



**ВЕРХНЬОДНІПРОВСЬКА МІСЬКА РАДА
КАМ'ЯНСЬКОГО РАЙОНУ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

П'ятдесята сесія дев'ятого скликання

Р І Ш Е Н Н Я

«04» 05 20 26 р. м. Верхньодніпровськ

№ 2692-50/18

Про затвердження Плану розвитку аграрно-рекреаційного туризму
Верхньодніпровської міської територіальної громади

Відповідно до ч.2 ст.11 Закону України «Про туризм», меморандуму між Верхньодніпровською міською радою та Громадською організацією «Реабілітаційний центр «Зелений Гай» від 13.05.2025, укладеного в рамках реалізації проєкту «Розвиток малих громад Дніпропетровщини через аграрно-рекреаційний туризм», з метою розвитку аграрно-рекреаційного туризму на території Верхньодніпровської міської територіальної громади, керуючись ст.26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», Верхньодніпровська міська рада,

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити План розвитку аграрно-рекреаційного туризму Верхньодніпровської міської територіальної громади (додається).
2. Відділу з гуманітарних питань Верхньодніпровської міської ради забезпечити розробку Програми розвитку туризму Верхньодніпровської міської територіальної громади.
3. Контроль за виконанням даного рішення покладається на постійну депутатську комісію з питань фінансів, планування соціально-економічного розвитку, інвестицій та міжнародного співробітництва Верхньодніпровської міської ради.
4. Дане рішення набирає чинності з дня його прийняття та підлягає оприлюдненню на офіційному вебсайті Верхньодніпровської міської ради.

Верхньодніпровський
міський голова



Геннадій ЛЕБІДЬ

Додаток
до рішення Верховнодніпровської міської ради

від 04.05.2026 № 2692-50/18

ПЛАН РОЗВИТКУ АГРАРНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ ВЕРХНЬОДНІПРОВСЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

1. ВСТУП

1.1 Мета й завдання плану

Мета плану полягає у створенні чіткої, структурованої та адаптованої до наявних ресурсів і потенціалу громади стратегії розвитку аграрно-рекреаційного туризму. Цей план спрямований на визначення основних напрямків роботи, які дозволять не лише підвищити туристичну привабливість громади, а й забезпечити сталий економічний розвиток місцевих сільських територій через залучення туристів, створення нових робочих місць та розвиток підприємництва в аграрно-рекреаційному секторі.

Основними завданнями плану є комплексна оцінка наявних природних, культурних та інфраструктурних ресурсів, а також розробка конкретних заходів для реалізації туристичних продуктів і послуг, що відповідають потребам цільових аудиторій туристів. План також передбачає формування системи навчання та підтримки місцевого населення для підвищення їхньої компетентності у сфері туризму, розробку маркетингових інструментів для просування громади як привабливого туристичного напрямку, а також визначення механізмів фінансування та моніторингу ефективності реалізації плану. Реалізація цих завдань дозволить суттєво збільшити внесок аграрно-рекреаційного туризму у соціально-економічний розвиток громади.

1.2 Короткий опис актуальності розвитку аграрно-рекреаційного туризму

Розвиток аграрно-рекреаційного туризму в малих громадах України, зокрема в Дніпропетровській області, є надзвичайно актуальним у сучасних соціально-економічних умовах. Цей напрям туризму поєднує аграрну діяльність із рекреаційною, що дає змогу створити унікальні туристичні продукти, які відповідають зростаючому попиту на природні, екологічно чисті та культурно насичені відпочинкові послуги. В умовах розширення внутрішнього туризму та пошуку нових джерел доходів для сільських громад аграрно-рекреаційний туризм є ефективним інструментом стимулювання економічного зростання, зайнятості населення та збереження культурної спадщини.

Важливість розвитку цього виду туризму також зумовлена глобальними викликами, такими як зміни клімату, економічна нестабільність та потреба у збереженні природних ресурсів. Аграрно-рекреаційний туризм сприяє сталому природокористуванню, активному залученню місцевої громади до управління рекреаційним потенціалом та розвитку екологічної свідомості. З огляду на перспективи євроінтеграції України, розвиток аграрно-рекреаційного туризму відкриває додаткові можливості для залучення інвестицій, удосконалення інфраструктури та впровадження інноваційних підходів у регіональному розвитку.

Розвиток аграрно-рекреаційного туризму є вкрай актуальним для Верхньодніпровської громади, яка має унікальне поєднання природного, аграрного та культурного потенціалу. Територія, сформована Дніпровським льодовиком, зберігає унікальні геологічні об'єкти, мальовничі ландшафти та чисті рекреаційні зони, що підсилює її привабливість для туристів, орієнтованих на екологічний і пізнавальний відпочинок.

Аграрний сектор громади — один із найпотужніших у регіоні: тут вирощують пшеницю, кукурудзу, соняшник і ріпак, працюють фермерські господарства, пасіки та підприємства. У контексті зростання внутрішнього туризму, економічних викликів та потреби у диверсифікації доходів громада отримує шанс створити нові робочі місця, активізувати малий бізнес і залучити молодь до локальних ініціатив. Аграрно-рекреаційний туризм може стати ефективним інструментом збереження сільської культурної спадщини — традицій ремесел, локальної кухні, історичних місцевостей. Глобальні виклики, такі як зміни клімату та економічна нестабільність, роблять розвиток сталих туристичних продуктів ще важливішим. Для Верхньодніпровської громади це також можливість зміцнити свою екологічну спроможність, покращити інфраструктуру та залучити інвестиції — особливо в умовах поглиблення євроінтеграції України.

Таким чином, аграрно-рекреаційний туризм є перспективним шляхом підвищення конкурентоспроможності громади, забезпечення економічної стійкості та розкриття її унікального природного й культурного потенціалу.

2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОЇ СИТУАЦІЇ В ГРОМАДІ

2.1 Природні ресурси

Верхньодніпровська громада розташована на Придніпровській височині, на правому березі Кам'янського водосховища. Територією громади течуть річки Самоткань, Домоткань, Омельник. Береги Дніпра в цьому місці досить високі та пориті ярами і балками, через це в громаді існують значні перепади висот, від 60 до 158 метрів над рівнем моря.

На території Верхньодніпровської міської територіальної громади знаходиться 10 об'єктів природно-заповідного фонду (заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища) загальною площею 4498,5 га, що складає 4,5% від загальної площі Верхньодніпровської міської територіальної громади. Із загальної кількості об'єктів, 8 об'єктів, площею 1340,9 га, знаходяться на землях державної власності, в межах територій ДП «Ліси України», а 2 — об'єкти ПЗФ «Домотканські валуни» та «Мости», мають загальну площу 3157,6 га, до яких входить і частина земель комунальної власності.

У самому пониззі Самоткані, на околиці Верхньодніпровська, збереглася ділянка заплавного лісу, який здавна має загадкову назву «Римський». Його назва походить від стародавнього села Рим (Римське), якого вже давно немає на карті, але воно згадується у старих літописах. Майже весь Римський ліс має природне походження. Римський ліс слід вважати досить великим для степів монолітним лісовим урочищем (63 га), розташованим у пониззі р. Самоткань, правої притоки Дніпра. Власне, лісові угруповання займають до 80% площі всього урочища. Майже весь ліс має природне походження, виняток становлять лише штучні деревостани у північній частині, а також — мішаного походження лісові угруповання у східній і північно-східній частинах. Римський ліс є, безперечно, цінною навчальною екологічною стежкою, де сама природа створила всі необхідні умови для виконання системи завдань під час екскурсій. Можна з впевненістю сказати, що аналогів Римському лісу на Придніпров'ї немає. Як для степової зони, явище незвичайне. Феномен Римського лісу саме в тому, що на Правобережжі Дніпра після побудови каскаду водосховищ подібних лісів не збереглося.

У регіоні є цікаві геологічні об'єкти. Особливий інтерес у туристів викликає геологічний пам'ятник «льодовикові валуни». Льодовиковий фронт провінції Українського щита утворився на ділянці правобережжя Дніпра біля с. Домоткань у вигляді великих валунів і моренних відкладів. Це півкілометровий валун, порізаний водами Дніпра, утворює 15-ти метровий обрив на узбережжі Кам'янського водосховища. Рельєф місцевості біля с. Домоткань і далі на північ, узбережжя Дніпра, виразно відрізняється своєрідністю та мальовничістю. Це порівняно невеликі пагорби, з плавними улоговинами та западинами, з крутими та прямовисними кручами з боку Дніпра. Домотканські валуни – ландшафтний заказник місцевого значення в Україні, об'єкт природно-заповідного фонду Дніпропетровської області, площа якого складає 826,7 га. На території заказника є невеликі пагорби, розчленовані улоговинами та ярами, а також моренні утворення – валуни, розміри яких сягають 4–7 м. Поверхня цих гігантських кам'яних брил поросла мохом і лишайником. Частина з них давно потріскалася, крізь тріщини проросли кущі та дерева. Лежали вони тут тисячоліттями, про що, зокрема, свідчить особливий рослинний комплекс, характерний для кам'янистих місць; служили надійним орієнтиром мандрівникам у Наддніпрянському степу

2.2 Наявна туристична інфраструктура

Туристична інфраструктура Верхньодніпровської громади включає в себе:

1. Житло та засоби розміщення

У громаді наявні кілька закладів, що можуть приймати туристів на коротко- та середньострокове проживання: готелі (Family's Star, Park Hotel, база відпочинку «Весела роща») та мотелі (2–3 невеликі приватні готелі, садиби та кімнати для оренди) у місті Верхньодніпровськ; садиби зеленого туризму у сільських населених пунктах, що працюють у форматі приватних садиб; потенційні локації для кемпінгу біля Дніпра.

Оцінка стану: житлова інфраструктура обмежена, але функціональна для прийому невеликих туристичних груп; відсутні великі готельно-ресторанні комплекси, що відкриває можливість для створення нових садиб, еко-готелів та кемпінг-зон; якість сервісу варіюється, проте більшість об'єктів відповідають базовим потребам туриста.

2. Заклади харчування

У громаді працюють: кафе й ресторани у Верхньодніпровську («Зоряний», «Велюр», «Зустріч», Піца Челентано, COFFEE RONS, Ecoprostir, селища Дніпровське та Новомиколаївка (традиційна українська кухня, гриль-кафе, кав'ярні); локальні пекарні та крафтові виробники — мед, випічка, молочні, рибні продукти.

Оцінка стану: заклади харчування здатні обслуговувати туристичні групи до 20–30 осіб; гастрономічна пропозиція є, але потребує брендизації та розвитку локальних гастротурів; відсутні спеціалізовані етно-ресторани чи фермерські ресторації — це перспективний напрям.

3. Дорожня інфраструктура та доступність:

-Основні дороги громади мають тверде покриття;

-Близькість до траси Н-08 (Бориспіль – Дніпро – Запоріжжя) забезпечує зручний доступ із Дніпра, Кам'янського, Кременчука.

-Доступ до природних об'єктів (скелі, водні локації, фермерські господарства) — частково асфальтований, частково – ґрунтові дороги, що потребують покращення.

Оцінка стану: дорожня мережа задовільна, але для розвитку туризму потрібні покращення під'їздів до природних локацій; навігація та вказівники — мінімальні, потребують модернізації.

4. Паркування та доступність для транспорту

У центрі Верхньодніпровська є кілька зон для паркування, придатних для туристичних груп. Біля основних закладів харчування та адміністративних будівель — невеликі парковки;

Біля природних об'єктів (скелі, лісові зони) паркування необлаштоване.

Оцінка стану: достатньо місць для приватного транспорту; організовані парковки біля туристичних об'єктів — обмежені, що потребує розвитку при зростанні потоку туристів.

5. Туристично-інформаційна інфраструктура:

-Туристично-інформаційних центрів у класичному форматі немає;

-Інформація про громаду представлена в онлайн-джерелах (Facebook-сторінка громади, відкриті мапи, ентузіастські сайти);

-Локальні музеї та культурні заклади виконують частково інформаційну роль.

Оцінка стану: інформаційна інфраструктура фрагментована. Потребує створення: туристичного сайту громади, онлайн-мап маршрутів, QR-табличок на об'єктах.

6. Локації для відпочинку та рекреації

У громаді наявні цінні природні й культурні активи:

-скелі льодовикового походження (унікальні геологічні локації);

-зона відпочинку вздовж узбережжя Кам'янського водосховища та малих річок;

-екологічні стежки та прогулянкові маршрути (частина — неофіційні);

-меморіальні місця, локальні музеї, арт-локації;

-майданчики для риболовлі та активного відпочинку.

Оцінка стану: природні об'єкти високої туристичної цінності. Інфраструктура — обмежена, потребує облаштування оглядових майданчиків, навігації, місць відпочинку, безпечних спусків та фотозон.

Верхньодніпровська громада має природну та культурну туристичну базу, але сучасна інфраструктура перебуває у стані часткового розвитку і потребує ремонту, промоції та значних капіталовкладень.

2.3 Сильні й слабкі сторони

Конкурентні переваги

Природні ресурси:

Розташування на березі Дніпра, наявність річок Самоткань, Домоткань та мальовничих балок має перспективи для розвитку зеленого та рекреаційного туризму.

Культурно-історична спадщина:

- Архітектурні пам'ятки XIX ст.
- Верхньодніпровський історичний музей з багатими колекціями.
- Кургани та археологічні пам'ятки доби бронзи й скіфського часу, що відображають тисячолітню історію регіону.

Культурні події та традиції

- Святкування Івана Купала, Дня громади, ярмарки народних майстрів.
- Традиції козацької культури, що можуть стати основою для фестивалів і реконструкцій.

- Активність будинків культури й аматорських колективів.

Локація

- Вигідне розташування громади на перетині транспортних шляхів у межах Дніпропетровської області.

- Близькість до Дніпра та Кривого Рогу — великих центрів, що створює можливість залучення туристів на «короткі візити».

- Наявність місць, де можна відпочити із сім'єю

Проблемні зони

Інфраструктура

- Недостатній стан доріг та брак якісної транспортної доступності.
- Відсутність облаштованих туристичних маршрутів і вказівників.
- Відсутність туристичної інфраструктури (кемпінгів, туристичних центрів).

Недостатня промоція

- Слабка впізнаваність Верхньодніпровської громади, як туристичного напрямку.
- Відсутність туристичного напрямку громади у цифровому просторі (сайт, соцмережі, мобільні додатки, проморолики).
- Немає бренду громади чи цілісної туристичної концепції.

Людський фактор

- Старіння кадрів у культурній та освітній сферах.
- Відтік молоді за кордон чи до великих міст.
- Відсутність менеджерів туризму.

3. ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЮВИХ СЕГМЕНТІВ ТУРИСТІВ

3.1 Локальні, національні, міжнародні туристи

Профіль потенційних туристів Верхньодніпровської громади:

1. Локальні туристи (жители області та сусідніх регіонів)

Це жителі Дніпропетровської, Запорізької, Кіровоградської та Полтавської областей: молоді сім'ї, студенти, активна молодь, любителі коротких турів вихідного дня, покоління 35–55 років, які шукають спокійний природний відпочинок.

Що їх зацікавить?

- Екостежки, прогулянки, риболовля, кемпінг, активний відпочинок біля водойм.
- Гастротури: локальні продукти, мед, випічка, крафтове пиво, крафтові вироби.
- Екскурсії на ферми, майстер-класи з ремесел, локальні фестивалі.
- Подорожі до унікальних локацій — льодовикових скель, природних ландшафтів, історичних об'єктів.

Ця група важлива, бо це - найближча та найбільш доступна аудиторія, яка може дати високий потенціал повторних відвідувань і не потребує складної логістики або великої рекламної кампанії.

2. Національні туристи (громадяни України з інших регіонів)

Це туристи з Києва, Львова, Одеси, Харкова, Черкас та туристично активних міст України, подорожуючі сім'ї, тревел-блогери, прихильники внутрішнього туризму також любителі екологічного відпочинку і тихіших локацій за межами перевантажених курортів.

Що їх зацікавить?

- Унікальні ландшафти: скелі льодовикового походження, Дніпровські панорами.
- Фермерські тури: дегустації продуктів, гастрономічні маршрути.
- Активні події: фестивалі, вело маршрути.

«Медитативний» туризм: релакс, природа, тиша, приватні садиби.

Ця група важлива, бо це -висока платоспроможність і довший час перебування, схильність до дослідження нових локацій по всій Україні також вони сприятимуть впізнаваності громади на національному рівні.

3. Міжнародні туристи

Це туристи - громадяни Німеччини, Польщі, Чехії, Італії та країн Балтії, зацікавлені у природному та сільському туризмі, діаспора або родини з українським походженням, любителі історичних місць, природних ландшафтів, тихих зелених зон, еко-мандрівники, велотуристи, учасники культурних обмінів чи партнерських програм також представники напрямку мілітарі-туризму.

Що їх зацікавить?

- Екологічні маршрути та birdwatching (спостереження за птахами).
- Участь у культурних фестивалях, знайомство з традиціями та ремеслами.
- Агротури: знайомство з фермерськими господарствами, дегустації продуктів.
- Знайомство з культурною спадщиною та місцевими історіями.

Ця група важлива, бо це підвищить статус громади на міжнародному рівні, вони мають високу купівельну спроможність також ця група підсилить культурні й економічні зв'язки громади з ЄС.

Найбільш привабливими для Верхньодніпровської громади є:

1. Локальні туристи — як базова і стабільна група. Їх найлегше залучити завдяки близькості, доступності та відсутності логістичних бар'єрів. І вони найшвидше реагують на нові туристичні продукти (екостежки, фестивалі, фермерські події).
2. Національні туристи — як група з найбільшим економічним потенціалом. Вони можуть проводити більше часу в громаді (2–4 дні) і зацікавлені в унікальних природних та гастрономічних локаціях, яких є достатньо у громаді.
3. Міжнародні туристи — перспективна стратегічна група, яка важлива для довгострокового розвитку бренду громади. Особливо перспективні туристи з міста-партнера Бохольт (Німеччина). Разом з тим, ця група потребує окремої комунікаційної стратегії, але може приносити найбільшу культурну й економічну цінність.

Для Верхньодніпровської громади найбільш привабливими є локальні та національні туристи — як ті, хто найшвидше й найчастіше відвідує територію та активно підтримує локальну економіку. Міжнародні туристи — це стратегічна група, яка сприяє росту впізнаваності та розвитку міжкультурних зв'язків, але потребує триваліших інвестицій у промоцію.

3.2 Особливі групи (ветерани, родини з дітьми, агротуристи тощо)

1. Сім'ї з дітьми (безпечні прогулянкові маршрути у центрі Верхньодніпровська, інтерактивні програми у музеї, облаштовані для сімейних пікніків та прогулянок зони відпочинку у парку)
2. Ветерани та ветерани (тематичний маршрут «Шлях пам'яті», відпочинок на природі біля Дніпра, у садибах підприємців, як елемент психологічної підтримки, участь у патріотичних заходах громади, які поєднують культурну та меморіальну складову).
3. Люди з інвалідністю (доступні локації у місті: центр Верхньодніпровська, бібліотека, частина приміщень культурних установ, короткі маршрути з мінімальними бар'єрами (міський парк, площа, набережна), адаптовані екскурсії у музеї)
4. Молодь і студенти (велопрогулянки та піші маршрути по мальовничих околицях Дніпра та селах громади, молодіжні фестивалі та заходи, які вже проводяться у громаді)

(День молоді, креативні ініціативи при будинках культури), квести та інтерактиви у музеї чи бібліотеках – спосіб залучення молоді до пізнання історії).

5. Люди похилого віку (краєзнавчі клуби та зустрічі у бібліотеках, автобусні екскурсії по ключових пам'ятках, піші прогулянки парком або набережною Дніпра).

6. Іноземні туристи

4.ВИЯВЛЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ АГРАРНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ

4.1 Аналіз фермерських, сільськогосподарських, ремісничих локацій

Верхньодніпровська громада має значний аграрний та ремісничий потенціал, який може стати основою для розвитку аграрно-рекреаційного туризму. На території громади працюють ферми, приватні господарства, пасіки, майстерні здатні запропонувати туристам дегустації, екскурсії, ознайомлення з технологіями виробництва, а також інтерактивні формати — від майстер-класів до участі в сезонних роботах.

1. Сільськогосподарські підприємства та фермерські господарства

1.1. Фермерські господарства

На території громади працюють 47 сільськогосподарських господарств, найбільші з яких: СТОВ «Дніпро-Н», ТОВ «Агро-Холд», ТОВ «Верхньодніпровське сільськогосподарське підприємство Промінь», ТОВ «Автомобіліст», ТОВ АФ «Мишурин Ріг», ФГ «Агро-Єдність», СФГ «Романцівське».

Також є приватні сільські господарства – овочівництво, садівництво, ягідні культури.

Можливості для туризму:

- дегустації сезонної продукції;
- демонстрації техніки та агротехнологій;
- екскурсії полями під час сезонних робіт;
- фотосесії під час цвітіння ріпаку або соняшнику («жовтий маршрут»).

1.2. Тваринницькі господарства

На території громади працюють приватні господарства, що утримують корів та кіз, свиней, птицю (кури, індики, гуси).

Можливості для туризму:

- екскурсії та знайомство з тваринами (особливо для сімей із дітьми);
- майстер-класи з виготовлення домашнього сиру, масла, йогурту;
- «сільський сніданок» із фермерськими продуктами.

2. Пасіки

Можливості для туризму:

- дегустація меду та медових продуктів;
- екскурсія пасікою з елементами бджолярства;
- майстер-класи з виготовлення воскових свічок;
- «Медовий ярмарок» із продажем локальних продуктів;

3. Промислова та агропереробна інфраструктура

3.1. ПАТ «Дніпровський крохмалепатоковий комбінат»

Одне з найпотужніших підприємств громади, що здійснює глибоку переробку кукурудзи (крохмаль, патока, глюкоза).

Можливості для туризму:

- навчальні екскурсії «Від зернини до продукту»;
- дегустація солодких виробів на основі кукурудзяних сиропів;
- STEM-екскурсії для школярів.

3.2. Ремісничі та виробничі майстерні

Відомі локальні майстерні та ремісники:

- майстерні з металу та дроту («Строкатий сад») — виготовлення корисних і креативних виробів;
- деревообробні майстерні (ПКЗ «КЮТ») — декоративні вироби для дому, сувеніри;
- вишивка, ткацтво, миловаріння, лозоплетіння, локальні художники — елементи культурного туризму.

Можливості для туризму:

- ковальські або металеві міні-майстерні;
- виготовлення дерев'яних виробів;
- виставки-продажі під час фестивалів;
- відкриті студії для дітей і молоді.

4. Малі крафтові виробництва та продукти локального походження

Можливості для туризму:

- домашні сири, йогурти, сметана;
- крафтове варення, джеми, пастила;
- медові та трав'яні чаї;
- домашні соління й консервація.

Цільові аудиторії:

- сім'ї з дітьми;
- шкільні групи (STEM + агро);
- молодь;
- туристи з міст Дніпро, Кам'янське, Запоріжжя, Кременчук;
- внутрішні туристи, які шукають тихий природний відпочинок.

Фермерські господарства, пасіки, промислові підприємства та ремісничі майстерні Верхньодніпровської громади створюють широку базу для розвитку аграрно-рекреаційного туризму. Їхні ключові переваги: різноманітність (рослинництво, тваринництво, мед, переробка кукурудзи, ремесла), можливість створювати інтерактивні формати та майстер-класи, потенціал для дегустацій і гастротуризму. Ці ресурси можуть стати основою нових туристичних маршрутів, фестивалів і гастроформатів, що сформуєть обличчя аграрно-рекреаційного туризму громади.

4.2 Оцінка культурної та історичної спадщини

У Верхньодніпровській громаді є кілька об'єктів та напрямків, які можуть зацікавити туристів:

- музеї та історичні пам'ятки: Верхньодніпровський історико-краєзнавчий музей, козацький хрест с.Дніпровокам'янка, місця пам'яті (пам'ятники, присвячені подіям Другої світової війни (танк, літак, меморіал слави)
- природні та індустриальні об'єкти: Домотканські валуни, набережна Кам'янського водосховища, дача архітектора сел.Дніпровське, санаторій «Славутич» (заклад

відпочинку, що може приваблювати туристів, які шукають оздоровчий туризм).

-традиції та культурні заходи: проведення фестивалів та ярмарок, майстер-класів від ремісників і народних майстрів (вишивка, лозоплетіння, розпис), організація «екотурів» до фермерських господарств.

5. ВИЗНАЧЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРОДУКТІВ ТА МАРШРУТІВ

5.1 Розробка унікальних пропозицій: дегустації, майстер-класи, екскурсії, кемпінги, квести.

5.2 Визначення точок інтересу

Перелік основних туристичних місць:

Туристичні об'єкти (Family's Star. Park Hotel, база відпочинку «Весела роща», сімейний розплідник декоративних рослин «Строкатий сад» сел.Дніпровське, ТОВ «Візард крафт» (крафтове пивоваріння) с.Правобережне, санаторій “Славутич”)

Історико-культурні пам'ятки (дача архітектора сел.Дніпровське, Верхньодніпровський краєзнавчий музей, козацький хрест с.Дніпровакам'янка, меморіальні комплекси та пам'ятники)

Природні об'єкти (річка Дніпро, набережна, Домотканські валуни)

Парк у центрі Верхньодніпровська

Можливі туристичні маршрути одного дня:

1.Сімейний розплідник декоративних рослин «Строкатий сад» сел.Дніпровське →дача архітектора сел.Дніпровське→Family's Star. Park Hotel→ ТОВ «Візард крафт» (крафтове пивоваріння) с.Правобережне

2.Сімейний розплідник декоративних рослин «Строкатий сад» сел.Дніпровське →дача архітектора сел.Дніпровське→база відпочинку «Весела роща»

3.Верхньодніпровський краєзнавчий музей→Домотканські валуни→ТОВ «Візард крафт» (крафтове пивоваріння) с.Правобережне→ козацький хрест с.Дніпровакам'янка→Family's Star. Park Hotel→

Можливі дводенні туристичні маршрути:

1.Family's Star. Park Hotel→Верхньодніпровський краєзнавчий музей→Домотканські валуни→ТОВ «Візард крафт» (крафтове пивоваріння) с.Правобережне→ козацький хрест с.Дніпровакам'янка→Family's Star. Park Hotel→сімейний розплідник декоративних рослин «Строкатий сад» сел.Дніпровське →дача архітектора сел.Дніпровське

2.База відпочинку «Весела роща»→сімейний розплідник декоративних рослин «Строкатий сад» сел.Дніпровське →дача архітектора сел.Дніпровське→база відпочинку «Весела роща»→Домотканські валуни→ТОВ «Візард крафт» (крафтове пивоваріння) с.Правобережне→ козацький хрест с.Дніпровакам'янка

3. Family's Star. Park Hotel→Сімейний розплідник декоративних рослин «Строкатий сад» сел.Дніпровське →дача архітектора сел.Дніпровське→ Family's Star. Park Hotel→козацький хрест с.Дніпровакам'янка→ТОВ «Візард крафт» (крафтове пивоваріння) с.Правобережне→Домотканські валуни

6. РОЗВИТОК ІНФРАСТРУКТУРИ І СЕРВІСУ

6.1 Транспортна доступність, стоянки, санітарні зони

Автомобільне сполучення

Верхньодніпровська громада має зручний доступ до регіональних транспортних артерій, зокрема до автошляху Н-08 (Бориспіль – Дніпро – Запоріжжя). Це забезпечує простий під'їзд для туристів із: Дніпра (≈ 70 км), Кам'янського (≈ 30 км), Кременчука та Полтавської області, Запорізького напрямку.

Стан доріг у межах громади:

- Магістральні вулиці — задовільні, з твердим покриттям, місцями потребують ремонту.
- Дороги до сільських населених пунктів — потребують ремонтів.
- Під'їзди до природних локацій (скель, рекреаційних зон, берегів річок) — ґрунтові, сезонно важкопрохідні, що ускладнює туристичний потік.

Громадський транспорт

- У громаді функціонує 7 автобусних маршрутів.
- Міжміське сполучення працює, але розклад не завжди зручний для туристів.
- Туристичні маршрути (наприклад, до Домотканських валунів або фермерських господарств) громадським транспортом недоступні.

Паркувальна інфраструктура

- У центральній частині міста є облаштовані паркувальні зони біля адмінбудівель, магазинів, кафе. Місця для паркування вистачає для внутрішнього трафіку, але можливі складнощі під час масових подій.
- Біля туристично-привабливих локацій: біля більшості природних об'єктів (скелі, лісові локації, береги річок) — паркування не облаштоване. Біля Family's Star. Park Hotel, база відпочинку «Весела роща» є невеликі внутрішні стоянки, придатні для прийому груп до 10–15 осіб.

Загалом у громаді наявний потенціал для розвитку інфраструктури. Є можливість створення маршрутизованих парковок: біля скель, біля річки, біля місць для кемпінгу. Також є запит на велопарковки біля ключових точок — актуальний для розвитку велотуризму.

Санітарні зони (туалети, місця для миття рук):

- Біля адміністративних будівель та закладів харчування — доступні.
- У більшості природних та рекреаційних локацій — відсутні стаціонарні санітарні зони.
- Під час масових подій громада використовує біотуалети, але для постійної туристичної присутності цього недостатньо.

Зони відпочинку

- У міській частині є хороші зелені зони, лавки, дитячі майданчики.
- На природних локаціях — мінімальна інфраструктура: відсутні накриття, навігація, місця для сміття, інформаційні таблички.
- Є неофіційні місця для пікніків біля водойм, але вони не облаштовані належним чином.

Першочергові інфраструктурні потреби громади:

1. Покращення транспортного доступу

- Ремонт та грейдеравання доріг до природних локацій.
- Створення офіційних під'їздів до скельних масивів та рекреаційних зон.
- Розробка туристичного маршруту з можливістю доступу мікроавтобусів.

2. Створення облаштованих парковок

- 2–3 локації: скелі льодовикового походження, річкові зони, фермерські об'єкти.
- Встановлення велопарковок біля громадських місць та маршрутів.

3. Розвиток санітарної інфраструктури

- Стаціонарні або напівстаціонарні санвузли на ключових туристичних точках.
- Обладнання зон для сміття, миття рук, накриттів від сонця та дощу.

4. Туристично-інформаційна навігація

- Туристичні вказівники та карти.
- QR-таблички з інформацією про об'єкти.

5. Рекреаційні зони та сервіси

- Офіційні місця для пікніків, оглядові майданчики, фотозони.
- Створення точок прокату спорядження: велосипеди, байдарки, намети.
- Локації для кемпінгу з мінімальною інфраструктурою.

6.2 Проживання (кемпінг, гостьові будинки)

Громада має незначні можливості для розміщення туристів:

1. Готелі та бази відпочинку

-Family's Star Park Hotel – це один із найкомфортніших варіантів розміщення у громаді, що пропонує номери різного типу та комфорту, ресторан чи їдальню на території, місця для паркування, зони для відпочинку, можливість проведення невеликих заходів, відпочинки з басейном.

Переваги: високий комфорт для сімей і туристів середнього сегменту, можливість приймати групи, відповідність потребам національних туристів.

-База відпочинку «Весела роща»- це популярна локація літнього та зеленого туризму, що має:будиночки для відпочинку, зелену територію, місця для барбекю, невеликі зони активностей, ставок для риболовного відпочинку.

Переваги: ідеальна для сімейних заїздів, груп молоді та форматів відпочинку на природі, хороший потенціал для кемпінгу, фестивалів, турів вихідного дня.

2. Гостьові будинки та приватні садиби

У місті та селах громади працюють приватні будинки, які пропонують розміщення у форматі: кімнат щодобово.

Переваги: доступна ціна, тиха атмосфера, можливість відчувати локальний стиль життя.

3. Кемпінги та наметові зони

У громаді немає офіційних кемпінгів, але існує кілька популярних природних зон, які туристи вже використовують для наметів: зони біля Дніпра,лісові масиви. Однак вони не облаштовані як туристичні: немає туалетів, відсутні місця для сміття, немає накриттів і столів, немає вказівників чи безпечних вогнищ.

Загальна оцінка можливостей проживання:

Сильні сторони:

- Наявність двох важливих туристичних об'єктів: Family's Star Park Hotel і «Весела роща»
- Можливість приймати різні категорії туристів — сімейні, молодіжні, ділові.

-Розвинена база для формування кемпінгових зон.

-Приватні садиби як основа для агротуризму.

Слабкі сторони:

-Недостатня кількість готелів для великих заходів.

-Обмежений рівень сервісності приватних садиб.

-Відсутність офіційних кемпінгових зон та інфраструктури.

-Відсутній єдиний реєстр місць проживання.

Шляхи покращення та збільшення можливостей розміщення:

-підтримка приватних садиб через навчання власників із сервісу, маркетингу, чистоти та безпеки; мікрогранти на облаштування кімнат і санвузлів; створення онлайн-каталогу садиб.

-створення кемпінгів

-розвиток партнерств з агровиробниками, створення агросадиб, залучення фермерів до створення міні-хостелів;

Завдяки наявності Family's Star Park Hotel та «Веселої рощі» Верхньодніпровська громада вже має базу середнього рівня, здатну приймати туристів різних форматів. Для розвитку туризму наступний крок — розширення кількості місць проживання, розвиток садиб, запуск кемпінгів, підвищення стандартів сервісу.

6.3 Заклади харчування

Сфера харчування у Верхньодніпровській громаді представлена низкою невеликих, але популярних місцевих закладів, які можуть забезпечити гостей доступними, домашніми та локальними стравами. Також у громаді є потенціал для розширення гастротуристичних можливостей завдяки фермерським продуктам і крафтовому виробництву.

У громаді працюють декілька кафе, їдалень і невеликих закладів, що пропонують страви української кухні та популярний фаст-фуд. Серед доступних форматів кафе з домашніми стравами; невеликі їдальні при установах та підприємствах; заклади швидкого харчування у центральній частині міста; кафе на територіях рекреаційних баз (наприклад, на базі відпочинку «Весела роща»).

Найбільш комфортні умови для туристів забезпечують Family's Star Park Hotel та база відпочинку «Весела роща», ресторан «Зоряний», де є можливість організувати харчування для груп.

Основою гастротуризму можуть стати локальні продукти, оскільки громада має доступ до якісної фермерської та промислової продукції, яку можна інтегрувати в туристичну кухню:

-мед від місцевих пасічників;

-молочна продукція (сир, йогурти, сметана від дрібних виробників);

-овочі та зелень локальних городників;

-крафтове пиво;

Презентація цих продуктів може мати такі гастрономічні формати:

-фестивалі локальної кухні;

-дегустаційні тури «Смак Верхньодніпровщини»;

-майстер-класи з випікання домашнього хліба, вареників, локальних десертів;

-кулінарні квести

Гастрономічна складова може стати однією з сильних сторін туризму Верхньодніпровської громади. Попри те, що індустрія харчування наразі розвивається, громада вже має базу для прийому туристів, а також великий потенціал для створення унікальних сільських гастродосвідів, які доповнюють аграрно-рекреаційний туризм.

7. МАРКЕТИНГОВА І КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ

7.1 Просування у соцмережах, співпраця з турагенціями

Ефективна комунікація — ключовий елемент розвитку туристичної привабливості громади. Для залучення гостей на локальному, національному та міжнародному рівнях громада повинна використовувати сучасні цифрові інструменти, партнерства та професійні маркетингові підходи:

1. Присутність у соціальних мережах

1.1. Основні цільові платформи

Facebook

Аудиторія: дорослі 25–65+, сімейні туристи, жителі регіону.
Формат: новини, анонси подій; фото/відео з локацій; історії фермерів і ремісників; просування фестивалів і майстер-класів; освітній контент про унікальність громади.

Instagram

Аудиторія: молодь 18–40, сімейні туристи, мандрівники вихідного дня.
Формат: візуальний контент: фото валунів, полів, фермерських продуктів; Reels: кулінарні майстер-класи, короткі екскурсії, відео з тваринами; сторіз з подій;

TikTok

Аудиторія: молодь, сім'ї з дітьми, тревел-блогери.
Формат: короткі відео — «топ-5 місць Верхньодніпровщини»; веселі моменти з ферм, дегустацій, майстер-класів; квести, екологічні воркшопи;

YouTube (міні-канал громади)

Аудиторія: національні туристи, іноземці, освітні групи.
Формат: відеоекскурсії; розповіді про природні об'єкти; інтерв'ю з фермерами та ремісниками; відео про кухню громади;

Google Maps

Аудиторія: туристи, які планують маршрут.
Формат: створення та оновлення сторінок локацій; регулярні відповіді на відгуки; професійні фото; геомітки нових туристичних маршрутів.

2. Інструменти просування

2.1. Візуальний бренд громади

-єдиний стиль фото і відео;

-гайдлайн (логотип, шрифти, кольори);

-шаблони для соцмереж;

-фірмові хештеги (наприклад, #VisitVDN, #АгроТурВДН, #ВерхньодніпровщинаТуристична).

2.2. Контент-стратегія

Типи контенту:

- освітній (про льодовикові валуни, фермерські техніки, традиції);
- емоційний (історії людей, відео з тваринами, репортажі з подій);
- інформаційний (анонси, маршрути, ціни);
- корисний (гід «що подивитися за 1 день», «де зупинитися»);
- промо (знижки, пакети турів).

2.3. Реклама

- Facebook/Instagram для просування подій і турів;
- промоція фестивалів і кемпінгів;
- спільні рекламні кампанії з готелями та садибами.

3. Співпраця з туристичними агенціями, операторами та платформами

3.1. Туристичні агентства та оператори

Формати співпраці:

- створення пакетних турів «Вихідні у Верхньодніпровську»;
- агротури «Смак Верхньодніпровщини»;
- продаж турів на фестивалі, кемпінги, квести;
- спеціальні ціни для груп.

3.2. Освітні та шкільні туроператори

Формати співпраці:

- тури для учнів (геологічні, фермерські, STEM);
- екскурсії на підприємства;
- шкільні кемпінги;

3.3. Партнерство з агротуристичними платформами України (Мандруй Україною, GoUkraine, Zruchno.Travel)

Формати співпраці:

- розміщення туристичних маршрутів громади;
- спільні інформаційні кампанії;
- участь у туристичних форумах.

4. Партнерства з блогерами та інфлюенсерами (тревел-блогери; сімейні блогери; гастро-інфлюенсери; блогери про природу та активний відпочинок).

Формати співпраці:

- блогерські тури;
- проморозіграші (сертифікат на відпочинок);
- репортажі з фестивалів і квестів.

5. Партнерства для промоції (Family's Star Park Hotel; база «Весела роща»; фермерські господарства; ПАТ «Крохмалепатоковий комбінат»; локальні кафе та майстерні; музеї та заклади культури; громадські організації.

Формати взаємодії: (спільні акції; інфотури; партнерські фестивалі; корпоративний відпочинок).

Для підвищення ефективності просування аграрно-рекреаційного туризму потрібно запустити офіційний туристичний сайт громади; вести унікальний туристичний Instagram

окремо від офіційної сторінки ради; використовувати професійну фотозйомку природних і фермерських локацій; регулярно створювати Reels і TikTok-контент; започаткувати проведення щорічного Туристичного форуму Верхньодніпровщини.

7.2 Розробка бренду громади, сувенірна продукція

Ефективний туристичний бренд — це не лише логотип чи слоган. Це цілісний образ території, який передає емоції, унікальні характеристики громади та її цінності. Верхньодніпровська громада має сильні автентичні маркери — природні, історичні, аграрні — які можуть стати основою її туристичного образу.

1. Унікальний образ громади

1.1. Ключові елементи, на яких будується бренд

Автограф Дніпровського льодовика

- унікальні скелі льодовикового походження, які є природною візитівкою регіону.
- це рідкісний геологічний феномен, що може стати «обличчям» громади.

Аграрна сила та сучасні технології

- поля пшениці, кукурудзи, соняшнику;
- глибока переробка кукурудзи (крохмаль, патока, олія).
- громада може позиціонувати себе як «земля сучасного агровиробництва».

Ріка як символ життя та історії

- Дніпро та малі річки громади — основа рекреації, риболовлі, активного відпочинку.

Гостинність і ремесла

- локальні майстри, вишивка, деревообробка, крафтові продукти.
- бренд має підкреслювати «тепло громади».

Простота, природа, автентичність

- бренд громади має бути природним, водночас сучасним та емоційним.

2. Ідеї для логотипу громади

2.1. Візуальні образи, які можуть стати основою логотипу

Силует льодовикової скелі — символ унікальності.

Стилізоване зерно/кукурудзяний качан — аграрний характер.

Хвиля або лінія річки — рекреація та життя.

Соняшник — один із найвпізнаваніших символів Дніпропетровщини.

Комбінація льодовика + річки + зерна — комплексний образ громади.

2.2. Можливі концепції логотипу

1) Автограф льодовика

Льодовикові валуни, як підпис природи: унікальний, ніде не повторюється.

2) Земля річок і полів

Поєднання хвилі та колосу — символ рекреації й агровиробництва.

3) «Верхньодніпровщина — створено природою, розвинуто людьми»

Об'єднання природної сили льодовика та людської праці фермерів.

3. Варіанти слоганів

Громада можливостей: від природи — до технологій.

Верхньодніпровщина. Близько до природи, ближче до себе.

4. Сувенірна продукція

4.1. Продукція, що підкреслює унікальність громади

1) «Льодовикові сувеніри»

магніти у формі льодовикових валунів;
3D-моделі льодовикових валунів;
брелоки з геоструктурними візерунками;
серія листівок «Автограф льодовика».

2) «Агро-сувеніри»

мед або сироп у брендтованих баночках;
сувенірні мішечки з ароматним сіном або зерном;
еко-торби з принтом «Земля полів і річок».

3) «Смак Верхньодніпровщини»

локальні медові набори;
фермерські сири у брендтованій упаковці;
патока/глюкоза, як авторський сувенір у міні-упаковці.

4.2. Сувеніри з місцевими ремісниками

керамічні чашки та декоративні вироби;
дерев'яні магніти та сувенірні набори;
вишивані браслети;

4.3. Сучасна сувенірна продукція

брендтовані футболки та худі з логотипом громади;
мапа туристичних маршрутів у вигляді постера;
еко-пляшки з ілюстрацією Дніпровських локацій;
наліпки для дітей: скелі, ферми, тварини, трактори.

Унікальність Верхньодніпровської громади — у поєднанні природної спадщини льодовика, сучасного агровиробництва, річкових краєвидів та теплої ремісничої культури.

Добре розроблений бренд та якісна сувенірна продукція допоможуть підвищити впізнаваність громади, привабити туристів та сприяти розвитку локальної економіки.

7.3. Виготовлення інформаційних туристичних стендів

Створення якісної системи туристичної навігації — це основа комфортного туризму. Вказівники, стенди, мапи та QR-коди допоможуть туристам легко орієнтуватися, знаходити локації, читати історії місць і дізнаватися про громаду без гіда.

1. Загальні принципи навігації Верхньодніпровської громади:

Єдиний стиль — відповідно до бренду громади (кольори, шрифти, піктограми).

Подвійна мова — українська + англійська.

Стійкі матеріали — метал, композит, антивандальні покриття.

QR-коди — з переходом на сайт громади.

Максимальна доступність — чіткість, велика шрифтовість, інклюзивність.

Візуальні елементи бренду — символи льодовика, річки, зеленого туризму.

2. Ключові туристичні точки, де потрібна навігація

А. Природні локації:

Валуни льодовикового походження

Береги Дніпра

Маршрути вздовж річок Самоткнь, Домоткань

Лісові зони — потенційні кемпінги

Оглядові майданчики та фотозони

В. Культурні та історичні локації

Музей громади / історичні місця

Пам'ятники та меморіальні точки

С. Аграрно-туристичні локації

Фермерські господарства (сири, мед, молоко, пиво)

ПАТ «Крохмалепатоковий комбінат»

Ремісничі майстерні та крафтові локації

Д. Місця обслуговування туристів

Family's Star Park Hotel

База відпочинку «Весела роща»

Приватні садиби та агросадиби

Центральні входи до громади (транспортні розв'язки)

Парковки та зони відпочинку

3. Типи навігаційних елементів та місця їх встановлення

3.1. Туристичні вказівники

3.2. Інформаційні мапи громади (природні точки, маршрутні точки)

3.3. Пояснювальні стенди (інфостенди)

4. Інноваційні рішення - QR-маршрути

5. Пріоритетні локації для стартового запуску

Створення якісної системи навігації — один із ключових кроків до становлення Верхньодніпровської громади як туристичної локації Дніпропетровщини. Стратегічно розміщені вказівники, мапи та інфостенди дозволять зробити маршрути доступними та привабливими, перетворити локації на впізнавані туристичні бренди, покращити комфорт, безпеку та враження туристів та підтримати розвиток аграрного, природного та рекреаційного туризму.

8. ЗАЛУЧЕННЯ ТА НАВЧАННЯ МІСЦЕВОГО НАСЕЛЕННЯ

8.1 Навчальні програми для підприємців і мешканців

Для сталого розвитку аграрно-рекреаційного туризму у Верхньодніпровській громаді необхідна системна підготовка підприємців, власників садиб, фермерів, ремісників та фахівців органів місцевого самоврядування. Розвиток туризму вимагає знань із сервісу, маркетингу, безпеки, гостинності, стандартів обслуговування та управління туристичними продуктами.

Програми навчання можуть здійснюватися у співпраці з Дніпропетровською ОВА, Асоціацією індустрії гостинності України, університетами та профільними освітніми

платформами, міжнародними проєктами.

1. Навчальні програми для підприємців і власників агро- та туроб'єктів

- Основи гостинності та сервісу
- Створення туристичних продуктів
- Фінансова грамотність і бізнес-планування для туризму
- Маркетинг і просування локальних продуктів
- Англійська для туризму

- Навчальні програми для фермерів, крафтовиків, ремісників

2. Навчальні програми для працівників міської ради (туристичний напрям)

- Управління туристичною діяльністю на рівні громади
- Маркетинг територій
- Залучення грантів для розвитку туризму

Запропоновані навчальні програми підвищують якість сервісу, стимулюють появу нових туристичних бізнесів, допоможуть створити професійні туристичні продукти та підготують громаду до прийому національних і міжнародних туристів.

8.2 Мотивація до участі, приклади успішних кейсів

Для успішного запуску та масштабування аграрно-рекреаційного туризму громада має активно залучати місцевих мешканців, фермерів, підприємців і молодь. Стимулювання може здійснюватися через конкурси, грантові програми, інформаційну підтримку та визнання кращих практик.

1. Конкурси та відзнаки

- Конкурс «Краща агросадиба Верхньодніпровщини»

Мета: мотивувати власників приватних садіб розвивати якісний сервіс.
Нагороди: сертифікат на покращення інфраструктури, проморолик у соцмережах, розміщення на туристичному сайті громади.

- Конкурс «Кращий ремісник громади»

Переваги для переможця: участь у фестивалях за кошти громади, промопідтримка.

- Молодіжний конкурс «Створи туристичний продукт»

Формат: команди школярів/студентів презентують квести, маршрути, цифрові гід.

Призи: сертифікати, можливість реалізувати продукт, стажування у міській раді.

- Гранти для агросадиб і кемпінгів

Можливості фінансування: співфінансування від громади на облаштування санітарної зони, душових/туалетів, закупівлю наметів, мангалів, інвентарю, облаштування дитячої зони.

2. Інформаційна підтримка та просування – створення каталогу «Туристичні можливості громади»

3. Публікації успішних історій у соцмережах, що змотивує інших долучатися.

4. Відеопроєкти «Люди громади» (короткі ролики про фермерів, виробників і майстрів → підвищення лояльності та бренд громади.

5. Подієва активність для стимулювання мешканців (фестивалі, дні відкритих дверей)

6. Навчання для підприємців за підтримки громади

7. Підтримка молодіжних проєктів

Стимулюючи фермерів, молодь, ремісників і підприємців через гранти, конкурси, навчання та інформаційну підтримку, громада формує активне місцеве середовище, яке саме зацікавлене у розвитку туризму. Це створить ефект «множення можливостей», коли кожна ініціатива породжує нові туристичні продукти, а туристи отримують різноманітний, привабливий та якісний сервіс.

9. ПОШУК ТА ЗАЛУЧЕННЯ ФІНАНСУВАННЯ

9.1 Механізми внутрішньої кооперації

Для ефективного розвитку аграрно-рекреаційного туризму Верхньодніпровська громада потребує тісної співпраці між місцевими підприємцями, фермерами, ремісниками, закладами харчування, освітніми установами та органами місцевого самоврядування. Внутрішня кооперація дозволить об'єднати ресурси, підвищити якість туристичних продуктів і сформувати комплексні маршрути, які приваблюватимуть більшу кількість відвідувачів.

Можливими основними формами такої співпраці можуть стати:

1. Кластери аграрно-рекреаційного туризму, які б об'єднали фермерів, ремісників, туроператорів, заклади харчування, власників агросадиб, готелів.

2. Партнерства між фермерами та закладами харчування

Можливі напрями співпраці: доставка локальних продуктів у кафе та готелі громади? створення меню з акцентом на локальні інгредієнти, проведення спільних харчових майстер-класів (наприклад, медові дегустації, кулінарні школи). Це підсилить бренд громади як території натуральної продукції та автентичної кухні.

3. Кооперація ремісників і туристичних операторів

Можливості: проведення спільних майстер-класів для туристів; створення сувенірних наборів.

4. Співпраця освітніх закладів і місцевого бізнесу

Можливі механізми: стажування молоді в агросадибах, готелях, на фермах, створення шкільних туристичних гуртків, залучення молоді до створення цифрових гідів і квестів. Це допоможе формувати нове покоління фахівців у сфері туризму.

5. Об'єднання підприємців для спільного маркетингу

Партнерська модель: спільні рекламні кампанії у соцмережах, загальні туристичні буклети.

Підприємці можуть об'єднуватися в асоціацію, яка просуватиме всю громаду як туристичний напрям.

6. Міжсекторні коаліції для проведення фестивалів

Фермери, кафе, ремісники та молодіжні організації можуть разом організовувати гастрономічні фестивалі, свята врожаю, медові або кукурудзяні ярмарки. Це формуватиме сильний магніт для туристів і забезпечить прибуток одразу кільком секторам.

7. Співпраця з міською радою забезпечить просування громади на обласному та національному рівнях, інформаційну підтримку підприємців, подання спільних грантових заявок, організацію навчання та кластерних зустрічей.

Внутрішня кооперація створить умови, коли кожен учасник — фермер, ремісник, власник кафе чи садиби — стане частиною єдиного туристичного продукту. Це підсилить конкурентоспроможність громади, забезпечить стабільний потік туристів і підвищить доходи всіх залучених сторін.

10. МОНІТОРИНГ, ОЦІНКА І КОРИГУВАННЯ ПЛАНУ

10.1 Система індикаторів ефективності

Індикатори згруповані за ключовими напрямками: туристичний потік, економічний ефект, якість інфраструктури, рівень задоволення та інституційний розвиток.

1. Індикатори туристичного потоку (кількість туристів)

1.1. Основні показники

- Загальна кількість туристів, які відвідали громаду протягом року.
- Кількість учасників окремих турів і заходів (агротури, фестивалі, майстер-класи, кемпінги).
- Зростання туристичного потоку (%) щороку.
- Кількість повторних туристів (повернення протягом року).

2. Економічні індикатори (дохід, зайнятість, розвиток бізнесу)

2.1. Фінансові показники

- Дохід від туристичних послуг (проживання, харчування, майстер-класи, екскурсії).
- Обсяг реалізованої сувенірної та фермерської продукції.
- Кількість нових бізнесів, пов'язаних із туризмом

2.2. Робочі місця

- Кількість створених робочих місць у сфері туризму та обслуговування.
- Доходи фермерських господарств від участі в туристичних програмах.

3. Індикатори інфраструктури (комфорт і доступність)

3.1. Фізична інфраструктура

- Кількість встановлених туристичних вказівників;
- Кількість встановлених мап і інформаційних стендів;
- Кількість облаштованих зон для відпочинку (лавки, накриття, фотозони);
- Кількість офіційних кемпінгових місць;
- Кількість відремонтованих під'їзних доріг до туристичних точок.

3.2. Сервісна інфраструктура

- Кількість функціонуючих садиб зеленого туризму;
- Кількість об'єктів, що приймають туристів (сувенірні точки, готелі);

4. Індикатори впізнаваності та маркетингу

4.1. Цифрова присутність

- Кількість підписників у соцмережах (FB, Instagram, TikTok).
- Кількість переглядів контенту (відео, сторіз, Reels).
- Запуски рекламних кампаній та їх ефективність.
- Кількість згадувань громади у медіа та тревел-порталах.

4.2. Брендуння

- Поява офіційного логотипу і брендбуку;
- Кількість сувенірів, створених і проданих туристам;
- Кількість партнерських кампаній з інфлюенсерами та турагентствами.

5. Індикатори задоволення туристів

5.1. Збір зворотного зв'язку

- Рівень задоволеності (оцінка за 5-бальною шкалою).
- Кількість позитивних відгуків у Google Maps.
- Коментарі щодо якості сервісу, інфраструктури, цін.

6. Індикатори інституційного розвитку громади

- проведення щорічного Туристичного Форуму;
- кількість проведених навчань для фермерів, гідів, садиб;
- кількість грантових проєктів у сфері туризму;

Система індикаторів дозволить громаді об'єктивно вимірювати результати плану та коригувати напрямки розвитку, залучати інвестиції на основі реальних даних, формувати прозору та ефективну туристичну політику і, як наслідок, посилювати конкурентоспроможність Верхньодніпровської громади в регіоні.

10.2 Плани періодичного оновлення і вдосконалення

Для забезпечення сталого розвитку аграрно-рекреаційного туризму та адаптації Плану до нових умов запроваджується система регулярних переглядів, оцінювання та вдосконалення туристичних заходів громади.

Процес оновлення ґрунтується на зворотному зв'язку від туристів, партнерів та бізнесу, а також на аналізі статистичних даних, звітів і щорічних результатів упровадження.

1. Регулярні цикли оцінювання

1.1. Щоквартальний огляд (4 рази на рік)

Завдання:

- аналіз проміжних показників (туристичний потік, участь у подіях, охоплення соцмереж);
- оцінка стану інфраструктури (вказівники, мапи, стенди, кемпінги);
- моніторинг ситуації на фермах і агролокаціях;
- збір та аналіз відгуків туристів, жителів і партнерів;
- виявлення проблем та оперативні корекції заходів.

1.2. Піврічний огляд (2 рази на рік)

Завдання:

- оцінка ефективності промокампаній;
- перегляд календаря заходів;
- аналіз співпраці з фермерськими господарствами та ремісниками;
- актуалізація туристичних продуктів (маршрути, квести, дегустації);
- перевірка планів із безпеки та доступності локацій.

1.3. Щорічний комплексний перегляд

Завдання:

- підбиття підсумків року за всіма індикаторами ефективності;

- порівняння результатів із запланованими цільовими показниками;
- визначення успішних практик і тих, що потребують корекції;
- перегляд бюджету на наступний рік;
- формування оновленого річного плану дій;
- проведення відкритої презентації результатів для громади.

Джерелами даних для оновлення Плану можуть стати: статистика туристичних потоків; звіти готелів, садиб, фермерських господарств, майстерень; показники онлайн-присутності (соцмережі, сайт, Google Maps); аналітика після заходів (фести, квести, екскурсії); опитування туристів і місцевих мешканців; зворотний зв'язок від бізнесу та партнерських організацій.

3. Механізм коригування Плану

- Збір даних – здійснюється протягом року згідно з графіком моніторингу.
- Аналіз відхилень від плану – фіксація причин (інфраструктурні, погодні, ресурсні).
- Підготовка пропозицій щодо змін – відповідними структурними підрозділами міської ради.
- Громадське обговорення – онлайн або офлайн консультації.
- Прийняття рішень – на засіданні виконкому або сесії ради (за потреби).
- Інформування громади – публікація оновленої версії Плану та результатів.

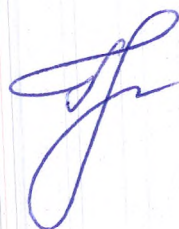
4. Періодичність оновлення Плану

- Короткострокове оновлення – щороку (коригування заходів, дат, бюджетів).
- Середньострокове оновлення – кожні 2–3 роки (оновлення індикаторів, маршрутів, туристичних продуктів).
- Повне оновлення Плану – раз на 5 років (структурний перегляд, нові стратегічні напрями).

Очікувані результати від системного оновлення Плану:

- стабільне зростання туристичного потоку;
- підвищення рівня задоволеності гостей;
- покращення туристичної інфраструктури;
- збільшення доходів місцевого бізнесу;
- розвиток репутації Верхньодніпровської громади як туристичного центру Дніпропетровщини.

Завідувач сектору
стратегічного планування та
інвестиційної політики
відділу економічного планування,
інвестицій та розвитку підприємництва



Наталія ГОЛТВЯНСЬКА