

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

Факультет менеджменту, бізнесу та публічного адміністрування
Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

Допускається до захисту
“___” _____ 2026 р.
В. о. зав. кафедри _____

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Студента Лесіва Михайла Васильовича

на тему:

Формування туристичного продукту на основі відпочинкового
комплексу в селі Коростів: маркетингові та економічні аспекти.

на присвоєння кваліфікації – Бакалавр з туризму

Керівник роботи _____

Львів – 2026

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

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

Факультет менеджменту, бізнесу

та публічного адміністрування

Кафедра туристичного бізнесу та гостинності

ОС Бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о. зав. кафедри _____ Л.П. Кушнір
“ ____ ” _____ 2025 року

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ОС «Бакалавр»
СТУДЕНТА**

**1. Тема роботи: Формування туристичного продукту на основі
відпочинкового комплексу в селі Коростів: маркетингові та економічні
аспекти.**

Керівник роботи _____, затверджена наказом вищого
навчального закладу від « ____ » _____ 2025 року № _____

2. Строк подання студентом проекту (роботи) _____ року

3. Вихідні дані до проекту (роботи) –

**4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які
потрібно розробити): _____**

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

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання **202** року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів проекту (роботи)	Примітка
1.	Вступ		
2.	Огляд наукової та патентної літератури		
3.	Вивчення методів досліджень		
4.	Опрацювання результатів досліджень		
5.	Написання розділів		
6.	Формування висновків та підготовка роботи до захисту		

Студент _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Лесів М.В. Формування туристичного продукту на основі відпочинкового комплексу в селі Коростів: маркетингові та економічні аспекти:

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти: (242 «Туризм і рекреація») / ЛНУВМБ ім. С. З. Гжицького. Кафедра туристичного бізнесу та гостинності. Львів, 2026., 95 с.

Кваліфікаційну роботу присвячено дослідженню теоретичних, маркетингових та економічних аспектів формування туристичного продукту на основі відпочинкового комплексу у селі Коростів Львівської області. У роботі узагальнено теоретичні підходи до трактування сутності туристичного продукту, визначено роль маркетингу у розвитку туристичних підприємств та досліджено сучасні тенденції функціонування туристичного ринку. Проведено аналіз природно-рекреаційного потенціалу села Коростів, туристичної інфраструктури, конкурентного середовища та туристичних ресурсів прилеглих територій. Здійснено SWOT-аналіз туристичного потенціалу території. На основі проведеного дослідження розроблено концепцію сучасного відпочинкового комплексу, орієнтованого на рекреаційний, екологічний та wellness-туризм. Визначено цільову аудиторію туристичного продукту, сформовано маркетингову стратегію його просування та запропоновано комплекс сучасних digital-інструментів маркетингу. Проведено економічне обґрунтування проєкту створення відпочинкового комплексу, визначено основні джерела доходів, обсяг необхідних інвестицій та прогностичні показники ефективності функціонування об'єкта. За результатами дослідження обґрунтовано доцільність створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів як перспективного інвестиційного проєкту, реалізація якого сприятиме розвитку туристичної інфраструктури регіону, підвищенню його інвестиційної привабливості та активізації внутрішнього туризму в Україні.

Ключові слова: туристичний продукт, туристичний комплекс, рекреаційний туризм, wellness-туризм, екологічний туризм, маркетинг у туризмі, туристична інфраструктура, туристичний потенціал, інвестиційний проєкт, село Коростів, Карпатський регіон.

© М.В.Лесів, 2026

© ЛНУВМБ ім. С. З. Гжицького, 2026

ABSTRACT

Lesiv M.V. Formation of a Tourism Product Based on a Recreational Resort Complex in the Village of Korostiv: Marketing and Economic Aspects: Qualification work for the first (bachelor's) level of higher education: (242 «Tourism and recreation»)/ LNUVMB them S.Z. Gzhytskyi. Department of Tourism business and hospitality. Lviv, 2026., 95 p.

The qualification thesis is devoted to the study of theoretical, marketing and economic aspects of tourism product formation based on a recreational complex in the village of Korostiv, Lviv region, Ukraine. The paper summarizes theoretical approaches to the interpretation of the tourism product concept, identifies the role of marketing in the development of tourism enterprises, and investigates current trends in the tourism market. An analysis of the natural and recreational potential of Korostiv village, tourism infrastructure, competitive environment, and tourism resources of the surrounding area was conducted. A SWOT analysis of the tourism potential of the territory was also carried out.

Based on the research results, a concept of a modern recreational complex focused on recreational, ecological and wellness tourism was developed. The target audience of the tourism product was identified, a marketing strategy for its promotion was proposed, and a set of modern digital marketing tools was substantiated. An economic feasibility study of the project was conducted, including the assessment of investment requirements, potential revenue sources and projected performance indicators. The study substantiates the feasibility of creating a modern recreational complex in the village of Korostiv as a promising investment project. Its implementation will contribute to the development of regional tourism infrastructure, increase investment attractiveness and stimulate domestic tourism development in Ukraine.

Keywords: tourism product, recreational complex, recreational tourism, wellness tourism, ecotourism, tourism marketing, tourism infrastructure, tourism potential, investment project, Korostiv village, Carpathian region.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	
1.1. Сутність та структура туристичного продукту	11
1.2. Особливості формування туристичного продукту в сучасних умовах	16
1.3. Маркетингові аспекти розвитку туристичного бізнесу	21
1.4. Економічні засади функціонування відпочинкових комплексів	27
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ С.КОРОСТІВ ТА СКОЛІВСЬКОГО РАЙОНУ	
2.1. Природно-географічна характеристика території	35
2.2. Туристично-рекреаційні ресурси Коростова та прилеглих територій	39
2.3. Аналіз туристичної інфраструктури регіону	43
2.4. Дослідження конкурентного середовища у сфері відпочинкових послуг	48
2.5. SWOT-аналіз туристичного потенціалу с.Коростів	53
РОЗДІЛ 3	
ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА ОСНОВІ ВІДПОЧИНКОВОГО КОМПЛЕКСУ В С.КОРОСТІВ	
3.1. Концепція створення відпочинкового комплексу	61
3.2. Формування цільової аудиторії туристичного продукту	65
3.3. Розробка маркетингової стратегії просування комплексу	70
3.4. Економічне обґрунтування ефективності проєкту	75
3.5. Перспективи розвитку туристичного продукту в регіоні	81
ВИСНОВКИ	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	94

ВСТУП

Туристична галузь у сучасних умовах є одним із найбільш динамічних секторів світової економіки, що забезпечує розвиток територій, стимулює інвестиційну активність та сприяє соціально-економічному зростанню регіонів. В умовах глобалізації та посилення конкуренції між туристичними дестинаціями особливого значення набуває формування конкурентоспроможного туристичного продукту, здатного задовольняти сучасні потреби туристів та забезпечувати сталий розвиток територій.

В останні роки в Україні спостерігається активізація внутрішнього туризму, що пов'язано зі зміною туристичних уподобань населення, популяризацією екологічного та рекреаційного туризму, а також зростанням попиту на відпочинок у природному середовищі. Особливої актуальності набуває розвиток туристичної інфраструктури в Карпатському регіоні, який характеризується значним природно-рекреаційним потенціалом, сприятливими кліматичними умовами та наявністю унікальних природних і культурних ресурсів [4, с. 36].

Одним із перспективних напрямів розвитку туристичної діяльності є створення сучасних відпочинкових комплексів у малих гірських населених пунктах, які мають вигідне географічне розташування та значний потенціал для формування туристичного продукту. До таких територій належить с.Коростів Сколівського району Львівської області, яке розташоване в межах Карпатського регіону та характеризується сприятливими умовами для розвитку рекреаційного, екологічного, активного та сімейного туризму.

С.Коростів знаходиться поблизу міжнародної автомобільної траси Київ–Чоп, що забезпечує зручну транспортну доступність для туристів із різних регіонів України. Водночас територія характеризується високим рівнем природної привабливості, наявністю гірських ландшафтів, лісових масивів, річок, туристичних маршрутів та близькістю до популярних туристичних об'єктів Карпатського регіону, зокрема Національного

природного парку «Сколівські Бескиди», фортеці Тустань, водоспаду Кам'янка та гори Парашка.

Сучасний туристичний ринок характеризується зміною мотивації туристів та переорієнтацією попиту на індивідуалізований, екологічний та емоційно орієнтований відпочинок. Туристи дедалі частіше обирають локації, що поєднують природне середовище, комфортні умови проживання, приватність, автентичність та можливість психологічного відновлення. У зв'язку з цим особливого значення набуває формування туристичного продукту на основі сучасних відпочинкових комплексів, які можуть забезпечити комплекс туристичних послуг та створити конкурентні переваги території.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю розвитку туристичної інфраструктури Карпатського регіону, формування нових туристичних продуктів та підвищення інвестиційної привабливості малих туристичних територій. Важливим є також дослідження маркетингових та економічних аспектів створення відпочинкового комплексу як перспективного напрямку розвитку туристичного бізнесу у с.Коростів.

Проблематика формування туристичного продукту досліджувалась у працях багатьох українських та зарубіжних науковців, зокрема М. Мальської, В. Кифяка, О. Бейдика, Т. Ткаченко, І. Смаль, Ф. Котлера, А. Дуровича та інших. У наукових працях розглядаються питання розвитку туристичних ресурсів, маркетингу туристичних послуг, конкурентоспроможності туристичних підприємств та економічної ефективності туристичної діяльності. Проте питання формування туристичного продукту на основі відпочинкового комплексу в малих гірських населених пунктах Карпатського регіону потребують подальших досліджень з урахуванням сучасних тенденцій туристичного ринку та інвестиційних перспектив розвитку територій.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей формування туристичного продукту на основі відпочинкового комплексу у

с.Коростів та обґрунтування маркетингових і економічних аспектів його функціонування.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- дослідити теоретичні основи формування туристичного продукту;
- охарактеризувати маркетингові та економічні аспекти розвитку туристичного бізнесу;
- проаналізувати туристично-рекреаційний потенціал с.Коростів та Сколівського району;
- дослідити туристичну інфраструктуру регіону;
- провести аналіз конкурентного середовища;
- здійснити SWOT-аналіз туристичного потенціалу території;
- розробити концепцію відпочинкового комплексу;
- сформувати пропозиції щодо маркетингового просування туристичного продукту;
- обґрунтувати економічну ефективність реалізації проєкту.

Об'єктом дослідження є процес формування туристичного продукту в Карпатському регіоні.

Предметом дослідження є маркетингові та економічні аспекти формування туристичного продукту на основі відпочинкового комплексу у с.Коростів.

У процесі дослідження використано такі методи:

- аналізу та синтезу;
- системного підходу;
- порівняльного аналізу;
- статистичного аналізу;
- SWOT-аналізу;
- економічного прогнозування;
- графічного методу.

Інформаційну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти України, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених, статистичні матеріали, офіційні дані туристичних платформ, матеріали органів місцевого самоврядування, а також інформаційні ресурси мережі Інтернет.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання запропонованих рекомендацій при формуванні туристичного продукту та створенні сучасного відпочинкового комплексу в с.Коростів. Результати дослідження можуть бути використані суб'єктами туристичної діяльності, органами місцевого самоврядування та потенційними інвесторами для розвитку туристичної інфраструктури регіону.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

1.1. Сутність та структура туристичного продукту

У сучасних умовах розвитку світової економіки туристична діяльність посідає важливе місце серед галузей сфери послуг, забезпечуючи формування доходів державного та місцевих бюджетів, створення нових робочих місць, розвиток інфраструктури та активізацію інвестиційної діяльності. Туризм є не лише важливою складовою економічного розвитку, але й чинником культурного обміну, регіонального розвитку та підвищення якості життя населення. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває питання формування конкурентоспроможного туристичного продукту, який здатний задовольнити сучасні потреби туристів та забезпечити ефективне функціонування туристичних підприємств.

Поняття «туристичний продукт» є одним із ключових у сфері туризму та широко використовується як у наукових дослідженнях, так і в практичній діяльності туристичних підприємств. Відповідно до Закону України «Про туризм», туристичний продукт визначається як попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, що поєднує не менше двох таких послуг і реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною [1].

У науковій літературі існують різні підходи до трактування поняття туристичного продукту. Зокрема, М. Мальська та І. Пандяк розглядають туристичний продукт як комплекс матеріальних та нематеріальних складових, які забезпечують задоволення потреб туриста під час подорожі [9, с. 74]. На думку В. Кифяка, туристичний продукт являє собою сукупність послуг, робіт, природних та культурних ресурсів, що створюють цілісний туристичний досвід [7, с. 91].

У сучасних умовах туристичний продукт розглядається не лише як набір послуг, а як комплекс емоцій, вражень та атмосфери, які отримує

турист під час перебування у певній дестинації. Такий підхід особливо актуальний у сфері рекреаційного та екологічного туризму, де туристи дедалі частіше орієнтуються на емоційне відновлення, контакт із природою та автентичність середовища.

Формування туристичного продукту є складним процесом, що включає поєднання різних елементів туристичного обслуговування. Основними складовими туристичного продукту є:

- туристичні ресурси;
- туристичні послуги;
- туристична інфраструктура;
- організаційне забезпечення;
- маркетингове позиціонування;
- емоційна складова.

Базою формування туристичного продукту виступають туристичні ресурси. Саме вони створюють передумови для розвитку туристичної діяльності та визначають спеціалізацію території. Туристичні ресурси поділяються на:

- природно-рекреаційні;
- історико-культурні;
- соціально-економічні;
- інфраструктурні.

До природно-рекреаційних ресурсів належать кліматичні умови, ландшафти, ліси, річки, озера, гори та інші природні об'єкти. Для Карпатського регіону природні ресурси є основною складовою туристичної привабливості, оскільки саме гірські ландшафти та екологічно чисте середовище формують попит на рекреаційний відпочинок [8, с. 112].

Історико-культурні ресурси включають архітектурні пам'ятки, музеї, сакральні споруди, етнографічну спадщину, традиції та народні ремесла. У сучасному туризмі важливу роль відіграє поєднання природних і культурних

ресурсів, що дозволяє створити комплексний туристичний продукт та урізноманітнити туристичні послуги.

Наступною складовою туристичного продукту є туристичні послуги, які забезпечують безпосереднє обслуговування туристів. До основних туристичних послуг належать:

- послуги проживання;
- харчування;
- транспортне обслуговування;
- екскурсійні послуги;
- організація дозвілля.

Окрім основних послуг, важливе значення мають додаткові послуги, які підвищують комфорт та конкурентоспроможність туристичного продукту. До них належать:

- SPA-послуги;
- оздоровчі процедури;
- організація активного відпочинку;
- прокат туристичного спорядження;
- трансфер;
- проведення тематичних заходів.

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку туристичний продукт дедалі більше орієнтується на індивідуальні потреби споживачів. Туристи прагнуть отримати унікальний досвід, емоції та високий рівень сервісу. Саме тому важливим елементом туристичного продукту стає його емоційна складова, яка включає атмосферу, естетичне оформлення, гостинність та автентичність середовища.

Особливістю туристичного продукту є його нематеріальний характер. На відміну від матеріальних товарів, туристичні послуги не можуть бути накопичені або збережені. Турист оцінює якість продукту безпосередньо під час його споживання, тому важливе значення мають репутація туристичного підприємства, рівень сервісу та позитивний імідж дестинації [14, с. 58].

Ще однією характерною рисою туристичного продукту є комплексність. Туристичний продукт формується в результаті взаємодії багатьох суб'єктів туристичної діяльності:

- готелів;
- ресторанів;
- транспортних компаній;
- екскурсійних бюро;
- туристичних операторів;
- органів місцевого самоврядування.

Недостатній рівень розвитку хоча б одного з елементів туристичної інфраструктури може негативно впливати на загальне сприйняття туристичного продукту.

Важливою складовою сучасного туристичного продукту є туристична інфраструктура, яка забезпечує належні умови для перебування туристів. До туристичної інфраструктури належать:

- засоби розміщення;
- заклади харчування;
- транспортна мережа;
- інформаційне забезпечення;
- інженерні комунікації;
- рекреаційні об'єкти.

Для розвитку туристичного продукту у гірських регіонах особливого значення набуває якість транспортної доступності та рівень благоустрою території. У цьому контексті с.Коростів має вигідне географічне положення завдяки близькості до міжнародної траси Київ–Чоп та туристичних центрів Львівської області.

У сучасних умовах значний вплив на формування туристичного продукту мають цифрові технології та маркетингові інструменти. Онлайн-платформи бронювання, соціальні мережі та цифровий маркетинг стали

важливими елементами просування туристичних послуг. Значна частина туристів обирає місце відпочинку на основі:

- візуального контенту;
- відгуків;
- рейтингів;
- рекомендацій блогерів;
- інформації в соціальних мережах.

Особливої популярності набуває концепція *experiential tourism*, відповідно до якої турист прагне отримати нові враження та емоційний досвід. У зв'язку з цим сучасні відпочинкові комплекси орієнтуються не лише на надання послуг проживання, а й на створення атмосфери відпочинку, гармонії та психологічного комфорту.

Для Карпатського регіону актуальним є розвиток екологічного та рекреаційного туризму. Попит на відпочинок серед природи, у віддалених гірських локаціях, значно зріс упродовж останніх років. Туристи дедалі частіше обирають невеликі відпочинкові комплекси, котеджі та глемпінги замість великих готелів, оскільки вони забезпечують приватність, тишу та контакт із природним середовищем.

Важливим фактором формування туристичного продукту є його конкурентоспроможність. Конкурентоспроможний туристичний продукт повинен:

- відповідати потребам цільової аудиторії;
- мати унікальні характеристики;
- забезпечувати високий рівень сервісу;
- бути економічно доступним;
- формувати позитивний імідж території.

Для сучасних туристичних підприємств важливим є формування власної концепції та унікальної пропозиції. Це особливо актуально для відпочинкових комплексів у Карпатах, де конкуренція на ринку туристичних послуг постійно зростає.

Таким чином, туристичний продукт є складною багатокомпонентною системою, що поєднує природні ресурси, туристичні послуги, інфраструктуру, маркетингові інструменти та емоційний досвід туриста. У сучасних умовах ефективне формування туристичного продукту потребує комплексного підходу, врахування тенденцій туристичного ринку та орієнтації на індивідуальні потреби споживачів. Саме створення якісного та конкурентоспроможного туристичного продукту є основою успішного розвитку туристичного бізнесу та підвищення туристичної привабливості територій.

1.2. Особливості формування туристичного продукту в сучасних умовах

Сучасний розвиток туристичної галузі характеризується високим рівнем конкуренції, швидкою зміною споживчих потреб, цифровізацією послуг та трансформацією підходів до організації туристичної діяльності. У таких умовах формування туристичного продукту стає складним багаторівневим процесом, що потребує врахування економічних, соціальних, маркетингових та психологічних чинників. Ефективність функціонування туристичних підприємств значною мірою залежить від здатності адаптувати туристичний продукт до сучасних тенденцій ринку та забезпечити його конкурентоспроможність.

Однією з головних особливостей сучасного туристичного ринку є зміна поведінки туриста. Якщо раніше основним критерієм вибору туристичного продукту були базові умови проживання та вартість послуг, то сьогодні туристи дедалі більше орієнтуються на емоції, враження, атмосферу та індивідуальний досвід. Туризм поступово трансформується із форми споживання послуг у спосіб отримання нового життєвого досвіду та психологічного відновлення [22, с. 54].

Сучасний турист прагне:

- емоційного комфорту;
- екологічності;
- індивідуального підходу;
- автентичності;
- безпеки;
- високого рівня сервісу;
- цифрової доступності послуг.

У зв'язку з цим туристичний продукт повинен бути не лише функціональним, але й емоційно привабливим. Саме тому у сфері туризму активно розвиваються концепції *experiential tourism* та *slow tourism*, які орієнтовані на створення емоційного досвіду, гармонійний відпочинок та занурення туриста у природне чи культурне середовище.

Особливо актуальними такі тенденції є для Карпатського регіону, де природне середовище створює передумови для розвитку рекреаційного та екологічного туризму. Сучасні туристи все частіше відмовляються від масового туризму на користь невеликих відпочинкових комплексів, котеджів та еко-готелів, що забезпечують приватність та відпочинок серед природи.

Важливою особливістю формування туристичного продукту в сучасних умовах є індивідуалізація туристичних послуг. Туристичні підприємства прагнуть максимально адаптувати свої пропозиції до потреб конкретних цільових аудиторій. Це проявляється у створенні:

- сімейних туристичних продуктів;
- wellness-турів;
- SPA-відпочинку;
- гастрономічних турів;
- активного туризму;
- еко-турів;
- digital detox-відпочинку.

Індивідуалізація туристичного продукту дозволяє підприємствам формувати унікальну ринкову пропозицію та підвищувати рівень лояльності клієнтів.

Суттєвий вплив на формування туристичного продукту має процес цифровізації туристичної галузі. Розвиток цифрових технологій значно змінив механізми вибору, бронювання та споживання туристичних послуг. Більшість туристів здійснюють пошук інформації про туристичні об'єкти через:

- соціальні мережі;
- пошукові системи;
- онлайн-платформи бронювання;
- туристичні блоги;
- відеоконтент.

Цифрові комунікації стали одним із ключових інструментів просування туристичного продукту. У сучасних умовах туристичне підприємство фактично формує свій імідж через візуальний контент, відгуки клієнтів та присутність у цифровому середовищі. Саме тому важливого значення набуває digital-маркетинг, який включає:

- SMM-просування;
- контент-маркетинг;
- SEO-оптимізацію;
- influencer marketing;
- таргетовану рекламу;
- відеомаркетинг.

Для відпочинкових комплексів у Карпатах особливе значення має візуальна складова туристичного продукту. Панорамні краєвиди, природне середовище, архітектура котеджів та атмосфера відпочинку формують основну мотивацію туриста при виборі місця проживання.

Ще однією особливістю сучасного туристичного продукту є зростання попиту на екологічний туризм. Погіршення екологічної ситуації у великих

містах, високий рівень урбанізації та психологічне навантаження сприяють популяризації відпочинку в природному середовищі. Екотуризм передбачає:

- мінімальний вплив на природу;
- використання екологічних матеріалів;
- енергоефективність;
- збереження природного ландшафту;
- популяризацію локальної культури.

У зв'язку з цим сучасні відпочинкові комплекси дедалі частіше використовують концепцію *sustainable tourism*, що базується на принципах сталого розвитку та екологічної відповідальності [22, с. 71].

Для територій Карпатського регіону екологічна складова є важливим конкурентним фактором. Туристи позитивно сприймають:

- дерев'яну архітектуру;
- локальні продукти харчування;
- використання природних матеріалів;
- традиційний стиль оформлення;
- екологічні технології.

Сучасний туристичний продукт також формується під впливом соціально-економічних чинників. Економічна нестабільність, зміни рівня доходів населення та безпекова ситуація впливають на туристичний попит та структуру туристичних витрат. У таких умовах зростає популярність внутрішнього туризму, що створює додаткові можливості для розвитку туристичних територій України.

Після 2020 року внутрішній туризм в Україні суттєво активізувався. Значна частина населення переорієнтувалася на подорожі в межах країни, а Карпатський регіон став одним із найбільш популярних напрямів рекреаційного туризму. Це створює сприятливі умови для розвитку нових туристичних продуктів у Львівській області, зокрема у с.Коростів.

Важливою тенденцією сучасного туристичного ринку є розвиток всесезонного туризму. Традиційно туристичний бізнес у гірських регіонах

характеризувався сезонністю, що негативно впливало на фінансову стабільність підприємств. У сучасних умовах відпочинкові комплекси прагнуть забезпечити цілорічне функціонування шляхом диверсифікації туристичних послуг.

Для цього використовуються:

- СПА-комплекси;
- чани;
- сауни;
- басейни;
- гастрономічні заходи;
- йога-тури;
- корпоративний туризм;
- зимові активності;
- літні туристичні маршрути.

Такий підхід дозволяє зменшити вплив сезонності та підвищити економічну ефективність туристичного бізнесу.

Особливе значення у формуванні туристичного продукту має територіальний брендинг. У сучасних умовах туристи обирають не лише окремий готель чи котедж, а загальний образ території. Формування позитивного туристичного іміджу регіону сприяє збільшенню туристичних потоків та інвестиційної привабливості.

Для с.Коростів перспективним є формування бренду території як:

- локації для екологічного відпочинку;
- простору для психологічного відновлення;
- центру slow tourism;
- території активного відпочинку серед Карпатської природи.

У сучасному туризмі дедалі більшого значення набуває емоційний маркетинг. Турист купує не лише послугу проживання, а атмосферу, враження та стиль життя. Саме тому успішний туристичний продукт повинен формувати:

- позитивні емоції;
- відчуття комфорту;
- естетичне задоволення;
- унікальний досвід перебування.

Водночас формування туристичного продукту потребує врахування економічної ефективності. Туристичне підприємство повинно забезпечувати:

- рентабельність діяльності;
- окупність інвестицій;
- стабільний попит;
- конкурентоспроможність на ринку.

Саме поєднання маркетингової привабливості та економічної ефективності є основою успішного функціонування сучасних відпочинкових комплексів.

Таким чином, формування туристичного продукту в сучасних умовах є складним процесом, що залежить від змін споживчих потреб, цифровізації туристичного ринку, розвитку екологічного туризму та посилення конкуренції між туристичними дестинаціями. Сучасний туристичний продукт повинен поєднувати високий рівень сервісу, емоційний досвід, екологічність, індивідуальний підхід та ефективну маркетингову стратегію. Для Карпатського регіону це створює значні перспективи розвитку сучасних відпочинкових комплексів, орієнтованих на рекреаційний та екологічний туризм.

1.3. Маркетингові аспекти розвитку туристичного бізнесу

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії маркетинг є одним із ключових інструментів забезпечення конкурентоспроможності туристичних підприємств та формування ефективного туристичного продукту. Посилення конкуренції між туристичними дестинаціями, зміна поведінки споживачів та активна цифровізація сфери послуг зумовлюють

необхідність використання сучасних маркетингових підходів у туристичному бізнесі.

Маркетинг у сфері туризму є системою управління туристичним підприємством, спрямованою на вивчення попиту, формування туристичного продукту, просування послуг та задоволення потреб споживачів [14, с. 23]. Основною метою туристичного маркетингу є створення конкурентоспроможного продукту, який забезпечує максимальне задоволення туриста та економічну ефективність діяльності підприємства.

На думку Ф. Котлера, сучасний маркетинг базується не лише на продажі товару чи послуги, а на створенні цінності та емоційного зв'язку зі споживачем [15, с. 42]. У сфері туризму це має особливе значення, оскільки туристичний продукт є нематеріальним та значною мірою залежить від емоційного сприйняття клієнта.

Сучасний туристичний бізнес функціонує в умовах високої конкуренції, тому маркетингова діяльність повинна бути орієнтована на:

- вивчення потреб споживачів;
- формування унікальної туристичної пропозиції;
- створення позитивного іміджу;
- просування туристичних послуг;
- забезпечення лояльності клієнтів.

Особливістю маркетингу у сфері туризму є те, що туристичний продукт не може бути оцінений споживачем до моменту його безпосереднього споживання. Саме тому вирішальне значення мають репутація підприємства, рівень сервісу, візуальна привабливість та позитивні відгуки туристів [16, с. 58].

У сучасних умовах значний вплив на розвиток туристичного бізнесу має цифровий маркетинг. Більшість туристів здійснюють пошук місць для відпочинку через мережу Інтернет, соціальні мережі та онлайн-платформи бронювання. Це зумовлює необхідність активного використання digital-інструментів у просуванні туристичних послуг.

До основних інструментів цифрового маркетингу у сфері туризму належать:

- SMM-маркетинг;
- SEO-оптимізація;
- контент-маркетинг;
- відеомаркетинг;
- influencer marketing;
- email-маркетинг;
- таргетована реклама.

Таблиця 1.1

Основні інструменти маркетингу у сфері туризму

Інструмент	Характеристика	Значення для туристичного бізнесу
SMM-маркетинг	Просування через соціальні мережі	Формування іміджу та комунікація з клієнтами
SEO-оптимізація	Оптимізація сайту у пошукових системах	Залучення нових туристів
Контент-маркетинг	Використання фото, відео та текстів	Формування емоційного сприйняття
Influencer marketing	Просування через блогерів	Підвищення довіри до бренду
Email-маркетинг	Персоналізована комунікація	Формування лояльності клієнтів

Джерело: сформовано автором на основі [14; 15; 16].

Особливе значення для туристичного бізнесу мають соціальні мережі, оскільки вони формують емоційне сприйняття туристичного продукту та безпосередньо впливають на рішення туриста щодо вибору місця відпочинку. Найбільш ефективними платформами для просування туристичних послуг є Instagram, TikTok, Facebook та YouTube.

Для сучасних відпочинкових комплексів Карпатського регіону Instagram-маркетинг є одним із найрезультативніших способів просування туристичного продукту. Візуальний контент дозволяє демонструвати природні ландшафти, архітектуру котеджів, панорамні краєвиди та атмосферу відпочинку, що формує позитивний емоційний образ туристичної дестинації.

Успішний туристичний продукт у сучасних умовах значною мірою базується на емоційному маркетингу. Турист купує не лише проживання чи харчування, а відчуття комфорту, гармонії, приватності та нових вражень. Саме тому важливу роль відіграє формування атмосфери та концепції туристичного об'єкта.

Для села Коростів перспективним є розвиток туристичного продукту, орієнтованого на:

- екологічний відпочинок;
- сімейний туризм;
- wellness-відпочинок;
- slow tourism;
- активний туризм;
- digital detox.

Сучасні тенденції туристичного ринку свідчать про зростання попиту на невеликі відпочинкові комплекси серед природи, що забезпечують приватність та психологічний комфорт. Туристи дедалі частіше обирають локації, віддалені від шумних туристичних центрів, надаючи перевагу автентичним гірським територіям.

Важливим елементом маркетингової діяльності є сегментація туристичного ринку. Сегментація передбачає поділ споживачів на окремі групи залежно від:

- віку;
- рівня доходів;
- стилю життя;
- мотивації подорожі;
- туристичних потреб.

Для відпочинкового комплексу у селі Коростів потенційною цільовою аудиторією можуть бути:

- молоді пари;
- сім'ї з дітьми;
- туристи зі Львова та Києва;
- віддалені працівники;
- прихильники активного туризму;
- туристи, орієнтовані на екологічний відпочинок.

Одним із важливих елементів маркетингової діяльності є брендинг території. Територіальний бренд формує у свідомості туриста уявлення про дестинацію та її унікальність. У сучасних умовах турист обирає не лише конкретний готель чи котедж, а загальний стиль та атмосферу території.

Для села Коростів перспективним є формування бренду території як:

- місця спокійного відпочинку серед Карпат;
- екологічної туристичної локації;
- простору для психологічного відновлення;
- центру рекреаційного туризму;
- території slow tourism.

Важливу роль у маркетинговому просуванні туристичного продукту відіграють онлайн-платформи бронювання. Сьогодні значна частина туристів здійснює бронювання через сервіси:

- [Booking.com](https://www.booking.com);
- [Airbnb](https://www.airbnb.com);
- [Tripadvisor](https://www.tripadvisor.com).

Наявність позитивних відгуків, високого рейтингу та якісного візуального контенту суттєво впливає на рівень завантаження туристичного об'єкта та його конкурентоспроможність на ринку.

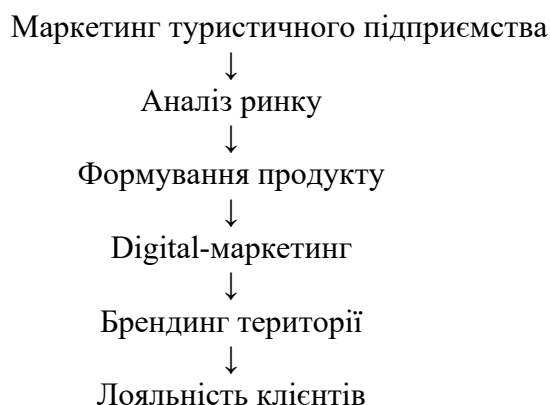


Рисунок 1.1. Складові маркетингової діяльності туристичного підприємства

У сучасних умовах важливого значення набуває influencer marketing – просування туристичних послуг через блогерів та лідерів думок. Туристи часто довіряють рекомендаціям блогерів більше, ніж традиційній рекламі. Для невеликих відпочинкових комплексів співпраця з travel-блогерами може бути ефективним інструментом популяризації туристичного продукту.

Крім того, важливим маркетинговим чинником є формування унікальної концепції туристичного об'єкта. У Карпатському регіоні конкурентні переваги можуть створювати:

- панорамне розташування;
- архітектура в етностилі;
- чан та SPA;
- локальна кухня;
- авторський дизайн;
- інтеграція з природним середовищем.

Саме унікальність туристичного продукту дозволяє формувати емоційний зв'язок із клієнтом та забезпечувати конкурентоспроможність підприємства.

Важливим аспектом маркетингової діяльності є формування лояльності клієнтів. Повторні візити туристів забезпечують стабільність попиту та зменшують витрати на залучення нових споживачів. Для цього використовуються:

- бонусні програми;
- персоналізовані пропозиції;
- комунікація в соціальних мережах;
- email-розсилки;
- індивідуальний підхід до гостей.

Таким чином, маркетинг у туристичному бізнесі є важливим інструментом формування конкурентоспроможного туристичного продукту та забезпечення ефективного функціонування туристичних підприємств. У сучасних умовах успішний туристичний продукт повинен поєднувати емоційну привабливість, цифрову присутність, екологічність, високий рівень сервісу та чітко сформовану концепцію. Для села Коростів використання сучасних маркетингових підходів створює значні перспективи розвитку туристичного бізнесу та підвищення туристичної привабливості території.

1.4. Економічні засади функціонування відпочинкових комплексів

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії економічна ефективність діяльності туристичних підприємств є одним із ключових чинників забезпечення їх конкурентоспроможності та стабільного функціонування. Особливого значення це питання набуває для відпочинкових комплексів, діяльність яких потребує значних інвестиційних вкладень, ефективного управління ресурсами та адаптації до змін туристичного ринку.

Відпочинковий комплекс є складною соціально-економічною системою, що поєднує елементи туристичного, готельного, рекреаційного та сервісного бізнесу. Основною метою функціонування відпочинкового комплексу є отримання прибутку шляхом надання комплексу туристичних послуг та задоволення рекреаційних потреб споживачів [23, с. 41].

Економічна діяльність відпочинкових комплексів має низку особливостей, серед яких:

- висока капіталомісткість;
- сезонність попиту;
- залежність від туристичних потоків;
- значна роль сервісу;
- вплив зовнішніх економічних факторів;
- необхідність постійного оновлення інфраструктури.

Функціонування відпочинкових комплексів безпосередньо пов'язане з інвестиційною діяльністю. Створення сучасного туристичного об'єкта потребує значних фінансових вкладень у:

- будівництво;
- благоустрій території;
- інженерні комунікації;
- меблювання;
- маркетинг;
- цифрову інфраструктуру;
- рекреаційні елементи.

Особливо актуальним це є для гірських територій Карпатського регіону, де реалізація туристичних проєктів часто потребує додаткових витрат, пов'язаних зі складністю рельєфу, транспортною доступністю та розвитком інженерної інфраструктури.

На думку В. Гуменюка, інвестиції у сферу туризму мають довгостроковий характер та характеризуються високим рівнем ризику, однак за умови ефективного управління забезпечують стабільний фінансовий результат та позитивний мультиплікаційний ефект для розвитку території [44, с. 58].

Одним із ключових економічних показників функціонування відпочинкового комплексу є рентабельність діяльності. Рентабельність характеризує ефективність використання ресурсів та співвідношення між витратами і прибутком підприємства.

Основними джерелами доходів відпочинкових комплексів є:

- послуги проживання;
- харчування;
- SPA-послуги;
- організація дозвілля;
- прокат туристичного спорядження;
- проведення заходів;
- екскурсійне обслуговування.

У сучасних умовах туристичні підприємства прагнуть диверсифікувати джерела доходів, що дозволяє зменшити залежність від сезонності та підвищити фінансову стійкість бізнесу.

Однією з найбільших проблем функціонування туристичних підприємств у Карпатському регіоні є сезонність попиту. Сезонність характеризується нерівномірністю туристичних потоків протягом року, що негативно впливає на рівень завантаження засобів розміщення та фінансові результати діяльності підприємства [50, с. 113].

Для гірських територій традиційно виділяють:

- зимовий туристичний сезон;
- літній сезон;
- міжсезоння.

У період міжсезоння значна частина туристичних об'єктів стикається зі зниженням рівня завантаження та прибутковості. Саме тому сучасні відпочинкові комплекси прагнуть формувати всесезонний туристичний продукт шляхом розвитку:

- wellness-послуг;
- SPA-відпочинку;
- гастрономічного туризму;
- корпоративного туризму;
- тематичних заходів;
- активного туризму.

Для села Коростів перспективним є створення відпочинкового комплексу всесезонного типу, який поєднуватиме рекреаційний, оздоровчий та активний туризм. Близькість до природних туристичних об'єктів та зручне транспортне сполучення створюють сприятливі умови для формування стабільного туристичного потоку.

Таблиця 1.2

Основні джерела доходів відпочинкового комплексу

Джерело доходу	Характеристика
Проживання	Основний вид доходу від надання номерного фонду
Харчування	Ресторанні та гастрономічні послуги
SPA та чан	Оздоровчі та рекреаційні послуги
Екскурсії	Організація туристичних маршрутів
Прокат спорядження	Велосипеди, квадроцикли, лижі
Івенти та заходи	Корпоративний та святковий туризм

Джерело: сформовано автором на основі [23; 44; 50].

Важливим економічним чинником розвитку туристичного бізнесу є рівень інвестиційної привабливості території. Інвестиційна привабливість визначається:

- природно-рекреаційним потенціалом;
- транспортною доступністю;

- туристичним попитом;
- рівнем розвитку інфраструктури;
- безпекою регіону;
- перспективами розвитку території.

Карпатський регіон є одним із найбільш перспективних туристичних регіонів України з точки зору інвестування у сферу рекреаційного туризму. Попит на відпочинок серед природи, екологічні котеджі та приватний формат проживання постійно зростає, що створює сприятливі умови для реалізації нових туристичних проєктів.

Особливу роль у функціонуванні відпочинкових комплексів відіграє цінова політика. Формування вартості туристичних послуг залежить від:

- рівня сервісу;
- локації;
- сезонності;
- унікальності концепції;
- рівня конкуренції;
- додаткових послуг.

Для сучасних відпочинкових комплексів Карпатського регіону характерним є використання гнучкого ціноутворення, при якому вартість проживання змінюється залежно від сезону, рівня попиту та завантаження номерного фонду.

Важливим аспектом економічної діяльності є оптимізація витрат підприємства. Основними витратами відпочинкових комплексів є:

- витрати на будівництво;
- заробітна плата персоналу;
- комунальні послуги;
- маркетингові витрати;
- витрати на обслуговування території;
- закупівля обладнання;
- податкові платежі.

Для сучасних туристичних підприємств особливого значення набуває використання енергоефективних технологій та екологічних рішень, які дозволяють зменшити експлуатаційні витрати та підвищити конкурентоспроможність підприємства.

У сучасних умовах значний вплив на економічну ефективність туристичного бізнесу має маркетингова діяльність. Якісне просування туристичного продукту дозволяє:

- збільшити рівень завантаження;
- залучити нових клієнтів;
- підвищити середній чек;
- забезпечити повторні візити туристів.

Важливим економічним показником функціонування відпочинкового комплексу є термін окупності інвестицій. У середньому для невеликих котеджних комплексів Карпатського регіону термін окупності становить 5–8 років залежно від:

- масштабів проєкту;
- вартості будівництва;
- рівня завантаження;
- маркетингової стратегії;
- сезонності попиту.

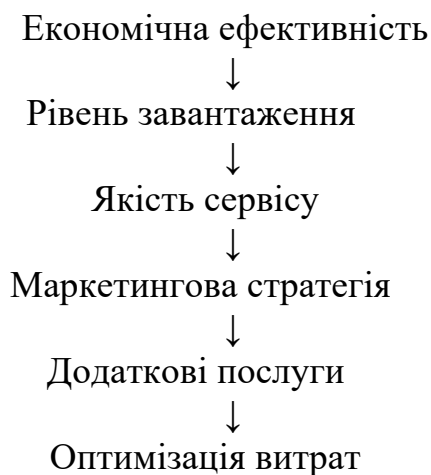


Рисунок 1.2. Основні фактори економічної ефективності відпочинкового комплексу

Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах туристичний бізнес також виконує важливу соціально-економічну функцію. Розвиток відпочинкових комплексів сприяє:

- створенню нових робочих місць;
- розвитку місцевої інфраструктури;
- збільшенню надходжень до місцевих бюджетів;
- розвитку малого підприємництва;
- популяризації території.

Для села Коростів розвиток туристичного бізнесу може стати важливим чинником соціально-економічного розвитку території та підвищення її інвестиційної привабливості. Створення сучасного відпочинкового комплексу сприятиме активізації туристичної діяльності, розвитку супутніх послуг та покращенню іміджу території на туристичному ринку.

Таким чином, економічні засади функціонування відпочинкових комплексів базуються на ефективному використанні ресурсів, диверсифікації доходів, раціональному управлінні витратами та формуванні конкурентоспроможного туристичного продукту. У сучасних умовах успішне функціонування відпочинкового комплексу залежить від поєднання економічної ефективності, маркетингової привабливості та здатності адаптуватися до змін туристичного ринку. Для села Коростів це створює значні перспективи розвитку сучасного туристичного бізнесу на основі рекреаційного та екологічного туризму.

У результаті проведеного дослідження теоретичних основ формування туристичного продукту встановлено, що туристичний продукт є складною багатокомпонентною системою, яка поєднує туристичні послуги, природно-рекреаційні ресурси, інфраструктуру, маркетингові інструменти та емоційний досвід туриста. У сучасних умовах конкурентоспроможність туристичного продукту значною мірою залежить від його унікальності, рівня сервісу, відповідності потребам споживачів та здатності формувати позитивні враження від подорожі.

Досліджено, що сучасний туристичний ринок характеризується зміною поведінки споживачів та переорієнтацією туристичного попиту на екологічний, рекреаційний та емоційно орієнтований відпочинок. Туристи дедалі частіше обирають невеликі відпочинкові комплекси, розташовані у природному середовищі, які забезпечують приватність, психологічний комфорт та автентичність. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває

розвиток туристичних продуктів у гірських регіонах України, зокрема в Карпатах.

У процесі дослідження встановлено, що формування туристичного продукту в сучасних умовах потребує комплексного підходу, який включає:

- врахування потреб цільової аудиторії;
- використання сучасних маркетингових інструментів;
- формування унікальної концепції туристичного об'єкта;
- забезпечення високого рівня сервісу;
- створення позитивного іміджу території.

Визначено, що маркетинг у сфері туризму є важливим інструментом формування конкурентоспроможності туристичних підприємств. Особливу роль у сучасному туристичному бізнесі відіграють цифрові технології, соціальні мережі, онлайн-платформи бронювання та емоційний маркетинг. Значний вплив на вибір туристом місця відпочинку мають візуальний контент, репутація туристичного об'єкта та позитивні відгуки клієнтів.

Дослідження економічних засад функціонування відпочинкових комплексів дозволило встановити, що ефективність туристичного бізнесу залежить від рівня завантаження, диверсифікації доходів, раціонального управління витратами та ефективної маркетингової стратегії. Водночас розвиток туристичних об'єктів у Карпатському регіоні характеризується значними перспективами з точки зору інвестиційної привабливості та зростання попиту на рекреаційний відпочинок.

Встановлено, що сучасні відпочинкові комплекси повинні орієнтуватися на концепцію всесезонного функціонування шляхом розвитку додаткових туристичних послуг, зокрема:

- SPA-відпочинку;
- wellness-послуг;
- гастрономічного туризму;
- активного туризму;
- організації дозвілля.

У результаті проведеного аналізу визначено, що село Коростів має значний потенціал для формування сучасного туристичного продукту завдяки:

- вигідному географічному положенню;
- близькості до природних туристичних об'єктів;
- сприятливим природно-кліматичним умовам;
- транспортній доступності;
- перспективам розвитку рекреаційного туризму.

Таким чином, теоретичні засади формування туристичного продукту свідчать про доцільність створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів, який може стати конкурентоспроможним туристичним продуктом на ринку рекреаційного туризму Карпатського регіону. Теоретичні положення, розглянуті у першому розділі, є основою для подальшого аналізу туристичного потенціалу території та розробки концепції відпочинкового комплексу у наступних розділах роботи.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СЕЛА КОРОСТІВ ТА СКОЛІВСЬКОГО РАЙОНУ

2.1. Природно-географічна характеристика території

Карпатський регіон України є одним із найбільш перспективних центрів розвитку рекреаційного та туристичного бізнесу завдяки значному природно-ресурсному потенціалу, сприятливим кліматичним умовам та наявності унікальних природних ландшафтів. Важливе місце у структурі туристично-рекреаційного потенціалу Львівської області займає територія Сколівського району, яка характеризується високою концентрацією природних туристичних ресурсів та сприятливими умовами для розвитку різних видів туризму [18, с. 44].

Однією з перспективних територій для розвитку туристичної діяльності є село Коростів, розташоване у Стрийському районі Львівської області. Село знаходиться в межах Українських Карпат та входить до природно-рекреаційної зони Сколівських Бескидів. Вигідне географічне положення, природне середовище та транспортна доступність формують сприятливі передумови для розвитку туристичної інфраструктури та створення сучасного відпочинкового комплексу.

Село Коростів розташоване поблизу міжнародної автомобільної траси Київ–Чоп, що є важливою транспортною артерією західної частини України. Така локація забезпечує зручне сполучення зі Львовом, Києвом, Ужгородом та іншими великими містами країни. Відстань від Львова до села Коростів становить приблизно 120 км, що створює сприятливі умови для розвитку weekend-tourism та короткотривалого рекреаційного відпочинку.

Територія села Коростів характеризується переважно гірським та передгірським рельєфом. Ландшафти представлені хвилястими гірськими масивами, вкритими лісами, що створює високий рівень естетичної привабливості території. Гірський рельєф є важливим чинником розвитку активного та рекреаційного туризму, зокрема:

- пішохідного туризму;
- велосипедного туризму;
- гірського туризму;
- зимового відпочинку;
- фототуризму.

Природні умови території формують сприятливий мікроклімат, що позитивно впливає на розвиток рекреаційної діяльності. Клімат регіону є помірно континентальним із достатнім рівнем зволоження, помірно теплим літом та сніжною зимою. Середня температура повітря влітку становить близько +18...+22 °С, а взимку – від –4 до –8 °С [41, с. 128].

Кліматичні умови регіону є сприятливими для розвитку цілорічного туризму. У літній період територія приваблює туристів можливістю активного відпочинку серед природи, а взимку – атмосферою гірського відпочинку та зимових активностей.

Особливу цінність для розвитку туристичної діяльності становлять природно-рекреаційні ресурси території. Значна частина навколишніх територій належить до Національного природного парку «Сколівські Бескиди», який є одним із найбільш відомих природоохоронних об'єктів Карпатського регіону. Територія парку характеризується високим рівнем біологічного та ландшафтного різноманіття [30].

До основних природних ресурсів території належать:

- гірські ландшафти;
- хвойні та змішані ліси;
- річки та потоки;
- туристичні маршрути;
- водоспади;
- природоохоронні території.

Важливим фактором туристичної привабливості села Коростів є близькість до популярних туристичних об'єктів Карпатського регіону. Серед них:

- Національний природний парк «Сколівські Бескиди»;
- водоспад Кам'янка;
- Журавлине озеро;
- фортеця Тустань;
- гора Парашка;

- водоспад Гуркало.

Наявність таких туристичних об'єктів формує передумови для розвитку комплексного туристичного продукту та збільшення тривалості перебування туристів у регіоні.

Однією з важливих переваг території є високий рівень екологічності природного середовища. Віддаленість від великих промислових центрів та значна площа лісових масивів створюють сприятливі умови для розвитку:

- екологічного туризму;
- wellness-відпочинку;
- рекреаційного туризму;
- slow tourism;
- оздоровчого туризму.

У сучасних умовах саме екологічність та природність середовища стають важливими конкурентними перевагами туристичних територій.

Водночас територія має низку проблем, що стримують розвиток туристичної інфраструктури. До них належать:

- недостатній рівень благоустрою;
- обмежена кількість сучасних засобів розміщення;
- нерівномірний розвиток туристичної інфраструктури;
- потреба в модернізації окремих транспортних під'їздів;
- недостатній рівень маркетингового просування території.

Попри це, село Коростів має значний потенціал для розвитку сучасного туристичного бізнесу. Особливо перспективним є створення невеликих відпочинкових комплексів котеджного типу, які відповідають сучасним тенденціям туристичного ринку та орієнтовані на:

- екологічний відпочинок;
- приватність;
- сімейний туризм;
- психологічне відновлення;
- рекреацію серед природи.

Таблиця 2.1

Основні природно-рекреаційні ресурси села Коростів та прилеглих територій

Ресурс	Характеристика	Туристичне значення
Гірські ландшафти	Панорамні природні території	Рекреаційний та фототуризм
Лісові масиви	Хвойні та змішані ліси	Екотуризм та оздоровлення
Водоспади	Кам'янка, Гуркало	Екскурсійний туризм
Туристичні маршрути	Піші та велосипедні маршрути	Активний туризм
Річки та потоки	Природні водойми	Рекреаційний відпочинок

Джерело: сформовано автором на основі [8; 18; 30].

Важливим чинником розвитку туристичної діяльності є також транспортна доступність території. Наявність міжнародної траси Київ–Чоп забезпечує стабільний туристичний потік та створює перспективи для розвитку придорожного туризму. Крім того, близькість до Львова формує значний потенціал для розвитку короткотривалого відпочинку та weekend-tourism.

У сучасних умовах особливого значення набуває поєднання природних ресурсів та сучасної туристичної інфраструктури. Саме комплексний підхід до розвитку території дозволяє формувати конкурентоспроможний туристичний продукт та підвищувати інвестиційну привабливість регіону.

Таким чином, природно-географічні умови села Коростів формують сприятливі передумови для розвитку туристичної діяльності та створення сучасного відпочинкового комплексу. Вигідне географічне положення, природні ресурси, екологічність середовища та близькість до популярних туристичних об'єктів забезпечують високий потенціал розвитку рекреаційного та екологічного туризму на даній території.

2.2. Туристично-рекреаційні ресурси села Коростів та прилеглих територій

Туристично-рекреаційні ресурси є основою формування туристичного потенціалу території та визначають можливості розвитку туристичної діяльності. Саме наявність природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів формує передумови для створення конкурентоспроможного туристичного продукту та розвитку туристичної інфраструктури [8, с. 64].

Карпатський регіон України характеризується значною концентрацією туристично-рекреаційних ресурсів, які сприяють розвитку різних видів туризму. Важливе місце у структурі рекреаційного потенціалу Львівської області займають території Сколівських Бескидів, що поєднують у собі природну привабливість, сприятливі кліматичні умови та значну кількість туристичних атракцій.

Село Коростів розташоване у межах території з високим рівнем рекреаційної привабливості. Вигідне географічне положення та близькість до популярних туристичних об'єктів створюють сприятливі умови для розвитку:

- рекреаційного туризму;
- екологічного туризму;
- активного туризму;
- сімейного відпочинку;
- wellness-туризму;
- екскурсійного туризму.

Одним із найбільш цінних природних ресурсів території є Національний природний парк «Сколівські Бескиди», який належить до найбільш відомих природоохоронних територій Українських Карпат. Парк характеризується високим рівнем біорізноманіття, значними площами хвойних та букових лісів, гірськими ландшафтами та сприятливими умовами для рекреаційної діяльності [30].

На території парку функціонують численні туристичні маршрути, екологічні стежки та рекреаційні зони, що забезпечують можливість розвитку:

- пішохідного туризму;
- велосипедного туризму;
- фототуризму;
- кемпінгу;
- активного відпочинку серед природи.

Одним із найбільш популярних туристичних об'єктів поблизу села Коростів є водоспад Кам'янка, розташований на території Національного природного парку «Сколівські Бескиди». Водоспад є важливою туристичною атракцією регіону та щороку приваблює значну кількість туристів. Територія навколо водоспаду характеризується високою естетичною привабливістю та використовується для організації короткотривалого рекреаційного відпочинку.

Поблизу водоспаду розташоване Журавлине озеро – природна водойма, яка є популярним екскурсійним об'єктом серед туристів. Наявність таких природних об'єктів формує передумови для розвитку екскурсійного туризму та збільшення тривалості перебування туристів у регіоні.

Важливе місце серед туристичних ресурсів регіону займає історико-культурна пам'ятка Тустань – середньовічна наскельна фортеця, розташована поблизу села Урич. Тустань є унікальним історико-архітектурним комплексом та одним із найбільш відомих туристичних об'єктів Львівської області.

Історико-культурна цінність Тустані полягає у поєднанні природного та історичного середовища. Фортеця є важливим об'єктом культурно-пізнавального туризму та щороку приваблює значну кількість туристів як з України, так і з-за кордону [24, с. 119].

Наявність такого туристичного об'єкта поблизу села Коростів створює додаткові можливості для розвитку:

- екскурсійного туризму;
- культурно-пізнавального туризму;

- фестивального туризму;
- туристичних маршрутів комбінованого типу.

Значний потенціал для розвитку активного туризму має гора Парашка – одна з найвідоміших вершин Сколівських Бескидів. Висота гори становить 1268 м над рівнем моря, а сама територія користується популярністю серед прихильників пішохідного туризму та трекінгу.

Туристичні маршрути на гору Парашка проходять через мальовничі лісові масиви та панорамні гірські ділянки, що створює сприятливі умови для розвитку:

- hiking tourism;
- спортивного туризму;
- фототуризму;
- екологічного туризму.

Популярність активного відпочинку серед туристів постійно зростає, що створює додаткові перспективи для розвитку туристичної інфраструктури у селі Коростів.

Таблиця 2.2

Основні туристичні об'єкти поблизу села Коростів

Туристичний об'єкт	Відстань від села Коростів	Туристичне значення
Водоспад Кам'янка	близько 12 км	Екскурсійний та рекреаційний туризм
Журавлине озеро	близько 13 км	Екотуризм та фототуризм
Фортеця Тустань	близько 20 км	Культурно-пізнавальний туризм
Гора Парашка	близько 18 км	Активний туризм
Водоспад Гуркало	близько 25 км	Екологічний туризм

Окрім природних та історико-культурних ресурсів, важливу роль у розвитку туристичної діяльності відіграють етнокультурні особливості регіону. Територія Сколівських Бескидів характеризується наявністю традиційної бойківської культури, народної архітектури, локальної кухні та етнографічних традицій.

У сучасному туризмі етнокультурна складова стає важливим елементом туристичного продукту, оскільки туристи дедалі більше прагнуть

автентичного досвіду та знайомства з місцевою культурою. Для села Коростів перспективним є використання елементів бойківської культури у формуванні концепції відпочинкового комплексу, зокрема:

- використання дерев'яної архітектури;
- локальної кухні;
- традиційного дизайну;
- етнічних елементів декору;
- організації тематичних заходів.

Важливим чинником туристичної привабливості території є також екологічність природного середовища. Значна площа лісових масивів, чисте повітря та низький рівень урбанізації формують сприятливі умови для розвитку:

- wellness-туризму;
- рекреаційного відпочинку;
- психологічного відновлення;
- slow tourism.

Сучасні туристи дедалі частіше обирають локації, які дозволяють відновити емоційний стан та тимчасово ізолюватися від урбанізованого середовища. Саме тому невеликі гірські села Карпатського регіону мають значний потенціал для розвитку сучасних туристичних продуктів.

Для села Коростів перспективним є створення туристичного продукту, який поєднуватиме:

- природний відпочинок;
- комфортне проживання;
- активний туризм;
- wellness-послуги;
- локальну автентичність;
- емоційний досвід.

Таким чином, туристично-рекреаційні ресурси села Коростів та прилеглих територій формують сприятливі передумови для розвитку сучасного туристичного бізнесу. Наявність природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів забезпечує можливість формування комплексного туристичного продукту, орієнтованого на рекреаційний, екологічний та

активний туризм. Водночас поєднання природної привабливості території та сучасних тенденцій туристичного ринку створює перспективи для реалізації інвестиційних проєктів у сфері відпочинкових комплексів на території села Коростів.

2.3. Аналіз туристичної інфраструктури регіону

Розвиток туристичної діяльності значною мірою залежить від рівня розвитку туристичної інфраструктури території. Саме інфраструктурне забезпечення визначає комфорт перебування туристів, якість туристичного продукту та конкурентоспроможність туристичної дестинації. У сучасних умовах туристична інфраструктура є одним із ключових факторів формування позитивного іміджу території та забезпечення її інвестиційної привабливості [45, с. 37].

Туристична інфраструктура являє собою сукупність підприємств, установ, комунікацій та об'єктів, які забезпечують функціонування туристичної діяльності та обслуговування туристів. До основних елементів туристичної інфраструктури належать:

- засоби розміщення;
- заклади харчування;
- транспортна інфраструктура;
- рекреаційні об'єкти;
- інформаційне забезпечення;
- інженерні комунікації;
- об'єкти дозвілля та сервісу.

Карпатський регіон України є одним із найбільш розвинених туристичних регіонів держави, однак рівень розвитку туристичної інфраструктури в окремих населених пунктах суттєво відрізняється. Найбільш інтенсивно туристична інфраструктура розвивається у популярних туристичних центрах, таких як:

- Славське;

- Буковель;
- Яремче;
- Східниця.

Водночас малі гірські населені пункти, зокрема село Коростів, характеризуються нижчим рівнем туристичної забудови, що, з одного боку, створює певні інфраструктурні обмеження, а з іншого – формує перспективи для розвитку нових туристичних об'єктів та інвестиційних проєктів.

Однією з важливих складових туристичної інфраструктури є транспортне забезпечення. Село Коростів має вигідне транспортно-географічне положення завдяки близькості до міжнародної автомобільної траси Київ–Чоп. Це забезпечує зручний доступ до території як для туристів зі Львова та Києва, так і для відвідувачів із Закарпатської області та інших регіонів України.

Наявність якісного транспортного сполучення є важливим фактором розвитку weekend-tourism та короткотривалого рекреаційного відпочинку. Відстань до Львова дозволяє туристам здійснювати короткі туристичні поїздки тривалістю 2–3 дні, що відповідає сучасним тенденціям внутрішнього туризму.

Важливою складовою туристичної інфраструктури є засоби розміщення. У Карпатському регіоні найбільш поширеними є:

- готелі;
- садиби зеленого туризму;
- котеджі;
- апарт-комплекси;
- глемпінги;
- приватні відпочинкові комплекси.

У селі Коростів та прилеглих територіях переважають невеликі приватні садиби та котеджі, орієнтовані на сімейний та рекреаційний відпочинок. Для території характерна відсутність великої щільності туристичної забудови, що створює атмосферу спокою та приватності.

У сучасних умовах саме невеликі відпочинкові комплекси котеджного типу користуються високим попитом серед туристів, оскільки забезпечують:

- індивідуальний підхід;
- екологічність;
- комфорт;
- ізольованість від масового туризму;
- психологічний комфорт.

Водночас рівень розвитку сучасної туристичної інфраструктури у селі Коростів залишається обмеженим. Територія потребує:

- збільшення кількості сучасних засобів розміщення;
- розвитку рекреаційних зон;
- створення SPA-інфраструктури;
- покращення благоустрою;
- активнішого маркетингового просування.

Таблиця 2.3

Основні елементи туристичної інфраструктури села Коростів

Елемент інфраструктури	Характеристика	Рівень розвитку
Засоби розміщення	Садиби, котеджі, приватні будинки	Середній
Заклади харчування	Кафе та локальні заклади	Обмежений
Транспортна доступність	Близькість до траси Київ–Чоп	Високий
Туристичні маршрути	Піші та велосипедні маршрути	Достатній
Рекреаційні послуги	SPA, чан, активний відпочинок	Потребує розвитку

Джерело: сформовано автором.

Важливу роль у формуванні туристичної привабливості території відіграють заклади харчування. У сучасному туризмі гастрономічна складова є важливим елементом туристичного продукту. Туристи дедалі більше зацікавлені у локальній кухні, автентичних стравах та гастрономічному досвіді.

Для Карпатського регіону характерними є:

- традиційна бойківська кухня;
- локальні сири;

- м'ясні страви;
- карпатські чаї;
- фермерська продукція.

Використання локальної гастрономії у діяльності відпочинкового комплексу може стати важливою конкурентною перевагою та елементом брендингу території.

Особливого значення у сучасних умовах набуває розвиток рекреаційної інфраструктури. Туристи очікують не лише базових послуг проживання, але й можливості отримання додаткових послуг, зокрема:

- SPA;
- чанів;
- сауни;
- басейну;
- прокату велосипедів;
- організації дозвілля;
- туристичних екскурсій.

Саме наявність додаткових послуг дозволяє формувати комплексний туристичний продукт та підвищувати рівень конкурентоспроможності відпочинкового комплексу.

Для села Коростів перспективним є розвиток невеликих сучасних рекреаційних комплексів із:

- панорамними котеджами;
- wellness-зоною;
- інтеграцією у природне середовище;
- елементами екологічного дизайну.

У сучасному туристичному бізнесі важливе значення має цифрова інфраструктура. Наявність якісного інтернет-зв'язку, онлайн-бронювання та цифрових сервісів є необхідною умовою конкурентоспроможності туристичного підприємства.

Особливо це актуально у зв'язку зі зростанням популярності remote work tourism – поєднання відпочинку та дистанційної роботи. Частина туристів обирає гірські локації не лише для короткотривалого відпочинку,

але й для тимчасового проживання та роботи в комфортному природному середовищі.

Водночас туристична інфраструктура регіону має низку проблем, серед яких:

- сезонність функціонування туристичних об'єктів;
- недостатній рівень інвестицій;
- нерівномірний розвиток територій;
- обмежена кількість сучасних рекреаційних комплексів;
- недостатній рівень брендингу території.

Попри це, сучасні тенденції розвитку внутрішнього туризму створюють значні перспективи для розвитку туристичної інфраструктури села Коростів. Попит на екологічний відпочинок, приватність та рекреацію серед природи постійно зростає, що стимулює розвиток нових туристичних проєктів.

У сучасних умовах конкурентоспроможність туристичної дестинації значною мірою залежить від здатності поєднувати природні ресурси з сучасною туристичною інфраструктурою. Для села Коростів це створює можливості для формування сучасного туристичного продукту, орієнтованого на:

- рекреаційний туризм;
- екологічний відпочинок;
- сімейний туризм;
- wellness-відпочинок;
- slow tourism.

Таким чином, аналіз туристичної інфраструктури села Коростів свідчить про наявність сприятливих умов для розвитку туристичної діяльності та реалізації інвестиційних проєктів у сфері рекреаційного туризму. Водночас подальший розвиток території потребує модернізації інфраструктури, збільшення кількості сучасних засобів розміщення та активнішого маркетингового просування туристичного потенціалу регіону.

2.4. Дослідження конкурентного середовища у сфері відпочинкових послуг

У сучасних умовах розвитку туристичного бізнесу конкурентне середовище є одним із ключових факторів, що впливають на формування туристичного продукту та ефективність функціонування туристичних підприємств. Посилення конкуренції між туристичними дестинаціями та засобами розміщення зумовлює необхідність постійного вдосконалення туристичних послуг, формування унікальної концепції та використання сучасних маркетингових інструментів [17, с. 44].

Конкурентне середовище у сфері туристичних послуг являє собою систему взаємодії туристичних підприємств, які функціонують на одному ринку та пропонують подібні туристичні продукти. Для Карпатського регіону характерний високий рівень конкуренції у сфері рекреаційного туризму, оскільки саме Карпати є одним із найбільш популярних туристичних напрямів України.

Особливістю сучасного туристичного ринку є трансформація споживчих потреб та зростання попиту на:

- екологічний відпочинок;
- приватність;
- невеликі відпочинкові комплекси;
- авторські концепції;
- wellness-послуги;
- рекреаційний туризм.

У зв'язку з цим конкурентна боротьба між туристичними підприємствами дедалі більше базується не лише на вартості послуг, але й на:

- атмосфері відпочинку;
- унікальності концепції;
- якості сервісу;
- дизайні;
- локації;
- візуальному контенті;
- рівні емоційного комфорту.

Для села Коростів конкурентне середовище формується переважно за рахунок:

- приватних садиб;
- котеджних комплексів;
- глемпінгів;
- малих SPA-комплексів;
- туристичних садиб у прилеглих населених пунктах.

Основними конкурентами території є туристичні об'єкти, розташовані

у:

- Славському;
- Сколе;
- Орявчику;
- Уричі;
- Тухлі;
- Плав'ї.

Попри наявність значної кількості туристичних об'єктів у регіоні, ринок відпочинкових послуг залишається перспективним для розвитку нових туристичних проєктів. Це пов'язано зі зростанням внутрішнього туризму та підвищенням попиту на сучасні відпочинкові комплекси серед природи.

Однією з важливих тенденцій сучасного туристичного ринку є зміна формату туристичного проживання. Туристи дедалі частіше відмовляються від великих готелів на користь:

- панорамних котеджів;
- еко-будинків;
- глемпінгів;
- приватних будинків із чаном та SPA;
- дизайнерських комплексів.

Саме тому для села Коростів перспективним є розвиток туристичного продукту, орієнтованого на:

- рекреаційний відпочинок;
- slow tourism;
- wellness-концепцію;
- екоформат проживання.

Таблиця 2.4

Основні конкуренти у сфері відпочинкових послуг поблизу села Коростів

Локація	Основний формат	Особливості
Славське	Готелі, котеджі	Розвинений зимовий туризм
Сколе	Садиби, приватні комплекси	Транспортна доступність
Урич	Туристичні садиби	Близькість до Тустані
Орявчик	SPA-комплекси	Гірськолижний відпочинок
Тухля	Котеджні комплекси	Рекреаційний туризм

Джерело: сформовано автором на основі аналізу туристичного ринку.

Славське є одним із найбільш популярних туристичних центрів Карпатського регіону та характеризується високим рівнем розвитку туристичної інфраструктури. Основною спеціалізацією території є зимовий туризм, однак останніми роками активно розвиваються:

- SPA-комплекси;
- котеджне проживання;
- літній рекреаційний туризм;
- активний відпочинок.

Водночас надмірна туристична забудова та високий рівень сезонного навантаження формують певні проблеми:

- перенасичення туристами;
- шум;
- транспортне перевантаження;
- втрату атмосфери приватності.

У цьому контексті село Коростів має конкурентну перевагу завдяки меншій щільності забудови та більш спокійній атмосфері відпочинку.

Сколе є важливим туристичним та транспортним центром регіону. Територія характеризується вигідним розташуванням, розвиненою інфраструктурою та близькістю до природних туристичних об'єктів. Основними форматами туристичного розміщення є:

- готелі;
- приватні садиби;
- відпочинкові комплекси;
- ресторани та кафе.

Водночас значна частина туристів сьогодні шукає більш віддалені та природні локації, що створює додаткові перспективи для розвитку туристичних об'єктів у селі Коростів.

Особливий інтерес для аналізу конкурентного середовища становлять сучасні еко-комплекси та глемпінги Карпатського регіону. Саме вони найбільш відповідають сучасним тенденціям туристичного ринку та орієнтуються на:

- емоційний досвід;
- дизайн;
- природне середовище;
- Instagram-friendly концепцію;
- wellness-відпочинок.

Важливим елементом аналізу конкурентного середовища є оцінка конкурентних переваг території. Для села Коростів основними конкурентними перевагами є:

- близькість до популярних туристичних локацій;
- природне середовище;
- транспортна доступність;
- екологічність;
- невисокий рівень урбанізації;
- потенціал для розвитку сучасної туристичної інфраструктури.

У сучасних умовах значний вплив на конкурентоспроможність туристичних об'єктів має візуальна складова та маркетингове просування.

Туристичні підприємства активно використовують:

- соціальні мережі;
- професійний фото- та відеоконтент;
- influencer marketing;
- онлайн-бронювання;
- брендинг території.

Саме тому для формування конкурентоспроможного туристичного продукту у селі Коростів важливо поєднати:

- природну привабливість;
- сучасний дизайн;
- високий рівень сервісу;
- активне digital-просування.

Важливим інструментом аналізу конкурентного середовища є визначення сильних та слабких сторін конкурентів. Значна частина

туристичних об'єктів регіону має схожий формат послуг, що створює можливість для формування унікальної концепції відпочинкового комплексу у селі Коростів.



Рисунок 2.9. Основні фактори конкурентоспроможності відпочинкового комплексу

Джерело: сформовано автором.

Для сучасного туристичного ринку важливими конкурентними перевагами є:

- панорамне розташування;
- архітектурна концепція;
- чан та SPA;
- локальна кухня;
- екологічний формат;
- емоційна атмосфера;
- приватність.

Саме ці фактори формують сучасний туристичний попит та впливають на вибір туристом місця відпочинку.

Попри наявність конкуренції у сфері туристичних послуг, ринок рекреаційного туризму Карпатського регіону продовжує активно розвиватися. Попит на сучасні відпочинкові комплекси залишається високим, особливо у сегменті:

- еко-відпочинку;
- сімейного туризму;
- wellness-послуг;
- slow tourism.

Для села Коростів це створює сприятливі умови для реалізації інвестиційних проєктів у сфері рекреаційного туризму.

Таким чином, аналіз конкурентного середовища свідчить про наявність сприятливих умов для розвитку сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів. Попри конкуренцію з боку інших туристичних локацій Карпатського регіону, територія має низку конкурентних переваг, які можуть бути використані при формуванні унікального туристичного продукту та маркетингової концепції майбутнього відпочинкового комплексу.

2.5. SWOT-аналіз туристичного потенціалу села Коростів

У сучасних умовах розвитку туристичного бізнесу важливе значення має комплексна оцінка потенціалу території, яка дозволяє визначити перспективи розвитку туристичної діяльності, конкурентні переваги та можливі ризики реалізації інвестиційних проєктів. Одним із найбільш ефективних методів стратегічного аналізу є SWOT-аналіз, який дозволяє систематизувати внутрішні та зовнішні фактори розвитку території [17, с. 88].

SWOT-аналіз є інструментом стратегічного планування, що базується на визначенні:

- сильних сторін (Strengths);
- слабких сторін (Weaknesses);
- можливостей (Opportunities);
- загроз (Threats).

Для туристичних територій SWOT-аналіз дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та перспективності розвитку туристичної інфраструктури.

Село Коростів характеризується значним туристично-рекреаційним потенціалом, який формується під впливом природних, економічних, інфраструктурних та маркетингових факторів. Територія має низку

конкурентних переваг, які створюють сприятливі умови для розвитку сучасного туристичного бізнесу та формування туристичного продукту.

Однією з головних сильних сторін території є вигідне географічне розташування. Село Коростів знаходиться поблизу міжнародної автомобільної траси Київ–Чоп, що забезпечує зручне транспортне сполучення з великими містами України та створює передумови для розвитку weekend-tourism і короткотривалого рекреаційного відпочинку.

Важливою конкурентною перевагою території є природно-рекреаційний потенціал. Територія характеризується:

- гірськими ландшафтами;
- хвойними лісами;
- чистим повітрям;
- сприятливими кліматичними умовами;
- близькістю до популярних туристичних об'єктів.

Саме природне середовище формує основний туристичний попит у Карпатському регіоні та є базою для розвитку:

- рекреаційного туризму;
- екологічного туризму;
- wellness-відпочинку;
- slow tourism;
- активного туризму.

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз туристичного потенціалу села Коростів

Сильні сторони	Слабкі сторони	Можливості	Загрози
• Вигідне географічне розташування • Близькість до туристичних локацій • Екологічність території • Природно-рекреаційний потенціал • Наявність туристичних маршрутів	• Недостатній рівень туристичної інфраструктури • Обмежена кількість сучасних засобів розміщення • Недостатній рівень благоустрою • Слабке маркетингове просування • Обмежений розвиток сфери послуг	• Розвиток внутрішнього туризму • Зростання попиту на еко-відпочинок • Інвестиції у туристичну сферу • Розвиток wellness-туризму • Формування нового туристичного бренду	• Посилення конкуренції • Економічна нестабільність • Сезонність туристичного попиту • Інфраструктурні проблеми • Екологічне навантаження

Джерело: сформовано автором.

Серед сильних сторін території важливе місце займає низький рівень урбанізації та відсутність надмірної туристичної забудови. На відміну від великих туристичних центрів Карпатського регіону, село Коростів зберігає атмосферу природності, тиші та приватності, що відповідає сучасним тенденціям туристичного ринку.

У сучасних умовах дедалі більше туристів надають перевагу:

- приватному відпочинку;
- невеликим котеджним комплексам;
- екологічним локаціям;
- відпочинку серед природи;
- психологічному відновленню.

Саме тому село Коростів має перспективи розвитку як територія рекреаційного та wellness-туризму.

Водночас SWOT-аналіз дозволив виявити низку слабких сторін території. Однією з головних проблем є недостатній рівень розвитку сучасної туристичної інфраструктури. На території села обмежена кількість:

- сучасних відпочинкових комплексів;
- SPA-об'єктів;
- закладів харчування;
- рекреаційних зон;
- сервісної інфраструктури.

Також проблемою залишається недостатній рівень маркетингового просування території. Попри значний туристичний потенціал, село Коростів поки що не має сформованого туристичного бренду та недостатньо представлене у цифровому туристичному просторі.

Важливим аспектом SWOT-аналізу є визначення можливостей розвитку території. Однією з основних можливостей є активізація внутрішнього туризму в Україні. Останніми роками спостерігається стійка тенденція до зростання попиту на відпочинок у Карпатському регіоні, особливо у сегменті:

- рекреаційного туризму;
- сімейного відпочинку;
- wellness-послуг;
- slow tourism;
- еко-відпочинку.

Зростання популярності екологічного туризму створює сприятливі умови для розвитку сучасних відпочинкових комплексів у селі Коростів.

Туристи дедалі частіше обирають:

- панорамні котеджі;
- глемпінги;
- еко-комплекси;
- дизайнерські будинки серед природи.

Серед можливостей розвитку території важливе місце займає інвестиційна привабливість туристичного бізнесу. Попит на сучасні відпочинкові комплекси у Карпатах залишається високим, що створює сприятливі умови для реалізації інвестиційних проєктів у сфері туризму.

Для села Коростів перспективними напрямками розвитку є:

- створення котеджного комплексу;
- розвиток wellness-інфраструктури;
- організація активного туризму;
- розвиток гастрономічного туризму;
- використання концепції eco-friendly tourism.

Водночас SWOT-аналіз дозволяє визначити потенційні загрози розвитку території. Однією з головних загроз є посилення конкуренції між туристичними DESTINATIONAMI Карпатського регіону. Значна кількість туристичних комплексів у Славському, Буковелі та інших туристичних центрах створює високий рівень конкуренції на ринку рекреаційних послуг.

Суттєвий вплив на розвиток туристичного бізнесу мають також:

- економічна нестабільність;
- сезонність туристичного попиту;
- коливання рівня доходів населення;
- інфраструктурні проблеми;
- екологічні ризики.

Для гірських територій особливо актуальною є проблема надмірного антропогенного навантаження на природне середовище. Саме тому розвиток туристичної інфраструктури повинен базуватися на принципах сталого розвитку та екологічної відповідальності.

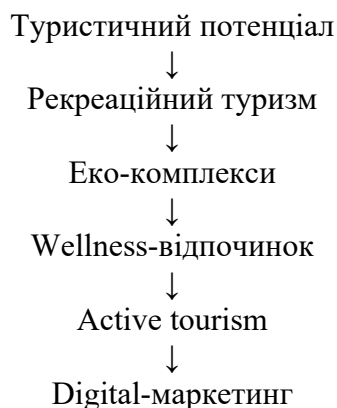


Рисунок 2.11. Стратегічні напрями розвитку туристичного потенціалу села Коростів

Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах успішний розвиток туристичної території залежить від здатності ефективно використовувати конкурентні переваги та адаптуватися до змін туристичного ринку. Для села Коростів важливими стратегічними напрямками є:

- формування сучасного туристичного бренду;
- розвиток рекреаційної інфраструктури;
- створення сучасних відпочинкових комплексів;
- використання digital-маркетингу;
- формування екологічного туристичного продукту.

Таким чином, SWOT-аналіз туристичного потенціалу села Коростів свідчить про наявність значних перспектив розвитку туристичного бізнесу та формування сучасного туристичного продукту. Територія має низку конкурентних переваг, які можуть бути використані при реалізації інвестиційних проєктів у сфері рекреаційного туризму. Водночас подальший розвиток території потребує модернізації туристичної інфраструктури, активного маркетингового просування та формування унікальної концепції туристичного продукту.

У результаті проведеного аналізу туристичного потенціалу села Коростів та прилеглих територій встановлено, що дана територія має значні перспективи для розвитку сучасного туристичного бізнесу та формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Поєднання природно-рекреаційних ресурсів, вигідного географічного положення та сприятливих

кліматичних умов створює передумови для розвитку рекреаційного, екологічного та активного туризму.

Дослідження природно-географічних умов території дозволило визначити, що село Коростів характеризується:

- вигідним транспортним розташуванням;
- близькістю до міжнародної траси Київ–Чоп;
- сприятливими кліматичними умовами;
- високим рівнем екологічності;
- наявністю гірських ландшафтів та лісових масивів.

Встановлено, що територія має значний природно-рекреаційний потенціал, який є основою для формування сучасного туристичного продукту. Близькість до Національного природного парку «Сколівські Бескиди», водоспаду Кам'янка, Журавлиного озера, фортеці Тустань та гори Парашка формує передумови для розвитку:

- рекреаційного туризму;
- екологічного туризму;
- активного туризму;
- екскурсійного туризму;
- wellness-відпочинку.

У процесі дослідження туристичної інфраструктури регіону встановлено, що село Коростів має базові умови для розвитку туристичної діяльності, однак потребує подальшої модернізації туристичної інфраструктури та збільшення кількості сучасних відпочинкових об'єктів.

Особливо актуальним є розвиток:

- котеджних комплексів;
- SPA-інфраструктури;
- рекреаційних зон;
- закладів харчування;
- цифрової туристичної інфраструктури.

Аналіз конкурентного середовища дозволив визначити, що ринок туристичних послуг Карпатського регіону характеризується високим рівнем конкуренції, однак сучасні тенденції туристичного попиту створюють можливості для розвитку нових туристичних проєктів. Туристи дедалі частіше обирають:

- екологічний відпочинок;

- приватність;
- невеликі відпочинкові комплекси;
- wellness-концепції;
- відпочинок серед природи.

Саме тому село Коростів має конкурентні переваги порівняно з більш урбанізованими туристичними центрами Карпатського регіону.

У результаті SWOT-аналізу встановлено, що основними сильними сторонами території є:

- природно-рекреаційний потенціал;
- екологічність;
- транспортна доступність;
- близькість до туристичних локацій;
- перспективність розвитку рекреаційного туризму.

Водночас визначено низку проблем та слабких сторін, серед яких:

- недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- обмежена кількість сучасних засобів розміщення;
- слабе маркетингове просування;
- недостатній рівень благоустрою території.

Дослідження показало, що сучасні тенденції туристичного ринку створюють значні перспективи для розвитку туристичного бізнесу у селі Коростів. Особливо перспективними напрямками є:

- рекреаційний туризм;
- wellness-відпочинок;
- eco-friendly tourism;
- slow tourism;
- активний туризм.

Встановлено, що сучасний туристичний попит орієнтується не лише на базові туристичні послуги, а й на емоційний досвід, атмосферу, дизайн та психологічний комфорт. Саме тому створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів може стати конкурентоспроможним туристичним продуктом на ринку рекреаційного туризму Карпатського регіону.

Таким чином, результати проведеного аналізу свідчать про доцільність реалізації інвестиційного проекту зі створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів. Територія має достатній туристично-рекреаційний потенціал для формування ефективного туристичного продукту, орієнтованого на сучасні тенденції розвитку внутрішнього

туризму та рекреаційного відпочинку. Отримані результати є основою для розробки концепції відпочинкового комплексу та формування маркетингово-економічної моделі його функціонування у наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА ОСНОВІ ВІДПОЧИНКОВОГО КОМПЛЕКСУ У СЕЛІ КОРОСТІВ

3.1. Концепція створення відпочинкового комплексу

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії особливого значення набуває формування унікальної концепції туристичного об'єкта, яка дозволяє створити конкурентоспроможний туристичний продукт та забезпечити ефективне функціонування туристичного підприємства. Концепція відпочинкового комплексу визначає його спеціалізацію, цільову аудиторію, формат послуг та загальний стиль туристичного продукту [21, с. 74].

Сучасний туристичний ринок характеризується зміною споживчих потреб та переорієнтацією туристичного попиту на:

- екологічний відпочинок;
- приватність;
- емоційний комфорт;
- wellness-послуги;
- рекреаційний туризм;
- автентичність середовища.

У зв'язку з цим перспективним напрямом розвитку туристичного бізнесу є створення невеликих відпочинкових комплексів котеджного типу, інтегрованих у природне середовище та орієнтованих на рекреаційний відпочинок.

Для села Коростів доцільним є формування концепції сучасного еко-комплексу, який поєднуватиме:

- комфортне проживання;
- природне середовище;
- wellness-відпочинок;
- активний туризм;
- елементи локальної автентичності.

Основою концепції майбутнього відпочинкового комплексу може стати створення невеликого котеджного містечка у стилі сучасної карпатської архітектури. Такий формат відповідає сучасним тенденціям туристичного ринку та користується високим попитом серед туристів.

Основними характеристиками концепції комплексу повинні бути:

- панорамне розташування;
- використання натуральних матеріалів;
- екологічний дизайн;
- приватність;
- інтеграція з природним середовищем;
- високий рівень сервісу.

У сучасному туризмі архітектурна концепція є важливим елементом туристичного продукту. Туристи дедалі більше звертають увагу на:

- естетичність;
- дизайн;
- атмосферу;
- візуальну привабливість;
- фотогенічність локації.

Саме тому для майбутнього комплексу у селі Коростів доцільним є використання сучасної дерев'яної архітектури з панорамними вікнами та елементами етностилу.

Важливою складовою концепції відпочинкового комплексу є його функціональна структура. Для ефективного функціонування туристичного об'єкта доцільним є створення:

- котеджів для проживання;
- SPA-зони;
- чанів та сауни;
- зони відпочинку;
- ресторанної або гастрономічної локації;
- простору для активного дозвілля.

Для сучасних туристичних комплексів особливого значення набуває wellness-інфраструктура. Психологічне виснаження, урбанізація та високий рівень стресу сприяють зростанню попиту на оздоровчий та рекреаційний відпочинок. Саме тому доцільним є включення до структури комплексу:

- чанів;
- сауни;
- SPA-послуг;
- зон релаксації;
- відкритих терас;
- панорамних басейнів.

У сучасних умовах туристичний продукт повинен бути орієнтований не лише на проживання, а на створення комплексного емоційного досвіду. Туристи прагнуть отримати:

- відчуття спокою;
- контакт із природою;
- емоційне відновлення;
- естетичне задоволення;
- атмосферу приватності.

Саме тому важливим елементом концепції комплексу є інтеграція у природне середовище та мінімізація негативного впливу на ландшафт.

Таблиця 3.1

Основні складові концепції відпочинкового комплексу у селі Коростів

Складова	Характеристика
Формат проживання	Панорамні котеджі
Архітектурна концепція	Сучасний карпатський стиль
Основний вид туризму	Рекреаційний та wellness-туризм
Додаткові послуги	SPA, чан, сауна, активний відпочинок
Цільова аудиторія	Молоді пари, сім'ї, туристи premium-сегменту
Концепція бренду	Eco-friendly та slow tourism

Джерело: сформовано автором.

Важливим елементом концепції туристичного комплексу є формування його унікальної атмосфери та бренду. У сучасному туризмі бренд туристичного об'єкта формується через:

- архітектуру;
- дизайн;
- сервіс;
- візуальний стиль;
- емоції;
- digital-комунікацію.

Для комплексу у селі Коростів перспективною є концепція eco-friendly tourism, яка передбачає:

- використання натуральних матеріалів;
- енергоефективність;
- екологічність;
- локальні гастрономічні продукти;
- гармонійне поєднання з природою.

Одним із важливих аспектів формування туристичного продукту є використання локальної автентичності. Бойківська культура, традиційна

карпатська архітектура та місцева гастрономія можуть стати важливими елементами брендингу комплексу та його конкурентною перевагою.

Для підвищення туристичної привабливості комплексу доцільним є створення:

- фотозон;
- панорамних терас;
- дизайнерських інтер'єрів;
- outdoor-зон відпочинку;
- локацій для Instagram-контенту.

У сучасних умовах саме візуальна складова туристичного продукту значною мірою впливає на рішення туриста щодо вибору місця відпочинку.

Важливу роль у концепції комплексу відіграє організація активного дозвілля. Близькість до туристичних маршрутів та природних локацій створює можливості для розвитку:

- hiking tourism;
- велосипедного туризму;
- екскурсійного туризму;
- фототуризму;
- зимового відпочинку.

Для туристів можуть бути організовані:

- походи у гори;
- екскурсії до Тустані;
- маршрути до водоспадів;
- велопрогулянки;
- пікніки серед природи.

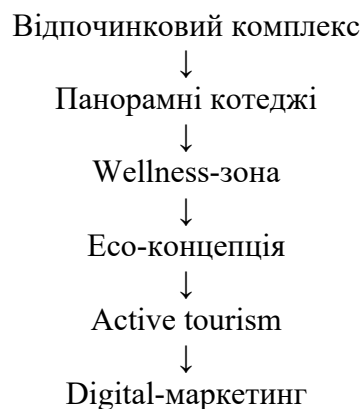


Рисунок 3.1. Концептуальна модель відпочинкового комплексу у селі Коростів

Джерело: сформовано автором.

У сучасному туристичному бізнесі важливе значення має також цифрова складова туристичного продукту. Комплекс повинен мати:

- сучасний вебсайт;
- систему онлайн-бронювання;
- активні соціальні мережі;
- професійний фото- та відеоконтент;
- digital-маркетингову стратегію.

Особливо ефективним для просування відпочинкового комплексу є використання Instagram та TikTok, оскільки саме візуальний контент формує сучасний туристичний попит.

Важливою перевагою концепції комплексу у селі Коростів є можливість створення туристичного продукту, орієнтованого на:

- приватність;
- психологічний комфорт;
- емоційний відпочинок;
- гармонію з природою.

Саме такі характеристики відповідають сучасним тенденціям розвитку рекреаційного туризму та створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Таким чином, концепція створення відпочинкового комплексу у селі Коростів повинна базуватися на поєднанні природного середовища, сучасної архітектури, wellness-концепції та рекреаційного туризму. Формування сучасного еко-комплексу з панорамними котеджами та розвиненою рекреаційною інфраструктурою дозволить створити конкурентоспроможний туристичний продукт, орієнтований на сучасні потреби туристів та тенденції розвитку туристичного ринку.

3.2. Формування цільової аудиторії туристичного продукту

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку формування цільової аудиторії є одним із ключових етапів створення конкурентоспроможного туристичного продукту. Ефективність функціонування туристичного підприємства значною мірою залежить від правильного визначення

потенційних споживачів, їхніх потреб, мотивації подорожей та поведінкових особливостей [14, с. 81].

Цільова аудиторія являє собою сукупність споживачів, на яких орієнтований туристичний продукт та для задоволення потреб яких формується комплекс туристичних послуг. У сучасному туризмі визначення цільової аудиторії є основою:

- маркетингової стратегії;
- брендингу;
- формування концепції туристичного продукту;
- цінової політики;
- digital-просування.

Сучасний туристичний ринок характеризується високим рівнем сегментації. Туристи відрізняються за:

- віком;
- рівнем доходів;
- стилем життя;
- мотивацією подорожей;
- туристичними вподобаннями;
- форматом відпочинку.

Саме тому успішний туристичний продукт повинен бути максимально адаптований до потреб конкретної цільової аудиторії.

Для відпочинкового комплексу у селі Коростів перспективним є формування туристичного продукту, орієнтованого на:

- рекреаційний туризм;
- wellness-відпочинок;
- slow tourism;
- сімейний відпочинок;
- eco-friendly tourism.

У сучасних умовах значна частина туристів прагне відпочинку серед природи, психологічного відновлення та ізоляції від урбанізованого середовища. Саме тому основною цільовою аудиторією майбутнього комплексу можуть стати туристи, орієнтовані на емоційний комфорт та рекреаційний відпочинок.

Однією з найбільш перспективних груп споживачів є молоді пари віком 25–40 років. Для даної категорії туристів важливими є:

- естетичність локації;
- панорамні краєвиди;
- дизайнерські котеджі;
- чан та SPA;
- приватність;
- фотогенічність комплексу.

Саме ця категорія туристів активно використовує соціальні мережі та формує значний попит на сучасні відпочинкові комплекси у Карпатах.

Важливою цільовою аудиторією є сім'ї з дітьми. Для сімейного сегменту туристичного ринку важливими чинниками вибору місця відпочинку є:

- безпечне середовище;
- екологічність;
- комфортні умови проживання;
- наявність зон відпочинку;
- активності для дітей;
- сімейна атмосфера.

Село Коростів має значний потенціал для розвитку сімейного туризму завдяки:

- спокійній атмосфері;
- природному середовищу;
- низькому рівню урбанізації;
- близькості до туристичних локацій.

Для сімейного сегменту доцільним є створення:

- дитячих майданчиків;
- outdoor-зон;
- сімейних котеджів;
- безпечних рекреаційних просторів.

Окрему цільову аудиторію становлять туристи premium-сегменту, які орієнтуються на високий рівень сервісу, індивідуальний підхід та емоційний комфорт. Для даної категорії важливими є:

- приватність;
- дизайнерський інтер'єр;
- wellness-послуги;
- гастрономічний сервіс;
- ексклюзивність локації.

Саме premium-сегмент є одним із найбільш перспективних для розвитку сучасних відпочинкових комплексів Карпатського регіону.

Таблиця 3.2

Основні сегменти цільової аудиторії відпочинкового комплексу

Сегмент	Характеристика	Основні потреби
Молоді пари	Туристи 25–40 років	SPA, естетика, приватність
Сім'ї з дітьми	Сімейний відпочинок	Безпека, комфорт, дозвілля
Premium-сегмент	Туристи з високим доходом	Сервіс, wellness, ексклюзивність
Active tourists	Любителі активного туризму	Hiking, маршрути, активності
Remote workers	Віддалені працівники	Інтернет, тиша, комфорт

Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах важливим сегментом туристичного ринку є remote workers – туристи, які поєднують відпочинок та дистанційну роботу. Після поширення формату remote work значна частина людей почала обирати природні локації для тимчасового проживання та роботи.

Для цієї категорії туристів важливими є:

- якісний інтернет;
- тиша;
- комфортне середовище;
- панорамні локації;
- психологічний комфорт;
- можливість довготривалого проживання.

Село Коростів має значний потенціал для розвитку такого формату

туризму завдяки:

- природному середовищу;
- транспортній доступності;
- атмосфері спокою;
- віддаленості від шумних туристичних центрів.

Важливим сегментом цільової аудиторії є також прихильники активного туризму. Близькість до гірських маршрутів, водоспадів та природних локацій створює сприятливі умови для розвитку:

- hiking tourism;
- велосипедного туризму;
- фототуризму;
- зимового туризму;
- trekking tourism.

Для даного сегменту туристів важливими є:

- доступ до туристичних маршрутів;
- організація екскурсій;
- прокат спорядження;
- outdoor-активності.

У сучасному туристичному бізнесі важливу роль відіграє емоційна сегментація туристичного ринку. Туристи дедалі частіше обирають місце відпочинку не лише за функціональними характеристиками, а й за емоційними асоціаціями, атмосферою та стилем життя.

Саме тому концепція відпочинкового комплексу у селі Коростів повинна асоціюватися з:

- гармонією;
- спокоєм;
- природністю;
- wellness-відпочинком;
- емоційним відновленням.



Рисунок 3.4. Формування цільової аудиторії туристичного продукту

Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах важливим елементом формування цільової аудиторії є digital-поведінка туристів. Значна частина споживачів обирає туристичні об'єкти через:

- Instagram;
- TikTok;
- Booking;
- Google Maps;
- YouTube;
- туристичні блоги.

Саме тому туристичний продукт повинен бути адаптований до сучасних digital-тенденцій та мати високий рівень візуальної привабливості.

Для успішного функціонування відпочинкового комплексу важливим є також формування лояльності клієнтів. Постійні клієнти забезпечують:

- стабільний туристичний потік;
- повторні візити;
- позитивні відгуки;
- органічне просування через рекомендації.

У зв'язку з цим доцільним є використання:

- бонусних програм;
- персоналізованих пропозицій;
- комунікації через соціальні мережі;
- email-маркетингу;
- програм лояльності.

Таким чином, формування цільової аудиторії туристичного продукту є важливим етапом створення конкурентоспроможного відпочинкового комплексу у селі Коростів. Сучасний туристичний продукт повинен бути орієнтований на потреби конкретних сегментів споживачів та поєднувати комфорт, емоційний досвід, wellness-концепцію та природне середовище. Правильне визначення цільової аудиторії дозволить забезпечити ефективне маркетингове просування комплексу та формування стабільного туристичного попиту.

3.3. Розробка маркетингової стратегії просування відпочинкового комплексу

У сучасних умовах розвитку туристичного бізнесу маркетингова стратегія є одним із ключових елементів формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Високий рівень конкуренції у сфері рекреаційного туризму, зміна поведінки споживачів та активна цифровізація туристичного ринку зумовлюють необхідність використання сучасних маркетингових інструментів та digital-технологій [15, с. 91].

Маркетингова стратегія відпочинкового комплексу являє собою систему заходів, спрямованих на:

- формування позитивного іміджу;
- залучення цільової аудиторії;
- просування туристичного продукту;
- підвищення рівня впізнаваності бренду;
- забезпечення стабільного туристичного потоку.

Для відпочинкового комплексу у селі Коростів маркетингова стратегія повинна базуватися на концепції:

- eco-friendly tourism;
- wellness-відпочинку;
- рекреаційного туризму;
- emotional tourism;
- slow tourism.

У сучасному туристичному бізнесі туристичний продукт продається не лише через функціональні характеристики, а через емоції, атмосферу та стиль життя. Саме тому маркетингова стратегія повинна формувати у туриста асоціації з:

- гармонією;
- природністю;
- приватністю;
- комфортом;
- психологічним відновленням.

Одним із ключових елементів маркетингової стратегії є формування бренду відпочинкового комплексу. Бренд повинен бути впізнаваним, емоційно привабливим та відповідати сучасним тенденціям туристичного ринку.

Для комплексу у селі Коростів доцільним є формування бренду, який асоціюватиметься з:

- сучасним карпатським відпочинком;
- природним середовищем;
- wellness-концепцією;
- естетичним дизайном;
- slow tourism.

У сучасному туризмі важливе значення має візуальна складова бренду.

Туристи дедалі частіше обирають місце відпочинку за:

- фото;

- відеоконтентом;
- Instagram-візуалом;
- атмосферою локації;
- дизайном інтер'єру.

Саме тому для просування відпочинкового комплексу необхідним є створення якісного візуального контенту:

- професійних фотографій;
- відеороликів;
- drone-зйомки;
- lifestyle-контенту;
- контенту для соціальних мереж.

У сучасних умовах одним із найбільш ефективних каналів просування туристичних послуг є соціальні мережі. Найбільш перспективними платформами для просування відпочинкового комплексу у селі Коростів є:

- Instagram;
- TikTok;
- Facebook;
- YouTube.

Instagram є ключовою платформою для просування туристичних послуг, оскільки саме візуальний контент найбільше впливає на рішення туриста щодо вибору місця відпочинку. Для ефективного просування комплексу доцільним є використання:

- професійних фото;
- reels;
- drone-video;
- stories;
- lifestyle-контенту;
- контенту з гостями комплексу.

TikTok дозволяє формувати вірусний контент та охоплювати молоду аудиторію туристів. Особливо ефективними є короткі відео з:

- панорамними краєвидами;
- чанами та SPA;
- атмосферою відпочинку;
- вечірнім освітленням комплексу;
- зимовими та літніми пейзажами.

Таблиця 3.3

Основні інструменти маркетингового просування відпочинкового комплексу

Інструмент	Характеристика	Основна мета
Instagram-маркетинг	Візуальний контент	Формування іміджу
TikTok	Короткі відео	Охоплення молоді аудиторії
SEO-просування	Оптимізація сайту	Залучення клієнтів
Influencer marketing	Співпраця з блогерами	Підвищення впізнаваності
Booking-платформи	Онлайн-бронювання	Збільшення продажів
Google-реклама	Контекстна реклама	Залучення туристів

Джерело: сформовано автором.

Важливим елементом маркетингової стратегії є створення сучасного вебсайту відпочинкового комплексу. Вебсайт повинен:

- мати адаптивний дизайн;
- систему онлайн-бронювання;
- професійний фото- та відеоконтент;
- SEO-оптимізацію;
- інтеграцію із соціальними мережами.

У сучасному туристичному бізнесі сайт є не лише інформаційною платформою, а й важливим інструментом продажу туристичного продукту.

Особливу роль у просуванні туристичних послуг відіграють онлайн-платформи бронювання:

- [Booking.com](https://www.booking.com);
- [Airbnb](https://www.airbnb.com);
- [Tripadvisor](https://www.tripadvisor.com).

Наявність високого рейтингу та позитивних відгуків значно впливає на рівень завантаження туристичного об'єкта та формування довіри до бренду.

У сучасному туристичному маркетингу важливе місце займає influencer marketing – співпраця з блогерами та travel-інфлюенсерами. Туристи часто більше довіряють рекомендаціям блогерів, ніж традиційній рекламі.

Для просування комплексу у селі Коростів перспективною є співпраця з:

- travel-блогерами;
- lifestyle-блогерами;
- фотографами;
- wellness-інфлюенсерами;

- авторами туристичного контенту.

Одним із важливих напрямів маркетингової стратегії є формування лояльності клієнтів. Постійні клієнти забезпечують:

- стабільний туристичний потік;
- повторні бронювання;
- позитивні рекомендації;
- органічне просування бренду.

Для цього доцільним є використання:

- бонусних програм;
- персоналізованих пропозицій;
- знижок для постійних гостей;
- email-маркетингу;
- CRM-систем.

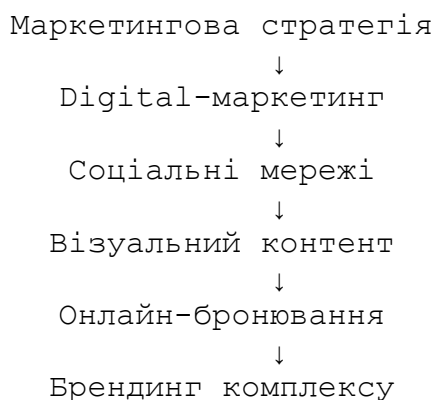


Рисунок 3.6. Основні складові маркетингової стратегії відпочинкового комплексу

Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах важливе значення має також сезонний маркетинг. Для підтримки стабільного туристичного потоку необхідно формувати окремі туристичні пропозиції для:

- зимового відпочинку;
- літнього туризму;
- осіннього wellness-відпочинку;
- spring-tourism.

Сезонні маркетингові кампанії дозволяють:

- збільшити рівень завантаження;
- мінімізувати вплив сезонності;
- підвищити прибутковість комплексу.

Для відпочинкового комплексу у селі Коростів перспективним є створення:

- романтичних турів;
- SPA-weekend;
- сімейних пакетів;
- retreat-програм;
- гастрономічних турів.

Важливу роль у сучасному туристичному маркетингу відіграє емоційний контент. Туристичний продукт повинен асоціюватися у споживача не лише з послугами, а з певним стилем життя та емоційним станом.

Саме тому маркетингова стратегія комплексу повинна базуватися на просуванні:

- атмосфери спокою;
- контакту з природою;
- емоційного відновлення;
- wellness-концепції;
- slow living.

Таким чином, маркетингова стратегія відпочинкового комплексу у селі Коростів повинна базуватися на використанні сучасних digital-інструментів, емоційного маркетингу та візуального контенту. Формування сильного бренду, активна присутність у соціальних мережах та орієнтація на сучасні туристичні тенденції дозволять забезпечити конкурентоспроможність туристичного продукту та ефективне функціонування відпочинкового комплексу на ринку рекреаційного туризму Карпатського регіону.

3.4. Економічне обґрунтування створення відпочинкового комплексу

У сучасних умовах розвитку туристичної індустрії економічне обґрунтування інвестиційного проєкту є важливим етапом формування туристичного продукту та забезпечення ефективного функціонування туристичного підприємства. Саме економічний аналіз дозволяє оцінити доцільність реалізації проєкту, рівень потенційної прибутковості, термін окупності інвестицій та перспективи розвитку туристичного бізнесу [23, с. 95].

Створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів потребує значних фінансових вкладень, однак розвиток внутрішнього туризму та зростання попиту на рекреаційний відпочинок у Карпатському регіоні формують сприятливі умови для реалізації інвестиційного проєкту.

Основною концепцією проєкту є створення невеликого відпочинкового комплексу котеджного типу, орієнтованого на:

- рекреаційний туризм;
- wellness-відпочинок;
- eco-friendly tourism;
- сімейний туризм;
- slow tourism.

Передбачається будівництво комплексу, який включатиме:

- 6 панорамних котеджів;
- SPA-зону;
- чан та сауну;
- reception-зону;
- outdoor-простір;
- зону відпочинку;
- паркінг;
- ландшафтний благоустрій території.

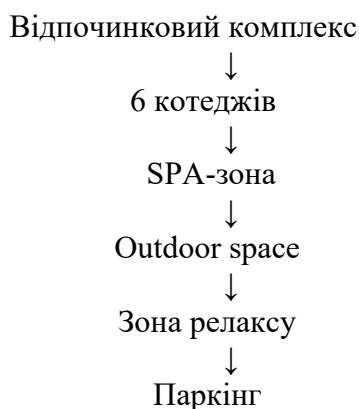


Рисунок 3.7. Концептуальна структура відпочинкового комплексу
Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах туристичного ринку найбільш перспективними є невеликі дизайнерські комплекси серед природи, які забезпечують:

- приватність;
- високий рівень сервісу;
- емоційний комфорт;
- інтеграцію з природним середовищем.

Саме такий формат туристичного продукту відповідає сучасним тенденціям розвитку рекреаційного туризму у Карпатському регіоні.

Одним із ключових етапів економічного обґрунтування є визначення основних інвестиційних витрат на реалізацію проекту. Основними статтями витрат є:

- придбання або підготовка земельної ділянки;
- будівництво котеджів;
- проведення комунікацій;
- облаштування SPA-зони;
- меблювання;
- благоустрій території;
- маркетингові витрати;
- запуск digital-просування.

Таблиця 3.4

Орієнтовні інвестиційні витрати на створення відпочинкового комплексу

Стаття витрат	Орієнтовна сума, грн
Будівництво котеджів	9 000 000
SPA-зона та чан	1 500 000
Благоустрій території	800 000
Меблювання та техніка	1 200 000
Комунікації	700 000
Маркетинг та брендинг	300 000
Інші витрати	500 000
Загальна сума	14 000 000

Джерело: сформовано автором.

Важливим показником економічної ефективності туристичного проекту є прогнозований рівень доходів. Основним джерелом доходів відпочинкового комплексу будуть:

- послуги проживання;
- SPA-послуги;
- чан;

- організація дозвілля;
- додаткові туристичні послуги.

Для прогнозування доходів доцільно враховувати:

- сезонність попиту;
- середній рівень завантаження;
- середню вартість проживання;
- попит на додаткові послуги.

У середньому для сучасних відпочинкових комплексів Карпатського регіону рівень завантаження може становити:

- у високий сезон – 75–90 %;
- у міжсезоння – 40–60 %;
- середньорічний показник – близько 65 %.

За умови середньої вартості проживання 4500–6000 грн за добу один котедж може приносити стабільний дохід протягом року.

Таблиця 3.5

Прогнозовані щомісячні доходи відпочинкового комплексу	
Джерело доходу	Орієнтовний дохід, грн/міс
Проживання	850 000
SPA та чан	120 000
Додаткові послуги	80 000
Екскурсії та активності	50 000
Загальний дохід	1 100 000

Джерело: сформовано автором.

Одним із ключових показників ефективності інвестиційного проєкту є термін окупності. З урахуванням прогнозованого рівня доходів та експлуатаційних витрат орієнтовний термін окупності відпочинкового комплексу у селі Коростів може становити 5–7 років.

На рівень прибутковості комплексу впливатимуть:

- сезонність туристичного попиту;
- маркетингова активність;
- якість сервісу;
- конкурентне середовище;
- рівень завантаження;

- ефективність управління.

У сучасних умовах важливим фактором економічної ефективності є диверсифікація доходів. Саме тому доцільним є розвиток додаткових туристичних послуг:

- wellness-послуг;
- гастрономічного туризму;
- організації retreat-програм;
- екскурсій;
- активного туризму.



Рисунок 3.8. Основні джерела доходів відпочинкового комплексу
Джерело: сформовано автором.

У сучасних умовах туристичний бізнес також виконує важливу соціально-економічну функцію. Реалізація проєкту відпочинкового комплексу у селі Коростів сприятиме:

- створенню нових робочих місць;
- розвитку місцевого підприємництва;
- збільшенню надходжень до бюджету;
- розвитку туристичної інфраструктури;
- популяризації території.

Важливим аспектом проєкту є його екологічна орієнтованість.

Використання:

- енергоефективних технологій;
- натуральних матеріалів;
- локальних ресурсів;
- екологічного дизайну

дозволить підвищити конкурентоспроможність комплексу та відповідати сучасним тенденціям розвитку eco-friendly tourism.

У сучасному туристичному бізнесі особливого значення набуває emotional value – емоційна цінність туристичного продукту. Саме атмосфера, емоції та унікальний досвід значною мірою впливають на готовність туриста платити вищу ціну за туристичні послуги.

Для відпочинкового комплексу у селі Коростів конкурентними перевагами можуть стати:

- панорамне розташування;
- сучасна архітектура;
- wellness-концепція;
- приватність;
- природне середовище;
- авторський дизайн.

Таблиця 3.6

Основні економічні показники проєкту

Показник	Значення
Загальний обсяг інвестицій	14 млн грн
Кількість котеджів	6
Середній рівень завантаження	65 %
Орієнтовний місячний дохід	1,1 млн грн
Орієнтовний термін окупності	5–7 років

У сучасних умовах розвитку внутрішнього туризму створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів є економічно доцільним та перспективним інвестиційним проєктом. Попит на рекреаційний та wellness-відпочинок у Карпатському регіоні продовжує зростати, що створює сприятливі умови для функціонування туристичного бізнесу.

Таким чином, економічне обґрунтування свідчить про перспективність створення відпочинкового комплексу у селі Коростів та можливість формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Реалізація

проєкту сприятиме розвитку туристичної інфраструктури території, підвищенню її інвестиційної привабливості та активізації туристичної діяльності у регіоні.

3.5. Оцінка перспектив розвитку туристичного продукту

У сучасних умовах розвитку туристичного ринку оцінка перспектив туристичного продукту є важливим етапом стратегічного планування діяльності туристичного підприємства. Саме аналіз перспектив розвитку дозволяє визначити потенційну конкурентоспроможність туристичного продукту, можливості його адаптації до змін ринку та рівень інвестиційної привабливості проєкту [19, с. 102].

Сучасний туристичний ринок характеризується активною трансформацією туристичного попиту та зміною поведінки споживачів. Туристи дедалі більше орієнтуються на:

- емоційний досвід;
- екологічність;
- приватність;
- wellness-відпочинок;
- індивідуалізацію туристичних послуг;
- інтеграцію з природним середовищем.

У зв'язку з цим туристичний продукт, сформований на основі сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів, має значні перспективи розвитку та відповідає сучасним тенденціям туристичного ринку.

Однією з головних передумов перспективності туристичного продукту є зростання попиту на внутрішній туризм в Україні. Карпатський регіон залишається одним із найбільш популярних напрямів рекреаційного відпочинку, що сприяє розвитку нових туристичних проєктів та збільшенню інвестиційної активності у сфері туризму.

Важливою тенденцією сучасного туристичного ринку є популяризація:

- eco-friendly tourism;
- slow tourism;
- wellness-туризму;

- retreat tourism;
- digital detox tourism.

Саме ці напрями найбільш відповідають концепції відпочинкового комплексу у селі Коростів.

У сучасних умовах туристи дедалі частіше прагнуть:

- психологічного відновлення;
- контакту з природою;
- відпочинку без надмірної урбанізації;
- емоційного комфорту;
- усамітнення.

Село Коростів має значні переваги для розвитку саме такого формату туристичного продукту завдяки:

- природному середовищу;
- гірським ландшафтам;
- екологічності;
- транспортній доступності;
- невисокому рівню туристичної забудови.

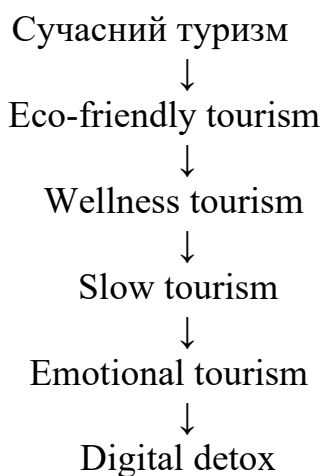


Рисунок 3.9. Основні тенденції розвитку сучасного туристичного ринку

Джерело: сформовано автором.

Перспективність туристичного продукту значною мірою залежить від його здатності адаптуватися до сучасних туристичних трендів. Одним із найбільш перспективних напрямів є розвиток wellness-туризму. У сучасному світі wellness-відпочинок перестає бути лише додатковою послугою та стає окремим форматом туристичного продукту.

Для відпочинкового комплексу у селі Коростів перспективним є розвиток:

- SPA-послуг;
- чанів;
- retreat-програм;
- outdoor-relaxation;
- wellness-weekend;
- йога-турів.

Саме wellness-концепція може стати важливою конкурентною перевагою туристичного продукту.

У сучасних умовах важливу роль у розвитку туристичного продукту відіграє digital-маркетинг. Туристи здійснюють пошук туристичних послуг через:

- Instagram;
- TikTok;
- Booking;
- Google;
- YouTube;
- туристичні блоги.

Саме тому перспективність туристичного продукту значною мірою залежить від:

- digital-просування;
- візуального контенту;
- онлайн-репутації;
- брендингу;
- активності у соціальних мережах.

Таблиця 3.7

Основні перспективні напрями розвитку туристичного продукту

Напрямок розвитку	Характеристика
Wellness tourism	SPA, релакс, retreat-програми
Eco-friendly tourism	Екологічний формат відпочинку
Slow tourism	Повільний та емоційний відпочинок
Active tourism	Hiking, велотуризм, outdoor
Family tourism	Сімейний рекреаційний відпочинок
Remote tourism	Відпочинок і дистанційна робота

Джерело: сформовано автором.

Важливим фактором перспективності туристичного продукту є розвиток remote tourism – поєднання відпочинку та дистанційної роботи. Поширення remote work створило новий сегмент туристичного ринку, представники якого обирають природні локації для довготривалого проживання та роботи.

Для даної категорії туристів важливими є:

- якісний інтернет;
- комфортне середовище;
- тиша;
- панорамні краєвиди;
- психологічний комфорт.

Село Коростів має значний потенціал для розвитку такого формату туристичного продукту завдяки поєднанню природного середовища та транспортної доступності.

Важливою тенденцією сучасного туристичного ринку є також розвиток emotional tourism – туризму, орієнтованого на емоції та враження. Туристи дедалі більше обирають туристичні продукти, які формують:

- емоційний досвід;
- атмосферу;
- естетичне задоволення;
- унікальні враження.

Саме тому для відпочинкового комплексу у селі Коростів важливими є:

- сучасний дизайн;
- архітектурна концепція;
- панорамні локації;
- фотогенічність;
- wellness-атмосфера.

Важливим аспектом розвитку туристичного продукту є можливість його масштабування та розширення спектра послуг. У перспективі відпочинковий комплекс може розвиватися шляхом:

- збільшення кількості котеджів;
- розширення SPA-зони;
- створення ресторану локальної кухні;
- організації retreat-турів;
- розвитку event-tourism;
- проведення фестивалів та тематичних заходів.

У сучасному туристичному бізнесі важливим напрямом є також гастрономічний туризм. Використання локальної кухні та фермерської продукції може стати додатковою конкурентною перевагою туристичного продукту та елементом брендингу комплексу.

Одним із перспективних напрямів розвитку є створення retreat-програм, орієнтованих на:

- психологічне відновлення;
- wellness-відпочинок;
- йога-туризм;
- медитації;
- digital detox.

Саме такі туристичні продукти характеризуються високою доданою вартістю та користуються популярністю серед premium-аудиторії.

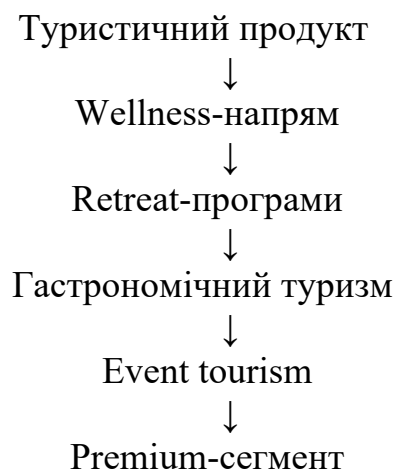


Рисунок 3.11. Перспективні напрями масштабування туристичного продукту
Джерело: сформовано автором

Попри значні перспективи розвитку туристичного продукту, необхідно враховувати і потенційні ризики:

- сезонність попиту;
- економічну нестабільність;
- конкуренцію;
- зміни туристичних тенденцій;
- екологічні обмеження.

Саме тому стратегія розвитку відпочинкового комплексу повинна базуватися на:

- диверсифікації туристичних послуг;
- сучасному маркетингу;
- формуванні сильного бренду;
- постійному оновленні туристичного продукту.

Важливим фактором перспективності туристичного продукту є також використання принципів сталого розвитку. Сучасні туристи дедалі більше звертають увагу на:

- екологічність;
- енергоефективність;
- відповідальне використання ресурсів;
- гармонійне поєднання з природним середовищем.

Таким чином, туристичний продукт, сформований на основі сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів, має значні перспективи розвитку та відповідає сучасним тенденціям туристичного ринку. Поєднання рекреаційного туризму, wellness-концепції, eco-friendly tourism та digital-маркетингу створює передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту та ефективного функціонування туристичного бізнесу у Карпатському регіоні.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що формування туристичного продукту на основі сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів є перспективним напрямом розвитку туристичного бізнесу у Карпатському регіоні. Розроблена концепція туристичного продукту відповідає сучасним тенденціям туристичного ринку та орієнтована на потреби туристів, які надають перевагу рекреаційному, екологічному та wellness-відпочинку.

У процесі дослідження визначено, що основою концепції майбутнього відпочинкового комплексу повинні бути:

- панорамні котеджі;
- wellness-зона;
- сучасний карпатський дизайн;
- eco-friendly концепція;
- інтеграція у природне середовище.

Встановлено, що сучасний туристичний продукт повинен поєднувати не лише базові туристичні послуги, але й емоційний досвід, атмосферу відпочинку та психологічний комфорт. Саме тому при формуванні концепції комплексу особливу увагу приділено:

- естетичності;
- приватності;
- wellness-відпочинку;
- природному середовищу;
- сучасному дизайну.

У результаті аналізу цільової аудиторії визначено основні сегменти потенційних споживачів туристичного продукту:

- молоді пари;
- сім'ї з дітьми;
- premium-сегмент;
- прихильники активного туризму;
- remote workers.

Дослідження показало, що сучасні туристи дедалі більше орієнтуються на:

- емоційний комфорт;
- wellness-відпочинок;
- приватність;
- slow tourism;
- екологічний формат відпочинку.

Саме тому туристичний продукт, сформований на основі відпочинкового комплексу у селі Коростів, має значний потенціал розвитку та відповідає актуальним тенденціям туристичного ринку.

У процесі дослідження маркетингової стратегії встановлено, що ефективне просування туристичного продукту повинно базуватися на:

- digital-маркетингу;
- активному використанні соціальних мереж;
- візуальному контенті;
- influencer marketing;
- онлайн-бронюванні;
- формуванні сильного бренду.

Визначено, що найбільш ефективними каналами просування туристичного продукту є:

- Instagram;

- TikTok;
- Booking;
- Google-реклама;
- YouTube.

Особливу роль у сучасному туристичному маркетингу відіграє емоційний та візуальний контент, який формує позитивний імідж туристичного об'єкта та впливає на рішення туриста щодо вибору місця відпочинку.

У результаті економічного обґрунтування встановлено, що створення відпочинкового комплексу у селі Коростів є економічно доцільним інвестиційним проєктом. Проведені розрахунки дозволили визначити:

- орієнтовний обсяг інвестицій;
- прогнозований рівень доходів;
- основні джерела прибутку;
- термін окупності проєкту.

Встановлено, що основними джерелами доходів комплексу можуть бути:

- послуги проживання;
- SPA-послуги;
- чан;
- організація активного дозвілля;
- retreat-програми;
- додаткові туристичні послуги.

У процесі дослідження перспектив розвитку туристичного продукту визначено, що найбільш перспективними напрямками є:

- wellness tourism;
- eco-friendly tourism;
- slow tourism;
- active tourism;
- remote tourism.

Важливим фактором перспективності туристичного продукту є також зростання попиту на внутрішній туризм та рекреаційний відпочинок у Карпатському регіоні.

Дослідження показало, що село Коростів має значні конкурентні переваги для розвитку сучасного туристичного бізнесу, серед яких:

- природно-рекреаційний потенціал;
- екологічність території;

- близькість до популярних туристичних локацій;
 - транспортна доступність;
 - можливість формування унікального туристичного продукту.
- Водночас для забезпечення ефективного функціонування туристичного

комплексу необхідними є:

- активне маркетингове просування;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- використання digital-технологій;
- формування сильного бренду;
- орієнтація на сучасні туристичні тренди.

Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують доцільність створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів та формування на його основі конкурентоспроможного туристичного продукту. Реалізація проєкту сприятиме розвитку туристичної інфраструктури території, підвищенню її інвестиційної привабливості та активізації туристичної діяльності у Карпатському регіоні.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У результаті проведеного дослідження теоретичних, маркетингових та економічних аспектів формування туристичного продукту встановлено, що розвиток сучасних відпочинкових комплексів у Карпатському регіоні є одним із перспективних напрямів розвитку внутрішнього туризму України. Особливо актуальним це є в умовах зростання попиту на рекреаційний, екологічний та wellness-відпочинок.

У процесі дослідження визначено сутність туристичного продукту як комплексної системи туристичних послуг, емоційного досвіду, рекреаційних ресурсів та інфраструктурного забезпечення. Встановлено, що сучасний туристичний продукт формується не лише на основі матеріальних послуг, а й через атмосферу, емоції, дизайн, природне середовище та психологічний комфорт туриста.

Дослідження теоретичних засад розвитку туристичного бізнесу дозволило визначити, що сучасний туристичний ринок характеризується:

- зміною поведінки споживачів;
- цифровізацією туристичних послуг;
- зростанням ролі емоційного маркетингу;
- популяризацією eco-friendly tourism;
- розвитком wellness-туризму;
- підвищенням попиту на slow tourism.

У роботі встановлено, що маркетингова діяльність є важливим елементом формування конкурентоспроможного туристичного продукту.

Сучасні туристичні підприємства повинні активно використовувати:

- digital-маркетинг;
- соціальні мережі;
- influencer marketing;
- SEO-просування;
- онлайн-бронювання;
- візуальний контент.

Особливу роль у сучасному туристичному бізнесі відіграє Instagram-маркетинг та емоційна складова туристичного продукту, оскільки туристи дедалі частіше обирають місце відпочинку за візуальним образом, атмосферою та емоційними асоціаціями.

У результаті аналізу природно-географічних умов села Коростів встановлено, що територія має значний туристично-рекреаційний потенціал.

Основними перевагами території є:

- вигідне географічне положення;
- близькість до міжнародної траси Київ–Чоп;
- сприятливі природно-кліматичні умови;
- екологічність середовища;
- близькість до популярних туристичних локацій Карпатського регіону.

Встановлено, що важливими туристично-рекреаційними ресурсами території є:

- Національний природний парк «Сколівські Бескиди»;
- водоспад Кам'янка;
- Журавлине озеро;
- фортеця Тустань;
- гора Парашка;
- водоспад Гуркало.

Дослідження туристичної інфраструктури регіону дозволило визначити, що село Коростів має базові передумови для розвитку туристичного бізнесу, однак потребує подальшого розвитку:

- сучасних засобів розміщення;
- рекреаційної інфраструктури;
- SPA-комплексів;
- digital-інфраструктури;
- маркетингового просування.

У результаті аналізу конкурентного середовища встановлено, що ринок рекреаційного туризму Карпатського регіону характеризується високим рівнем конкуренції, однак сучасні тенденції туристичного попиту створюють можливості для розвитку нових туристичних проєктів.

Визначено, що сучасні туристи дедалі більше орієнтуються на:

- приватність;
- рекреаційний відпочинок;
- емоційний комфорт;
- wellness-послуги;
- природне середовище;
- невеликі дизайнерські комплекси.

Саме тому село Коростів має перспективи розвитку як територія сучасного рекреаційного туризму.

У процесі SWOT-аналізу встановлено, що основними сильними сторонами території є:

- природно-рекреаційний потенціал;
- екологічність;
- транспортна доступність;
- туристична привабливість;
- можливість розвитку eco-friendly tourism.

Водночас визначено низку слабких сторін:

- недостатній рівень туристичної інфраструктури;
- слабе маркетингове просування;
- сезонність туристичного попиту;
- обмежена кількість сучасних туристичних комплексів.

У результаті проведеного дослідження розроблено концепцію сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів, який поєднуватиме:

- панорамні котеджі;
- wellness-зону;
- рекреаційний туризм;
- eco-friendly концепцію;
- сучасний карпатський дизайн.

Встановлено, що основною цільовою аудиторією туристичного продукту можуть бути:

- молоді пари;
- сім'ї з дітьми;
- premium-сегмент;
- remote workers;
- прихильники активного туризму.

Дослідження маркетингової стратегії дозволило визначити, що ефективне просування туристичного продукту повинно базуватися на:

- digital-маркетингу;
- активному використанні Instagram та TikTok;
- візуальному контенті;
- influencer marketing;
- брендингу;
- онлайн-бронюванні.

У процесі економічного обґрунтування встановлено, що створення відпочинкового комплексу у селі Коростів є економічно перспективним інвестиційним проєктом. Проведені розрахунки дозволили визначити:

- орієнтовний обсяг інвестицій;
- прогнозований рівень доходів;

- основні джерела прибутку;
- орієнтовний термін окупності.

Визначено, що основними джерелами доходів комплексу можуть бути:

- проживання;
- SPA-послуги;
- чан;
- активний туризм;
- retreat-програми;
- додаткові туристичні послуги.

У результаті дослідження перспектив розвитку туристичного продукту встановлено, що найбільш перспективними напрямками є:

- wellness tourism;
- eco-friendly tourism;
- slow tourism;
- active tourism;
- remote tourism.

Таким чином, результати проведеного дослідження підтверджують доцільність створення сучасного відпочинкового комплексу у селі Коростів та формування на його основі конкурентоспроможного туристичного продукту. Реалізація проєкту сприятиме:

- розвитку туристичної інфраструктури території;
- підвищенню інвестиційної привабливості регіону;
- активізації внутрішнього туризму;
- створенню нових робочих місць;
- популяризації туристичного потенціалу Карпатського регіону.

Отже, формування туристичного продукту на основі відпочинкового комплексу у селі Коростів є перспективним напрямом розвитку рекреаційного туризму та відповідає сучасним тенденціям функціонування туристичного ринку України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 №324/95-ВР.
2. Закон України «Про курорти» від 05.10.2000 №2026-III.
3. Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» від 25.06.1991 №1264-XII.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг. Київ : Альтерпрес, 2006. 436 с.
5. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 368 с.
6. Смаль І.В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : НДУ ім. Гоголя, 2010. 336 с.
7. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці : Книги-XXI, 2008. 344 с.
8. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України. Київ : Альтерпрес, 2010. 404 с.
9. Мальська М.П., Пандяк І.Г. Туристичний бізнес: теорія та практика. Київ : Центр учбової літератури, 2012. 472 с.
10. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2019. 436 с.
11. Мальська М.П., Худо В.В., Цибух В.І. Основи туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 368 с.
12. Балабанов І.Т. Економіка туризму. Київ : Центр навчальної літератури, 2011. 256 с.
13. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства. Київ : Знання, 2012. 343 с.
14. Ілляшенко С.М. Маркетинг туристичних послуг. Суми : Університетська книга, 2015. 352 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Київ : КМ-Букс, 2018. 208 с.

16. UNWTO Tourism Market Trends. Madrid: United Nations World Tourism Organization, 2024.
17. Гаврилюк С.П. Конкуентоспроможність туристичних підприємств. Київ : КНТЕУ, 2017. 312 с.
18. Папп В.В. Туристичний потенціал Карпатського регіону. Ужгород : Карпати, 2014. 228 с.
19. Стеченко Д.М. Інновації в туризмі. Київ : Знання, 2019. 238 с.
20. Герасимчук З.В. Регіональна економіка. Луцьк : Надстир'я, 2012. 528 с.
21. Мельниченко С.В. Управління туристичним бізнесом. Київ : КНТЕУ, 2015. 320 с.
22. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму. Київ : КНТЕУ, 2018. 342 с.
23. Савіцька О.П. Економіка туристичного підприємства. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2016. 290 с.
24. Голод А.П. Туристичне країнознавство. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2017. 312 с.
25. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. Львів : Інститут регіональних досліджень НАН України, 1997. 259 с.
26. Кифяк В.Ф. Розвиток туризму в регіонах України. Чернівці : Зелена Буковина, 2011. 304 с.
27. Офіційний сайт [Державного агентства розвитку туризму України](#)
28. Офіційний сайт [Львівської обласної державної адміністрації](#)
29. Офіційний сайт [Сколівської міської ради](#)
30. Офіційний сайт [Національного природного парку «Сколівські Бескиди»](#)
31. Офіційний сайт [Державної служби статистики України](#)
32. Офіційний сайт [Booking.com](#)
33. Офіційний сайт [Airbnb](#)
34. Офіційний сайт [Tripadvisor](#)
35. Офіційний сайт [Google Travel](#)
36. Офіційний сайт [Visit Ukraine](#)

- 37.Офіційний сайт Karpaty.info
- 38.Офіційний сайт Zruchno.Travel
- 39.Офіційний сайт IGotoWorld
- 40.Офіційний сайт Україна туристична
- 41.Олійник Я.Б. Туристичні ресурси України. Київ : Арістей, 2006. 352 с.
- 42.Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці : Книги-XXI, 2011. 464 с.
- 43.Бондаренко М.П. Туристичний менеджмент. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 288 с.
- 44.Гуменюк В.В. Інвестиційна діяльність у туризмі. Тернопіль : Економічна думка, 2015. 276 с.
- 45.Ковешніков В.С. Організація готельного господарства. Київ : Кондор, 2017. 312 с.
- 46.Пазенок В.С. Філософія туризму. Київ : Кондор, 2014. 268 с.
- 47.Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм. Київ : Знання, 2008. 271 с.
- 48.Охріменко А.Г. Туристичний імідж території. Київ : КНТЕУ, 2016. 224 с.
- 49.Давиденко І.В. Маркетингові комунікації у туризмі. Харків : ХНУ, 2020. 318 с.
- 50.Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
- 51.Черчик Л.М. Рекреаційне природокористування. Луцьк : ЛНТУ, 2013. 412 с.
- 52.Сокол Т.Г. Організація туристичної діяльності. Київ : Музична Україна, 2012. 264 с.
- 53.Мельник Л.Г. Економіка природокористування. Суми : Університетська книга, 2006. 367 с.
- 54.Шандор Ф.Ф. Сучасні тенденції розвитку туризму в Карпатському регіоні. Ужгород : УжНУ, 2021. 198 с.

55. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 256 с.
56. Цьохла С.Ю. Рекреалогія і туризм. Київ : Кондор, 2019. 244 с.
57. Власова Н.О. Туристичний маркетинг. Харків : ХДУХТ, 2018. 301 с.
58. Бойко М.Г. Туристична інфраструктура Карпатського регіону. Львів : Сполом, 2015. 286 с.
59. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Київ : Альтерпрес, 2008. 264 с.
60. Гринько Т.В. Ефективність функціонування туристичних підприємств. Дніпро : ДНУ, 2019. 294 с.