

ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА
ФАКУЛЬТЕТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Кафедра: публічного управління та адміністрування

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: «Туристичний потенціал як джерело
підвищення інвестиційної привабливості регіону»

Виконала: студентка 4 курсу за
спеціальністю 242 Туризм і рекреація
денної форми навчанням
Захарчук Е.С

Керівник: асистент кафедри публічного
управління та адміністрування
Кобилянська А.П.

Рецензент: _____

Хмельницький – 2024 рік

АНОТАЦІЯ

Захарчук Е.С. «Туристичний потенціал як джерело підвищення інвестиційної привабливості регіону».

Рукопис.

Бакалаврська робота за спеціальністю «Туризм і рекреація», Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, Хмельницький, 2024.

Бакалаврську роботу присвячено дослідженню туристичного потенціалу як джерела підвищення інвестиційної привабливості Хмельницького регіону, розкрито теоретичні основи розвитку туристичного потенціалу регіону, проведено характеристику сучасного стану туристичного потенціалу Хмельницької області, запропоновано шляхи підвищення рівня інвестиційної привабливості Хмельницької області за рахунок розробки спеціального туру «Смачна історія Хмельниччини».

Ключові слова: туристичний потенціал, інвестиційна привабливість, гастротур, історичні пам'ятки.

SUMMARY

Zakharchuk Eleonora "Tourist potential as a source of increasing the investment attractiveness of the Khmelnytskyi region."

Manuscript.

Bachelor thesis on the specialty «Tourism and Recreation», Khmelnytskyi University of Management and Law named after Leonid Yuzkov, Khmelnytskyi, 2024.

The bachelor's thesis is devoted to the study of the tourist potential as a source of increasing the investment attractiveness of the Khmelnytskyi region, the theoretical foundations of the development of the tourist potential of the region were revealed, the current state of the tourist potential of the Khmelnytskyi region was characterized, and ways to increase the level of investment attractiveness of the Khmelnytskyi region were proposed through the development of a special tour «The Delicious History of the Khmelnytskyi Region».

Keywords: tourist potential, investment attractiveness, gastro tour, historical sights.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	8
1.1. Сутність та особливості оцінки туристичного потенціалу регіону	8
1.2. Роль туристичного потенціалу в інвестиційній привабливості регіону	12
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	15
2.1. Аналіз туристичних можливостей Хмельниччини	15
2.2. Оцінка впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на формування інвестиційної привабливості сфери туризму Хмельницької області	22
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА РАХУНОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ	27
3.1. Напрями покращення інвестиційної привабливості туристичної сфери Хмельницької області	27
3.2. Розробка інвестиційного проєкту «Смачна історія Хмельниччини» ...	31
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51
ДОДАТКИ.....	56

ВСТУП

Актуальність дослідження. Розвиток туристичної галузі та збільшення кількості рекреаційних об'єктів у різних регіонах України протягом останніх років відіграють важливу роль у покращенні соціально-економічного розвитку країни.

Значущість туризму в суспільстві багатогранна: він сприяє розвитку пов'язаних галузей, таких як транспорт, зв'язок, торгівля, виробництво сувенірної продукції, послуг, ресторанів, будівництво та інші. Крім того, туризм є важливим каналом міжкультурної комунікації, сприяє збереженню культурної спадщини та традицій країн і народів, сприяє розвитку їхніх промислів, відновлює та зберігає пам'ятки культури та історії.

Туризм та рекреаційна діяльність відіграють ключову роль у економіках країн та регіонів, забезпечуючи раціональне використання та збереження природних, екологічних, культурних, історичних та інформаційно-пізнавальних ресурсів території. Розвиток туристичної галузі також супроводжується вдосконаленням концептуального апарату, пов'язаного з туристично-рекреаційною сферою. Сьогодні частіше використовується складна концепція, яка об'єднує різні аспекти діяльності в межах туристично-економічного комплексу.

Отже, варто відзначити потребу у більш детальному вивченні поняття «туристичний потенціал» у економічних дослідженнях та спробувати застосовувати набуті теоретичні знання при оцінці туристичного потенціалу окремого регіону.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження туристичного та рекреаційного потенціалу в регіоні представлені у працях як вітчизняних, так і зарубіжних авторів, зокрема у працях Н.О. Алешугіної, Г.В. Горіна, М.П. Бутка, Т.Г. Бутової, І.Є. Дащука, А.Н. Дунця, С.В. Дутчака, Г.М. Захаренка, П.Ф. Ковалю, Е.П. Крупочкиної, Т.І. Ткаченка, Н.І. Шабаліної.

Основною **метою** цього дослідження є розгляд понятійного апарату, що стосується терміну «туристичний потенціал», а також оцінка туристичного потенціалу окремого регіону.

Сформована мета зумовлює виконання наступних **завдань**:

- дослідити сутність та особливості оцінки туристичного потенціалу регіону;
- розглянути роль туристичного потенціалу в інвестиційній привабливості регіону;
- провести аналіз туристичних можливостей Хмельниччини;
- оцінити вплив факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на формування інвестиційної привабливості сфери туризму Хмельницької області;
- запропонувати напрями покращення інвестиційної привабливості туристичної сфери Хмельницької області;
- провести розробку інвестиційного проєкту «Смачна історія Хмельниччини».

Об'єктом дослідження є туристичний потенціал Хмельницького регіону.

Предметом дослідження є оцінка туристичного потенціалу Хмельниччини.

Методологія дослідження. У процесі написання даного дипломного проєкту використовувалися наукові та теоретичні джерела, щоб зрозуміти поняття «туристичний потенціал регіону». Методологічною основою є системний підхід до досліджуваних проблем та використання різноманітних загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.

Практична значущість отриманих результатів полягає у розробці туристичного проєкту «Смачна історія Хмельниччини», що зможе підвищити туристичну значущість та потенціал даного регіону.

Апробація результатів. Основні теоретичні положення і висновки бакалаврської роботи були апробовані на науково-практичних заходах, а саме: Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції «Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації» (м. Харків, 2024).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

1.1. Сутність та особливості оцінки туристичного потенціалу регіону

Туризм суттєво сприяє якісному розвитку суспільства, а його туристично-рекреаційна сфера відіграє важливу роль у економіці країни та її окремих регіонів. Більшість наукових досліджень, що стосуються вивчення туристично-рекреаційного потенціалу територій, починаються з аналізу туристичної діяльності, тоді як оцінка рівня туристичного потенціалу регіону та доступності до рекреаційних ресурсів частіше вивчається у наукових публікаціях.

Незважаючи на значні наукові досягнення, деякі важливі теоретичні та практичні аспекти залишаються недостатньо вивченими. Вітчизняна та зарубіжна наукова література не має загальноприйнятого визначення терміна «туристичний потенціал». У таблиці 1.1 наведено різні погляди вчених щодо його тлумачення.

Таблиця 1.1

Тлумачення терміна «туристичний потенціал» різними вченими

Автор	Визначення
П.Ф. Коваль, Г.П. Андреева	Туристичний потенціал території представляє собою широке й багатогранне поняття, що включає в себе різноманітні природні, етнокультурні, історичні та соціальні ресурси, а також наявну або потенційну господарську та комунікаційну інфраструктуру, які можуть стати фундаментом для розвитку різних форм туризму [1].
Т.І. Ткаченко, К.О. Соколова	Туристичний потенціал території описує сукупність природних та інфраструктурних факторів, які є властивими даній території та сприяють формуванню туристичного продукту та проведенню відповідних туристичних подій, екскурсій та програм [2].
Г.Н. Захаренко	Туристичний потенціал охоплює різноманітні матеріальні та нематеріальні можливості, які привертають увагу туристів до конкретної території і служать основою для створення та споживання туристичних продуктів. Він є важливим для управління, контролю та розвитку туристичної індустрії території з урахуванням принципів сталого економічного зростання [3].
Т.В. Ніколаєнко	Туристично-рекреаційний потенціал території включає в себе різноманітні природні, культурно-історичні, соціально-економічні, геополітичні та інші фактори, які створюють передумови для організації рекреаційних заходів на даній території [4].

На підставі проведених досліджень слід визначити, що «туристичний потенціал регіону - це унікальна комбінація природних та набутих фізичних, соціальних, інтелектуальних, культурних та духовних ресурсів регіону, які створюють можливості для рекреації в регіоні з урахуванням умов для їх реалізації. Це сприяє ефективному вирішенню поточних та стратегічних завдань розвитку регіону.

Основу туристичного потенціалу становлять туристичні ресурси. Туристичні ресурси включають у себе природні і створені людиною ресурси на певній території, які задовольняють різноманітні потреби туристів і можуть бути використані для відпочинку, туризму та оздоровлення. Наявність на території таких елементів, як історико-культурні пам'ятки, сприятливі кліматичні умови та мальовничі ландшафти, сприяє розвитку туристично-рекреаційної діяльності. Проте досягнення значного соціально-економічного впливу від розвитку туристично-рекреаційної діяльності можливе лише за умови раціонального використання території для рекреації, її благоустрою, розвитку інфраструктури та інших заходів. Тож на рис. 1.1 представлено основні три складові туристичного потенціалу регіону.

Ресурсна компонента	Соціальна компонента	Економічна компонента
<ul style="list-style-type: none"> • Історико-культурна • Природно-ресурсна 	<ul style="list-style-type: none"> • Кадри 	<ul style="list-style-type: none"> • Інфраструктура • Інформація • Інвестиції • Управління • Фінанси • Маркетинг

Рис. 1.1. Складові компоненти туристичного потенціалу території

Джерело: [2, с.25]

Як видно з рисунку 1.1, туристичний потенціал території базується на туристичних ресурсах, присутність яких вже забезпечує мінімальний рівень розвитку туристичної галузі. Це пояснюється тим, що для відновлення втраченої енергії під час трудової діяльності людині достатньо змінити звичне

середовище, виїхати за межі звичного місця проживання, навіть якщо відсутні комфортабельні умови проживання та якісна туристична інфраструктура.

Водночас, М.П. Бутко [5] зазначає, що туристичний потенціал є частиною економічного потенціалу регіону і пропонує здійснювати оцінку його формування за допомогою інтегрального показника, що є мультиплікатором комплексного показника забезпеченості регіону:

- природними ресурсами (X1),
- забезпеченості трудовими ресурсами (X2),
- забезпеченості виробничими потужностями (X3),
- фінансовими ресурсами (X4),
- індексу інноваційного фонду регіону (X5);
- індексу потенційного ВРП (X6) (1.1).

$$EP = f (X1 * X2 * X3 * X4 * X5 * X6, \quad (1.1)$$

Маючи на увазі, що створення туристичного потенціалу регіону та його складових (виробничого, соціального, інвестиційного, інформаційно-інноваційного, податкового, природно-ресурсного) відбувається під впливом різних сфер, таких як пряма сфера впливу (транспорт та логістика, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок, державне управління), сфера непрямого впливу (сільське господарство, промисловість, будівництво) та безпосередньо туристична сфера, пропонується здійснювати оцінку за допомогою системи індикаторів (табл. 1.2).

Суть запропонованого підходу полягає в тому, що складний процес формування туристичного потенціалу регіону не доцільно відображати за допомогою єдиного інтегрального показника, оскільки такий підхід дає лише узагальнену динаміку і не виявляє основні проблемні аспекти. Натомість система індикаторів дозволить контролювати процес за кожним окремим елементом і вибирати відповідні заходи для поліпшення результатів.

Таблиця 1.2

Система індикаторів оцінки формування туристичного потенціалу регіону

Складники туристичного потенціалу	Індикатори сфери туризму	Індикатори сфери прямого впливу	Індикатори сфери непрямого впливу
Виробничий	Відносна частка основних виробничих засобів у загальній вартості майна туристичної галузі регіону.	Відносна частка основних виробничих засобів у загальній вартості майна транспортної галузі; відносна частка основних виробничих засобів у загальній вартості майна сфери розваг.	Відносна частка основних виробничих засобів у загальній вартості майна сільського господарства; відносна частка основних виробничих засобів у загальній вартості майна промисловості; відносна частка основних виробничих засобів у загальній вартості майна будівництва.
Соціальний	індекс поповнення туристичної галузі фахівцями	загальний регіональний показник людського розвитку; індекс залучення фахівців у транспортну галузь; індекс залучення фахівців у сферу розваг.	індекс залучення фахівців до сільського господарства; індекс залучення фахівців до промисловості; індекс залучення фахівців до будівництва.
Інвестиційний	питома вага довгострокових фінансових інвестицій в основному капіталі туристичної галузі	відносна частка прямих іноземних інвестицій у ВВП; відносна частка довгострокових фінансових інвестицій у основний капітал транспортної галузі; відносна частка довгострокових фінансових інвестицій у основний капітал сфери розваг.	Співвідношення довгострокових фінансових вкладень у базовий капітал сільського господарства, промисловості та будівництва.
Природно-ресурсний	питома вага природних зон у загальній площі	обсяг викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря регіону в розрахунку на один квадратний кілометр	

Джерело: [4, с.34]

Крім того, важливо досягти мінімального перетину між індикаторами складових туристичного потенціалу, щоб забезпечити найменшу кореляцію між відповідними даними. Кожен індикатор складової повинен відображати унікальні аспекти, наприклад, фінансові ресурси відносяться до інвестиційного компонента, трудові ресурси - до соціального, а інформаційні ресурси - до інформаційно-інноваційного.

Отже, оцінка туристичний потенціал території є важливим інструментом управління розвитком туризму в країні та контролю за соціальними, екологічними та економічними наслідками туристичної діяльності. Всі складові туристично-рекреаційного потенціалу, такі як ресурси, економічний аспект та соціальні фактори, мають відносну автономію, але вони взаємопов'язані та взаємозалежні в рамках туристично-рекреаційної системи.

1.2. Роль туристичного потенціалу в інвестиційній привабливості регіону

Сфера туризму та відпочинку є однією з перспективних галузей економіки як на національному, так і на регіональному рівні. Вона спрямована на підвищення рівня зайнятості, доходів та загальної якості життя населення, а також на раціональне використання природних, екологічних, культурно-історичних, інформаційних та інших ресурсів.

Туристичний потенціал території є багатоаспектною категорією, яка включає в себе природні, екологічні, соціально-історичні та етнокультурні ресурси, а також наявну соціальну, економічну та інформаційно-комунікаційну інфраструктуру. Ці ресурси є передумовами розвитку різних форм туризму як на вивченій території, так і за її межами.

Основними характеристиками природно-ресурсного потенціалу є: географічне розташування, особливості місцевого рельєфу, кліматичні умови та розподіл ресурсів (водних, лісових, тваринних, рослинних, земельних).

Розглядаючи точку зору Руденко, слід зауважити, що під час аналізу туристичного потенціалу виокремлюються наступні ключові принципи:

- Принцип цілісності передбачає використання територіального підходу до формування комплексу природних ресурсів, між якими існують стійкі взаємозв'язки.
- Принцип взаємозалежності стверджує, що рівень міжресурсних зв'язків залежить від площі території, тому зміна одного ресурсу може впливати на інші.
- Принцип синергізму пояснює, що сумарний ефект взаємодії різних видів ресурсів переважає ефект кожного окремого компонента.
- Принцип системності вказує на необхідність застосування категорії природно-ресурсного потенціалу до сукупності природних ресурсів на певній території.
- Принцип динамічності стверджує, що природно-ресурсний потенціал змінюється протягом певних часових періодів.

Ці принципи застосовуються не лише до природно-ресурсного потенціалу, але й до всіх компонентів рекреаційно-туристичного потенціалу. Розглянуті принципи характеризують цю складну соціально-економічну категорію, яка має високу ефективність використання на аналізованій території, включаючи громаду, регіон, національний чи міжнародний рівні.

Історико-культурний потенціал є невід'ємною складовою туристичної, яка має прямий вплив на туристичне споживання та функціонування ринку туристичних послуг. У цій галузі культурний аспект виявляється через:

- Відвідування культурних та історичних пам'яток, яке відображає унікальність і специфіку відвідуваних місць і сприяє збереженню культурної спадщини.
- Придбання сувенірів, що відображають культурну та історичну специфіку відвідуваної дестинації та унікальність місцевої культури, таких як національний одяг, мистецькі вироби та музичні інструменти.
- Дегустація місцевих страв і напоїв, що є важливою складовою культурного досвіду подорожі.

— Пропозиція різноманітних туристичних програм та екскурсій, спрямованих на ознайомлення з культурою та історією відвідуваної дестинації, включаючи тематичні екскурсії, культурні фестивалі, танцювальні вистави та майстер-класи.

Ці аспекти туристичного споживання відображають історичну, національну та соціокультурну специфіку відвідуваних дестинацій і сприяють розвитку підприємництва у туристично-рекреаційній сфері.

Хмельницька область відома у туристичній галузі України як центр інноваційного туризму та вважається одним з найбільш привабливих туристичних напрямків.

У цій області діють 33 заклади відпочинку з майже 4 тисячами місць, включаючи 9 санаторіїв, 3 санаторії-профілакторії, 10 баз відпочинку, 11 оздоровчих таборів для дітей та 35 готелів на 2 тисячі місць. На території області знаходяться 120 природних заказників, 158 пам'яток природи, 35 садово-паркових комплексів, 17 заповідних урочищ, а також найбільший в Європі національний природний парк «Подільські Товтри» [12]. На території Хмельницької області розташована значна кількість природних пам'яток, державних заказників і історико-культурних об'єктів, а також існує добре розвинута транспортна інфраструктура.

Одним із найбільш привабливих для туристів є Національний природний парк «Подільські Товтри» з площею 261 тисяч гектарів. Тут зберігається багато видів рослин (60) і птахів (80), які внесені до Червоної книги України. Флора парку становить значну частину загальної кількості національних парків України, а фауна - важливу частину тваринного світу країни. На території парку також знаходиться одна з найкрасивіших карстових печер – «Атлантида».

Серед інших цікавинок парку варто відзначити «Кармелюкову гору», «Пановецьку дачу», «Манівецьку дачу», Михайлівський парк і Кам'янець-Подільський ботанічний сад.

На південній частині парку розташовано місто Кам'янець-Подільський, яке стало основою для створення Національного історико-архітектурного

заповідника «Кам'янець». Тут представлено 168 пам'яток архітектури, включаючи комплекс фортеці [13].

Варто відзначити, що в Хмельницькій області кількість історичних, культурних та архітектурних об'єктів, які занесені до Державного реєстру, складає 3362 одиниці. Серед них важливими є Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець» і державні історико-культурні заповідники «Межибіж» та «Самчики». Інші пам'ятки культури представлено у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

**Розподіл пам'яток матеріальної культури місцевого значення
Хмельницької області у (2023 рік)**

№	Адміністративно-територіальна одиниця	Пам'ятка			
		археології	архітектури	мистецтва	історії
1	м. Хмельницький	2		6	44
2	м. Кам'янець Подільський	8	69		31
3	м. Нетішин	-	-	-	-
4	м. Славута			2	12
5	м. Шепетівка			2	24
6	м. Старокостянтинів				13
7	Білогірський район	5		2	58
8	Віньковецький район	4			41
9	Волочиський район	19		1	102
10	Городоцький район	21		4	39
11	Деражнянський район	19	1		48
12	Дунаєвецький район	11		5	87
13	Ізяславський район	4		1	100
14	Кам'янець-Подільський район	23		1	110
15	Красилівський район	1		6	62
16	Летичівський район	8		1	89
17	Новоушицький район	14	2		44
18	Полонський район	5			54
19	Славутський район	4		1	57
20	Старокостянтинівський район	36		4	63
21	Старосинявський район	3			24
22	Геофіпольський район	2		3	53
23	Хмельницький район	9	2	4	96
24	Чемеровецький район	33		3	63

25	Шепетівський район	3		1	55
26	Ярмолинецький район	11		1	48

Хмельниччині розвідано 9 родовищ мінеральних лікувальних вод. На базі одного із найбільших за своїми запасами мінеральних лікувальних вод типу «Нафтуса» – Збручанського родовища заснований Державний курорт «Сатанів». Перелік найвідоміших бальнеологічних ресурсів Хмельницької області представлено у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Бальнеологічні ресурси Хмельницької області

Назва родовища	Запаси	Склад	Розташування	Санаторії	Лікувальні властивості
1	2	3	4	5	6
Теофіпольське родовище мінеральної води	190 м3 на добу 190 м3 на добу	хлоридно-натрієвий Типу Миргородська	с.Коров'є с.Волиця-Польова Теофіпольський район	санаторій «Колос»	для лікування шлунково-кишкового тракту
Полонське родовище мінеральної води	300 м3 на добу	Радонова	м. Полонне	Проектується санаторій «Полонь»	Захворювання опорно-рухового апарату
Шепетівське родовище мінеральної води	900 м3 на добу	Радонова	м. Шепетівка	Не використовується	Захворювання опорно-рухового апарату
Мукшинське родовище мінеральної води	70 м3 на добу	типу «Нафтуса»	с. Привороття Кам'янець-Подільського району	Санаторій «Лісова пісня»	Урологія, гастроентерологія, ендокринологія
Маківське родовище мінеральних вод	43 м3 на добу 60 м3 на добу	типу «Нафтуса», Миргородська	с.Маків Дунаєвецького району	санаторій «Україна»	кишково-шлункового тракту, сечостатевої системи, органів опору та руху, порушення обміну речовин, гінекологія
Кам'янець-Подільське родовище мінеральних вод	100 м3 на добу	Бромно-хлоридно-кальцієво-натрієвий води високої мінералізації	м. Кам'янець-Подільський	Не використовується	Захворювання опорно-рухового апарату

Збручанське родовище мінеральних вод	257 м3 на добу	типу «Нафтуса»	смт Сатанів Городоцького району	Санаторно-оздоровчі заклади курорту Сатанів	Урологія, гастроентерологія, ендокринологія
--------------------------------------	----------------	----------------	---------------------------------	---	---

Закінчення табл. 2.2

1	2	3	4	5	6
Зайчиківське родовище мінеральних вод	288 м3 на добу	типу «Нафтуса»	с. Зайчики Волочиського району	Не використовується	Урологія, гастроентерологія, ендокринологія
Волочиське родовище мінеральних вод	144 м3 на добу	типу «Нафтуса»	м. Волочиськ	Санаторій «Райдуга»	Захворювання кишково-шлункового тракту, урологія Гастроентерологія, ендокринологія

Джерело: [8, с.44]

Санаторії спеціалізуються на різних типах лікування, використовуючи мінеральні лікувальні води, що знаходяться на території області:

- 1) для лікування захворювань шлунково-кишкового тракту (Теофіпольське, Маківське та Волочиське родовища);
- 2) для лікування захворювань опорно-рухового апарату (Полонське, Шепетівське та Кам'янець-Подільське родовища);
- 3) для урологічного лікування (Мукшинське, Збручанське, Зайчиківське, Волочиське родовища);
- 4) для лікування ендокринологічних захворювань (Мукшинське, Збручанське, Зайчиківське родовища);
- 5) для корекції порушень обміну речовин (Маківське та Волочиське родовища).

Також на сьогоднішній день на території області діє 76 агроосель. Найбільша кількість з них знаходиться у Кам'янець-Подільському, Новоушицькому, Чемеровецькому та Шепетівському районах. Разом ці агросадиби можуть одночасно прийняти 929 осіб.

Важливим показником оцінки туристичного потенціалу Хмельниччини є аналіз її туристичних потоків.

За даними Головного управління статистики, у Хмельницькій області протягом останніх 20 років спостерігалася відносно негативна динаміка туристичних потоків – зростання до 2008 року, а після цього зменшення з 2011 року. Хоча з 2015 по 2019 роки ці показники поступово покращувалися, але абсолютний пік все ж таки був зафіксований у 2008 році (табл. 2.3, рис. 2.1).

Таблиця 2.3

Туристичні потоки у Хмельницькій області (осіб), 2000-2023 рр.

Роки	Кількість туристів, зокрема: ..., ос.				
	... обслужених суб'єктами туристичної діяльності	... іноземних туристів	... громадян України, які подорожували за кордоном (виїзні туристи)	... внутрішніх туристів	... екскурсантів
1	2	3	4	5	6
2000	27750	1132	8224	18394	32555
2001	28983	1032	9394	18557	36843
2002	39819	999	8592	30228	19522
2003	44280	1257	8663	34360	29431
2004	44140	1264	9201	33675	30385
2005	40301	1091	10325	28885	27973
2006	40416	839	11853	27724	31333
2007	56793	752	15386	40655	29901
2008	69508	2461	13385	53662	48902
2009	61032	1270	11390	48372	37025
2010	59806	196	12816	46794	49744
2011	31212	-	13048	18164	-
2012	32437	2	15410	17025	-
2013	24402	24	14966	9412	-
2014	19027	-	12373	6654	-
2015	25416	-	15227	10189	-
2016	19885	-	14158	5727	-
2017	26829	30	14448	12351	-
2018	25738	1	13720	12017	-
2019	27613	4	19820	7789	-
2020	11073	-	10271	802	-
2021	10519	-	9757	762	-
2022	9888	-	9172	716	-
2023	9295	-	8622	673	-

Джерело: [8, с.25]

Зниження туристичних потоків у період 2012-2014 років пов'язане з тодішньою ситуацією в країні. Глобальна фінансова криза 2008-2009 років, а також події, такі як анексія Криму Російською Федерацією та проведення антитерористичної операції на сході України, негативно вплинули на позитивну тенденцію розвитку туристичної галузі у Хмельницькій області.

Кількість туристів, обслужених туристичними підприємствами, зменшилася на 26%, кількість іноземних туристів скоротилася вдвічі, а кількість українців, які подорожували закордон, зменшилася на 34%, і внутрішній туристичний потік скоротився на 25% у порівнянні з попереднім роком.

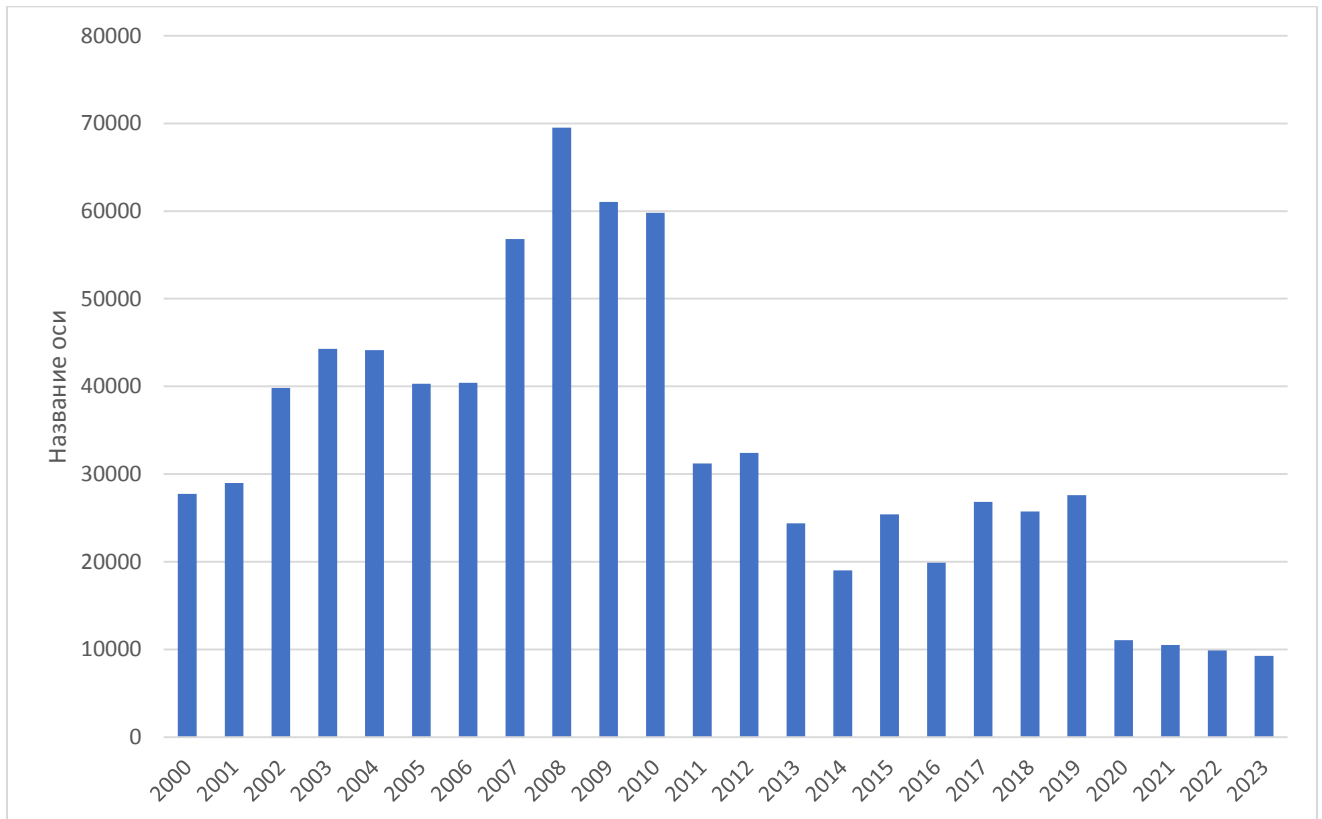


Рис. 2.1. Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності

Джерело: [8, с.25]

До 2019 року показники покращилися і встановили новий рекорд, проте події 2020 року знову призупинили розвиток туризму. У 2020 році туристичний потік впав на 72%, відкинувши галузь на рівень дев'яностих років. Україні дещо пом'якшила цю ситуацію можливість відвідувати відкриті та доступні країни, такі як Туреччина та Єгипет. Проте, не дивлячись на це, обсяги продажів зменшилися на 60-70% за підсумками року.

Із настанням війни в Україні, туристичні потоки зменшувалися щорічно, оскільки зменшилася кількість як закордонних відвідувачів країни, так і скоротився внутрішній туризм.

Крім місцевих туристів, у регіон також іноді приїжджають туристи з Румунії та Молдови. Іноді регіон відвідують й туристи з інших країн (рис.2.2).

Тобто, значний відсоток відвідувачів у ролі туристів Хмельницької області займають безпосередньо українці. Іноді регіон відвідують туристи із Румунії, Молдови та Австрії.

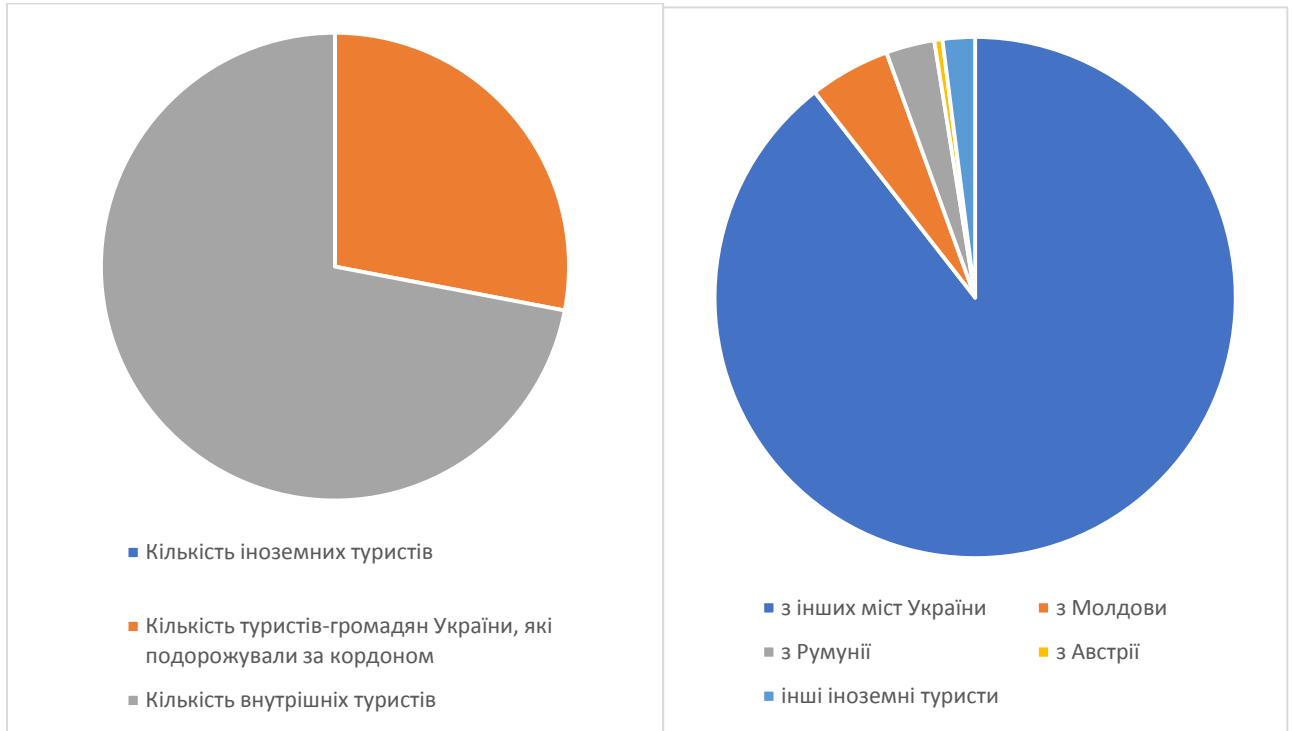


Рис. 2.2. Обсяг туристів та країни, з яких найчастіше приїжджають туристи до Хмельницької області, у відсотках (2022 рік)

Джерело: [20, с.15]

Цікаві місця Хмельниччини можна відвідати протягом 2 або 3 днів. Більшість внутрішніх та іноземних туристів приїжджають до Хмельницької області для відпочинку, розваг та лікування. Найбільш популярними серед відвідувачів залишаються архітектурні пам'ятки.

Місто Кам'янець-Подільський традиційно є лідером у сфері туризму. Крім того, за даними фахівців, туристична галузь активно розвивається у містах Хмельницькому, Летичівському, Славутському, Шепетівському, Старокостянтинівському та Ізяславському районах. Щодо піку туристичного сезону, літо вважається найкращим часом для відвідування Хмельницької області [14].

Отже, можемо зазначити, що Хмельницька область має значний і унікальний потенціал у сфері туризму. Туристична галузь Хмельниччини має важливі переваги для подальшого розвитку.

По-перше, завдяки вдалому географічному розташуванню, до міста легко дістатися, що робить його привабливим для туристів як на вихідні, так і на вікенди.

По-друге, область має репутацію екологічно чистого регіону, оскільки Хмельницький відомий як місто з численними парками та скверами, і вважається одним із найбільш безпечних, чистих та комфортних обласних центрів України.

Основним органом управління туристичною галуззю у Хмельницькій області є Відділ організації роботи туристично-курортної сфери та збереження культурної спадщини, який належить до складу Управління культури, туризму і курортів України.

Основні завдання Управління культури, туризму і курортів обласної державної адміністрації включають:

- Здійснення державної політики у сферах культури, туризму та курортів на території області, включаючи заходи з охорони культурної спадщини та впровадження національної музейної політики.
- Управління та контроль у галузях культури, мистецтва, санаторно-оздоровчого та туристичного секторів відповідно до вимог законодавства.
- Стимулювання розвитку професійних та народних видів мистецтва, кіно, фотографії, а також організації культурного дозвілля населення.
- Забезпечення громадянських прав на свободу творчості та доступ до культурних послуг і заходів, а також ознайомлення з культурними та історичними пам'ятками.
- Розроблення та впровадження заходів щодо збереження та розвитку культурної спадщини національних та місцевих громад.

- Підтримка прав і інтересів творчих працівників та культурно-мистецьких організацій, а також забезпечення розвитку інфраструктури в сфері культури та туризму.
- Розширення можливостей для розвитку туризму як важливої галузі, зокрема, збереження та раціональне використання туристичних ресурсів.

В Хмельницькій області також працюють неприбуткові туристичні громадські організації та асоціації, які діють не для отримання прибутку (табл. 2.4). *Таблиця 2.4*

Туристичні громадські організації Хмельниччини

№ за п.	Назва організації	Адреса	Керівник організації
і	Хмельницький обласний молодіжний туристичний клуб «Територія»	м. Хмельницький, вул. Прибузька буд. 34, кв. 142.	Мацуца Євген Миколайович
2	Громадська організація Спортивно-оздоровчий клуб «НОВАТОР»	м. Хмельницький, вул. Тернопільська, буд. 13/4.	Гуцалюк Іван Вікторович
3	Хмельницька обласна організація роботодавців у сфері туризму та відпочинку	Хмельницька обл., Городецький р - н., Сатанів-2, вул. Курортна, буд. 17.	Вечелковський Павло Зіновійович
4	Обласна громадська організація «Асоціація розвитку курорту Сатанів»	м. Хмельницький, вул. Озерна, буд. 20.	Супрун Олександр Федорович
5	Хмельницька обласна організація роботодавців галузі індустрії розваг	м. Хмельницький, Проспект Миру, буд. 60/5, кв. 79.	Г абай Василь Михайлович
6	Хмельницька обласна громадська організація «Спелеологічний клуб «Атлантида»	м. Хмельницький, Проспект Миру, буд. 95/1, кв. 10.	Щербицький Олександр
7	Громадська організація «Спілка сільського туризму Хмельницької області»	м. Хмельницький, вул. Куприна, буд. 66/1.	Кирилюк Вадим Борисович
8	Хмельницька обласна федерація спортивного туризму	м. Хмельницький, вул. Староміська, буд. 2	Мельник Анатолій Г натович

Джерело: [20, с.16]

Область активно працює над створенням свого туристичного бренду та позитивного іміджу, проводячи заходи з туристичної промоції Хмельниччини, розвитку туристичної інфраструктури, охорони довкілля та відновлення історичних пам'яток.

Також, для обласного центру з нетуристичним іміджем «міста базарів» важливо зламати стереотипні уявлення про себе і насамперед у самих

хмельничан. Для цього в місті почали реалізовувати проект «Створення інноваційних об'єктів туристичної інфраструктури Хмельницького регіону із туристично-логістичним центром у місті Хмельницькому», а також презентували туристичний календар фестивалів та спортивних подій. Влада міста вважає, що найважливіше, це, насамперед, відкрити місто для його мешканців. Саме вони повинні якнайкраще знати Хмельницький, його історію і туристичний потенціал. Якщо хмельничани пишатимуться містом, у якому мешкають, то з гордістю запрошуватимуть гостей з усіх куточків країни. Тому більшість акцій та заходів здебільшого орієнтовані на місцевих [15-16]. В пріоритеті також розвиток подієвого та гастрономічного туризму. В довоєнний період щорічно область намагається проводити більше 200 мистецьких заходів. Тобто, майже щодня щось відбувалося. Найпопулярнішими з таких подій були — фестиваль рок-музики Rock&Buh, джазовий фестиваль JazzFest Podillya, фестиваль оркестрових шоу ArtMajorShow.

Масштабний фестиваль Respublica щороку відбувається у Хмельницькому чи Кам'янці-Подільському. Слід зазначити, що фестиваль відбувався в гібридному режимі з використанням цифрової реальності. Така подія це перший досвід організації такої масової події у змішаних форматах, і він був вельми вдалим.

Чимало гостей міста залишились під враженням від Різдвяного ярмарку, його особливої атмосфери і обіцяли повернутись в Хмельницький знову саме у період новорічних вакацій. У 2020 відбулися дев'ять масштабних гастрономічних фестивалів. Тут можна спробувати справжню подільську традиційну кухню, а деякі оригінальні страви можна скуштувати лише в Хмельницькому [17]. Область має потенціал щодо розвитку арт-туризму та організації мистецьких проєктів. Мало хто знає, що в місті створено ряд унікальних закладів, які були першими в Україні, а окремі і сьогодні залишаються єдиними на її теренах. Це і Хмельницький міський монотеатр «Кут», і музей-студія фотомистецтва, і обласний художній музей – насправді перший в Україні музей сучасного мистецтва, заснований у 1990-і роки. А ще є школа іконопису «Нікош» – особлива гордість Хмельницького.

Хмельницький обласний художній музей та Хмельницька обласна бібліотека для дітей імені Т.Г. Шевченка за підтримки Українського культурного фонду реалізували грантові проєкти: «Ребрендингова кампанія Хмельницького обласного художнього музею: Час оновлення» та «Інтерактивна вистава «Подорож до сонечка», загальною вартістю 435,7 тис. грн.

Оцінку впливу зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на інвестиційну привабливість Хмельниччини варто провести за використання SWOT-аналізу (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

SWOT-аналіз туристичного комплексу Хмельницької області

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none"> 1. Полупериферійне розташування в мережі національних автомобільних і залізничних маршрутів; 2. Присутність у області туристичного центру - міста Кам'янець-Подільського, яке є значним магнітом для туристів; 3. Природні умови та ресурси, які сприяють розвитку різних видів туризму; 4. Наявність обширних лісових масивів на півночі та обмежене їхнє поширення на півдні з різноманітними типами деревостану; 5. Присутність найбільшого за площею національного природного парку в Україні - «Подільські Товтри». 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недостатність туристичної інфраструктури на головних автомагістралях області; 2. Обмежена кількість готелів та обмежений їхній номерний фонд; 3. Різке розподіл туристичних підприємств; 4. Відсутність, за винятком міста Кам'янець-Подільського, туристичної інфраструктури, призначеної для прийому іноземних туристів; 5. Невикористання більшості нематеріальних туристичних ресурсів.
Сприятливі можливості	Можливі загрози
<ol style="list-style-type: none"> 1. Прогрес у сфері транспортної інфраструктури 2. Розширення міжнародного співробітництва в економічному та культурному вимірах 3. Творення нових екскурсійних та туристичних маршрутів 4. Зростання надходжень до обласного бюджету 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Недоліки у туристичній та сервісній інфраструктурі області, включаючи недостатню кількість готельних номерів та інших закладів для проживання. 2. Нестабільна економічна та політична ситуація в Україні. 3. Погіршення умов фінансування та кредитування. 4. Подальше погіршення стану інфраструктури.

Джерело: розроблено автором

Як показано у таблиці 2.5, основні проблеми розвитку туристичного сектору Хмельницької області включають відсутність необхідної інфраструктури для прийому та розміщення туристів, що в значній мірі обумовлено напівпериферійним становищем цього регіону України.

З одного боку, транзитне розташування на головних залізничних магістралях сприяє прибуттю туристів з різних частин держави та з-за кордону, а з іншого, призводить до недостатньої кількості відповідних закладів для колективного розміщення, громадського харчування, а також закладів мистецтва та культури національного значення. Останні переважно розташовані у туристичній «суперточці» – місті Кам'янець-Подільський, яке розвивається як важливий туристичний центр національного масштабу. Тут розвиваються різноманітні види туризму, зокрема, ті, що пов'язані з нематеріальною культурою, які не тільки використовують місцеву культурно-історичну спадщину, але й створюють нові форми атракцій, раніше невідомі.

Отже, Хмельницька область багата природними ресурсами, які можуть стати основою для активного розвитку туризму та відпочинку. Природно-ресурсний потенціал конкретної території визначається поєднанням її природних умов і ресурсів. За рівнем виділення земель для рекреаційних цілей Хмельницька область займає провідне місце в Україні, а щодо природних рекреаційних ресурсів вона посідає друге місце. Проте наразі рекреаційний потенціал області використовується недостатньо через особливості регіонального господарювання та недостатню рекламу регіону для туристичних та відпочинкових цілей.

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ ЗА РАХУНОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

3.1. Напрями покращення інвестиційної привабливості туристичної сфери Хмельницької області

Туристичний сектор є важливим елементом економіки, що сприяє економічному зростанню та зайнятості. Туризм є складним міждисциплінарним комплексом, що вимагає системного регулювання соціально-економічних відносин. Цей бізнес приваблює підприємців невеликим початковим капіталом, швидкими термінами окупності, постійним попитом на туристичні послуги та високою рентабельністю.

Успіх туризму зумовлений ще й тим, що він задовольняє бажання людей відкривати нові місця. Розвиток сучасного туризму багато в чому залежить від впровадження інноваційних технологій, спрямованих на покращення туристичних послуг та розширення сервісних можливостей. Тому впровадження науково обґрунтованого інструментарію інноваційного менеджменту має велике значення для забезпечення ефективності та результативності цієї галузі.

З метою підвищення інвестиційної привабливості туристичної сфери Хмельницької області є розробка нового туристичного продукту – «Смачна історія Хмельниччини». Даний тур має гастрономічний напрямок у поєднанні із пізнавальним.

Такий напрямок як «гастрономічний туризм» було обрано через те, що цей напрямок стає все популярнішим як в світі, так і на території України.

За даними Міжнародної асоціації гастрономічного туризму (WFTA), до 30% загальних доходів від туризму становить гастрономічний туризм, і прогнозується, що цей сегмент зростатиме на 7-12% щорічно. Більше 88% туристів відзначають, що гастрономія відіграє ключову роль у формуванні у

них враження про туризм.

Дані Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) показують, що до 80% туристів планують свій маршрут, попередньо ознайомившись із гастрономічними подіями та місцевою кухнею. Кожен третій турист вважає національну кухню одним із приводів для подорожі, а витрати на харчування зазвичай становлять близько 30% від загальних витрат поїздки. У разі гастрономічного туру ці витрати можуть сягати 50%.

Гастрономічний туризм має свої певні переваги, а саме:

- Певною мірою цей вид туризму стає не просто невід'ємною частиною всіх подорожей, але, на відміну від інших, стає основною метою, мотивацією та ключовим аспектом гастрономічного туру.
- Він сприяє підтримці та розвитку місцевих ферм, виробників продуктів харчування та підприємств туристичної інфраструктури через участь у гастрономічних турах.
- Він не обмежений сезонністю, адже відповідний гастрономічний тур можна знайти в будь-який час року.
- Гастрономічний туризм сприяє популяризації національних (місцевих) кулінарних традицій.
- Умови для розвитку гастрономічного туризму існують у всіх країнах і регіонах, що є характерною і унікальною рисою цього виду подорожей.

Досвід європейських країн у розвитку гастрономічного туризму дуже цікавий для України, оскільки наші туроператори рідко пропонують такі тури на ринку.

Франція постійно розвиває нові туристичні агентства, що спеціалізуються на гастрономічних подорожах. Деякі з них зосереджені на регіональних кухнях, інші пропонують «винні маршрути», що проходять через виноградники країни.

Також існує Салон гастрономічного туризму - Tourgast, який об'єднує туристичні агенції, виробників їжі та рестораторів і проходить щорічно з 22 по 25 квітня в містечку Сен-Луї.

В Італії екскурсії по пам'ятках зазвичай поєднують з дегустаціями

десертних вин і майстер-класами з приготування кави, а також знайомством з особливостями італійської гостинності. Італійська кухня відрізняється залежно від регіону, і кожне місто пропонує власний погляд на класичні страви або навіть власні унікальні страви, які демонструють місцеву культуру харчування.

В Іспанії традиційно багато ринків, продуктових ярмарків і ресторанів, а багато туристичних агентств пропонують кулінарні уроки з провідними кухарями регіону. Також дуже популярні винні тури, які можуть тривати від кількох днів до кількох тижнів і включають екскурсії на виноробні, виноградники, зустрічі з відомими виноробами.

В Україні активно розширюються можливості туристичних та гастрономічних поїздок. Винні тури стають все більш популярними у Закарпатській, Одеській, Херсонській та Миколаївській областях. Наприклад, Україна входить до списку п'яти європейських країн, де винний туризм відкриває великі можливості для розвитку та може працювати цілий рік. Найефективніший спосіб – поєднати винний туризм із сільським туризмом.

Найбільш привабливі об'єкти гастрономічного туризму серед туристів наведено на рис. 3.1.

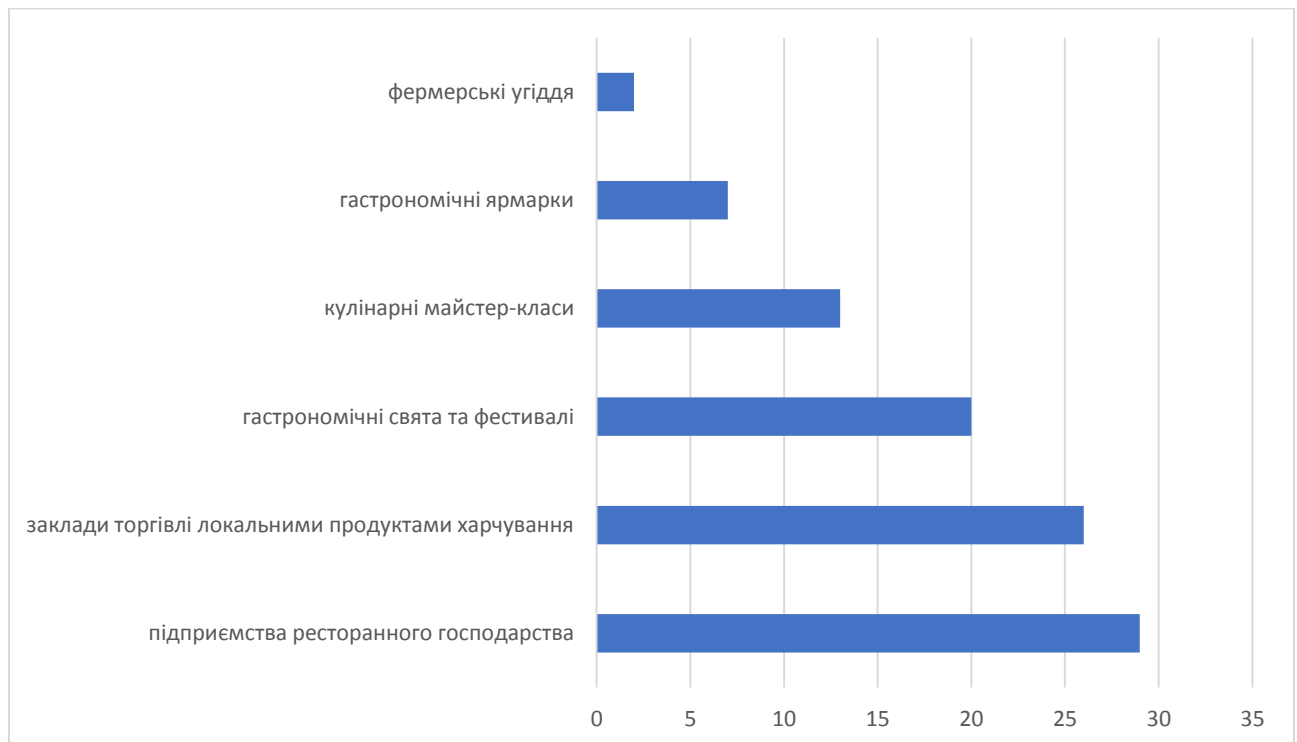


Рис. 3.1. Об'єкти гастрономічного туризму, які є найбільш привабливими серед туристів, %

Джерело: [19, с.14]

Так, можна констатувати, що найбільшою популярністю у туристів, які обирають гастрономічні тури, користується відвідування ресторанів, ринків із місцевою продукцією, дегустація місцевих страв, участь у гастрономічних святах та фестивалях, кулінарні майстер-класи, гастрономічні ярмарки та екскурсії на ферми.

У довоєнний період в Україні кожного року проводилася велика кількість гастрономічних фестивалів. За даними Асоціації сприяння розвитку гастрономічного та винного туризму України у 2021 році налічувалось 72 гастрономічних фестивалі (рис. 3.2).

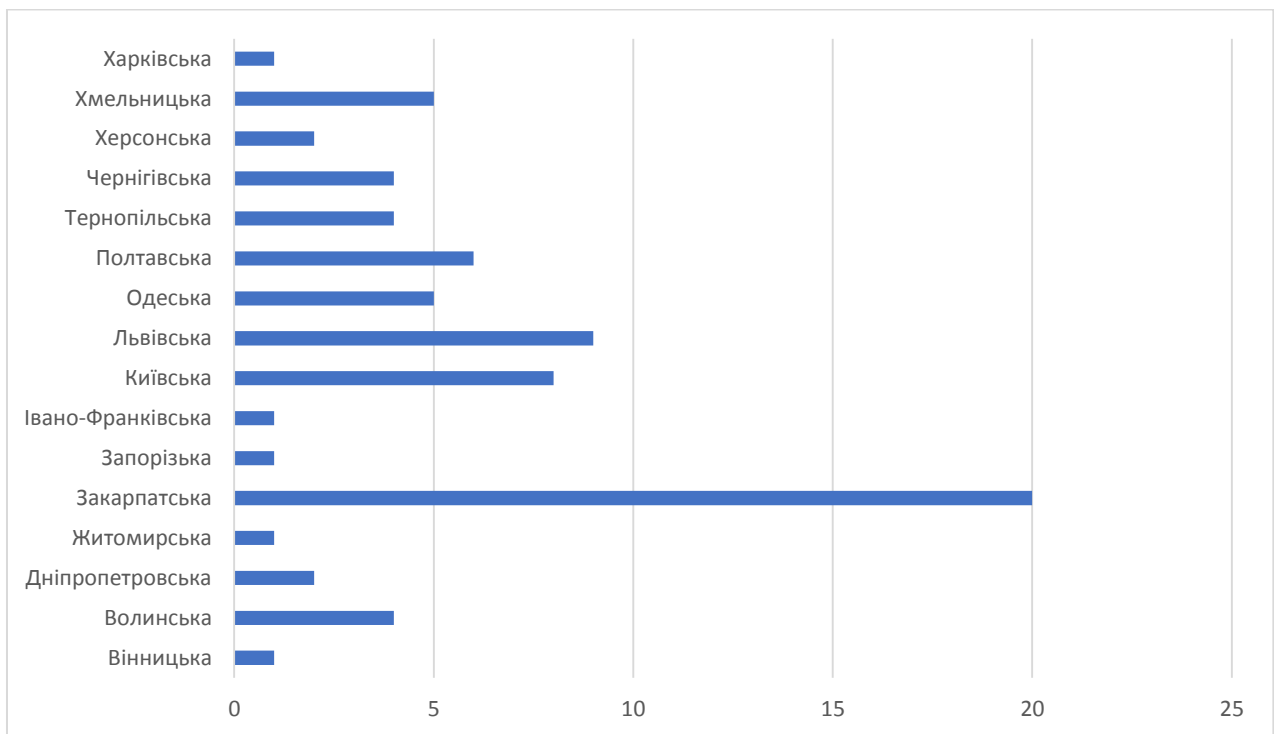


Рис. 3.2. Чисельність гастрономічних фестивалів за регіонами у 2021 р

Джерело: [19, с.14]

Найбільші туристичні ресурси для проведення гастрономічного туризму мають Закарпатська, Київська, Львівська, Одеська, Полтавська області та такі міста як Київ, Луцьк, Одеса та Львів. Саме у цих областях та містах збереглася значна кількість національних свят та автентичних традицій їх святкування, тому вони є найбільш привабливими до відвідування як для іноземних, так і внутрішніх туристів в Україні.

Хоч Хмельницька область і не була популярною на гастрономічні тури до 2021 року, проте Хмельниччина славиться своєю історичністю, що прекрасно можна поєднати із сучасними вподобаннями туристів та додати гастрономічний туристичний напрямок.

3.2. Розробка інвестиційного проєкту «Смачна історія Хмельниччини»

Назва туру, який буде пропонуватися для розвитку туристичного потенціалу Хмельниччини - «Смачна історія Хмельниччини». Він може підходити як для українців, так і для іноземних туристів.

Маршрут даного гастротуру включає наступні туристичні місця - Хмельницький – Бакота – Кам’янець-Подільський –Хмельницький (Додаток А).

Короткий огляд даного туру варто зобразити з використанням технологічної карти туру (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Технологічна карта гастро-туру «Смачна історія Хмельниччини»

Назва маршруту	«Смачна історія Хмельниччини»
Вид транспорту (трансфер між містами та екскурсії по містах)	Mercedes-Benz Sprinter
Основні пункти маршруту	Хмельницький – Бакота – Кам’янець-Подільський –Хмельницький
Вид маршруту	Гастро-тур
Кілометраж: Хмельницький – Бакота Бакота – Кам’янець-Подільський; Кам’янець-Подільський– Хмельницький	109 км; 50 км; 62 км
Тривалість маршруту в днях (календарних)	1 день
Кількість туристичних груп	1 група
Всього туристів по маршруту	15 осіб
Затрати по екскурсійному обслуговуванню	6000 грн
Тривалість роботи керівника туристичної групи	10 годин

Джерело: розроблено автором

Отже, на основі результатів складання технологічної карти туру «Смачна історія Хмельниччини» встановлено, що загальна довжина маршруту становить 222 кілометрів. Для обслуговування туристичної групи обрано транспортний

засіб Mercedes-Benz Sprinter, оскільки він економічний, вмісткий та мобільний, і під час екскурсії забезпечує зручний огляд краєвиду через вікна салону.

У процесі розробки туру «Смачна історія Хмельниччини» були включені певні заклади для харчування. Вартість туру включає в себе всі послуги, описані в програмі.

Варто розглянути опис туру.

Перша зупинка гастротуру буде у м. Хмельницькому, ресторан – «Ресторація Шпігеля» (Хмельницький, вул. Володимирська 63), де туристам пропонується м'ясна тарілка та чарка медовухи. Інтер'єр ресторану-музею оформлений в аристократичному стилі під старовину - масивні меблі з темного дерева, віконниці на вікнах, канделябри. Меню містить європейську, українську і кавказьку кухні. Сніданок для туристів даного туру розрахований в межах 350 грн з особи.

Наступною зупинкою є село Бакота. Найбільш відома локація в Бакоті, популярне місце туризму, а також важлива духовна пам'ятка - все в одному. Бакотський скельний монастир - це єдиний стародавній об'єкт, який залишився цілим після затоплення села. Нині сучасний монастир складається з трьох печер та ніші, які можна оглянути самостійно без екскурсій. Над монастирем туристам пропонується найкращий оглядовий майданчик під назвою «Біла гора».

Після монастиря туристам пропонується відвідати бакотську затоку. Бакотська затока входить до складу Національного природного парку «Подільські Товтри», який входить до списку Семи природних чудес України.

На території Бакотської затоки туристам влаштовують пікнік, де пригощатимуть місцевим вином, медом та смачними сирами та кавою.

Після цього туристи прямують до Кам'янець-Подільського. Відразу туристів підвозять під старовинний замок.

Беззаперечною окрасою Кам'янця-Подільського є Старий замок, який разом із Новим замком та міськими укріпленнями утворює Кам'янецьку фортецю. Він розташований на скелястому пагорбі на південно-західній стороні Старого міста. Сьогодні цей замок складається з 13 веж на верхньому

майданчику, з'єднаних стіною довжиною 336 метрів, а також Водної вежі в каньйоні річки Смотрич.

Туристам проводять екскурсію замком та дають вільний час на детальніше ознайомлення із місцем. Після цього – туристів перевозять на обід у Кафе Під Брамою. Навпроти Старої фортеці, у вартових приміщеннях сторожової вежі міських воріт, гостей зустрічає кафе «Під Брамою». Інтер'єр під старовину доповнюють ковані деталі, оздоблення диким каменем, масивні меблі з натурального дерева і старовинна зброя для декору. У розпорядженні гостей основний зал і літній майданчик з видом на фортецю і каньйон Сморчча. Меню містить українську і вірменську кухні. Фірмові страви: хашлама, ченахі, шашлик.

Після обіду у ресторані «Під брамою» туристів перевозять у «Нове місто». Там пропонується відвідати «Лебедине озеро». Біля Новопланівського мосту з боку Нового міста знаходиться красиве місце для відпочинку з озером, на якому мешкають лебеді. З невеликого містка відкриваються мальовничі краєвиди на каньйон. Тут туристи можуть випити горнятко смачної кави.

О 18,00 туристи відправляються назад у Хмельницький. Дорога займає близько 1 години. О 19.00 туристи прибувають у Хмельницький. Подорож закінчено.

Варто структурувати даний тур до Інформаційного листка туристської путівки (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Інформаційний листок до туристської путівки

«Смачна історія Хмельниччини»

Параметри	Характеристика
1	2
Назва країни перебування	Україна
Найменування місць/міст перебування	Хмельницький – Бакота – Кам'янець-Подільський – Хмельницький
Державний устрій країни перебування	Україна — унітарна, суверенна і незалежна, демократична, соціальна і правова держава, парламентсько-президентська республіка.
Столиця	Київ
Великі міста	Київ, Харків, Львів, Одеса, Вінниця, Полтава, Ужгород, Івано-Франківськ.
Релігія	Більшість вірян України відносить себе до православних.

	Проте є меншість вірян: католицизм, протестантизм, свідки Єгови, іслам тощо.
Коротка інформація про заклади розміщення та харчування по маршруту	Транспортнеобслуговування - Mercedes-Benz Sprinter. Заклади ресторанного господарства: ресторан «Ресторація Шпігеля», Ресторан «Під брамою»

Закінчення табл. 3.3

1	2
Основні визначні пам'ятки	Хмельницький – ресторан «Ресторація Шпігеля». Бакота – бакотський скельний монастир, бакотський каньйон. Камянець-Подільський – замок, нове місто, ресторан «Під брамою», «Лебедине озеро»
Розважальна та анімаційна програма під час подорожі	Під час туру «Смачна історія Хмельниччини», турагентство зверталось до послуг екскурсоводів.
Корисні поради туристам	Не залишайте після себе сміття. Не руйнуйте побудовані до вас місця для відпочинку та пиття води. Не рвіть без потреби ягоди і квіти. Обов'язково візьміть з собою аптечку. Робіть прекрасні фото. Смакуйте традиційними українськими стравами.
Рекомендації з правилами поведінки при здійсненні поїздки	1. Під час слідування до місця перебування та назад дотримуватися правил дорожнього руху, не виходити на проїжджу частину. 2. Без дозволу керівника групи не залишати місця перебування. 3. В разі поганого самопочуття негайно повідомити керівника групи. 4. Дотримуватися правил пристойної поведінки та виконувати розпорядження керівника групи. 5. Не торкатися незнайомих предметів, які можуть бути вибухонебезпечними..

Джерело: розроблено автором

Отож, табл.3.3 ще раз продекламувала особливості гастрономічного туру «Смачна історія Хмельниччини». За даними інформаційної картки та програми туру, можна сказати, що тур виявиться цікавим, пізнавальним. У вартість входять пристойні умови харчування, прекрасні краєвиди. Додаткових коштів доплачувати не потрібно, хіба що на послуги, що не передбачені умовами програми туру.

Важливою умовою організації гастротуру є вибір схеми маршруту, що значно залежить від транспортної системи з урахуванням таких її характеристик, як: конфігурація транспортної мережі; її густота; технічний стан транспортних шляхів; рівень розвитку окремих видів транспорту; надійності та безпеки транспортних операцій.

Організація транспортного маршруту гастротуру «Смачна історія Хмельниччини» повинна проходити в декілька етапів.

На першому етапі розглянемо загальну характеристику маршруту «Смачна історія Хмельниччини».

Загальна протяжність маршруту, в кілометрах: 222 км

Тривалість маршруту, в годинах: 12 годин

Тривалість маршруту, в календарних днях: 1 день.

Автотранспортне підприємство як орендодавець повинно виконувати низку вимог до рухомого складу та водіїв.

Вимоги до мікроклімату в автобусі визначаються санітарно-гігієнічними нормами та міжнародними стандартами. Зокрема, система кондиціонування повинна забезпечувати температурний режим в межах 22-24 градусів Цельсія, рівень шуму в усіх частинах салону не повинен перевищувати 72 децибели, а відстань між сидіннями повинна становити 80-85 сантиметрів.

Робоче місце водія має бути відокремлено від салону. Бічні вікна повинні мати подвійне детерміноване скло з покриттям, що зменшує теплообмін між салоном і зовнішнім середовищем, а також мати позитивну кривизну.

На туристичні маршрути допускаються лише водії, які успішно пройшли відповідну підготовку, у тому числі підготовку до цього маршруту, пройшли медичне обстеження та отримали відповідний інструктаж. Водіям суворо забороняється спілкуватися з пасажиром під час руху, втручатися у роботу гідів чи екскурсовода, довільно змінювати маршрут, а також перевозити в автобусі інших пасажирів, крім зареєстрованих на подорож.

Після загальної характеристики транспортного маршруту гастротуру «Смачна історія Хмельниччини» перейдемо до деталізації. Розглянемо графік руху транспорту (табл.3.4).

Отже, як бачимо за результатами таблиця, без використання автотранспорту доволі незручно організувати тур. Тим паче, замовлення оренди автомобіля в одного транспортного підприємства набагато економніше,

ніж звертатися до різних автотранспортних підприємств, як по часу, так і фінансово.

Таблиця 3.4

Графік руху Mercedes-BenzSprinter

Програма туру	Час прибуття	Зупинка, хв.	Час відправлення	Населений пункт	Місце зупинки
1	2	3	4	5	6
Зустріч туристів у м Хмельницький	8.30	20	8.50	Хмельницький	Автовокзал
Прямуювання до ресторану «Ресторація Шпігеля»	8.50	60	10.00	Хмельницький	Ресторан «Ресторація Шпігеля»
Трансфер в Бакоту	10.00	80	11.30	с. Бакота, Хмельницька обл.	с. Бакота
Прогулянка по території заповіднику	11.30	180	14.30	с. Бакота, Хмельницька обл.	с. Бакота
Трансфер до Кам'янця-Подільського	14.30	45	15.15	Кам'янець Подільський	Кам'янець Подільський
Прогулянка у Кам'янці-Подільському	15.30	240	19.30	Кам'янець Подільський	Кам'янець Подільський
Кам'янець Подільський. Ресторан «Під брамою»	19.30	60	20.30	Кам'янець Подільський	Ресторан «Під брамою»
Прогулянка до Лебединого озера (м. Кам'янець Подільський)	20.30	60	21.30	Кам'янець Подільський	Кам'янець Подільський
Трансфер до Хмельницького	21.30	60	22.30	Хмельницький	Автовокзал

Джерело: розроблено автором

Для того, щоб охарактеризувати фінансову сторону організації автотранспортного маршруту, треба розрахувати його витратну частину. У 2023 році спостерігається коливання цін на паливно-мастильні матеріали, ціни на транспортні послуги помітно підвищуються. Розглянемо калькуляцію вартості автотранспортного маршруту «Смачна історія Хмельниччини» на автомобілі Mercedes-BenzSprinter (табл. 3.5).

Отже, за даними таблиці ми розрахували, що вартість транспортних витрат на одну особу складає майже 190 грн, враховуючи прибуток – 360 грн. Це досить невелика сума для витрат на транспорт, який супроводжує туристів протягом всього туру.

Таблиця 3.5

**Калькуляція вартості автотранспортного маршруту для гастротуру
«Смачна історія Хмельниччини»**

№ п/п	Назва статті витрат	Кількість	Ціна	Сума
1	Витрати на паливо	35л	52,00	1820
2	Витрати на відрядження водієві	1 доба	780	780
3	Витрати на страхування (Green Cart)	1 доба	100	100
4	Витрати на платні стоянки	-	-	-
5	Затрати на платні дороги	-	-	-
6	Накладні витрати (екологічний збір, рекреаційний збір, санобробка, злив туалетів)	1 доба	100	100
7	Амортизація	1 доба	65	65
8	Собівартість	1 доба	X	2865
9	Прибуток	1 доба	X	2500
10	Загальна вартість автотуру	1 доба	X	5365
11	Вартість у розрахунку на одну особу	1 доба	360	360

Джерело: розроблено автором

Процес розробки туристичного маршруту – це клопіткий процес, який повинен відповідати багатьом вимогам. Перш за все тур повинен принести задоволення туристам, щоб вони знову зверталися за послугами до туроператора, а в іншу чергу – повинен бути економічно вигідним для туроператора.

Звідси виходять дві найбільш актуальні задачі: 1) виховання екологічної та гастрономічної свідомості туриста; 2) формування системи управління діяльністю суб'єктів господарювання індустрії туризму, яка б була спрямована на дотримання принципів сталого розвитку.

Наступним етапом є визначення класифікаційних ознак туру «Смачна історія Хмельниччини» (табл. 3.6), щоб на основі цих даних розробити технологію та програму маршруту.

Таблиця 3.6

Класифікаційні і ознаки туру «Смачна історія Хмельниччини»

Ознаки	Види туру
--------	-----------

1. Мотивація	Гастрономічний тур
2. Організаційні засади	Гастро-тур
3. Кількість учасників	груповий
4. Термін подорожування	короткостроковий
5. Маршрут	лінійний
6. Засоби долання	транспортні
7. Види транспорту	автобусний

Джерело: розроблено автором

Особливу увагу при розробці туру потрібно приділити технологічному процесу розробки. Адже саме на основі цього процесу розробляється програма туру, вартість, строковість, наповненість тощо.

Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення туру «Смачна історія Хмельниччини» наведено у табл.3.7.

Таблиця 3.7

**Технологічний процес підготовки, реалізації та проведення
гастрономічного туру «Смачна історія Хмельниччини»**

№	Етапи	Заходи
1	2	3
1	Укладення угод з постачальниками послуг: 1.1. Транспортною компанією; 1.2. Готелями та іншими закладами розміщення по маршруту; 1.3. Екскурсійними бюро по маршруту; 1.4. Страховою компанією.	Підписання договорів (контрактів)
2	Укладання договорів з реалізаторами послуг: фірмами-турагентами та фізичними особами	Підписання договорів (контрактів)
3	Реалізація пугівок	Реалізація пугівок; контроль за своєчасною оплатою послуг та виплатою комісійних турагентам
4	Оплата послуг постачальників послуг: закладів розміщення, харчування туристів, транспортних компаній та ін.	Підготувати рахунки та документи банку для оплати послуг
5	Оформлення документів на виїзд (прийом): 6.1. Підготувати списки груп туристів та комплект документів, необхідних для транспортування;	6.1. Надрукувати списки груп двома мовами (укр. та англ.) + підготувати комплект документів для подорожі;
6	Проведення туру	Обслуговування туристів на маршруті
7	Контроль за якістю обслуговування 9.1. Контроль за дотриманням умов та якості обслуговування; 9.2. Збір відгуків туристів про умови та якість обслуговування	Звіт керівника групи по проведенню маршруту; відгуки туристів

Джерело: розроблено автором

Після опрацьованої технології туру, потрібно опрацювати програму обслуговування. Програма обслуговування - це набір послуг, що надаються туристам відповідно до їх потреб і тематики туру, заздалегідь оплачена і розподілена за часом проведення туру.

Програма туру «Смачна історія Хмельниччини» наведена у табл. 3.8.

Таблиця 3.8

Програма туру «Смачна історія Хмельниччини»

День туру	Програма перебування
1	<p>Зустріч туристів на автовокзалі м. Хмельницький. 8.50 Сніданок в ресторані «Ресторація Шпігеля». 10.00 Екскурсія с. Бакота (прогулянка по бакотській затоці) 11.30 Прогулянка та пікнік на території музею. 13-30 – 14-30 Вільний час 14-30 Трансфер до Камянець-подільського 15-15 Екскурсія по території замку. 16-15-17-00 Вільний час 17-00-18-30 Вечеря у ресторані «Під брамою» 18-30 – 19-30 Вільний час 19-30 – 21-30 Прогулянка біля Лебединого озера. 21.30 – Повернення до м. Хмельницький</p>

Джерело: розроблено автором

Головною особливістю даного туру є те, що він має гастрономічну направленість, тобто влаштований для поєднання історичної культури України та смачної кухні із українськими нотками.

При складанні програми обслуговування зазвичай використовується наступний підхід:

1) При укладанні договору між туроператором і турагентом (або при реалізації групового туру) - програма обслуговування складається, узгоджується і затверджується сторонами у вигляді набору послуг (списку), без розподілу по конкретним дням обслуговування.

2) Безпосередньо перед заїздом, приблизно за 3 дні (за домовленістю), фірми додатково узгоджують вже конкретну програму обслуговування по дням із зазначенням локацій, де туристи будуть розміщуватись.

Маркетингові дослідження безперервно супроводжують всі етапи роботи туристичного підприємства. Маркетингові дослідження передують розробці

тура, спрямовуючись на оцінку кон'юнктури ринку, його сегментації, виділення певного сегмента, його характеристики та подальшій розробці тура.

Тому за результатами маркетингових досліджень варто сформувати матрицю фінансово-економічних ризиків при спробі реалізації тура «Смачна історія Хмельниччини» (табл.3.9).

Таблиця 3.9

**Аналіз фінансово-економічних ризиків тура «Смачна історія
Хмельниччини»**

Ризики	Негативний вплив
1. Нестійкість попиту	1. Падіння попиту, ріст цін
2. Поява альтернативно продукту	2. Зниження попиту
3. Зниження цін конкурентів	3. Зниження цін
4. Збільшення податків	4. Зменшення чистого прибутку. Ріст цін
5. Платоспроможність покупців	5. Падіння продажів
6. Збільшення цін на перевезення, розміщення	6. Зниження прибутку. Ріст цін.
7. Недостатня кількість оборотних коштів	7. Збільшення кредитів

Джерело: розроблено автором

Основним методом зниження ризиків є застосування страхування, тобто передача певних ризиків страховій компанії. Транспортні засоби та життя туристів підлягають страхуванню. Крім того, можна скористатися резервуванням коштів.

Для успішного впровадження нового туристичного продукту можна використовувати кілька цінових стратегій. Найпоширенішими серед них є стратегія «зняття вершків» та цінова стратегія проникнення на ринок.

Наступний вибір рекламних комунікацій – реклама в Інтернеті.

У сучасному світі Інтернет стрімко розвивається, залучаючи в свої мережі все більше нових користувачів. Конкуренція в цьому сегменті зростає з кожним днем.

Щоб вижити в суворих умовах, потрібно грамотно розробити, організувати та позиціонувати свій сайт.

Яким основним вимогам повинен задовольняти туристичний сайт:

1. Докладна інформація про все, що цікавить клієнта туроператора

Людам цікаво одержати максимум інформації із пропонованих видів відпочинку. От зразковий перелік питань, якими задається потенційний клієнт туроператора:

- скільки коштує подорож,
- чи є скидки,
- яким засобом добратися до місця відпочинку
- яке проживання, харчування туроператор пропонує.

Сайт повинен давати відповіді на всі ці питання. Бажано в максимально розгорнутій і доступній формі, на зрозумілій відвідувачу мові. Багато сайтів обмежуються розміщенням турів у форматі Excel, пропонуючи відвідувачам скачати їх.

У такому форматі скачувати і читати ніхто не буде, точно так само, як і розбиратися в аббревіатурах: DBL, SGL і інших.

2. Оновлена інформація

Інформація, представлена на сайті туроператора, має завжди бути актуальною. Особливо це стосується цін на послуги.

Якщо на сайті вказані застарілі (і, отже, нижчі) ціни, і відвідувач під час перегляду виявить, що ціни зросли, це нічого, крім роздратування, не допоможе.

3. Контактна інформація та обробка запитів

Контактна інформація компанії має бути доступна на кожній сторінці сайту, щоб відвідувачу не доводилося її шукати. Якщо надаються електронна пошта, форми онлайн-замовлення або ICQ, вони повинні бути функціональними.

4. Зручна навігація

Відвідувач має легко орієнтуватися на сайті з перших секунд. Навігацію найкраще будувати за принципом «3 кліки», коли на будь-яку сторінку сайту можна потрапити, зробивши всього 3 кліки мишкою.

Окрім того, доцільним має бути аналіз рівня попиту на пропонований тур за допомогою онлайн опитування.

Таким чином, слід проаналізувати рівень попиту на пропонований гастро-тур «Смачна історія Хмельниччини».

Анкета для опитування представлена у Додатку Б.

Результати опитування представлено нижче.



Рис. 3.3. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»



Рис. 3.4. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»



Рис. 3.5. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»



Рис. 3.6. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»



Рис. 3.7. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»

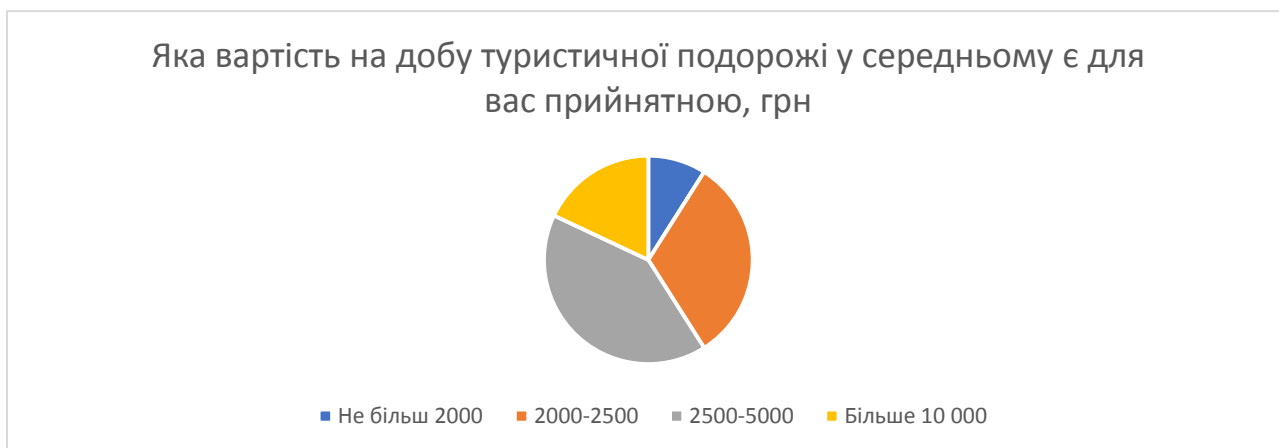


Рис. 3.8. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»

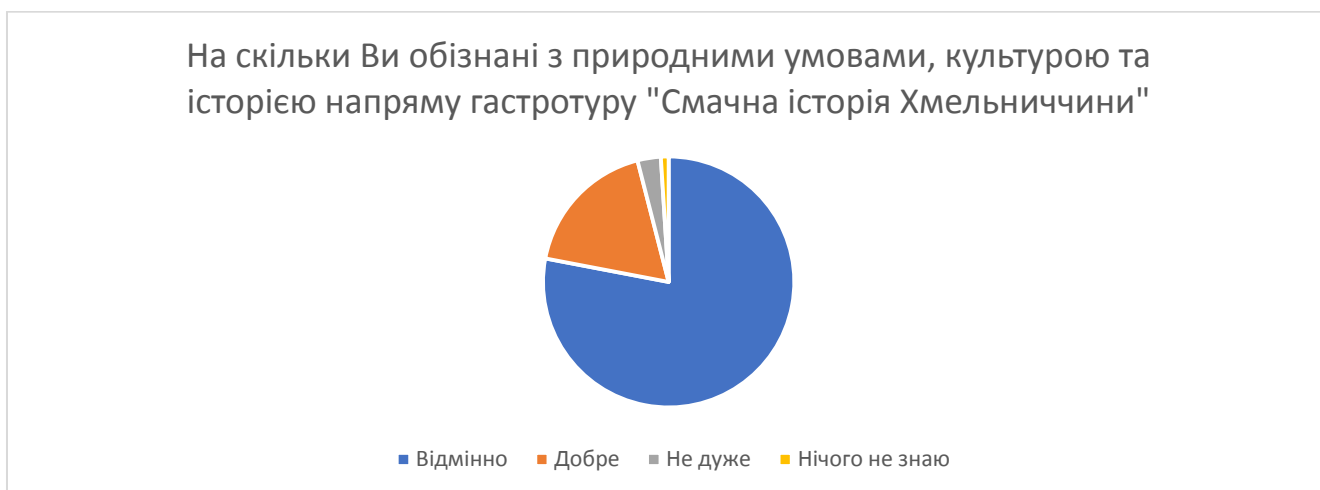


Рис. 3.9. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»



Рис. 3.10. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»

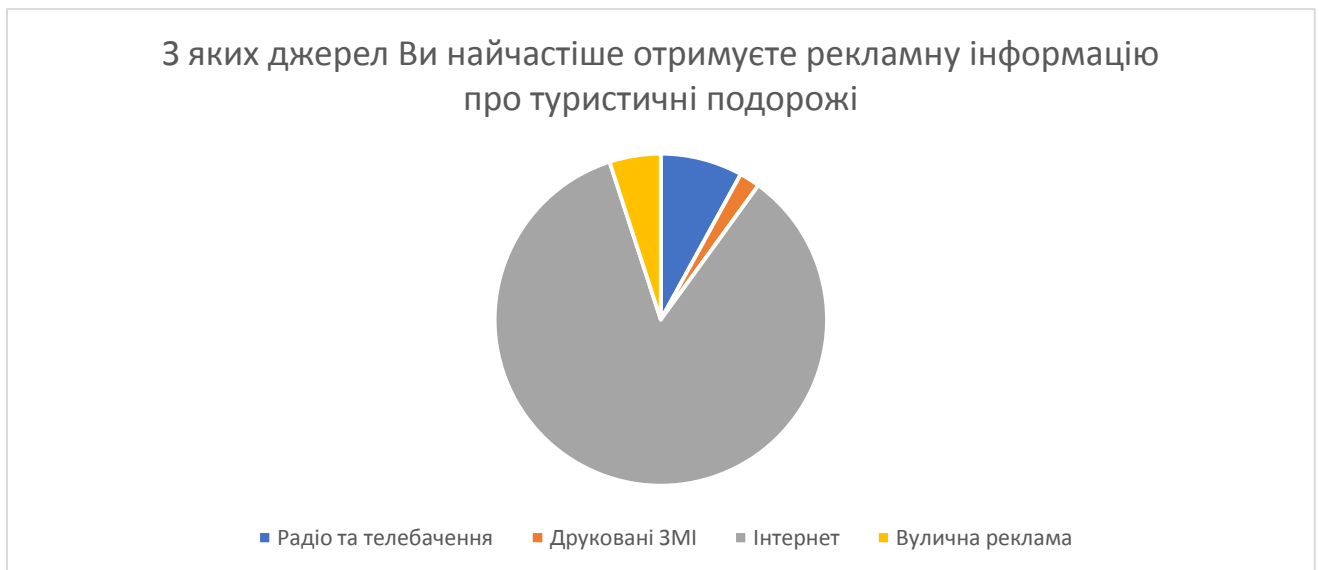


Рис. 3.11. Результати опитування за напрямом відношення до гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»

Отже, за результатами опитування можна дійти висновку, що у ньому бере участь більше жінок, ніж чоловіків. Серед тих, хто виявив інтерес до туристичних послуг, переважно представлені студенти та робітники. Більшість респондентів подорожують лише раз на рік і вважають за краще відпочивати на морському узбережжі.

Також більшості опитаних було б цікаво відвідати гастрономічний тур, зокрема такий як «Смачна історія Хмельницького». Багато опонентів мають глибоке знання культури та історії України, що є привабливим аспектом організації даного туру.

Крім того, з опитування можна зробити висновок, що основним засобом реклами просування даного туру має бути Інтернет, оскільки більшість опонентів отримує інформацію саме звідти.

Окрім суб'єктивної оцінки попиту на гастрономічний тур «Смачна історія Хмельниччини», варто оцінити економічну доцільність впровадження даного туру та визначити економічний ефект, що підприємство зможе отримати в результаті його реалізації.

Спершу слід розрахувати калькуляцію гастрономічного туру «Смачна історія Хмельниччини». Результати розрахунків представлено у табл. 3.10.

Калькуляція туру «Смачна історія Хмельниччини»

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кількість	Ціна	Вартість
1	2	3	4	5
1.	Страховка	15	100	1500
2.	Візи *при потребі	х	х	Х
3.	Транспорт	15	360	5400
4.	Харчування			42750
	сніданок	18	450	6750
	обід	18	700	10500
	вечеря	18	1200	18000
	Перекус/сухпай	33	250	7500
5.	Екскурсійне обслуговування	33	250	8250
6	Додаткові витрати	15	150	2250
	Разом прямих витрат	Х	Х	60150
7.	Загальновиробничі витрати	х	Х	60150
8.	Заробітна плата гіда/екскурсовода	1	2500	2500
9.	Витрати на рекламу	1	2000	2000
10	Виробнича собівартість			64650

Закінчення табл. 3.10

1	2	3	4	5
10.	Прибуток	30%		19395
11.	Вартість обслуговування групи			84045
12.	Ціна одного ваучера без ПДВ			5603
13.	ПДВ	20%		1120,6
14.	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ	0		6723,6

Джерело: розроблено автором

На основі даних табл. 3.10 варто розрахувати кінцеву ціну туру, що формується наступним чином (3.1):

$$Ц_{кін} = С \times Н_{пр} + Ф_{ком}, \quad (3.1)$$

де, $Ц_{кін}$ – кінцева ціна реалізації туру;

$С$ – собівартість туру;

$Н_{пр}$ – норма прибутку;

$Ф_{ком}$ – фіксована комісія туристичним агентам.

При цьому комісія утримується турагентом самостійно з коштів, отриманих від продажу туру від імені туроператора. Як правило, комісія не становить більше 15%.

Отож, кінцева ціна туру складає:

$$6723,6 + ((0,15 \cdot 64650) / 15) = 7370 \text{ грн.}$$

Варто також здійснити прогнозований план реалізації гастрономічного туру «Смачна історія Хмельниччини».

Розрахунок доходу від реалізації туру проводиться, виходячи з кількості обслугованих туристів за період (сезон) і норми прибутку за кожен реалізований тур.

Для цього необхідно скласти орієнтовний план реалізації турів згідно таблиці 3.11.

Таблиця 3.11

Прогнозний план реалізації гастрономічного туру «Смачна історія Хмельниччини» на 2023 рік

Період	Кількість реалізованих турів	Дати заїздів
Серпень	3	14.08-15.09
Вересень	3	15.09-16.05

Джерело: розроблено автором

На підставі проведених розрахунків можна визначити фінансові результати діяльності туристичної фірми від організації туру. Результати розрахунків представлено у табл. 3.12.

Таблиця 3.12

Фінансові результати від продажі гастрономічного туру «Смачна історія Хмельниччини»

Показники	Сума, грн.
Валовий дохід від надання послуг	605 124
Чистий дохід від надання послуг	217 224
Собівартість послуг	387 900
Валовий прибуток	217 224
Податок на прибуток (18%)	39 100
Чистий прибуток	178 124

Джерело: розроблено автором

Варто також провести оцінку ефективності реалізації проекту за допомогою розрахунків таких показників як чиста рентабельність продажів і чиста рентабельність витрат туристичного продукту.

Чиста рентабельність продажів визначається за формулою (3.2):

$$ЧР_{п} = \frac{ЧП_t}{ЧД_t} \times 100\%, \quad (3.2)$$

де, ЧРп -чиста рентабельність продажів;

ЧПт - чистий прибуток;

ЧД_t - чистий дохід від реалізації послуг у періоді t.

Чиста рентабельність продажу гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»:

$$\mathbf{ЧР_{п} = (178\ 124/217\ 224)*100 = 17,99\%}$$

Чиста рентабельність витрат визначається як (3.3):

$$\mathbf{ЧР_{в} = \frac{ЧП_t}{С+П_з} \times 100\%,} \quad (3.3)$$

де ЧР_в - чиста рентабельність витрат;

С - собівартість наданих послуг;

П_з - інші витрати.

Чиста рентабельність витрат гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»:

$$\mathbf{ЧР_{в} = (178\ 124/387\ 900)*100 = 45,9\%}$$

Таким чином, проект є доцільним до впровадження.

Отже, за результатами економічних розрахунків та, враховуючи результати опитування потенційних клієнтів, слідує, що проект доцільний до впровадження.

Даний тур може користуватися попитом, враховуючи сучасні реалії розвитку туристичного потенціалу в Україні та в умовах ведення воєнних дій.

Вартість туру є порівняно невисокою. У вартість входить і проїзд, і харчування, і екскурсійні тури мальовничими місцями Хмельниччини.

Варто наголосити, що важливим кроком має стати організація маркетингової діяльності, що дозволить розрекламувати такий вид туризму у Хмельницькій області.

ВИСНОВКИ

У процесі дослідження було досягнуто поставленої мети – розглянуто понятійний апарат, що стосується терміну «туристичний потенціал», а також проведено оцінку туристичного потенціалу окремого регіону.

У першому розділі було розглянуто теоретичні основи розвитку туристичного потенціалу регіону. Проведене дослідження дозволило визначити, що туристичний потенціал регіону - це унікальна комбінація природних та набутих фізичних, соціальних, інтелектуальних, культурних та духовних ресурсів регіону, які створюють можливості для рекреації в регіоні з урахуванням умов для їх реалізації. Це сприяє ефективному вирішенню поточних та стратегічних завдань розвитку регіону

Оцінка туристичний потенціал території є важливим інструментом управління розвитком туризму в країні та контролю за соціальними, екологічними та економічними наслідками туристичної діяльності. Всі складові туристично-рекреаційного потенціалу, такі як ресурси, економічний аспект та соціальні фактори, мають відносну автономію, але вони взаємопов'язані та взаємозалежні в рамках туристично-рекреаційної системи.

У другому розділі було проведено аналіз сучасного стану туристичного потенціалу області. Базою дослідження було обрано Хмельницьку область. Хмельницька область відома у туристичній галузі України як центр інноваційного туризму та вважається одним з найбільш привабливих туристичних напрямків.

Хмельницька область має значний і унікальний потенціал у сфері туризму. По-перше, завдяки вдалому географічному розташуванню, до міста легко дістатися, що робить його привабливим для туристів як на вихідні, так і на вікенди. По-друге, область має репутацію екологічно чистого регіону, оскільки Хмельницький відомий як місто з численними парками та скверами, і вважається одним із найбільш безпечних, чистих та комфортних обласних центрів України.

Для удосконалення туристичного потенціалу Хмельниччини було запропоновано розробку гастрономічного туру по території даної області.

Орієнтація спрямувалася на гастрономічний туризм, оскільки даний туристичний напрям недостатньо розвинений на території України, проте Україна має всі передумови для його активного розвитку.

З урахуванням такої перспективності було розроблено новий напрям гастро-туру Хмельниччиною у поєднанні із природними та історичними надбаннями області – «Смачна історія Хмельниччини».

Маршрут даного пізнавального туру включає наступні туристичні місця - Хмельницький – Бакота – Кам'янець-Подільський –Хмельницький. Загальна довжина маршруту становить 222 кілометрів. Транспортним засобом, що буде обслуговувати туристичну групу обрано Mercedes-Benz Sprinter, оскільки цей автомобіль є економним, вмістким, мобільним. Тривалість маршруту, в календарних днях: 1 день.

Також на основі проведеного дослідження та, враховуючи вищепроведений аналіз, оцінку та розрахунки, було визначено і встановлено, що вартість туру на одну особу складає 4310 грн. З урахуванням рівня отримання прибутковості туристичного підприємства, вартість продажу туру складатиме 6720 грн на одну особу. Така сума порівняно невелика, враховуючи те, що в плани подорожі входить декілька місць, пристойне харчування у відомих закладах.

Було також визначено, що впровадження туру «Смачна історія Хмельниччини» є доцільним, адже туристичне підприємство за 1 дні туру отримає 20 800 грн чистого прибутку. Оскільки загальна вартість туру на одну особу є доступною, то в процесі реалізації буде формуватися попит на нього.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В'їзний туризм : навчальний посібник / П.Ф. Коваль та ін. Ніжин : Лук'яненко В.В., 2018. 304 с.
2. Ткаченко Т.І., Соколова К.О. *Теоретичні аспекти формування туристичного потенціалу підприємств. Вісник Маріупольського державного університету. Серія «Економіка». 2018. Вип.1. С. 107–112.*
3. Розвиток готельного господарства та його вплив на туристичний потенціал Миколаївщини / М.М. Огієнко та ін. *Науковий вісник МНУ ім. В.О. Сухомлинського. Економічні науки. 2018. № 2(11). С 70–75.*
4. Бутко М.П., Самко О.О. *Генезис економічної теорії та методологічні підходи до оцінки туристичного потенціалу регіону. Економіка та держава. 2019. № 5. С. 33–38.*
5. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : *монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2017. 262 с.*
6. Ільїна М.В. Інтегральне оцінювання туристично-рекреаційної сфери територій різних типів. *Економіка. Управління. Інновації. 2018. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2013_2_31 (дата звернення 15.05.2024)*
7. Мисяк О.М. Підходи до оцінки етнотуристичного потенціалу території. *Сучасні тенденції розвитку туризму : зб. тез доповідей IV Всеукр. наук.-практ. конф., м. Миколаїв, 24 жовтня 2017 р. Миколаїв : МФ КНУКіМ, 2016. Ч. 2. С. 95–97.*
8. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : *монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2018. 262 с.*
9. Регіональний людський розвиток : *статистичний збірник / за ред. О.О. Кармазіна. Київ : Державна служба статистики України, 2018. 72 с.*
10. Ресурсний потенціал регіону : *навчальний посібник / авт.-упоряд.: М.К. Орлатий та ін. ; за заг. ред. М.К. Орлатого. Київ : НАДУ, 2018. 724 с.*
11. Огієнко А. В., Огієнко М. М. *Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу. Проблеми системного підходу в економіці . 2020. No 1(75). С. 31 37.*

12. Програма розвитку туризму в Хмельницькій області на 2013– 2015 роки. Затверджено Рішенням обласної ради від 19 червня 2013 року.
13. Мальська М.Я. Основи туристичного бізнесу : *навч. посіб.* / М.Я. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух – К. : Центр навч. літ-ри, 2017. – С. 67.
14. . Економічна статистика / Туризм. *Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму (2000–2023 рр.).* Головне управління статистики у Хмельницькій області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/statinf/tur/tp_r.htm.
15. Перспективи розвитку туризму Хмельницької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/>(дата звернення 15.05.2024)
16. Костюк О.М. Туристичні ресурси і розробка туру Хмельницькою областю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/>(дата звернення 15.05.2024)
17. . Хмельниччина туристична : *історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку* : [колективна монографія] / за ред. С.А. Копилова (гол. ред.), С.Е. Баженової (наук. ред.)). – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2018. – Розділ 7. – С. 120-149
18. Офіційний веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : [http:// adm.km.ua](http://adm.km.ua) (дата звернення 15.05.2024)
19. Програма економічного та соціального розвитку Хмельницької області на 2021 рік. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.adm-km.gov.ua/wpcontent/uploads/2021/04/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0-%D0%A1%D0%95%D0%A0-2021.pdf> (дата звернення 15.05.2024)
20. Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021-2027 роки [Електрон. ресурс]. – Режим доступу : <https://www.adm->

km.gov.ua/wpcontent/uploads/2021/04/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%AF.pdf.(дата звернення 15.05.2024)

21. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Шуканов П. В. *Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. Випуск 4 (21). С. 394-399.*

22. Перспективи розвитку туризму Хмельницької області [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/>. (дата звернення 15.05.2024)

23. *Природа Хмельницької області / За ред. К. І. Геренчука. — Львів : Вища школа, 2018. — 152 с.*

24. Природно-заповідний фонд Хмельниччини становить майже 15% території області [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://vsim.ua/Podii/prirodno-zapovidniy-fondhmelnichchini-stanovit-mayzhe-15--teritoriyi--69524.html>. (дата звернення 15.05.2024)

25. Черчик Л. М. *Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку рекреаційного природокористування в Україні / Л. М. Черчик // Актуальні проблеми економіки. – 2018. – № 6. – С. 180–186.*

26. Галасюк С.С. *Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навчальний посібник. Київ : «Центр учбової літератури», 2017. 178 с.*

27. Гільберг Т.Г., Шоробура І.М., Долинська О.О. *Рідний край – Хмельниччина. Хмельницький : Видавець ФОП Цюпак А.А., 2013. 178 с.*

28. Долинська О.О. *Туристичний комплекс Хмельницької області: сучасний стан та перспективи розвитку : наукове видання. Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2016. 96 с.*

29. Кузьмін О.Є., Дубодєлова А.В., Кулинюк І.Я., Маклуш Х.Ю. *Організування туристичної діяльності : навчальний посібник. Львів : видавництво Львівської політехніки, 2015. 352 с.*

30. Шоробура І.М., Гільберг Т.Г., Долинська О.О. *Хмельниччина: туристичний потенціал : наукове видання. Хмельницький : Видавець ФОП Заколотний М.І., 2016. 281 с.*

31. Бейдик О.О. *Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монограф.* / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2020. – 395 с.
32. Драпушко Р. *Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку* / Р. Драпушко. – К.: Ін-т законодавчих передбачень і правової експертизи, 2017. – 152 с.
33. Туристичні ресурси і розробка туру Хмельницькою областю [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://tourismbook.com/books/book-42/chapter-1448/>
34. Любинська І.Б. *Оцінка кліматичних ресурсів Хмельницької області для організації рекреаційної діяльності* / І.Б. Любинська // *Наукові записки Тернопільського національного пед. ун-ту ім. Володимира Гнатюка. Сер. Географія.* – 2019. – Вип. 2 (28). – С. 256-260.
35. Офіційний веб-сайт Хмельницької обласної державної адміністрації [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http:// adm.km.ua](http://adm.km.ua)
36. Баженова С. Е. *Сучасний стан туристичної галузі в Хмельницькій області* / С. Е. Баженова // *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету І. Огієнка. Економічні науки.* – 2017. – Вип. 8. – С. 314-315.
37. Гуменюк О. В. *Розвиток туризму в Хмельницькій області як складова характеристика міжнародного бізнесу регіону* / О. В. Гуменюк // *Актуальні проблеми розвитку рекреаційного бізнесу в Україні та підвищення його конкурентоспроможності.* – 2017. – С.27.
38. Перспективи розвитку туризму Хмельницької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/>
39. Костюк О.М. *Туристичні ресурси і розробка туру Хмельницькою областю* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/>
40. Мальська М. Я., Худо В. В., Цибух В. І. *Основи туристичного бізнесу: Навч. посіб.* / М. Я. Мальська, В. В. Худо, В. І. Цибух – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – С. 67.

41. Танасійчук О. Ю. *Особливості природної складової рекреаційного комплексу Хмельниччини* / О. Ю. Танасійчук // *Геополитика и экогеодинамика регионов*. – 2018. – Том 10. – Вып. 2. – С. 790–798.

42. Хмельниччина туристична : історико-культурні, природно-географічні та економічні аспекти розвитку : [колективна моно-графія] / За ред. С.А. Котилова (гол. ред.), С.Е. Баженової (наук. ред.)]. – Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2018. – Розділ 7. – С. 120-149.

43. Черчик Л. М. *Оцінка сучасного стану та перспектив розвитку рекреаційного природокористування в Україні* / Л. М. Черчик // *Актуальні проблеми економіки*. – 2018. – № 6. – С. 180–186.

44. Захарчук Е. Класифікація засобів розміщення у міжнародному туризмі *Теорія і практика розвитку туризму: досвід, проблеми, інновації: збірник тез Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції*. Харків. НУЦЗ, 2024. С. 22-24.

**Результати проведеного опитування за напрямом «Відношення до
гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»»**

Аналізовані показники	Респонденти за віковою градацією						Співвідношення, %
	Разом	17-24	25-35	36-49	50-65	старші 65	
Ваша стать							
Чоловіча							
Жіноча							
Ваш характер діяльності							
Студент							
Службовець							
Спеціаліст							
Керівник							
Робота на дому							
Пенсіонер							
Безробітний							
Скільки раз Ви здійснюєте подорож на рік							
1 раз							
2 рази							
3 та більше							
Ні разу							
Якому виду туризму Ви віддасте перевагу							
Діловий							
Екологічний							
Лікувально-оздоровчий							
Пізнавальний (екскурсійний)							
Гастро-туризм							
Пригодницький							
Релігійний							
Сільський-зелений							
Спортивний							
Інші							
Який напрям викликає найбільший інтерес							
Гори (Карпати та Крим)							
Узбережжя морів							
Лісові масиви рівнинної України							
Озера							
Ріки							
Свій варіант							
Яка вартість на добу туристичної подорожі у середньому є для вас прийнятною, грн							
Не більш 2000							
2000-2500							
2500-5000							
Більше 10000							
На скільки Ви обізнані з природними умовами, культурою та історією напрямку гастротуру «Смачна історія Хмельниччини»							
Відмінно							
Добре							
Не дуже							
Нічого не знаю							
Чи готові ви відправитись в гастро тур «Смачна історія Хмельниччини»							
Так							
Ні							
З яких джерел Ви найчастіше отримуєте рекламну інформацію про туристичні подорожі							
Радіо та телебачення							
Друковані ЗМІ							
Інтернет							
Вулична реклама							

