелюбними та ввічливими. На шляху до вдосконалення подбайте про забезпечення інформаційними матеріалами для туристів - брошурами, мапами, каталогами. Інформаційний

центр повинен бути оснащений комп'ютерами та доступом до Інтернету для пошуку інформації. Обслуговування туристів повинно відбуватись для різних національностей, різними мовами, а також мати персонал, який розуміє англійську мову, як міжнародну мову. Сучасна інформаційна система для зберігання та оновлення інформації про події, готелі, ресторани, екскурсії та інші послуги в регіоні сприятиме туристичній привабливості ще більше. Ще одним кроком для покращення цього сектору є створення веб-сайту або мобільного додатку для надання інформації туристам навіть поза робочими годинами інформаційного центру. Для розповсюдження їх інформаційних матеріалів та пропозицій потрібно співпрацювати з місцевими туристичними організаціями, готелями, ресторанами та іншими підприємствами. Важливим пунктом також є промоція інформаційного центру серед туристів та публікація інформації в місцевих медіа. Усунення недоліків та покращення обслуговування може бути досягнуто при оцінюванні роботи інформаційного центру та аналізування відгуків туристів. Отже, інформаційний центр може стати важливим ресурсом для туристів та сприяти їхньому комфорту та задоволенню під час подорожі [17].

Співпраця та кооперація грають ключову роль у підвищенні туристичної привабливості Івано-Франківської області. Важливо встановити партнерські зв'язки з різними стейкхолдерами, які можуть сприяти розвитку туризму. Залучення місцевих громад до розвитку туризму дозволяє створити автентичний та унікальний туристичний досвід. Місцеві жителі можуть надавати послуги, які розширюють туристичні можливості регіону. Співпраця з готелями та ресторанами може включати спеціальні умови для туристів, організацію гастрономічних турів та спільні маркетингові кампанії, що допомагає створювати об'єднані маркетингові кампанії та просувати регіон як туристичний напрямок. Важливо мати підтримку місцевих органів влади для розвитку туризму. Співпраця з ними може включати фінансову підтримку, розвиток інфраструктури та регулюючі ініціативи. Партнерство з місцевими медіа, журналістами та блогерами допомагає популяризувати туристичний

продукт та події серед різної категорії туристів. Організація спільних фестивалів та туристичних заходів може привертати більше учасників та підвищувати інтерес до області. Укладання угод про співпрацю з університетами та навчальними закладами може сприяти навчанню та підготовці молодих фахівців у галузі туризму. Розвиток туристичних маршрутів і партнерство з іншими регіонами може привертати туристів, які шукають комплексні маршрути. Варто відзначити, що співпраця та кооперація допомагають створити інтегровані туристичні пропозиції та зробити регіон більш привабливим для відвідувачів.

Отже, Івано-Франківська область має значний потенціал для розвитку туризму завдяки своїй природній красі, історичним та культурним цінностям. Проте, для покращення туристичної привабливості регіону важливо вжити ряд заходів, таких як розвиток інфраструктури, підтримка екологічного туризму, збереження культурної спадщини, співпраця та кооперація з різними стейкхолдерами, розробка маркетингової кампанії, підтримка малого бізнесу та інноваційні підходи. За умови реалізації цих заходів, Івано-Франківська область може стати привабливим туристичним напрямком, що принесе користь економіці регіону та сприятиме збереженню та просуванню її культурних та природних ресурсів.

3.1. Івано-Франківський туристичний регіон, розташований в Західній частині України, є унікальним, привабливим природним і культурним ареалом. Ця область вражає своєю природною красою, багатством історичних та культурних пам'яток, традиціями та гостинністю місцевого населення. Розміщення в Карпатах та багатоетнічна спадщина роблять Івано-Франківщину привабливим напрямком для туристів.

Для подальшого розвитку та просування туризму в цьому регіоні необхідна чітка стратегія. Ця стратегія повинна охопити різні аспекти туризму, включаючи інфраструктуру, екологічний туризм, культурну спадщину, партнерства, маркетинг та інновації.

При розробці стратегії варто розглянути ключові напрямки та заходи для розвитку та просування туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні. Метою стратегії є зробити цей регіон більш привабливим для відвідувачів, покращити якість послуг для туристів, зберегти природне навколишнє середовище та відновити та просунути культурну спадщину регіону. Стратегія повинна базуватися на взаємодії з усіма зацікавленими стейкхолдерами, від місцевих громад до підприємств та туристичних агентств. Розвиток туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні має потенціал покращити якість життя місцевого населення та сприяти економічному зростанню регіону [27].

Стратегія розвитку та просування туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні включає ряд ключових стратегічних дій, таких як:

1. Модернізація та покращення транспортної інфраструктури, включаючи аеропорти, автодороги та залізничну мережу.
2. Забезпечення належних готелів, ресторанів та інших об'єктів обслуговування туристів різних категорій.
3. Збереження та відновлення природних ландшафтів та природних резерватів.
4. Розробка екологічних маршрутів.
5. Збереження та реставрація історичних та культурних пам'яток.
6. Організація культурних фестивалів та заходів.
7. Співпраця з місцевими громадами, готелями, ресторанами та іншими стейкхолдерами.
8. Партнерство з місцевими туристичними організаціями та туристичними агентствами.
9. Розробка та впровадження ефективних маркетингових кампаній.
10. Створення умов для розвитку малого та середнього підприємництва в галузі туризму.
11. Навчання персоналу.

12. Створення інноваційних туристичних пропозицій, таких як культурні маршрути, гастрономічні тури та інших унікальних туристичних атракцій [16].

Модернізація та покращення транспортної інфраструктури є одним із ключових елементів стратегії розвитку туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні. Покращена транспортна інфраструктура сприятиме зручному та безпечному переміщенню туристів, а також зробить регіон більш доступним для відвідувачів [13].

Для більш детальнішого опису даного стратегічного пункту подано інформацію у Додатку Г.

Раціонально впровадженні елементи модернізації транспортної інфраструктури допоможуть зменшити час подорожі та збільшити туристичний потік у регіон, сприятимуть розвитку регіональної економіки та покращенню якості життя місцевого населення.

Забезпечення належних готелів включено до стратегії розвитку та просування туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні. Належні готелі важливі для створення комфортного та зручного середовища для туристів. Даний пункт може включати: плани на розвиток нових готелів у регіоні, особливо там, де попит на туристичне проживання високий; стимулювання інвестицій у готельну галузь та сприяння будівництву нових готелів; покращення якості та стану наявної готельної бази; реконструкцію, оновлення дизайну та покращення обслуговування; заходи для підтримки малих готелів та гостьових будинків; фінансову допомогу та консультування з питань бізнес-розвитку; встановлення стандартів та сертифікація готелів; використання відновлювальних джерел енергії; впровадження водозберігаючих технологій та утилізацію відходів [44].

Слід врахувати, що забезпечення належних готелів в регіоні сприятиме покращенню якості туристичних послуг та створенню позитивного іміджу регіону серед відвідувачів. Це також допоможе розвивати готельний бізнес та створювати нові робочі місця в регіоні [44].

Збереження та відновлення природних ландшафтів та природних резерватів є важливим елементом стратегії розвитку в Івано-Франківському туристичному регіоні. Природна краса регіону є одним з основних привабливих чинників для туристів, і її збереження та відновлення сприяє створенню сталого туристичного продукту. Розроблення та впровадження програм для створення нових природних резерватів та підтримки існуючих включає в себе охорону природних екосистем, рослинних та тваринних видів та місцевих ландшафтів. Слід проводити освітні заходи та програми для місцевого населення та відвідувачів щодо важливості збереження природи та екологічної відповідальності. Важливо, у цьому пункті зазначити розвиток екологічних туристичних маршрутів та пропозицій, які дозволять туристам насолоджуватися природньою красою регіону, не завдаючи шкоди природі. Здійснення контролю за забрудненням та збереженням водних ресурсів допоможе зберегти якісні властивості води. Суть даного пункту стратегії полягає у збереженні та відновленні природних ландшафтів, резерватів для перспективи екологічного туризму в області [27].

Історико-культурна спадщина регіону є цінними активами, тому вона повинна бути включена у стратегічний план туристичного ринку Івано-Франківської області. Першим ділом варто провести детальну інвентаризацію всіх історичних та культурних пам'яток у регіоні, що допоможе визначити їх потреби в реставрації та збереженні. Стратегічно важливим елементом є розробка механізмів фінансування для реставрації та збереження пам'яток, включаючи гранти, спонсорську підтримку та державні інвестиції. Наступний крок варто напрацювати співпраці з туристичними агентствами та організаторами подій для того, щоб включити історичні об'єкти до туристичних маршрутів та програм подорожей. Збереження та реставрація історичних та культурних пам'яток є важливим для підтримання унікального характеру регіону та створення цікавих туристичних можливостей. Цей елемент стратегії може сприяти збільшенню туристичного інтересу,

популяризації історико-культурного виду туризму та залученню зацікавлених даним напрямком відвідувачів [16, с.70-74].

Співпраця з місцевими громадами, готелями, ресторанами та іншими стейкхолдерами в Івано-Франківському туристичному регіоні є важливим стратегічним пунктом. Створення спеціалізованого органу чи комітету, який координує співпрацю між місцевими громадами, готелями, ресторанами та іншими стейкхолдерами в сфері туризму підсилить дану стратегічну ланку, адже все буде з більшою ймовірністю організовано та реалізовано. Варто включити забезпечення ефективного обміну інформацією між стейкхолдерами області для підтримки спільних ініціатив та подій. У процесі планування туристичних ініціатив потрібно враховувати думки та інтереси місцевих громад. Даний стратегічний пункт слід дієво застосовувати, адже, співпраця сприяє залученню інвестицій, підтримці місцевої економіки, розширенню туристичних можливостей для Івано-Франківщини та створенню позитивного туристичного досвіду [27].

Партнерство з місцевими туристичними організаціями є важливою складовою стратегії розвитку туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні. Такі партнерства можуть допомогти координувати та підтримувати різні ініціативи для залучення туристів та підвищення туристичного попиту. Для обміну інформацією та ресурсами слід встановити зв'язки і налагодити контакт з місцевими туристичними організаціями. З метою покращення професійних навичок суб'єктів туристичної галузі потрібно організовувати тренінги, конференції, форуми та курси підвищення кваліфікаційного рівня. Важливо, запланувати реалізацію спільних проектів та ініціатив, спрямованих на підвищення якості туристичних послуг та інфраструктури. Варто, взаємодіяти з громадою, тобто включити місцеві громади та місцевих мешканців у процес прийняття рішень щодо розвитку туризму. Партнерство з місцевими туристичними організаціями може сприяти спільному розвитку туристичних продуктів, підвищенню конкурентоспроможності регіону та створенню сталого туристичного напрямку [27].

Розробка та впровадження ефективних маркетингових кампаній є в Івано-Франківському туристичному регіоні може сприяти підвищенню усвідомленості про регіон, популяризації серед більшої кількості туристів та підвищенню конкурентоспроможності на ринку туризму. Розробка та впровадження маркетингових кампаній вимагає систематичної роботи, аналізу цільової аудиторії, унікальної пропозиції, брендуння, онлайн-взаємодії з споживачами, контент-маркетингу, пошукової оптимізації (SEO), фінансової підтримки, взаємодії з туристичними об'єктами, оцінки та аналізу результатів даної стратегічної позиції [19, с.45-60].

Передбачення створення умов для розвитку малого та середнього підприємництва (МСП) в галузі туризму необхідне для удосконалення туристичної інфраструктури, створення нових робочих місць та підвищення конкурентоспроможності Івано-Франківського туристичного регіону. У стратегії розвитку туризму Івано-Франківської області, варто включити надання фінансової підтримки МСП, кредитування під вигідні умови, грантів або субсидій для подальшої реалізації інноваційних проєктів. Створити можливості для фундаментації підприємств, які приділяють увагу сталому розвитку та збереженню природи та культурної спадщини. Слід також, передбачити організацію навчальних програм, тренінгів та консультацій для підприємців у галузі туризму, що буде включати основи менеджменту бізнесу, розробку маркетингової кампанії, обслуговування клієнтів. Ці стратегічні заходи спрямовані на підтримку розвитку туристичного бізнесу в Івано-Франківському туристичному регіоні, стимулювання інновацій та збільшенню прибутку [27].

Навчання персоналу в галузі туризму важливий компонент у розробці стратегії розвитку туризму в Івано-Франківському регіоні. Підготовлений та кваліфікований персонал впливає на якість обслуговування та враження туристів. Варто було би розробити курси підвищення кваліфікаційного рівня, може включати специфіку обслуговування клієнтів, розвиток комунікаційні навички, поглиблення знань про місцеві атракції та культурну спадщину,

заняття іноземної мови. Це може бути внутрішнє навчання, онлайн-курси або залучення людей-практиків, які мають досвід у даній сфері. Слід проводити оцінку результатів навчання та вимірювання прогресу кваліфікації персоналу, можна зробити через тестування, оцінку якості обслуговування або практичну методику. Також, важливо забезпечити ефективну комунікацію з персоналом щодо навчання, посилити мотивацію до участі в навчальних програмах за рахунок винагород, збільшення заробітної плати та можливостей для розвитку у туристичній галузі. Для кращого моніторингу та обізнаності у змінах нормативно-правової бази туризму потрібно створити системи постійного навчання та оновлення знань персоналу. Ці стратегічні дії зумовлюють розвиток персоналу у даній сфері аби у перспективі покращувати обслуговування шляхом надання якісних послуг [31].

Роль інновацій в стратегічному плані Івано-Франківської області полягає у врахуванні сучасних тенденцій туристичного ринку. Вони передбачають розвиток туристичних ініціатив, які базуються на інноваційних рішеннях, таких як використання новітніх технологій, створення культурних і креативних подій, розвиток сталого туризму та співпрацю з партнерами. Важливо також забезпечити ефективний маркетинг і просування інноваційних туристичних пропозицій для залучення уваги та зацікавленості туристів. Успішна реалізація стратегії інновацій в туризмі може призвести до зростання туристичного обсягу, створення нових робочих місць та покращення якості обслуговування туристів. Відкриваючи нові можливості та надаючи унікальні туристичні пропозиції, Івано-Франківський туристичний регіон може стати привабливим напрямком для подорожей та розваг, зберігши при цьому свою культурну та природну спадщину [17, с. 34-49].

Важливо, щоб ця стратегія була розроблена спільно з усіма зацікавленими стейкхолдерами та мала план дій з конкретними кроками та відповідальними особами. Розвиток туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні може сприяти економічному зростанню, збереженню культурної спадщини та покращенню якості життя місцевого населення.

Стратегія розвитку та просування туризму в Івано-Франківському туристичному регіоні має на меті створити привабливий та сталий туристичний напрямок, який привертає як місцевих, так і міжнародних відвідувачів. Ця стратегія базується на розвитку інфраструктури, збереженні природних та культурних цінностей, креативності та інноваціях, а також співпраці з місцевими стейкхолдерами та туристичними організаціями. Вона враховує інтереси місцевого населення, сприяє сталому розвитку туризму та підвищує якість туристичного досвіду. Збереження природи та культурної спадщини, розвиток екологічного та культурного туризму, організація культурних фестивалів та подій, співпраця з туристичними організаціями та місцевими стейкхолдерами - ці всі аспекти сприяють створенню сильного туристичного регіону, який привертає різноманітні групи відвідувачів. Успішна реалізація цієї стратегії вимагатиме спільних зусиль, відкритості до інновацій та сталих практик, а також залучення всіх зацікавлених сторін для досягнення спільних цілей. Івано-Франківський туристичний регіон має потенціал стати важливим туристичним напрямком, і ця стратегія може допомогти реалізувати цей потенціал [26].

3.2. Співпраця на світовому та національному туристичному ринку має вирішальне значення для розвитку туризму в будь-якому регіоні, включаючи Івано-Франківський туристичний регіон. У світі і в Україні туризм є важливою галуззю економіки, і співпраця з іншими регіонами та учасниками галузі дозволяє досягти численних переваг та створити сталі можливості для розвитку. Важливо, раціонально використовувати туристичний потенціал для перспективної співпраці на світовому та національному туристичному ринку для Івано-Франківського туристичного регіону. Потрібно виокремити ключові напрямки та можливості співпраці, які допоможуть підвищити привабливість регіону для туристів, залучити інвестиції та сприяти сталому розвитку туризму.

Перспективи співпраці на світовому ринку для Івано-Франківської області величезні і можуть принести численні користі для розвитку туризму та загального економічного піднесення регіону. Співпраця з міжнародними туроператорами, агентствами, розробка та просування туристичних програм для іноземних ринків допоможе популяризувати дану туристичну дестинацію на іноземному ринку. Створення та підтримка веб-сайтів, онлайн-платформ для бронювання туристичних послуг забезпечать зручний доступ для іноземних туристів. Велика частина співпраці на міжнародному рівні пов'язана з ефективним маркетингом та просуванням. Рекламні кампанії, участь у світових туристичних виставках та заходах мають стати пріоритетними у реалізації. Партнерство з міжнародними готельними ланцюгами та авіакомпаніями може забезпечити зручний доступ та комфортне проживання для іноземних туристів. Культурний обмін споживачами на міжнародному рівні дозволить організувати фестивалі, виставки та інші події, які сприятимуть духовному збагаченню туристів. Залучення іноземних інвесторів та відкриття фондів може забезпечити капіталовкладення в розвиток туристичної інфраструктури Івано-Франківської області. На міжнародному рівні цінується природний потенціал та екосвідомість, дані ознаки є притаманними Івано-Франківській області, що стає стимулятором для популяризації екотуризму [3].

Слід підсумувати, що перспективи співпраці на світовому ринку в туристичному сегменті для Івано-Франківської області присутні та сприяють прогресивній туристичній діяльності та загальному економічному піднесенню регіону. Шляхом активної співпраці з іншими регіонами України та світу, розробки ефективних маркетингових кампаній, підтримки інфраструктурних проектів та створення унікальних туристичних пропозицій, Івано-Франківська область може зайняти важливе місце на світовій туристичній карті. Залучення іноземних туристів сприятиме росту туристичного обсягу та створенню нових робочих місць, а також сприяє культурному обміну та збагаченню культурного спадку регіону. Крім того, співпраця на світовому ринку може сприяти

капіталовкладенням в туристичну інфраструктуру та розвитку екологічного туризму, що важливо для збереження природних ресурсів регіону. Отже, вдала співпраця на світовому ринку може зробити Івано-Франківську область популярним напрямком для туристів та приносити користь як місцевим жителям, так і економіці регіону [10, с.45-62].

Наявність перспективної співпраці на національному туристичному ринку має важливе значення для подальшого регіонального розвитку Івано-Франківщини як туристичної дестинації. Україна має значний туристичний потенціал, тому співпраця з іншими регіонами країни дозволить області розширити можливості для внутрішнього та внутрішнього туризму. Щодо визначення можливостей для перспективної співпраці на національному туристичному ринку для Івано-Франківської області, слід виділити: розробку національних туристичних маршрутів; участь в національних туристичних заходах: підтримку інфраструктурних проєктів; промоцію місцевої культури та традицій; активну залученість організацій та місцевих громад; розширення мережі закладів проживання.

Насамперед розробка туристичних маршрутів на національному рівні полягає у визначенні природних, культурних та історичних ресурсів області. Для створення комплексних туристичних маршрутів, які охоплюють кілька регіонів, варто укласти партнерські угоди з іншими областями України, що дозволить швидко розробляти та просувати їх. Слід зазначити, що маршрути мають бути розроблені для різної категорії туристів, відповідно до їхнього соціального статусу, вподобань та пропозицій. Тому, спершу потрібно провести опитування серед споживачів туристичного ринку. Воно дозволить краще продумати туристичну пропозицію, враховуючи усі відмітки туристів та буде сприяти вдалому просуванню.

Участь в національних туристичних заходах є важливою стратегією для популяризації Івано-Франківської області та привертання уваги українських туристів. Цей підхід дозволяє показати потенціал регіону, привернути нових відвідувачів та створити позитивний імідж області. Участь в національних

туристичних заходах вимагає завданням великих зусиль та ресурсів, але вона може мати значний вплив на розвиток туризму в області. Важливо пам'ятати, що успішна участь в таких заходах вимагає гарної організації промоції та активного взаємодії з іншими учасниками галузі та владою. Крім того, співпраця з іншими регіонами України може підсилити ефект і створити більше можливостей для обміну досвідом та ресурсами. Участь в національних туристичних заходах допоможе Івано-Франківській області стати більш привабливою для внутрішніх та зарубіжних туристів, підвищити свій потенціал для розвитку туризму [5].

Розвиток і підтримка інфраструктурних проєктів є одним із ключових факторів щодо перспективи у Івано-Франківській області. Вдосконалення та розширення інфраструктури може значно підвищити конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку. Націлені інвестиції в інфраструктуру, розвиток транспортних зв'язків, покращення доступності, створення комфортних умов для туристів та забезпечення екологічної сталості стануть важливими для збільшення туристичного потоку та підвищення планки у національному рейтингу. Співпраця з інвесторами, урядовими структурами та місцевими громадами грає важливу роль у реалізації цих проєктів. Підтримка інфраструктури не лише сприяє розвитку туризму, але й відкриває нові можливості для соціально-економічного розвитку регіону та покращення якості життя місцевих громад. Важливо акцентувати на постійному моніторингу та раціональному управлінні інфраструктурним сектором, щоб забезпечити ефективне використання ресурсів та забезпечити перспективу на національному ринку [13, с. 73-76].

Івано-Франківська область є перспективною у плані наявності культурних скарбів, традицій та історичних об'єктів, які мають великий потенціал для туристів та розвитку туризму. Промоція місцевої культури та традицій є сприятливою для створення унікального туристичного продукту.

Серед перспективних напрямків у промоції місцевої культури та традицій вирізняють:

- проведення різноманітних культурних подій, фестивалів, виставок та концертів, де можна продемонструвати багатство місцевої культури та традицій;
- розробка маршрутів, які охоплюють історичні та культурні об'єкти, а також майстер-класи та музеї, пов'язані з місцевою культурою;
- забезпечення підтримки та розвитку народних ремесел, які передаються від покоління до покоління та є важливою частиною місцевої культури;
- впровадження програм для популяризації місцевих страв та створення гастрономічних маршрутів;
- співпраця з медіа та соціальними мережами: Активне використання медіа та соціальних мереж для промоції місцевих культурних подій та традицій.

Промоція місцевої культури та традицій також сприяє збереженню цінностей регіону та підтримує місцеві громади та підприємців, які виробляють та пропонують місцеві продукти та послуги. Завдяки цьому підходу Івано-Франківська область може зміцнити свою позицію на туристичному ринку, забезпечити стаке економічне зростання та підвищення якості життя мешканців [16, с.74-85].

Активна участь організацій та місцевих громад є важливим фактором для успішної реалізації туристичної діяльності Івано-Франківської області. Організації та місцеві громади можуть відігравати ключову роль у просуванні місцевої культури, традицій та туристичних пропозицій. У них є можливість розробити нові туристичні продукти, такі як: маршрути, тематичні екскурсії. Активне залучення місцевих медіа, інформаційних центрів та соціальних мереж необхідне для просування туристичних та культурних ініціатив. Спільна робота організацій, місцевих громад, підприємців та місцевих влад може сприяти створенню унікальних туристичних пропозицій, проведенню цікавих культурних заходів та заохочувати розвиток малого та середнього підприємництва в галузі туризму. Активна промоція та спільні ініціативи можуть допомогти залучити більше туристів до регіону, сприяючи при цьому

його розвитку та підвищенню якості життя мешканців. Зазначена взаємодія та активна залученість різних стейкхолдерів створюють передумови для позитивних змін у туристичній індустрії Івано-Франківської області.

Розширення мережі закладів проживання є відмінним проєктом для збільшення кількості готелів, гостьових будинків, апартаментів і інших місць проживання, що може створити більше можливостей для туристів і сприяти зростанню туристичного попиту в Івано-Франківському регіоні. Слід передбачити, що розширення мережі готелів та інших закладів проживання може вимагати інвестицій. Варто залучити інвесторів, які були б готові інвестувати у будівництво та розвиток готельної індустрії. Кооперативна діяльність з онлайн-платформами для бронювання проживання, такими як Airbnb та Booking.com, може допомогти привернути більше клієнтів і розширити цільову аудиторію. Для покращення якості обслуговування у цих підприємствах повинно відбуватись оновлення та модернізація існуючих об'єктів. Проте треба ретельно враховувати екологічні, культурні та соціальні аспекти розширення мережі проживання, щоб зберегти природні та культурні цінності регіону та забезпечити сталий розвиток. Також слід розвивати інфраструктуру та обслуговування для задоволення потреб туристів та підвищення якості їхнього відпочинку [5].

Отже, щодо перспектив співпраці на світовому та національному туристичному ринку, Івано-Франківська область є потенційним конкурентом як і для національного так для світового ринків. На світовому ринку, співпраця з міжнародними туроператорами, мережами готелів та іншими суб'єктами туристичної сфери може допомогти привернути більше іноземних туристів та розширити географію відвідувань. Також важливо використовувати міжнародні маркетингові кампанії та PR-кампанії для популяризації регіону серед іноземних туристів. Щодо ситуації на національному ринку, співпраця з іншими регіонами України та участь у національних туристичних заходах можуть сприяти підвищенню обсягу внутрішнього туризму та покращенню мобільності місцевого населення. Також важливим є розробка внутрішніх

туристичних маршрутів, які дозволяють серед туристів обмінюватись враженнями, налагоджувати комунікацію, розширювати коло спільних інтересів. Загалом, співпраця на світовому та національному туристичних ринках є активно пропагована в Івано-Франківській області, Наслідком цього є збільшення туристичного потенціалу, популяризація серед споживачів внутрішнього та міжнародного туризму та сталий розвиток туристичної галузі у Івано-Франківській області [12].

3.3. Розвиток туризму в сучасному світі має велике значення як для розвитку економіки та підвищення соціокультурного статусу регіонів, так і для збереження природних та культурних цінностей. Івано-Франківська область, розташована в Україні, не є винятком і має великий потенціал для введення туристичної діяльності. Перспективним аспектом є різноманітність видів туризму в Івано-Франківській області. Серед них слід виділити, такі як: рекреаційний, екологічний, гірськолижний, зелений (агротуризм), культурно-пізнавальний. Основними стимуляторами для розвитку туристичних напрямків є: розвиток інфраструктури, підтримка малого та середнього підприємництва, маркетингові заходи та надання якісних послуг.

Перспективи рекреаційного туризму в Івано-Франківській області вражають своєю різноманітністю та потенціалом. Область має великий природний та культурний багатство, яке може стати ключовими факторами для розвитку туризму в регіоні. Для досягнення ефективних показників у перспективі рекреаційного туризму важливо зберігати природу та екологію, розвивати інфраструктуру для туристів, пропонувати різноманітні види активного відпочинку та сприяти культурному обміну. Область може стати привабливим місцем для туристів та сприяти розвитку господарства регіону. Розвиток рекреаційного туризму вимагає спільних зусиль влади, громад та підприємців, але при правильному підході він може стати важливим джерелом доходу та просувати регіон на туристичну карту України [20].

Зелений туризм в Івано-Франківській області є потенційною ділянкою для розвитку, враховуючи багатий природний потенціал та попит на екологічно чистий відпочинок [18, с.92].

Перспективними аспектами для зеленого туризму в Івано-Франківській області є:

- залучення туристів, які цінують непорушену природу та екологічність, шляхом розвитку екологічних маршрутів, еко-готелів та екологічно чистих видів транспорту;
- розбудова маршрутів для пішоходів, велосипедистів та коней, сприяння розвитку кемпінгів та пікнік-зон в природних резерватах та парках;
- розвиток агротуризму, де туристи можуть взяти участь у сільськогосподарських роботах, дізнатися про традиційні методи виробництва та скуштувати місцеві продукти;
- розробка екскурсійних турів до історичних та культурних пам'яток, участь у народних святах та подіях для знайомства з традиціями та місцевою культурою;
- врахування пропозицій готелів та ресторанів, які дотримуються екологічних стандартів, використовують відновлювані джерела енергії та пропонують страви з місцевих продуктів.

Ці перспективно мотиваційні фактори можуть сприяти не лише розвитку туризму в області, але й збереженню природного середовища та підтримці місцевих громад. Зелений туризм може стати ефективним інструментом для розвитку екологічності та сталості туристичної індустрії в Івано-Франківській області [5].

Івано-Франківська область розташована в Карпатах, що надає їй значний природний потенціал для гірськолижного туризму. Гори пропонують різноманітні гірськолижні траси та відмінні умови для зимового відпочинку. Серед передумов для гірськолижного туризму в Івано-Франківській області виділяють: наявність гірськолижних курортів; налагоджена PR-кампанія;

реалізація туристичних проєктів; інвестування; державна підтримка; готельні, ресторани та атрактивні об'єкти [15, с.102-118].

Головними туристичними об'єктами для гірськолижного виду туризму є гірськолижні курорти. Вони являються туристичними магнітами для відвідувачів, особливо під час зимового сезону. Ці курорти є ідеальними для туристів, які бажають провести активний відпочинок у горах, гірськолижників та сноубордистів. Перспективний розвиток гірськолижних курортів на території Івано-Франківської області несе за собою збільшення потоку споживачів та доходу туристичної сфери. Це сприяє росту місцевого бізнесу, готелів, ресторанів. Роль гірськолижних курортів в області - вагома, адже за рахунок їх наявності, відбувається збільшення вакантних робочих місць, сприяння до економічного розвитку регіону. Найбільшим попитом на території Івано-Франківщини користуються 4 гірськолижних курорти: Буковель, Драгобрат, Ворохта та Яремче [1].

"Буковель" - найбільший і один з найпопулярніших гірськолижних курортів в Україні. Він має велику кількість сучасних гірськолижних трас, підйомників, готелів, ресторанів та розважальних закладів, що забезпечує комфортний відпочинок для відвідувачів. Важливо, що курорт підтримує розвиток гірськолижного та сноубордистського спорту, пропонуючи траси для різних рівнів навичок та сприяючи тренуванням молодих спортсменів. Буковель веде активну маркетингову та рекламну діяльність, яка привертає відвідувачів з різних країн та регіонів України. Він організовує різноманітні заходи, що роблять відпочинок більш насиченим та цікавим для відвідувачів, а також забезпечує сталу та надійну роботу підйомників та інфраструктури, гарантуючи безпеку відвідувачів. У нього є чимало перспектив для подальшого розвитку. Серед них слід зазначити: прогресивна побудова гірськолижних об'єктів та їх вдосконалення; розвиток гірськолижного спорту; ефективна маркетингова реклама за рахунок привабливої місцевості, якісного обслуговування та туристичної інфраструктури; розширення атракцій регіону для всіх вікових категорій туристів; пропозиції щодо оновленого асортименту

розважальних послуг. Заходи з розвитку і розширення курорту, підтримка гірськолижного спорту та екологічна сталість свідчать про дбайливе ставлення до природи та розвитку туризму в регіоні. Курорт активно втілює маркетингові та рекламні стратегії для залучення туристів та просування свого бренду. Він є успішною гірськолижною дестинацією, яка відповідає сучасним стандартам та відіграє важливу роль у забезпеченні якісного відпочинку та розвитку гірськолижного спорту в Україні [38].

Гірськолижний курорт “Драгобрат” має свої особливі ознаки, які роблять його унікальним та перспективним у сфері туризму Івано-Франківської області. Він надає відмінні можливості для гірськолижників та сноубордистів, а також для туристів, які хочуть мати зимовий відпочинок в Українських Карпатах. Курорт славиться сприятливими кліматичними умовами, що забезпечує тривалий зимовий сезон для гірськолижного спорту [1].

Для досягнення ефективних результатів у секторі гірськолижного туризму варто передбачити ряд змін:

- розширення трас та підйомників може розширити можливості для гірськолижників і сноубордистів, забезпечуючи різноманітність та виклики;
- використання гірських маршрутів для пішоходів, велосипедистів;
- налагодження ділових зв'язків з місцевими жителями та залучення їх до процесу планування та розвитку курорту;
- запуск рекламної кампанії у соцмережах та серед локальних організацій.

Отже, гірськолижний курорт “Драгобрат” має розвинену інфраструктуру, включаючи підйомники, готелі, ресторани та інші зручності для відвідувачів. Тут доступні траси різного рівня складності, від початківців до досвідчених гірськолижників, що робить його привабливим для широкого спектру туристів. Крім гірськолижних можливостей, Драгобрат пропонує також розваги для літнього та активного відпочинку, включаючи маршрути

для пішоходів і велосипедистів. Івано-Франківська область стає ще більш перспективною на туристичному ринку завдяки наявності даного курорту, адже він забезпечує якісний зимовий відпочинок для туристів та любителів гірськолижного спорту.

Наступним в арсеналі найбільших гірськолижних курортів Івано-Франківщини виступає “Яремче”. Це є місто і курорт одночасно, що має свої перспективи та можливості для розвитку. Яремче має всі передумови для становлення важливим гірськолижним курортом в Україні. Розташування в Карпатах, природна краса, наявність гірськолижних трас та інфраструктури створюють фундамент для подальшого розвитку. Перспективи включають у себе розширення гірськолижних трас, підвищення якості обслуговування, розвиток гірськолижного спорту та літнього туризму. Також важливо дотримуватися екологічних стандартів та враховувати інтереси місцевих громад для забезпечення сталого розвитку. Маркетингові та рекламні заходи можуть підвищити відомість Яремче як гірськолижного курорту та привернути більше відвідувачів. Забезпечення відповідної якості обслуговування та розваг сприятиме залученню туристів та сприятиме розвитку місцевого господарства. В цілому, Яремче має потенціал стати важливим гірськолижним курортом в Україні, привертаючи туристів та спортсменів протягом усього року і сприяючи розвитку регіону [15, с.102-118].

Ворохта - це ще один найбільший гірськолижний курорт в Карпатах, розташований в Івано-Франківській області, який володіє унікальними туристичними задатками для розвитку гірськолижного туризму. Розташування в гірській місцевості, недалеко від Яремче має вагоме значення для його популяризації та легко доступності. Перспективи даного курорту включають в себе: розширення гірськолижних можливостей, покращення інфраструктури та якості обслуговування, розвиток літнього туризму, спортивних змагань та навчальних програм: рекламні заходи можуть збільшити споживацький інтерес Ворохти як гірськолижного курорту та привернути більше відвідувачів. Важливо також дотримуватися екологічних стандартів та

сприяти залученню місцевих громад для сталого екологічно чистого середовища. Залучення інвестицій та вдосконалення якості обслуговування можуть сприяти розвитку Ворохти як гірськолижного курорту та зробити його привабливим для туристів і спортсменів. Отже, удосконалення наявних умов курорту та створення сприятливого середовища являються перспективними факторами на шляху до розвитку цього гірськолижного курорту в Івано-Франківській області [1].

Покращення інфраструктури гірськолижних курортів є одним з головних чинників для розвитку. Розширення трас, модернізація підйомників, будівництво готелів та ресторанів на гірськолижних курортах можуть зробити цю туристичну дестинацію більш привабливою та конкурентоспроможною на туристичному ринку. Покращення доріг та транспортної інфраструктури, включаючи залізницю "Говерла," може полегшити доступ до курортів та збільшити кількість туристів. Реалізація проєктів допомагає реставрувати, надати сучасного екстер'єру туристичним об'єктам, залучити інвестиції та підвищити якість послуг для туристів. Розширення гірськолижних трас, включаючи закупівлю обладнання для сучасного сноубордингу, може зробити курорти більш особливими для туристів усіх рівнів навичок. Також, на Івано-Франківщині є ряд проєктів, які спрямовані на збереження природи та довкілля гірських регіонів [8, с.13-24].

Проведення PR-кампанії для гірськолижного туризму є доцільним рішенням, яке сприятиме популяризації курортів. Визначення мети кампанії, очікувань, створення власного бренду, специфічного логотипу, слогану та обрання поля дії маркетингової політики у сфері гірськолижного туризму можуть зробити туристичний продукт ще більше привабливим як і на регіональному, національному так і на світовому рівнях. Варто виділити цільові ринки, які є у найбільшому попиті і розробити методологію просування гірськолижного типу продуктів на споживацькому ринку. Значення PR-кампанії для гірськолижного туризму в Івано-Франківській області демонструє важливість впровадження та успішного виконання

стратегій просування та популяризації курортів у гірському регіоні. Реалізація цієї PR-кампанії може позитивно вплинути на розвиток туризму та призвести до значної економічної та соціокультурної користі для області. Взаємодія між всіма ланками влади допоможе впровадити комплексні підходи та стратегії для підтримки гірськолижного туризму. Ефективне використання соціальних медіа для зв'язку з аудиторією та поширення інформації про курорти, події та акції є ключовим елементом PR-кампанії. Слід зауважити, що успішна PR-кампанія може значно покращити розвиток гірськолижного туризму в Івано-Франківській області, збільшити кількість туристів та приносити користь місцевій економіці та інфраструктурі. Однак ця кампанія вимагає спільних зусиль та довгострокового підходу для досягнення бажаного результату [39].

Пріоритетом у перспективі гірськолижного туризму є інвестування, яке колосально впливає на увесь туристичний сектор Івано-Франківської області. Адже, від інвестицій залежить: модернізація та ремонт туристичних об'єктів, будівництво нових курортів, забезпечення доступності до усіх локацій, удосконалення атрактивних зон, проявлення екологічних ініціатив, кооперативна взаємодія з іншими суб'єктами туристичної діяльності. Також, зовнішнє фінансування може бути використане для будівництва нових гірськолижних курортів, особливо в місцях з великим туристичним потенціалом. Інвестори фінансуватимуть сферу розваг, ресторанів, клубів та інших розважальних закладів на курортах, за рахунок цього буде покращено якість сфери обслуговування. Капіталовкладення можуть бути закладені в такі індустрії як: гастрономія, виноробство та культурні об'єкти, для створення комплексних пропозицій для відвідувачів [30].

Підтримка держави може охоплювати різні сфери і програми, залежно від конкретних потреб і пріоритетів на ринку споживачів. У даній сфері, зокрема і у гірськолижному виді туризму Івано-Франківської області, вона включає наступні аспекти: заплановане фінансування для покращення гірськолижної інфраструктури; дотації або субсидії для забезпечення фінансової стійкості гірськолижних курортів; розвиток гірськолижних шкіл та

програм для молоді та спортивних команд; контроль за екологічною стабільністю; приваблення приватних інвестицій у гірськолижну інфраструктуру; підтримку освіти та навчання персоналу в сфері гірськолижного туризму; планування та реалізація проєктів. Підтримка держави у перспективі гірськолижного туризму в Івано-Франківській області є важливою для розвитку цієї галузі та досягнення прогресу на ринку. Івано-Франківська область, зі своєю гірською природою та потенціалом для гірськолижних курортів. Держава може вплинути на забезпечення стійкого розвитку гірськолижного туризму в Івано-Франківській області, залучити більше туристів і надати спектр нових можливостей для місцевих підприємців [41].

Щодо екологічного виду туризму на території Івано-Франківщини та його результативної діяльності, варто виділити факт, що екологічні аспекти туризму не лише забезпечують туристам неповторні враження, але й сприяють збереженню екологічно чистого середовища для місцевих жителів. Екологічний туризм визначається розвагами та відпочинком в природних ландшафтах й стає інструментом для підтримки екосистем, біорізноманіття, збереження природних цінностей. Зростаючий попит на екологічні подорожі та сталий спосіб відпочинку свідчить про те, що люди стають більш усвідомленими стосовно власного впливу на довкілля. Перспектива у розвитку екотуризму передбачає не лише створення екологічно чистої інфраструктури та маршрутів, але й акцент на освіту та усвідомленість туристів. Також, цей вид туризму може стати джерелом сталого розвитку локальних громад та сприяти збереженню традицій та культур місцевих спільнот. Забезпечуючи баланс між туристичними потребами та дбайливим ставленням до природи, екологічний туризм буде відігравати ключову роль у створенні гармонійного та сталого туристичного середовища, при цьому зберігаючи цінності навколишнього середовища для майбутніх поколінь [14].

Можливості для розвитку культурно-пізнавальної діяльності туризму в Івано-Франківській області є багатогранними для заінтересованих суб'єктів

даної сфери. Збереження та розвиток культурної спадщини, організація цікавих екскурсій та подій, співпраця з місцевими майстрами та ремісниками – це лише деякі з напрямів, які можуть збагатити туристичну картину регіону. Сталість та ефективність культурно-пізнавального туризму визначаються здатністю утримувати баланс між розвитком туристичної індустрії та збереженням унікальності та автентичності культурного спадку. Зростання інтересу до культурного досвіду та історичного знання свідчить про те, що культурно-пізнавальний туризм може стати ключовим фактором для туристів та сприяти розвитку регіональної ідентичності у перспективі [16, с.70-85].

ВИСНОВКИ

Можна зробити підсумки, туристичний ринок Івано-Франківської області разом із своїми особливостями, позитивними аспектами, водночас стикається з деякими проблематичними точками у процесі розвитку.

Тому у даній кваліфікаційній роботі було:

- 1) проведено теоретико-методологічне дослідження туристичної сфери в Івано-Франківській області;
- 2) вказано чинники, що впливають на розвиток туризму в області;
- 3) проаналізовано усі сегменти регіональних особливостей;
- 4) досліджено проблемні зони розвитку регіонального туризму;
- 5) схематично подано та описано результати туристичної діяльності за останні роки;
- 6) сформовано стратегічні плани для окремих видів туристичного сектору;
- 7) визначено можливості для регіонального туризму на національному та світовому ринку;
- 8) виділено перспективи для видів туризму на території Івано-Франківської області.

Туризм є не лише галуззю відпочинку, але й ключовим фактором для регіонального розвитку Івано-Франківської області. Ця галузь приносить важливі економічні, соціокультурні та екологічні вигоди, роблячи регіон більш привабливим та конкурентоспроможним. Економічні переваги, пов'язані з розвитком туризму, виявляються в створенні нових робочих місць, збільшенні доходів місцевого бізнесу та привабленні інвестицій для розвитку інфраструктури. Соціокультурні вигоди включають підтримку та пропаганду культурної спадщини, створення міжкультурного обміну та стимулювання культурних подій. Також важливо відзначити роль туризму у збереженні природи, екосистем та у сталому раціональному використанні ресурсів. Івано-Франківська область має великий потенціал, зокрема за рахунок

різноманітності природних ресурсів, культурної спадщини та гостинності місцевого населення.

Регіональна унікальність туризму в Івано-Франківській області формує винятковий туристичний образ регіону. Природні ландшафти Карпат, культурна спадщина, гастрономічні традиції та інші унікальні риси визначають різноманіття туристичних пропозицій та приваблюють подорожуючих. Збереження та просування цих особливостей становлять ключовий елемент успішного розвитку туризму в області. Продовження інтеграції природних резерватів, розвиток гірськолижних курортів та підтримка культурних та гастрономічних ініціатив сприятимуть не лише збільшенню туристичного потоку, але й підвищенню якості туристичного досвіду. Регіональні особливості Івано-Франківської області створюють можливості для розвитку різноманітних форм туризму, від екологічного до культурно-пізнавального, що робить її привабливим місцем для подорожей.

На регіональному рівні проблематичні точки у розвитку туризму Івано-Франківської області визначаються комплексом факторів, що обмежують повноцінну діяльність туристичної галузі в регіоні. Недостатня інфраструктура, екологічні питання та неефективне маркетингове планування утруднюють залучення та утримання туристів. Сезонність та нерівномірний розподіл туристів протягом року також створюють виклики для розвитку стійкого туризму. Для вирішення цих проблем важливо спрямовувати зусилля на покращення інфраструктури, вирішення екологічних питань, розвиток ефективних маркетингових стратегій та роботу над різноманітністю туристичних пропозицій. Також необхідно взяти до уваги важливість співпраці між зацікавленими сторонами для створення узгоджених та ефективних стратегій розвитку туризму в Івано-Франківській області. Розвиток сталого, різноманітного та відкритого для туристів середовища є важливим завданням для забезпечення процвітання та збереження унікальності цього прекрасного регіону.

Щодо перспектив розвитку туризму, вони стимулюють зростаючий інтерес до екологічного та гастрономічного туризму, розвиток гірськолижних курортів, підтримка культурно-історичної спадщини та використання цифрових технологій створюють сприятливі кліматичні умови для розвитку туристичного сектору. Важливо враховувати екологічні аспекти та збалансовані стратегії, щоб забезпечити сталість та збереження природного та культурного спадку. Спільні зусилля місцевих влад, громад та бізнесу, а також впровадження інноваційних рішень дозволять визначити Івано-Франківську область як привабливий туристичний напрямок. Збереження та розвиток туристичного потенціалу вимагають уваги до деталей, гнучкості в плануванні та активного впровадження новаторських ідей. Івано-Франківська область має всі передумови для створення здорового конкурентного середовища на національному та світовому ринках.

Отже, туристична діяльність на регіональному рівні пропагує: досягнення інфраструктурного прогресу, створюючи стимул для розвитку транспортних зв'язків та нових туристичних об'єктів; ріст популярності області відбувається завдяки підвищенню туристичної активності та викликає більше уваги з боку ЗМІ. Важливо продовжувати інвестувати у розвиток туристичної інфраструктури, маркетингові заходи та підтримку місцевих ініціатив для забезпечення сталого та вигідного розвитку туризму в області.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Туризм в Івано-Франківській області. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>. (дата звернення: 30.10.2023)
2. Закон України «Про туризм» в редакції від 04.11.2018, підстава - 2581- VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>. (дата звернення: 01.11.2023)
3. Офіційний сайт Національної туристичної організації України. URL: <http://www.ntoukraine.org/> (дата звернення: 30.10.2023)
4. Дзюбата М. В., Кушнір Л. П. Розвиток гірськолижного туризму Українських Карпат в умовах пандемії Covid-19. [«Дні студентської науки», Львів, 13-14 травня 2021 р. / [Відп. ред. Кіндрат О.В. ; Факультет економіки та менеджменту ЛНУВМБ ім. С.З. Гжицького]. – Львів : СПОЛОМ, 2021. – 228 с. – Бібліогр. в кінці ст. 124].
5. Фрей Л. В. Шляхи підвищення соціально-економічного розвитку регіонального туризму. Інфраструктура ринку, 2019, Вип.30.
6. Стецюк О. (2012). Суспільно-географічний аналіз розвитку сільського зеленого туризму в Івано-Франківській області. Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини 29(1), 203–212.
7. Кифяк В.Ф. Сфера рекреації та туризму як складова регіональної економічної системи // Формування ринкових відносин в Україні. – 2006. – №1. – с. 116-119.
8. Richins, H. (2016). Experience provision in mountain tourism: overview, contextual development and emphasis. In H. Richins, & J. Hull (Eds.), Mountain tourism: experiences, communities, environments and sustainable futures (pp. 13-24.).
9. Походи в гори. Чорногірський хребет. URL:<https://kuliarpohod.com/ua/articles/dost-pohod/chernogorskiy-hrebet/>.
10. Марчук, Р. (2018). "Туризм в Івано-Франківській області: сучасний стан та перспективи розвитку." Туризм і гостинності України, 2(15), 45-62.

11. Офіційний сайт Івано-Франківської обласної державної адміністрації.
URL: <http://www.if.gov.ua/turizm/zakonodavstvozakonodavstvo-turizm>
12. Jamal, T., & Getz, D. (1995). "Collaboration theory and community tourism planning." *Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204.
13. Іванов, В. (2020). "Проблеми інфраструктури та їх вплив на розвиток туризму в Карпатах." *Економіка регіону*, 4(28), 78-91.
14. Ковальчук, О. (2017). "Екологічний туризм в гірських регіонах України: проблеми та перспективи." *Географія та туризм*, 1(10), 112-125.
15. Сидорчук, І. (2016). "Роль гірськолижних курортів у формуванні туристичного простору Карпат." *Туризм: теорія і практика*, 2(8), 102-118.
16. Петренко, Н. (2018). "Культурна спадщина як ключовий елемент туристичного розвитку Івано-Франківської області." *Культурологічний вісник*, 4(14), 70-85.
17. Коваленко, Д. (2021). "Інноваційні технології у туризмі: досвід Європейських країн та можливості для Івано-Франківської області." *Інформаційні технології в туризмі*, 1(5), 34-49.
18. Лисак, О. (2019). "Туризм в сільській місцевості: виклики та можливості для регіонів Івано-Франківської області." *Сільський розвиток*, 7(30), 92-107.
19. Федорович, М. (2017). "Інтернет-маркетинг у туризмі: аналіз прикладів з Івано-Франківської області." *Маркетинг та інновації*, 3(12), 45-60.
20. Клапчук В.М., Мендела І.Я. Курортна справа : організація, територіальне управління, стратегічне планування: Навчально-методичний посібник. ІваноФранківськ : Фоліант, 2018. С. 64-69.
21. Kowalski, A. (2012). *Turystyka w Polsce: Rozwój i Perspektywy*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
22. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В. Г. Герасименко. — Одеса : ОНЕУ, 2016. — 262 с.

23. Головне управління статистики в Івано-Франківській області.
URL: <https://ifstat.gov.ua/>. (дата звернення: 03.11.2023)
24. McAreavey, R. & McDonagh, J. 2011. Sustainable Rural Tourism: Lesson for Rural Development, *Sociologia Ruralis* 51(2): 175-194.
25. Іванченко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму / Н. М. Іванченко. // Ефективна економіка. - 2015. - № 5. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_5_80
26. Ruhanen, L. 2004. Strategic Planning for Local Tourism Destinations: an analysis of tourism plans, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 1(3): 239-253.
27. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки.
URL: https://orada.if.ua/wp-content/uploads/2020/01/Стратегія_розвитку-Івано-Франківської-області.pdf
28. Державна служба статистики України. (2022). «Туризм в Україні: Статистичний збірник». URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 03.11.2023)
29. Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. посібник / Федерація професійних спілок України; Інститут туризму - К., 2002. – 256с.
30. Dolha H. (2023). Development of ski resorts and complexes as one of the factors of increasing the attractiveness of the Carpathian Region. *Modern Economics*, 39(2023), 33-38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V39\(2023\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V39(2023)-05).
31. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. – Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. – 448 с.
32. Мальська М., Паньків Н., Ховалко А. Історія розвитку туризму: навчальний посібник / Марта Мальська, Наталія Паньків, Анна Ховалко. – Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2016. – 240 с.

33. Кушнір Л.П., Дзюбата М. В. Регіональні особливості Івано-Франківської області. [Індустрія туризму: проблеми та виклики в нових реаліях: матеріали круглого столу, м. Львів, 05 жовтня 2023. / Львів: ЛНУВМБ імені С.З. Гжицького, 2023. - с. 34].
34. Humeniuk A.I. Rehionalni osoblyvosti rozvytku turystychnoi haluzi Ivano-Frankivskoi oblasti na suchasnomu etapi / A.I. Humeniuk // Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia. – 2 (48),S. 136-144.
35. Смаль І. В. Основи географії рекреації і туризму. — Ніжин: Видавництво НДПУ ім. Миколи Гоголя, 2004. — 264 с.
36. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – 2-ге видання перероблене та доповнене – К.: «Альтапрес», 2003. – 436 с.
37. Гусаковська Т. О. Розвиток ринку туристичних послуг в Україні/ Т. О. Гусаковська, М. О. Джаман// Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011.- № 5 (50). – С. 18-29.
38. Тимчук О. Перспективи розвитку гірського туризму в Україні // Збірник наукових праць НДФІ, №7, 2002, с.31-34.5. Габорак М. М. Івано-Франківщини: Словник-довідник. — Снятин: Прут Принт, 2003. — 284 с.
39. Карягін Ю.О. «Маркетинг турпродукту»: Підручник. / Ю.О. Карягін // - К: Кондор, 2009. - 394 с.
40. Масляк П. О. Рекреаційна географія : навч. посібник / П.О. Масляк. – К. : Знання, 2008. – 343 с.
41. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Ефективна економіка. 2018, № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6241>
42. Г. В. Олексюк, О. С. Подольський. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. ISSN 1562-0905 Регіональна економіка. 2022, №3. URL:http://re.gov.ua/re202203/re202203_095_OleksyukHV,PodolskyuOS.pdf

43. UNWTO (2021). Ecotourism and Protected Areas. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas>
44. ДСТУ 4268:2003 “Послуги туристичні. Засоби розміщування”. URL: http://ksv.do.am/GOST/DSTY_ALL/DSTY3/dsty_4268-2003.pdf
45. Державне агентство розвитку туризму України. Офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
46. Бондаренко, Л. А. (2023). Дослідження програм розвитку туризму в регіонах України. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі.(8). 5-10. DOI: <https://doi.org/10.32782/tourismhospcee-8-1>.
47. Baum, T. Sustainable human resource management as a driver in tourism policy and planning: A serious sin of omission? Journal of Sustainable Tourism. 2021. 26(6). DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1423318>
48. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2003. - 348 с.
49. Центр розвитку сучасної культури. URL: <https://cmcd.com.ua/tourismdevelopment>
50. Романів П.В., Жук І.З. Основи туризму: Навчально-методичні матеріали. – Львів, 2013. – 65 с. URL: https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/02/Romaniv_Zhuk_2013_Osn_turyz.pdf

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Взаємозалежні фактори для аналізування сучасного стану туризму в Івано-Франківській області

Туристичні об'єкти	історичні місця, природні парки та культурні пам'ятки
Засоби розміщення	готелі, гостьові будинки та оренда через Airbnb, Booking
Культурні події та фестивалі	тренінги, форуми, конференції, концерти, дефіляди
Місцева кухня та ресторани	традиційна, місцева кухня, засоби харчування, локальні продукти
Інфраструктура та послуги	охорона здоров'я, служби екстреної допомоги та центри туристичної інформації
Рекламна політика	онлайн-платформ, соціальних медіа та партнерство з туристичними агентствами
Екосвідомість соціуму	екологічні ініціативи та соціальні програми збереження природного середовища.
Демографія туристів	типи туристів, які відвідують регіон, їхні інтереси та країни походження
Виклики та можливості	проблематика туристичного сектору, потенційні можливості для зростання.
Державна підтримка	інвестування туристичного ринку, та рекламних кампаній
Соціологічне опитування споживачів туризму	огляди, опитування та онлайн-платформи
Майбутня перспектива	потенційні ринкові ніші, покращення інфраструктури та ініціативи сталого розвитку.

Основні фази розвитку туристичної галузі у Івано-Франківській області



Етапи маркетингової кампанії на туристичному ринку Івано-Франківської області

№	Назва етапу	Опис
1.	Аналіз цільової аудиторії	Визначення цільової аудиторії, яка може бути зацікавлена у відвідуванні області, включаючи вік, інтереси, побутові характеристики та інші фактори.
2.	Визначення цілей	Визначення чітких маркетингових цілей, таких як збільшення кількості туристів, підвищення обігу туристичних послуг чи залучення нових ринків.
3.	Розробка ідентичності бренду	Створення або оновлення логотипу, слогану та унікального стилю для туристичного бренду області.
4.	Вибір маркетингових каналів	Визначення маркетингових каналів, таких як веб-сайт, соціальні мережі, брошури, рекламні плакати, реклама в ЗМІ, співпраця з туроператорами тощо.
5.	Розробка контент-плану	Створення плану контенту для різних маркетингових каналів, включаючи публікації на веб-сайті, блогах, соціальних мережах та інших платформах.
6.	Створення візуального та текстового контенту	Розробка фотографій, відео, статей, інфографіки та іншого контенту, який відображає красу та особливості області.
7.	Розробка рекламних матеріалів	Створення рекламних матеріалів, таких як брошури, листівки, плакати та інші рекламні засоби.
8.	Планування подій та фестивалів	Організація та просування туристичних подій, фестивалів та ярмарків у різних локаціях області.
9.	Оптимізація веб-сайту	Покращення веб-сайту області для забезпечення зручності користувачів, швидкості завантаження та оптимізації для пошукових систем.

10.	Моніторинг та аналіз	Постійний моніторинг результатів маркетингових компаній та аналіз ефективності. Виправлення та адаптація стратегії на основі результатів.
11.	Підтримка в соціальних мережах	Активний підтримка туристичного бренду у соціальних мережах через публікації, взаємодію зі спільнотою та рекламу.
12.	Співпраця з туроператорами та готелями	Укладення партнерських угод з місцевими туроператорами, готелями та іншими постачальниками туристичних послуг для спільної просування області.
13.	Реклама на місцях	Проведення рекламних заходів на пунктах продажу та інших місцях, де потенційні туристи можуть бути зацікавлені у відвідуванні області.
14.	Кампанії спільноти та громадськості	Співпраця з місцевими громадами та жителями для активної підтримки та популяризації туристичного бренду.
15.	Креативність та інновації	Впровадження нових ідей та інновацій в маркетингові компанії для підвищення ефективності та привабливості області.

Стратегічні елементи для модернізації та покращення транспортної інфраструктури

<p>Автодороги і дорожня мережа</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Реконструкція та ремонт автомагістралей та основних доріг, що ведуть до регіону. ● Вдосконалення знаків, сигнальної системи та дорожньої безпеки.
<p>Залізниця</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Модернізація та покращення залізничної інфраструктури для зручності та швидкості пересування. ● Розвиток приміського та туристичного залізничного транспорту для забезпечення зв'язку з популярними туристичними об'єктами.
<p>Авіаційний транспорт</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Розвиток місцевого аеропорту та збільшення кількості рейсів до туристичного регіону. ● Забезпечення зручного та швидкого доступу до аеропорту для пасажирів.
<p>Громадський транспорт</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Вдосконалення громадського транспорту в містах та районах регіону. ● Впровадження екологічних транспортних засобів для зменшення викидів та покращення якості повітря.
<p>Транспорт для туристів</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Забезпечення туристичних автобусів та поїздів для зручного пересування між

	<p>туристичними об'єктами.</p> <ul style="list-style-type: none">● Створення інформаційних пунктів на транспортних вузлах для надання інформації та допомоги туристам.
<p>Інфраструктура для велосипедистів та пішоходів</p>	<ul style="list-style-type: none">● Розробка велосипедних та пішохідних маршрутів та доріжок для активного відпочинку туристів.