

**ВІННИЦЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА КОЦЮБИНСЬКОГО**

Природничо-географічний факультет
Кафедра географії

К В А Л І Ф І К А Ц І Й Н А Р О Б О Т А

на тему: **«РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЧЧИНИ У СИСТЕМІ
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ»**

студентки 4 курсу групи ТЕ
освітньої програми «Туризм. Екскурсознавство»
спеціальності 242 «Туризм»
галузі знань 24 «Сфера обслуговування»
ступеня вищої освіти бакалавр
Довгої Катерини Вікторівни

Науковий керівник:
доцент, кандидат географічних наук Канський В.С.

Розширена шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка ECTS _____

Голова Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

Члени Екзаменаційної комісії _____
(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

(підпис) (ініціали, прізвище)

АНОТАЦІЯ

Довга К. В. «Рекреаційний потенціал Вінниччини у системі туристичного бізнесу України»

У кваліфікаційній роботі досліджено рекреаційний потенціал Вінниччини та його значення у системі туристичного бізнесу України. Розкрито теоретико-методологічні засади вивчення рекреаційного потенціалу регіону, охарактеризовано його структуру, основні складники та методичні підходи до оцінювання. Проаналізовано природно-географічні, ландшафтні, кліматичні, гідрологічні, історико-культурні та природоохоронні ресурси Вінницької області як основу розвитку туризму і рекреації. Визначено сучасний стан туристичного бізнесу регіону, основні види туристично-рекреаційної діяльності, рівень розвитку інфраструктури та місце Вінниччини у туристичному просторі України. Особливу увагу приділено проблемам використання рекреаційного потенціалу області, стратегічним напрямкам розвитку туристичного бізнесу, підвищенню конкурентоспроможності регіону та перспективам його інтеграції у загальноукраїнський туристичний ринок.

Ключові слова: рекреаційний потенціал, Вінниччина, туристичний бізнес, рекреаційні ресурси, регіональний туризм, туристична інфраструктура, конкурентоспроможність.

ABSTRACT

Dovha Kateryna. «Recreational Potential of Vinnytsia Region in the System of Ukraine's Tourism Business»

The qualification work examines the recreational potential of Vinnytsia Region and its significance in the system of Ukraine's tourism business. The theoretical and methodological foundations for studying the recreational potential of a region are revealed; its structure, main components, and methodological approaches to assessment are characterized. The natural-geographical, landscape, climatic, hydrological, historical-cultural, and nature conservation resources of Vinnytsia Region are analyzed as a basis for the development of tourism and recreation. The current state of the region's tourism business, the main types of tourist and recreational activities, the level of infrastructure development, and the place of Vinnytsia Region in Ukraine's tourism space are determined. Particular attention is paid to the problems of using the region's recreational potential, strategic directions for tourism business development, increasing the competitiveness of the region, and the prospects for its integration into the national tourism market of Ukraine.

Keywords: recreational potential, Vinnytsia Region, tourism business, recreational resources, regional tourism, tourism infrastructure, competitiveness.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	
1.1. Поняття та структура рекреаційного потенціалу території	7
1.2. Рекреаційні ресурси як основа розвитку туристичного бізнесу	13
1.3. Методика оцінювання рекреаційного потенціалу регіону	18
1.4. Місце регіонального туризму у системі туристичного бізнесу України.....	25
Висновки до 1 розділу.....	32
 РОЗДІЛ 2. ПРИРОДНО-РЕСУРСНИЙ ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЧЧИНИ	
2.1. Природно-географічні передумови формування рекреаційного потенціалу Вінницької області.....	34
2.2. Ландшафтні, кліматичні та гідрологічні рекреаційні ресурси регіону.....	38
2.3. Історико-культурна спадщина Вінниччини як чинник розвитку туризму.....	42
2.4. Об'єкти природно-заповідного фонду та їх туристично-рекреаційне значення.....	48
Висновки до 2 розділу.....	55
 РОЗДІЛ 3. ВІННИЧЧИНА В СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ	
3.1. Сучасний стан розвитку туристичного бізнесу у Вінницькій області.....	58
3.2. Основні види туризму та рекреаційної діяльності в регіоні.....	63
3.3. Туристична інфраструктура Вінниччини та її роль у реалізації рекреаційного потенціалу.....	69
3.4. Місце Вінниччини у туристичному просторі України.....	74
Висновки до 3 розділу.....	79
 РОЗДІЛ 4. НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІННИЧЧИНИ	
4.1. Проблеми та обмеження розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в регіоні.....	81
4.2. Стратегічні напрями розвитку туристичного бізнесу Вінниччини.....	86
4.3. Перспективи інтеграції рекреаційного потенціалу Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок.....	95
Висновки до 4 розділу.....	105
ВИСНОВКИ.....	106
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	110
ДОДАТКИ.....	114

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасних умовах розвитку внутрішнього туризму особливого значення набуває раціональне використання рекреаційного потенціалу регіонів України. Туристичний бізнес дедалі більше орієнтується на локальні ресурси, безпечні маршрути, пізнавальні екскурсії, екологічні подорожі та рекреацію вихідного дня. У цьому контексті Вінниччина має вагомі передумови для посилення своєї ролі в туристичному просторі держави, адже поєднує вигідне географічне положення, різноманітні природні ландшафти, сприятливі кліматичні умови, річкові долини, об'єкти природно-заповідного фонду та багату історико-культурну спадщину.

Водночас наявний рекреаційний потенціал Вінницької області використовується не повною мірою. Частина природних, історико-культурних і туристично привабливих об'єктів потребує кращого інформаційного представлення, розвитку інфраструктури, формування конкурентоспроможних маршрутів і залучення до туристичного обігу. Тому дослідження цієї теми дає змогу оцінити ресурсні можливості регіону, виявити проблеми їх реалізації та обґрунтувати перспективні напрями туристично-рекреаційного розвитку.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у комплексному дослідженні рекреаційного потенціалу Вінниччини, визначенні його місця в системі туристичного бізнесу України та обґрунтуванні напрямів ефективного використання ресурсів області.

Для досягнення мети передбачено виконання таких завдань:

- розкрити сутність і структуру рекреаційного потенціалу території;
- з'ясувати роль рекреаційних ресурсів у розвитку туристичного бізнесу;
- проаналізувати методичні підходи до оцінювання рекреаційного потенціалу регіону;
- визначити місце регіонального туризму в системі туристичного бізнесу України;
- охарактеризувати природно-географічні передумови формування рекреаційного потенціалу Вінницької області; проаналізувати ландшафтні,

кліматичні, гідрологічні, історико-культурні та природоохоронні ресурси Вінниччини;

- оцінити сучасний стан туристичного бізнесу в області;
- визначити основні види туризму й рекреаційної діяльності;
- охарактеризувати туристичну інфраструктуру та місце Вінниччини у туристичному просторі України;
- окреслити проблеми, стратегічні напрями й перспективи інтеграції рекреаційного потенціалу області у загальноукраїнський туристичний ринок.

Об’єктом дослідження є рекреаційний потенціал Вінницької області як складова регіонального туристичного розвитку.

Предметом дослідження є природно-ресурсні, історико-культурні, інфраструктурні та організаційно-економічні чинники використання рекреаційного потенціалу Вінниччини в системі туристичного бізнесу України.

Методи дослідження. У роботі використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Аналіз і синтез застосовано для узагальнення теоретичних підходів до вивчення рекреаційного потенціалу. Порівняльно-географічний метод використано для зіставлення ресурсних можливостей регіону з потребами туристичного бізнесу. Описовий метод дав змогу охарактеризувати природно-географічні умови, ландшафтні, кліматичні, гідрологічні, історико-культурні та заповідні об’єкти області. Системний підхід забезпечив розгляд рекреаційного потенціалу як цілісної сукупності ресурсних, інфраструктурних і господарських компонентів. Картографічний, статистичний методи та метод узагальнення доцільні для просторового, кількісного аналізу й формулювання висновків.

Апробація результатів дослідження.

Довга К.В. Природно-рекреаційний потенціал Вінниччини. Туризм у контексті сталого розвитку України: виклики, перспективи: матеріали І Всеукр. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 7 трав. 2026 р. / упоряд.: А. А. Майстер. Луцьк: ЛІРоЛ, 2026. 184 с.

Довга К.В. «Рекреаційний потенціал Вінниччини». «Актуальні питання географічних, біологічних і хімічних наук: основні наукові проблеми та перспективи дослідження» ВДПУ, 2026 р.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 4-х розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків (25 рисунків, 27 таблиць, 55 використаних джерел, 7 додатків, загальний обсяг 126 сторінок).

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Дослідження рекреаційного потенціалу регіону є вихідною умовою наукового обґрунтування розвитку туристичного бізнесу, оскільки саме на рівні конкретної території природні, історико-культурні, соціально-економічні та інфраструктурні передумови набувають практичного значення для формування туристичного продукту.

1.1. Поняття та структура рекреаційного потенціалу території

Поняття рекреаційного потенціалу території належить до базових категорій рекреаційної географії та туризмознавства. У найзагальнішому розумінні воно відображає сукупну здатність певної території забезпечувати відпочинок, оздоровлення, пізнавальну активність, туристичне споживання та відтворення фізичних і духовних сил людини. Водночас рекреаційний потенціал не можна ототожнювати лише з кількістю природних або історико-культурних об'єктів. Він формується внаслідок взаємодії ресурсів, умов, інфраструктури, управління, попиту, традицій використання території та здатності суб'єктів туристичного бізнесу перетворювати територіальні переваги на конкурентний туристичний продукт [7; 10]. У вітчизняній науковій традиції близькими, але не тотожними є поняття *«рекреаційні ресурси»*, *«туристичні ресурси»*, *«туристично-рекреаційний потенціал»*, *«рекреаційна місткість»*, *«туристична привабливість»* і *«туристичний продукт»*. Рекреаційні ресурси зазвичай розглядають як об'єкти, явища та властивості природного, природно-антропогенного, історико-культурного чи соціально-економічного походження, які можуть використовуватися для відпочинку, оздоровлення, туризму та пізнання. Потенціал же охоплює не тільки самі ресурси, а й можливості їх залучення до господарського й соціокультурного обігу без втрати цінності території [11; 12].

Закон України «Про туризм» визначає туристичні ресурси України як сукупність природно-кліматичних, оздоровчих, історико-культурних, пізнавальних та соціально-побутових ресурсів відповідної території, що задовольняють потреби туристів [1]. Отже, територія має рекреаційний потенціал не лише тоді, коли вона багата на ресурси, а тоді, коли ці ресурси можуть бути безпечно, організовано та економічно доцільно використані у туристичній діяльності.

У міжнародній практиці акцент дедалі частіше зміщується від простого опису ресурсів до аналізу дестинації як цілісної системи. У документах *UN Tourism* туристична дестинація розглядається через сукупність привабливості, продуктів, сервісів, управління, маркетингу та здатності відповідати очікуванням відвідувачів [4; 21]. Такий підхід є важливим для регіональних досліджень, адже область, громада чи туристичний район повинні оцінюватися не лише за наявністю пам'яток, водойм або лісів, а й за якістю логістики, сервісу, інтерпретації спадщини, інформаційної видимості та управління потоками. У науково-прикладному аналізі доцільно розмежовувати три рівні рекреаційного потенціалу. *Перший рівень* становить ресурсний, тобто наявність природних, культурних, лікувально-оздоровчих, подієвих, ландшафтних та інших ресурсів. *Другий рівень* є функціональним і відображає можливість їх використання для конкретних видів туризму: екскурсійного, культурно-пізнавального, сільського зеленого, екологічного, оздоровчого, подієвого, водного, активного відпочинку. Третій рівень є ринково-управлінським: він показує, чи здатна територія створити конкурентний продукт, залучити підприємців, сформувати маршрутну мережу, забезпечити сервіс, просування й повернення туриста [5; 8].

Структура рекреаційного потенціалу території є багатокомпонентною. Найчастіше в її складі виокремлюють *природно-ресурсну, історико-культурну, соціально-економічну, інфраструктурну, організаційно-управлінську, інформаційно-маркетингову та екологічну складові*. У методичних матеріалах з туристично-рекреаційних досліджень наголошується, що рекреаційний потенціал території складається з ресурсної складової, представленої

рекреаційними ресурсами, та соціально-економічної складової, пов'язаної з матеріально-технічною базою рекреації [11]. На практиці до цієї системи доцільно додавати управління, безпеку, маркетинг і кадрове забезпечення, адже без них ресурси залишаються лише передумовами розвитку.

Природно-ресурсна складова охоплює рельєф, клімат, водні об'єкти, ландшафти, біорізноманіття, лікувальні мінеральні води, ліси, природоохоронні території та інші елементи довкілля, що можуть бути використані для рекреації. Для Вінниччини особливе значення мають долина Південного Бугу, ландшафти Поділля, заплавні та терасові комплекси, лісові масиви, території природно-заповідного фонду, а також бальнеологічні ресурси, зокрема у районі Хмільника. Проте в межах першого розділу ці приклади розглядаються лише як ілюстрація, тоді як їх детальна характеристика буде предметом другого розділу.

Історико-культурна складова включає пам'ятки архітектури, археології, історії, садово-паркового мистецтва, музеї, сакральні об'єкти, меморіальні місця, традиції, нематеріальну культурну спадщину та локальні історичні наративи. В екскурсознавчому аспекті ця складова є особливо важливою, адже саме вона забезпечує змістовне наповнення екскурсійних маршрутів, тематичних турів, музейних програм і локальних туристичних легенд. Закон України «Про охорону культурної спадщини» визначає правові засади охорони об'єктів культурної спадщини, що є необхідною умовою їх відповідального використання у туризмі [20].

Інфраструктурна складова рекреаційного потенціалу охоплює транспортну доступність, заклади розміщення, харчування, туристично-інформаційні центри, екскурсійне обслуговування, навігацію, санітарну інфраструктуру, цифрові сервіси, безбар'єрність, місця відпочинку та супутні послуги. Її особливість полягає в тому, що вона не завжди є власне рекреаційним ресурсом, але безпосередньо визначає можливість його використання. Навіть унікальний природний або культурний об'єкт не стає повноцінною туристичною пропозицією без дороги, інформації, сервісу, безпеки та зрозумілої логіки відвідування [8; 9].

Соціально-економічна складова відображає демографічний, трудовий, підприємницький, інвестиційний і споживчий потенціал території. Вона показує, чи має регіон людські ресурси для туристичного обслуговування, чи існує локальний бізнес, чи зацікавлені громади у розвитку туризму, чи є попит з боку внутрішніх і зовнішніх відвідувачів. Саме ця складова дає змогу перейти від ресурсного опису до економічного аналізу туризму як сфери малого й середнього бізнесу, місцевих податкових надходжень і зайнятості населення [6; 17].

Організаційно-управлінська складова пов'язана з наявністю стратегій, програм розвитку, діяльністю органів місцевого самоврядування, туристичних асоціацій, громадських організацій, закладів освіти, музеїв і підприємств. На сучасному етапі важливого значення набуває модель управління дестинацією, коли влада, бізнес і громада спільно працюють над брендом території, маршрутами, подіями, сервісом і якістю туристичного досвіду. У Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року серед важливих завдань названо розвиток туристичних територій, брендинг, міжрегіональну кооперацію та формування конкурентоспроможного туристичного продукту [2].

Інформаційно-маркетингова складова охоплює імідж території, туристичний бренд, офіційні сайти, карти, мобільні сервіси, соціальні мережі, інформаційні центри, участь у виставках і комунікацію з цільовими аудиторіями. У сучасному туристичному бізнесі територія може мати значний ресурсний потенціал, але залишатися маловідомою через слабе просування. Тому оцінювання рекреаційного потенціалу має включати аналіз інформаційної видимості ресурсів, представленості маршрутів, якості описів, наявності англomовного контенту та цифрової навігації [3; 4].

Екологічна та безпекова складова визначає межі допустимого використання території. Рекреаційний потенціал не можна розглядати як необмежений запас можливостей, адже надмірне навантаження на природні комплекси, пам'ятки культурної спадщини або міське середовище може призвести до деградації ресурсної бази. У контексті сталого туризму *UN Tourism* підкреслює необхідність урахування поточних і майбутніх економічних,

соціальних та екологічних впливів туризму, а також потреб відвідувачів, бізнесу, довкілля та місцевих громад [5].

Рекреаційний потенціал Вінниччини має оцінюватися не ізольовано, а у зв'язку з туристичним бізнесом України. Це означає, що теоретична модель повинна враховувати не лише ресурсне багатство області, а й її позицію на національному туристичному ринку, конкурентів, транспортно-географічне положення, внутрішній попит, екскурсійний потенціал, можливості інтеграції у міжрегіональні маршрути та перспективи формування спеціалізованих туристичних продуктів (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Змістове розмежування базових понять дослідження [4; 7; 11].

Поняття	Науково-прикладний зміст	Значення для теми роботи
Рекреаційні ресурси	Природні, історико-культурні, соціально-економічні та інші об'єкти, явища й властивості території, які можуть використовуватися для відпочинку, оздоровлення, туризму та пізнання.	Є ресурсною основою рекреаційного потенціалу Вінниччини.
Рекреаційний потенціал	Сукупна здатність території забезпечувати рекреаційні потреби населення та туристів за умов наявності ресурсів, інфраструктури, доступності, управління і попиту.	Дає змогу перейти від опису ресурсів до оцінки можливостей їх використання.
Туристичний продукт	Комплекс послуг і вражень, сформований на основі ресурсів території та запропонований споживачеві на ринку.	Показує, як потенціал перетворюється на результат туристичного бізнесу.
Рекреаційна місткість	Гранично допустимий рівень використання території без втрати її природної, культурної та соціальної цінності.	Визначає екологічні та управлінські обмеження розвитку.
Туристична дестинація	Територія, що має атракції, інфраструктуру, сервіс, управління, імідж і сприймається туристом як цілісний напрям подорожі.	Дає змогу розглядати Вінниччину як елемент туристичного простору України.

У практичному дослідженні рекреаційного потенціалу доцільно також виокремлювати потенціал наявний, використовуваний і перспективний. Наявний потенціал охоплює всю сукупність ресурсів і умов, які існують у межах території незалежно від того, чи використовуються вони у туризмі. Використовуваний

потенціал – це та частина ресурсів, яка вже включена у туристичні маршрути, екскурсійні програми, оздоровчі послуги, події, маркетингові матеріали та інші форми туристичної пропозиції. Перспективний потенціал відображає можливості, які можуть бути реалізовані за умови інвестицій, покращення інфраструктури, розроблення маршрутів, підготовки кадрів, створення бренду або зняття організаційних обмежень [7; 13].



Рекреаційний потенціал території формується не механічною сумою наявних ресурсів, а рівнем їх доступності, якості, керованості та здатності бути ефективно включеними в рекреаційну діяльність з урахуванням екологічної безпеки й сталого розвитку території.

Рис. 1.1. Узагальнена структура рекреаційного потенціалу території [7; 8; 11].

Для Вінниччини таке розмежування має особливе значення. Частина ресурсів області вже достатньо впізнавана у туристичному просторі: Вінниця як міська дестинація, музей-садиба М. І. Пирогова, фонтан ROSHEN, палацово-паркові комплекси, Немирівське городище, Хмільницькі санаторії. Водночас значна частина ландшафтних, водних, сільських, етнокультурних, промислово-історичних і природоохоронних ресурсів поки що має радше перспективний характер. Тому, рекреаційний потенціал території доцільно розуміти як інтегральну характеристику, що відображає не тільки ресурсну забезпеченість, а й ступінь готовності території до рекреаційного використання у межах сталого, економічно ефективного та соціально прийняттого туристичного розвитку. Саме така інтерпретація дає можливість логічно пов'язати теоретичні засади першого розділу з аналізом природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу.

1.2. Рекреаційні ресурси як основа розвитку туристичного бізнесу

Рекреаційні ресурси є первинною основою туристичного бізнесу, оскільки саме вони створюють мотив подорожі, визначають зміст туристичного продукту та формують привабливість дестинації. Проте ресурс сам по собі ще не є туристичним бізнесом. Він стає економічно значущим лише тоді, коли набуває організованої форми використання: маршруту, екскурсії, туру, події, оздоровчої послуги, музейної програми, рекреаційної зони або комплексного туристичного пакета. Саме тому між рекреаційним ресурсом і туристичним продуктом існує цілий ланцюг перетворення, який охоплює оцінювання, облаштування, інтерпретацію, просування, сервіс і управління якістю [8; 9]. У системі туристичного бізнесу ресурси виконують кілька функцій. По-перше, вони є мотиваційною основою подорожі, адже турист обирає територію через природну красу, культурну спадщину, події, оздоровчі можливості або унікальний досвід. По-друге, ресурси визначають спеціалізацію території: природні комплекси сприяють розвитку екологічного, водного, активного та сільського туризму; культурна спадщина – екскурсійного, культурно-пізнавального, меморіального та подієвого; лікувальні води й сприятливі кліматичні умови – оздоровчого та курортного туризму. По-третє, ресурси формують основу територіальної диференціації туристичного ринку, тобто пояснюють, чому одні регіони спеціалізуються на гірському туризмі, інші – на морському, оздоровчому, культурному чи міському туризмі [7; 12].

Класифікація рекреаційних ресурсів залежить від мети дослідження. Найбільш доцільно використовувати комплексну класифікацію, що поєднує природні, природно-антропогенні, історико-культурні, соціально-економічні, інфраструктурні, подієві, інформаційні та людські ресурси. Такий підхід дає змогу не звужувати аналіз Вінниччини лише до природної або культурної складової, а розглядати область як потенційну дестинацію з різними типами туристичної пропозиції. (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Класифікація рекреаційних ресурсів у контексті туристичного бізнесу
[1; 7; 20]

Група ресурсів	Приклади ресурсів	Можливі напрями туристичного використання
Природно-географічні	Рельєф, клімат, водні об'єкти, ландшафти, ліси, біорізноманіття, мальовничі краєвиди.	Екологічний туризм, водний відпочинок, активна рекреація, фототуризм, природничі екскурсії.
Лікувально-оздоровчі	Мінеральні води, лікувальні грязі, сприятливі кліматичні умови, санаторно-курортна база.	Оздоровчий, лікувальний, <i>wellness</i> -туризм, реабілітаційні програми.
Історико-культурні	Пам'ятки архітектури, археології, історії, музеї, садиби, сакральні споруди, меморіальні місця.	Екскурсійний, культурно-пізнавальний, освітній, меморіальний, подієвий туризм.
Природоохоронні	Національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи.	Екотуризм, природничо-освітні маршрути, спостереження за природою, шкільний і студентський туризм.
Соціально-економічні та інфраструктурні	Транспорт, готелі, заклади харчування, туристично-інформаційні центри, екскурсіводи, цифрові сервіси.	Забезпечення доступності, комфорту, тривалості перебування та витрат туриста у регіоні.
Подієві та нематеріальні	Фестивалі, ярмарки, локальні традиції, гастрономічні практики, ремесла, культурні події.	Подієвий, гастрономічний, етнокультурний і креативний туризм.

Природні рекреаційні ресурси є найбільш важливою основою відпочинку, однак їх туристична цінність залежить від ступеня привабливості, доступності та збереженості. Наприклад, річкова долина може бути ресурсом для водного відпочинку, прогулянкових маршрутів, оглядових майданчиків, екологічних стежок і ландшафтної інтерпретації. Водночас без облаштованих підходів, безпечних локацій, інформаційних матеріалів та сервісної інфраструктури вона не буде повноцінним туристичним продуктом. Для Вінниччини особливо важливими є водно-ландшафтні ресурси Південного Бугу, які можуть поєднувати природничу, екскурсійну, рекреаційну та іміджеву функції.

Історико-культурні ресурси мають іншу логіку включення до туристичного бізнесу. Їхня цінність полягає не лише у матеріальній збереженості, а й у здатності бути інтерпретованими: через екскурсійну

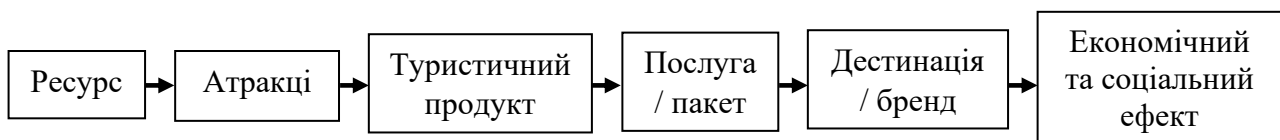
розповідь, музейну експозицію, тематичний маршрут, театралізовану програму, цифровий гід або локальну історію. Саме тому принципово важливо розуміти, що пам'ятка без фахової інтерпретації часто залишається об'єктом огляду, але не стає повноцінною туристичною атракцією. Екскурсовод, гід, менеджер маршруту і маркетолог дестинації виступають посередниками між ресурсом та туристичним досвідом [8; 9] (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Долина Південного Бугу у Вінниці як приклад водно-ландшафтного рекреаційного ресурсу

Природоохоронні території посідають особливе місце серед рекреаційних ресурсів, оскільки вони поєднують природну, наукову, естетичну, освітню і рекреаційну цінність. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» визначає правові основи організації, охорони та ефективного використання територій і об'єктів природно-заповідного фонду [19]. У туристичному бізнесі такі території можуть бути основою екологічних стежок, природничих екскурсій, освітніх програм, спостереження за природою, але їх використання повинно підпорядковуватися режиму охорони, зонуванню та допустимим навантаженням. За даними екологічного паспорта Вінницької області, станом на 01.01.2024 в області нараховувалося 433 об'єкти природно-заповідного фонду загальною площею понад 66,7 тис. га, що становило 2,2698 % площі області [15].

Цей показник важливий для подальшого аналізу, оскільки природно-заповідний фонд є не лише об'єктом охорони природи, а й потенційною базою екологічного та природничо-пізнавального туризму. Разом з тим низька частка заповідності вимагає обережного підходу до рекреаційного освоєння, щоб туризм не перетворився на чинник додаткового тиску на природні комплекси. Рекреаційні ресурси мають низку властивостей, що безпосередньо впливають на туристичний бізнес. До таких властивостей належать локалізація, унікальність, сезонність, місткість, доступність, правовий режим, ступінь освоєності, інвестиційна потреба, наявність конкурентів і можливість комбінування з іншими ресурсами. Наприклад, окремий об'єкт культурної спадщини може мати високу історичну цінність, але недостатню туристичну відвідуваність через слабку транспортну доступність. Натомість менш унікальний, але добре облаштований і включений у маршрут об'єкт може мати вищий економічний ефект. З позицій бізнесу особливо важливою є можливість формування ланцюга доданої вартості. *Рекреаційний ресурс створює мотив, але дохід формують транспортні послуги, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування, сувенірна продукція, подієві активності, цифрові сервіси, страхування, оренда спорядження та інші компоненти.* Тому оцінювання рекреаційного потенціалу має враховувати не лише ресурси, а й потенціал місцевого підприємництва. Власне туристичний бізнес виникає там, де ресурс поєднується з сервісом, управлінням і платоспроможним попитом [6; 8].



Ключові умови: доступність, інтерпретація, сервіс, безпека, сталість виконання, просування на ринку

Рис. 1.3. Механізм перетворення рекреаційного ресурсу на туристичний продукт [8; 9].

Для регіонів, які не належать до наймасовіших туристичних центрів країни, зокрема для Вінниччини, важливо не лише конкурувати за кількістю ресурсів, а й формувати власну спеціалізацію. У цьому аспекті ресурси області

можуть бути згруповані навколо кількох тематичних напрямів: Подільські антропогенні ландшафтні комплекси; історико-культурна спадщина міст і містечок; палацово-паркові комплекси; медичний і бальнеологічний потенціал; сільський зелений туризм; екскурсійні маршрути, пов'язані з видатними постатями; подієві та гастрономічні практики. Така тематизація дає змогу перетворювати розрізнені ресурси на цілісні туристичні продукти. Важливою умовою використання ресурсів у туристичному бізнесі є їхня *інтерпретація*. **Інтерпретація** означає не просте повідомлення фактів, а створення змістовного зв'язку між об'єктом, відвідувачем і територією. У природному туризмі це може бути пояснення походження ландшафту, особливостей річкової долини, біорізноманіття або природоохоронного режиму. У культурному туризмі – розкриття історичного контексту, персоналій, архітектурних стилів, локальної ідентичності. Саме інтерпретація дає можливість підвищити цінність екскурсійної послуги та сформувати позитивний туристичний досвід [4; 8] (рис. 1.4)

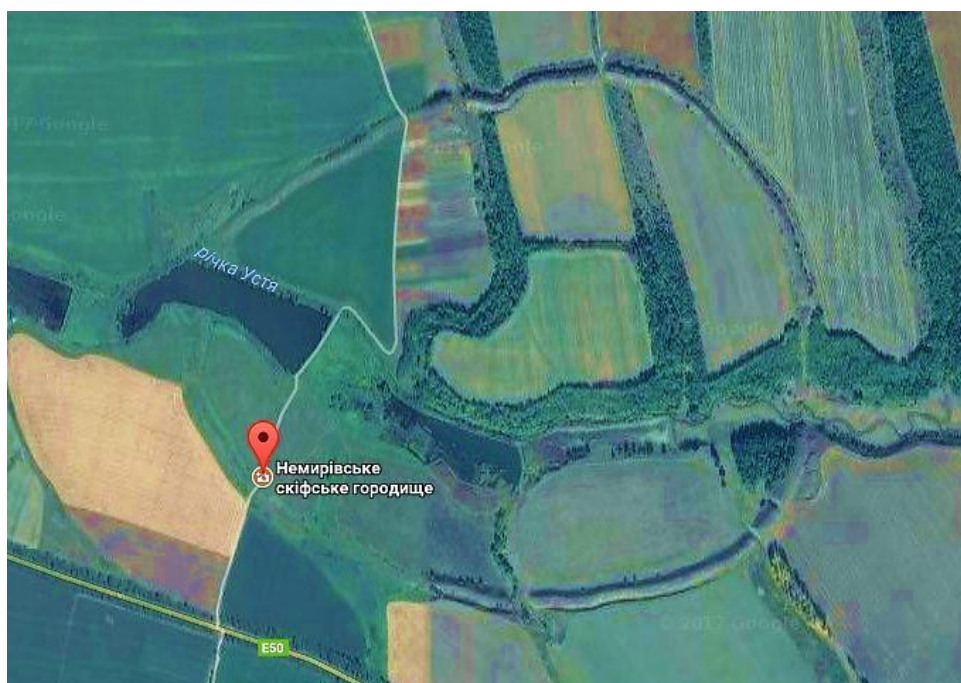


Рис. 1.4. Немирівське городище («Великі Вали») як приклад історико-культурного ресурсу екскурсійного туризму

У сучасних умовах рекреаційні ресурси повинні розглядатися крізь призму сталого розвитку. Сталий туризм передбачає збалансування економічних вигід,

соціальних інтересів місцевих громад і збереження довкілля та культурної спадщини [5]. Для туристичного бізнесу це означає необхідність не тільки отримувати прибуток від ресурсів, а й підтримувати їхню якість, не перевищувати допустимі навантаження, залучати місцеве населення, формувати відповідальну поведінку туристів і забезпечувати довгострокову привабливість території. Таким чином, рекреаційні ресурси є базою, але не гарантією розвитку туристичного бізнесу. Вони потребують оцінювання, правового впорядкування, інфраструктурної підтримки, маркетингового оформлення, сервісної інтеграції та відповідального управління. Для подальшого дослідження Вінниччини це означає, що природно-ресурсний та історико-культурний потенціал області має бути проаналізований не як пасивний перелік об'єктів, а як система можливостей для формування регіонального туристичного продукту.

1.3. Методика оцінювання рекреаційного потенціалу регіону

Оцінювання рекреаційного потенціалу регіону є складним методичним завданням, оскільки потребує поєднання кількісних і якісних показників, ресурсного опису і ринкового аналізу, природничих і соціально-економічних критеріїв. У межах цієї кваліфікаційної роботи методика оцінювання повинна бути достатньо комплексною, але водночас придатною для практичного аналізу Вінницької області. Її мета полягає не у формальному підрахунку об'єктів, а у визначенні реальних можливостей регіону для розвитку туристичного бізнесу та рекреаційної діяльності. У науковій літературі використовуються різні підходи до оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу: *описово-географічний, бальний, експертний, картографічний, статистичний, економічний, соціологічний, інтегральний, рейтинговий, SWOT-аналіз, кластерний і сценарний підходи* [7; 13]. Кожен із них має свої переваги й обмеження. Наприклад, описово-географічний підхід дає змогу всебічно охарактеризувати ресурси, але часто не забезпечує порівняльності. Бальний підхід дає змогу порівнювати території, однак залежить від вибору критеріїв і вагових коефіцієнтів.

Експертний підхід враховує фахове судження, але потребує прозорості процедури та достатньої кількості експертів.

У дослідженні Вінниччини доцільно застосовувати поетапну методику. **Перший етап** – визначення мети, об'єкта, територіального масштабу та одиниць аналізу. Для цієї роботи об'єктом виступає рекреаційний потенціал Вінниччини, а територіальним масштабом – Вінницька область як адміністративний регіон і потенційна туристична дестинація. **Другий етап** – інвентаризація ресурсів, що передбачає збирання даних про природні, історико-культурні, природоохоронні, бальнеологічні, інфраструктурні, подієві та інші ресурси. **Третій етап** – вибір критеріїв оцінювання, які мають відображати привабливість, доступність, збереженість, інфраструктурне забезпечення, ринкову перспективність і обмеження використання [11; 13]. **Четвертий етап** передбачає безпосереднє оцінювання ресурсів за обраними показниками. У найпростішому варіанті можна застосувати бальну шкалу, від 1 до 5 балів, де 1 означає низький рівень прояву ознаки, а 5 – високий. **П'ятий етап** – узагальнення результатів у вигляді інтегральної оцінки, картосхем, таблиць, рейтингу районів або типології туристичних зон. **Шостий етап** – інтерпретація результатів для туристичного бізнесу: визначення перспективних видів туризму, проблемних зон, пріоритетів інфраструктурного розвитку, можливостей маршрутизації та просування території [7; 13] (рис. 1.5).

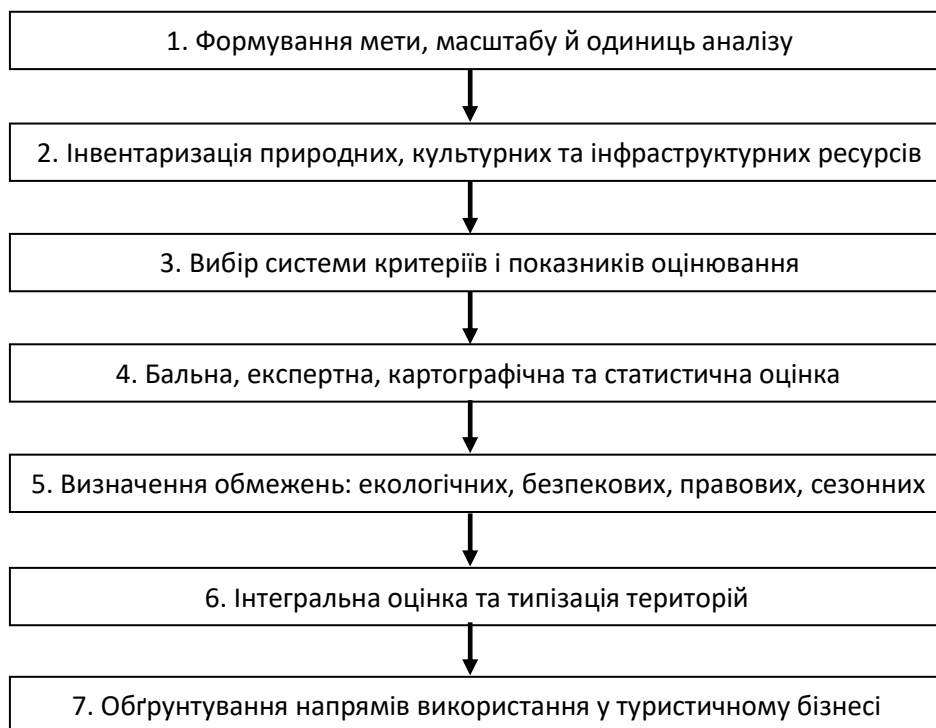


Рис. 1.5. Алгоритм оцінювання рекреаційного потенціалу регіону [7; 11; 13].

Методика оцінювання рекреаційного потенціалу враховує принципи комплексності, територіальності, порівнянності, функціональності, сталості й практичної спрямованості. Принцип комплексності означає, що аналіз має охоплювати не одну групу ресурсів, а всю систему чинників. Принцип територіальності вимагає врахування просторового розміщення ресурсів, їх концентрації, транспортних зв'язків і можливості поєднання у маршрути. Принцип порівнянності передбачає використання однакових критеріїв для різних частин регіону або різних типів ресурсів. Принцип функціональності означає, що ресурс оцінюється через здатність забезпечувати конкретні види туризму. Принцип сталості вимагає врахування екологічних і соціокультурних обмежень [5; 11]. Для Вінниччини доцільно використовувати не лише ресурсний, а й ринково-інфраструктурний підхід. Це зумовлено тим, що область має значний, але неоднорідно освоєний рекреаційний потенціал. Частина ресурсів сконцентрована у місті Вінниця та найближчих туристичних зонах, частина – у периферійних громадах, де туристична інфраструктура може бути слабшою.

Тому оцінювання має показати не тільки те, де є цінні ресурси, а й те, де вони можуть бути реально залучені до туристичного бізнесу за умови мінімальних або помірних управлінських зусиль. (табл. 1.3)

Таблиця 1.3

Основні методи дослідження рекреаційного потенціалу регіону [7; 11; 13].

Метод	Зміст застосування	Очікуваний результат
Описово-географічний	Характеристика природних, історико-культурних, соціально-економічних і просторових особливостей території.	Цілісне уявлення про передумови розвитку рекреації.
Картографічний	Нанесення ресурсів, маршрутів, транспортних зв'язків і зон концентрації туристичних об'єктів на карти.	Виявлення територіальної структури потенціалу та маршрутних зв'язків.
Статистичний	Аналіз кількісних показників туристичного збору, закладів розміщення, відвідуваності, населення, інфраструктури.	Об'єктивізація оцінки та можливість порівняння територій.
Експертний	Оцінювання привабливості, перспективності, проблем і ризиків на основі фахових суджень.	Визначення якісних характеристик, які складно виміряти статистично.
Бальний та інтегральний	Надання показникам балів і вагових коефіцієнтів з подальшим узагальненням.	Розрахунок умовного рівня рекреаційного потенціалу.
SWOT-аналіз	Виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз розвитку рекреації й туризму.	Обґрунтування стратегічних напрямів використання потенціалу.
Порівняльно-географічний	Порівняння ресурсної та інфраструктурної забезпеченості Вінниччини з іншими регіонами.	Визначення місця області у туристичному просторі України.

Для інтегрального оцінювання може бути використана система показників, згрупована за кількома блоками. Перший блок – ресурсна привабливість, що охоплює ландшафтне різноманіття, наявність водних об'єктів, кліматичні умови, цінність культурної спадщини, унікальність об'єктів, кількість природоохоронних територій. Другий блок – доступність і просторове положення, зокрема віддаленість від великих міст, стан доріг, наявність залізничних і автомобільних сполучень, близькість до туристичних потоків. Третій блок – інфраструктурна забезпеченість: заклади розміщення, харчування, екскурсійні послуги, інформаційні центри, навігація, санітарні умови, цифрова

підтримка. Четвертий блок – ринкова та організаційна готовність: наявність маршрутів, туристичних операторів, промоційних матеріалів, подій, партнерства влади і бізнесу. П'ятий блок – екологічні й безпекові обмеження [6; 7].

Умовна інтегральна оцінка рекреаційного потенціалу може бути побудована як сума добутоків балів за окремими показниками на їх вагові коефіцієнти.

Наприклад:

$$I_{rp} = \sum(w_i \times b_i)$$

де:

I_{rp} – інтегральний показник рекреаційного потенціалу,

w_i – вага показника,

b_i – бальна оцінка показника.

Ваги показників залежать від мети дослідження. Якщо аналіз спрямований на розвиток екскурсійного туризму, більшої ваги набувають історико-культурні ресурси, транспортна доступність, наявність екскурсоводів та інтерпретаційного матеріалу. Якщо йдеться про екологічний туризм, більшу вагу мають природна цінність, збереженість ландшафтів і режим охорони територій [7; 13] (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Орієнтовна система показників оцінювання рекреаційного потенціалу регіону
[5; 7; 11; 13]

Блок оцінювання	Показники	Практичне значення
Ресурсна привабливість	Кількість і цінність природних та культурних об'єктів, ландшафтне різноманіття, унікальність, естетичність.	Визначає мотивацію подорожі та тематичну спеціалізацію регіону.
Доступність	Відстань до центрів попиту, транспортні шляхи, стан доріг, зручність маршруту, навігація.	Показує реальну можливість включення ресурсу у туристичний маршрут.
Інфраструктура	Заклади розміщення і харчування, екскурсійне обслуговування,	Визначає комфорт, тривалість перебування та витрати туриста.

	інформаційні центри, санітарна інфраструктура.	
Ринкова готовність	Наявність турів, маршрутів, подій, бренду, онлайн-присутності, партнерств, підприємців.	Показує ступінь перетворення ресурсів на туристичний продукт.
Сталий розвиток і обмеження	Природоохоронний режим, рекреаційна місткість, ризики деградації, безпека, вплив на громади.	Забезпечує відповідальне використання потенціалу без втрати ресурсної бази.

Особливого значення набуває аналіз рекреаційної місткості території. Цей показник відображає межі допустимого туристичного навантаження, за яких зберігається природна, культурна та соціальна цінність об'єкта або території. Для природних об'єктів це може бути кількість відвідувачів на день, інтенсивність руху стежками, допустима площа рекреаційного використання, правила поведінки й обмеження доступу. Для історико-культурних пам'яток важливими є фізична збереженість, пропускна здатність, режим охорони, здатність приймати групи без шкоди для об'єкта. У регіональному туризмі рекреаційна місткість має розглядатися не як перешкода, а як інструмент довгострокового збереження ресурсу [5; 19; 20]. Важливим джерелом інформації для оцінювання потенціалу є офіційна статистика та документи місцевого розвитку. Для аналізу туристичного бізнесу можуть використовуватися дані про туристичний збір, податкові надходження від сфер туризму й гостинності, кількість ночівель, кількість закладів розміщення, обсяг підприємницької активності, наявність стратегій і програм розвитку. Наприклад, у 2024 році до місцевих бюджетів Вінниччини надійшло майже 5,5 млн грн туристичного збору, що на 39,9 % більше, ніж за аналогічний період 2023 року [17]. Для Вінницької громади туристичний збір у 2024 році становив 3 121 272 грн, а кількість ночівель зі сплатою турзбору – 79 930 [18]. Такі дані не розкривають усього рекреаційного потенціалу, але допомагають оцінити його фактичну економічну реалізацію. У методиці оцінювання слід урахувувати, що статистичні показники туризму в Україні мають певні обмеження. Не всі туристичні поїздки фіксуються через заклади розміщення; частина внутрішнього туризму є одноденною; сільський, екскурсійний, самодіяльний і подієвий туризм часто недостатньо відображені у звітності. Тому офіційні дані варто поєднувати

з польовими спостереженнями, аналізом сайтів, маршрутів, відгуків, картографічних сервісів, матеріалів громад і туристичних підприємств. Це особливо важливо для Вінниччини, де значна частина потенціалу може бути пов'язана з короткими екскурсійними поїздками, локальними маршрутами та внутрішнім туризмом вихідного дня.

Картографічний аналіз є одним із ключових методів у дослідженні рекреаційного потенціалу. Він дає змогу виявити просторову концентрацію ресурсів, транспортні осі, периферійні зони, вузли туристичної активності та потенційні маршрути. Для Вінниччини картографування може показати роль міста Вінниці як головного туристичного ядра, значення долини Південного Бугу як природно-рекреаційної осі, локалізацію палацово-паркових комплексів, природоохоронних територій, санаторно-курортних ресурсів і культурних центрів. У подальшому це може стати основою для обґрунтування тематичних маршрутів і туристичних кластерів.

SWOT-аналіз доцільно використовувати на завершальному етапі оцінювання, коли вже встановлено основні ресурси, проблеми й можливості території. Сильними сторонами можуть бути вигідне географічне положення, ландшафтна різноманітність, історико-культурна насиченість, зростання внутрішнього туризму, наявність освітніх і екскурсійних компетентностей. Слабкими сторонами можуть бути недостатня туристична інфраструктура окремих громад, слабе просування об'єктів, фрагментарність маршрутів, нерівномірність інвестицій. Можливості пов'язані з розвитком внутрішнього туризму, цифрових сервісів, екотуризму, міжрегіональних маршрутів, партнерства громад і бізнесу. Загрози – з воєнними ризиками, економічною нестабільністю, руйнуванням ресурсів, конкуренцією інших регіонів і недотриманням принципів сталого використання [2; 6]. Оцінювання рекреаційного потенціалу регіону має бути комплексною, поетапною і прикладною.

1.4. Місце регіонального туризму у системі туристичного бізнесу України

Регіональний туризм посідає проміжне, але надзвичайно важливе місце між національною туристичною політикою та локальними туристичними продуктами. Саме на регіональному рівні загальнодержавні цілі розвитку туризму набувають конкретного змісту через маршрути, дестинації, туристичні підприємства, громади, заклади культури, природоохоронні території, інфраструктуру та локальні бренди. Для України, що характеризується значною природною й культурною різноманітністю, регіональний туризм є одним із ключових механізмів територіальної диференціації туристичного бізнесу [2; 8]. Національний туристичний ринок України не є однорідним. Він складається з регіональних туристичних просторів, які мають різну спеціалізацію, рівень розвитку інфраструктури, туристичну впізнаваність і конкурентні переваги. Карпатський регіон асоціюється з гірським, етнокультурним, оздоровчим і зимовим туризмом; Причорномор'я – з морським відпочинком; Київ – з міським, діловим і культурним туризмом; Львівщина – з культурно-пізнавальним і подієвим туризмом; Поділля – з історико-культурними, ландшафтними, палацово-парковими, спелеологічними та рекреаційними ресурсами. Вінниччина у цій системі може розглядатися як частина Подільського туристичного простору з власною спеціалізацією [7; 8].

У Стратегії розвитку туризму та курортів до 2026 року наголошено на необхідності формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту, ефективного використання туристичного та курортно-рекреаційного потенціалу, розвитку туристичних територій, брендингу, інфраструктури та міжрегіональної кооперації [2]. Це означає, що регіони не повинні виступати лише адміністративними одиницями обліку ресурсів. Вони мають бути активними суб'єктами туристичного розвитку, здатними формувати власні продукти, управляти іміджем, залучати бізнес і взаємодіяти з іншими регіонами. Сучасна місія Державного агентства розвитку туризму України пов'язана з формуванням сталої, діджиталізованої системи туризму, прозорою статистикою, інноваційними сервісами, якісним туристичним продуктом і післявоєнним

відновленням галузі [3]. У цьому контексті регіональний туризм є не другорядним сегментом, а основою внутрішньої стійкості туристичного бізнесу. Особливо важливо це в умовах воєнних викликів, коли міжнародні потоки обмежені, а внутрішній туризм, короткі поїздки, екскурсії вихідного дня та локальні маршрути можуть підтримувати підприємництво, зайнятість і бюджети громад. Регіональний туризм виконує кілька важливих функцій у туристичному бізнесі України. Економічна функція полягає у створенні доходів для місцевого бізнесу, робочих місць, податкових надходжень і попиту на супутні послуги. Соціальна функція пов'язана з підвищенням якості життя, розвитком громад, підтримкою локальної ідентичності та можливістю змістовного дозвілля для населення. Просторова функція полягає у залученні до туристичного обігу малих міст, сіл, природних територій і периферійних громад. Культурна функція передбачає популяризацію спадщини, традицій, пам'яток і місцевих наративів. Екологічна функція може проявлятися через формування культури відповідального природокористування, розвиток екостежок і підтримку природоохоронних територій [5; 6] (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Функції регіонального туризму у системі туристичного бізнесу України
[2; 5; 6; 8]

Функція	Зміст	Прояв на регіональному рівні
Економічна	Формування доходів, зайнятості, податкових надходжень, попиту на послуги.	Підтримка готелів, харчування, транспорту, екскурсій, сувенірної виробництва.
Соціальна	Покращення якості дозвілля, залучення громад, розвиток людського капіталу.	Створення можливостей для локальної зайнятості та самореалізації.
Просторова	Залучення різних територій до туристичного обігу.	Розвиток малих міст, сільських громад, природних і культурних локацій.
Культурна	Збереження, інтерпретація та популяризація спадщини.	Екскурсії, музеї, фестивалі, локальні історичні маршрути.
Екологічна	Формування відповідального ставлення до природних комплексів.	Екостежки, природничо-освітні програми, контроль навантаження.
Іміджева	Створення позитивного образу території.	Брендинг області, просування у внутрішньому та загальноукраїнському туристичному просторі.

Для туристичного бізнесу регіональний рівень має практичну перевагу: саме тут формується конкретний продукт, який можна продати туристові. Національна промоція створює загальний імідж країни, але рішення про подорож часто ухвалюється щодо конкретної дестинації, маршруту, події або об'єкта. Тому регіональний туризм потребує чіткого позиціонування. Для Вінниччини таким позиціонуванням можуть бути поєднання міського туризму Вінниці, екскурсійної спадщини Поділля, ландшафтів Південного Бугу, палацово-паркових комплексів, оздоровчого напрямку Хмільника, сільського зеленого туризму і культурних маршрутів. Однією з ключових ознак регіонального туризму є можливість формування *туристичних кластерів*. **Туристичний кластер** можна розуміти як територіальне поєднання ресурсів, підприємств, інфраструктури, освітніх і культурних установ, органів влади та громадських ініціатив, які спільно створюють туристичну пропозицію. Для Вінниччини потенційними ядрами кластеризації можуть бути Вінницький міський туристичний вузол, Хмільницький оздоровчий напрям, Південнобузький рекреаційно-ландшафтний коридор, палацово-паркові маршрути та природоохоронні території. Розвиток таких кластерів підвищує конкурентоспроможність регіону, оскільки дає змогу поєднати окремі ресурси в більш тривалі й змістовні туристичні програми. З позиції внутрішнього туризму Вінниччина має кілька потенційних переваг. По-перше, вона розташована у центральній-західній частині України і має зв'язки з великими міськими ринками попиту. По-друге, регіон може пропонувати відносно короткі подорожі, що відповідає сучасним тенденціям внутрішнього туризму вихідного дня. По-третє, область має поєднання природних і культурних ресурсів, що дає змогу формувати комбіновані маршрути. По-четверте, Вінниця вже має певну впізнаваність як міська дестинація, що може бути використано для ширшого просування області. Водночас місце Вінниччини у туристичному просторі України не можна оцінювати лише через наявні переваги. Регіон конкурує з більш відомими туристичними напрямами, а тому потребує чіткої спеціалізації, системного маркетингу, якісної інфраструктури та професійного екскурсійного

супроводу. Значна частина ресурсів області поки що не має достатньої туристичної інтерпретації, а окремі об'єкти потребують покращення доступності, навігації та сервісу. Саме ці питання будуть розкриті у третьому й четвертому розділах, де аналізуватимуться сучасний стан туристичного бізнесу та перспективи використання рекреаційного потенціалу області.

Загальноукраїнський контекст також свідчить про зростання значення регіонів. Після пандемічних обмежень і в умовах повномасштабної війни туризм в Україні переорієнтовується на внутрішні поїздки, безпечніші території, коротші маршрути, рекреацію поблизу місця проживання та підтримку локального бізнесу. За даними ДАРТ, у 2024 році до бюджетів громад України надійшло майже 273 млн грн туристичного збору [3]. Хоча туристичний збір не є вичерпним показником розвитку туризму, він демонструє фінансовий зв'язок між туризмом, громадами і місцевою економікою. Для Вінниччини важливо, що офіційні дані фіксують позитивну динаміку туристичного збору. Надходження туристичного збору до місцевих бюджетів області у 2024 році становили майже 5,5 млн грн [17], а Вінницька громада повідомила про рекордний показник туристичного збору та зростання кількості ночівель [18]. Ці факти підтверджують, що рекреаційний потенціал області вже має певну економічну реалізацію, але водночас вказують на необхідність розширення туристичної географії за межі обласного центру, розвитку маршрутів, подій, сільських і природничих дестинацій.

У системі туристичного бізнесу України регіональний туризм виконує також освітню та екскурсійну функцію. Він забезпечує умови для шкільних, студентських, краєзнавчих, науково-популярних і професійних подорожей. Регіональний туризм є важливою ланкою туристичного бізнесу України, оскільки саме на цьому рівні ресурси перетворюються на маршрути, послуги, продукти, події, бренди й економічні результати. Для Вінниччини це означає потребу у комплексному підході до аналізу рекреаційного потенціалу: з урахуванням природної та культурної бази, інфраструктури, попиту, управління, маркетингу, сталості та конкурентного позиціонування. Саме така логіка є

основою для подальшого дослідження природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу області у другому розділі. Управління регіональним туризмом доцільно розглядати як систему взаємодії трьох рівнів: *національного, регіонального і локального*. *Національний рівень* задає правові, стратегічні та статистичні рамки розвитку галузі. *Регіональний рівень* забезпечує просторову координацію ресурсів, визначає пріоритетні туристичні зони, формує обласні програми, сприяє міжмуніципальній співпраці та просуванню області. *Локальний рівень* безпосередньо створює туристичний продукт через громади, музеї, садиби, підприємців, гідів, заклади розміщення, події та маршрути. Якщо ці рівні не взаємодіють, рекреаційний потенціал залишається фрагментарним і не перетворюється на сталий бізнес-результат [2; 3]. Для Вінниччини така багаторівнева модель має прикладне значення, оскільки область поєднує різні типи туристичних територій: обласний центр із розвиненішою сервісною базою; малі історичні міста і містечка; природні та водні ландшафтні комплекси; сільські громади з потенціалом зеленого туризму; природоохоронні території; оздоровчо-курортні локації. Кожна з цих територій має власні ресурси й проблеми, однак конкурентоспроможний туристичний продукт виникає лише тоді, коли вони включені у спільну маршрутну, інформаційну та сервісну систему.

Важливою умовою розвитку регіонального туризму є професійне управління дестинацією. У міжнародній практиці управління дестинаціями пов'язується з координацією зацікавлених сторін, плануванням туристичних потоків, забезпеченням якості сервісу, маркетингом, сталим використанням ресурсів і моніторингом ефектів туризму [4; 6]. Для українських регіонів ця логіка особливо актуальна, адже багато ресурсів перебувають у різних формах власності та управління: природоохоронні території, комунальні музеї, приватні садиби, заклади культури, туристичні підприємства, дороги, громадські простори. Без координації між ними турист отримує не цілісний досвід, а набір розрізнених об'єктів. *Окрему роль у регіональному туризмі відіграє екскурсійна діяльність*. Вона є одним із найдоступніших способів введення ресурсів у

туристичний обіг, оскільки не завжди потребує значних капітальних інвестицій, але вимагає якісного змісту, професійного гіда, безпечного маршруту, логістики та методично правильної інтерпретації. Для Вінниччини екскурсійна діяльність може стати інструментом популяризації як відомих, так і маловідомих ресурсів: ландшафтів Побужжя, палацово-паркових ансамблів, археологічних пам'яток, історичних містечок, місць, пов'язаних із видатними постатями, природоохоронних об'єктів і локальних культурних практик. Регіональний туризм також пов'язаний із проблемою сезонності. Частина рекреаційних ресурсів використовується переважно у теплий період року, що знижує економічну стабільність бізнесу. Подолання сезонності можливе через розвиток культурно-пізнавальних маршрутів, музейних програм, гастрономічних подій, конференцій, освітніх екскурсій, оздоровчих послуг, міського туризму, цифрових турів і коротких тематичних поїздок. Для Вінниччини це означає потребу у збалансуванні природно-рекреаційних продуктів із культурними, освітніми, подієвими та оздоровчими пропозиціями, які можуть функціонувати протягом більшої частини року.

Не менш важливою є вимога доказового планування. Розвиток туристичного бізнесу не може спиратися лише на загальні уявлення про привабливість території. Потрібні дані про туристичний збір, ночівлі, відвідуваність об'єктів, профіль туриста, транспортні потоки, онлайн-попит, сезонність, відгуки, якість сервісу, стан інфраструктури та вплив туризму на громади. (табл. 1.6)

Таблиця 1.6

Рівні формування та реалізації регіонального туристичного продукту [2; 3; 4; 8].

Рівень	Основні суб'єкти	Роль у використанні рекреаційного потенціалу
Національний	Центральні органи виконавчої влади, ДАРТ, законодавчі та статистичні інституції.	Формування правових рамок, стратегічних пріоритетів, стандартів, статистичної бази та національного туристичного іміджу.
Регіональний	Обласні органи влади, регіональні туристичні структури, заклади освіти, професійні об'єднання.	Координація ресурсів, визначення пріоритетних зон, просування області, підтримка міжгромадських маршрутів і кластерів.
Локальний	Територіальні громади, музеї, підприємці, гіді, садиби, заклади культури, громадські ініціативи.	Створення конкретних послуг, маршрутів, подій, екскурсій, сервісу й туристичного досвіду.

Практичний результат регіонального туризму значною мірою залежить від того, наскільки ресурси території зібрані у зрозумілі для споживача тематичні пропозиції. Турист рідко обирає абстрактний «потенціал області»; він обирає конкретний маршрут, подію, екскурсію, місце відпочинку, оздоровчу програму або історію, яку хоче пережити. Тому завдання регіону полягає у створенні «пакетів сенсу»: природничих маршрутів, історичних подорожей, водно-ландшафтних прогулянок, палацових турів, гастрономічних вікендів, освітніх екскурсій, рекреаційних програм для родин, молоді, школярів і людей старшого віку. У цьому контексті рекреаційний потенціал є не статичним запасом ресурсів, а матеріалом для конструювання туристичного досвіду. Для подальшого аналізу Вінниччини принципово важливо розмежовувати ресурсну наявність, туристичну освоєність і бізнесову ефективність. Ресурсна наявність відповідає на питання, що саме має територія. Туристична освоєність показує, наскільки ці ресурси доступні, описані, включені в маршрути, забезпечені сервісом і зрозумілі відвідувачеві. Бізнесова ефективність відображає, чи створюють вони попит, доходи, зайнятість, податкові надходження, повторні відвідування і позитивний імідж.

Суттєвим напрямом посилення регіонального туризму є формування міжрегіональних зв'язків. Рекреаційний потенціал окремої області стає помітнішим на ринку, коли він включений у ширші маршрути: Поділля, Центральна Україна, шляхами історичних міст, палацово-парковими комплексами, долинами великих річок, пам'ятками козацької, шляхетської, промислової або меморіальної спадщини. Для Вінниччини міжрегіональний підхід особливо перспективний, оскільки область може поєднуватися з туристичними ресурсами Хмельниччини, Тернопільщини, Черкащини, Київщини та Одещини, виконуючи роль самостійної дестинації і водночас важливого елемента транзитно-маршрутного простору України. Ще одним чинником є кадрове забезпечення. Туристичний бізнес регіону потребує не лише підприємців, а й професійних екскурсоводів, менеджерів туризму, фахівців із маркетингу дестинацій, організаторів подій, інтерпретаторів спадщини,

працівників готельно-ресторанної сфери, адміністраторів туристичних інформаційних центрів. Нарешті, регіональний туризм повинен спиратися на принцип безбар'єрності та інклюзивності. Сучасна туристична дестинація має бути доступною для різних категорій відвідувачів, зокрема сімей з дітьми, людей старшого віку, осіб з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб, іноземних гостей і туристів з різними мовними потребами. Для Вінниччини це означає, що оцінювання рекреаційного потенціалу має враховувати не лише ресурсну привабливість, а й якість доступу, зрозумілість інформації, наявність безпечної навігації, санітарних умов, зручних маршрутів і сервісів, орієнтованих на різні цільові аудиторії.

Висновки до 1 розділу

Встановлено, що рекреаційний потенціал території є інтегральною характеристикою, яка охоплює не лише наявність природних, історико-культурних та інших ресурсів, а й умови їх практичного використання: інфраструктуру, доступність, сервіс, управління, інформаційне просування, екологічні обмеження та попит. Це дає змогу розглядати Вінниччину не лише як територію з певною кількістю ресурсів, а як потенційну регіональну туристичну дестинацію. Рекреаційні ресурси визначено як основу туристичного бізнесу, однак підкреслено, що вони набувають економічного значення лише через перетворення на туристичний продукт. Такий процес передбачає інвентаризацію, оцінювання, облаштування, інтерпретацію, маршрутизацію, сервісне забезпечення та маркетинг. Для Вінниччини це особливо важливо, оскільки область має різноманітні природні, водні, ландшафтні, історико-культурні, природоохоронні й оздоровчі ресурси, частина яких уже використовується, а частина потребує подальшого залучення до туристичного обігу. Запропоновано методичну логіку оцінювання рекреаційного потенціалу регіону, що включає визначення мети дослідження, інвентаризацію ресурсів, вибір системи критеріїв, бальне та експертне оцінювання, аналіз доступності, інфраструктури, ринкової готовності, екологічних і безпекових обмежень.

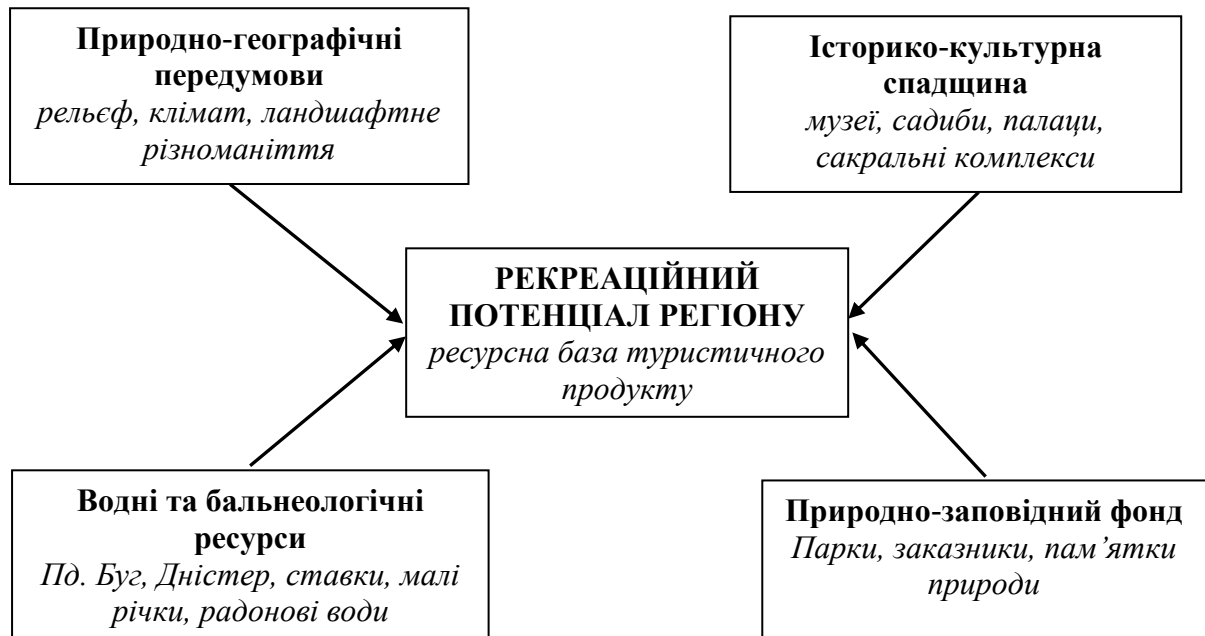
РОЗДІЛ 2. ПРИРОДНО-РЕСУРСНИЙ ТА ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ВІННИЧЧИНИ

Вінницька область посідає вигідне положення у центральній частині Правобережної України, поєднуючи ознаки Подільської та Придніпровської височин, розгалужену мережу річкових долин і значний пласт історико-культурної спадщини. Енциклопедія Сучасної України характеризує територію області як хвилясту лесову рівнину, що поступово знижується з північного заходу на південний схід, а долина Південного Бугу поділяє область на дві природно виразні частини [24]. Саме така поєднаність природних і культурних передумов дає підстави розглядати Вінниччину як перспективний регіон внутрішнього, пізнавального, рекреаційного, лікувально-оздоровчого, екологічного, подієвого та екскурсійного туризму.

Важливо наголосити, що природно-ресурсний та історико-культурний потенціал регіону не є просто сумою окремих об'єктів. Для туристичного бізнесу значення має не лише наявність ресурсу, а й його доступність, впізнаваність, інфраструктурне забезпечення, здатність до інтерпретації, безпечність відвідування та можливість включення в ринковий туристичний продукт. Тому природні ресурси аналізуються у взаємозв'язку з історико-культурними локаціями, об'єктами природно-заповідного фонду, екскурсійними маршрутами й потенційними напрямками використання у туристичному бізнесі області [25].

Природно-географічні передумови розвитку рекреації визначають загальний каркас туристичного освоєння території. Для Вінницької області такими передумовами є положення у межах Правобережного Лісостепу, перехідність між Подільською і Придніпровською височинами, значна розчленованість поверхні річковими долинами, помірно континентальний клімат, наявність водних ресурсів, лісових масивів, мінеральних вод і різноманітних ландшафтних комплексів. У сукупності ці риси створюють підґрунтя для формування рекреаційних територій різного профілю: від

короткочасного приміського відпочинку до лікувально-оздоровчих, екологічних, спортивно-активних та культурно-пізнавальних маршрутів [15; 24].



Загальна специфіка потенціалу проявляється у поєднання Подільських ландшафтів, культурних комплексів та природоохоронних територій

Рис. 2.1. Узагальнена структура природно-ресурсного та історико-культурного профілю Вінниччини

2.1. Природно-географічні передумови формування рекреаційного потенціалу Вінницької області

Регіональне положення Вінниччини має кілька туристично значущих вимірів. Область розміщена у центральній частині України, що забезпечує відносну доступність із різних макрорегіонів країни. Вона межує з низкою областей і Молдовою, що потенційно підсилює можливості міжрегіональних і транскордонних маршрутів. Історично Вінниччина була простором перетину торговельних, культурних, військово-політичних і релігійних шляхів, тому природний каркас території доповнюється щільною мережею культурних осередків, містечок, старих шляхів, садиб, монастирів і музеїв [24; 27]. Рельєф

області є одним з головних чинників формування її рекреаційної привабливості. Хвилясті лесові рівнини, глибоко врізані долини Південного Бугу, Дністра та їхніх приток, балки, яри, виходи кристалічних порід і вапняків створюють пейзажну різноманітність, яка може використовуватися в екологічних стежках, оглядових маршрутах, фототурах, краєзнавчих екскурсіях і навчально-польових практиках. Особливого значення набувають ділянки, де природна виразність поєднується з історико-культурним контекстом: річкові долини з монастирями, городищами, старими поселеннями або місцями пам'яті. У геоморфологічному аспекті територію Вінниччини можна розглядати як простір поступового зниження поверхні з північного заходу на південний схід. Така конфігурація впливає на напрямки стоку, характер долинної мережі, локалізацію водних об'єктів, розміщення населених пунктів і транспортних коридорів. Для туризму це означає, що природна основа області не є одноманітною: північні та центральні частини мають один набір ландшафтно-естетичних рис, а південно-західні придністровські території – інший, більш контрастний і придатний для поєднання пейзажної, сакральної та історичної тематики.

Клімат Вінницької області загалом сприятливий для сезонної рекреації. Помірно континентальні риси з відносно м'якою зимою і теплим літом дають змогу організовувати різні форми відпочинку протягом більшої частини року. Найбільш активним для туризму є весняно-літньо-осінній період, коли поєднуються комфортні температурні умови, пейзажна виразність ландшафтів і можливість проведення екскурсій на відкритому повітрі. Водночас зимовий період може використовуватися для культурно-пізнавальних, музейних, подієвих, гастрономічних і оздоровчих програм. Природно-кліматичні умови області особливо важливі для розвитку короткотривалого відпочинку населення міст і територіальних громад. Саме такі форми рекреації потребують не стільки унікальних природних об'єктів, скільки близькості до місця проживання, безпечного доступу, наявності лісопаркових зон, берегових ділянок, оглядових майданчиків, екостежок, місць для прогулянок і пізнавального дозвілля. У цьому контексті Вінниця, Хмільник, Немирів, Тульчин, Могилів-Подільський,

Жмеринка та інші центри можуть формувати навколо себе локальні рекреаційні зони.

Серед природно-ресурсних чинників особливе місце належить водним ресурсам. За даними екологічного паспорта, територією області протікає близько 3,6 тис. річок загальною протяжністю 11,8 тис. км, які належать до басейнів Південного Бугу, Дністра і Дніпра [15]. Наявність такої мережі створює умови для розвитку прибережної рекреації, водно-пейзажних маршрутів, рибальського туризму, прогулянкових зон, спортивно-активного туризму, водних екскурсій та екологічної освіти. Важливим природним компонентом туристичного потенціалу є мінеральні та лікувальні води. Найвідомішим осередком лікувально-оздоровчої рекреації Вінниччини є Хмільник, що асоціюється з використанням радонових мінеральних вод. Для туристичного бізнесу цей ресурс має високу цінність, оскільки дає змогу формувати стабільний сегмент оздоровчих, санаторно-курортних і реабілітаційних послуг. На відміну від сезонних форм відпочинку, лікувально-оздоровча рекреація має потенціал цілорічного функціонування і може бути поєднана з культурно-пізнавальними екскурсіями по регіону [24].

Лісові масиви та зелені насадження області виконують рекреаційну, кліматорегулювальну, санітарно-гігієнічну й естетичну функції. Вони є простором для прогулянкової рекреації, екологічної освіти, збирання недревних ресурсів, спостереження за природою, проведення спортивно-масових заходів. Однак туристичне використання лісових територій потребує балансування між доступністю і охороною. Перевищення рекреаційного навантаження, засмічення, хаотичне облаштування стоянок і витоптування рослинності можуть знижувати якість рекреаційного середовища. Природно-географічна різноманітність Вінниччини не є рівномірно представленою у туристичному продукті. Частина ресурсів уже має високий рівень впізнаваності, наприклад Південний Буг у Вінниці, Хмільницькі лікувальні ресурси, локації Дністровського напрямку, тоді як значна кількість ландшафтних, геологічних, гідрологічних і природоохоронних об'єктів залишається недостатньо включеною в маршрути.

Це створює резерв для екскурсійного туризму, краєзнавчих програм і локальних туристичних ініціатив.

На рівні регіонального планування природно-географічні передумови мають розглядатися не ізольовано, а в контексті транспортної доступності, стану доріг, наявності інформаційного супроводу, безпеки, сервісної інфраструктури, кадрового забезпечення й брендингу територій. Саме на цьому наголошує Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2021 – 2027 роки, де зазначено потребу в розбудові конкурентоспроможного туристичного продукту на основі раціонального використання природних рекреаційних ресурсів, історико-культурної спадщини та збереження екологічної рівноваги [25]. Природно-географічні передумови Вінницької області формують багатокomпонентну ресурсну основу для рекреаційної діяльності. Її головними рисами є ландшафтна мозаїчність, річково-долинна виразність, кліматична комфортність, наявність лікувально-оздоровчих ресурсів, поєднання природних об'єктів з історичними центрами та можливість створення мережових туристичних маршрутів. У подальших підрозділах ці передумови деталізовано через аналіз ландшафтних, кліматичних, гідрологічних, культурних і природоохоронних ресурсів (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Природно-географічні передумови рекреаційного освоєння Вінницької області

Компонент	Прояв у межах області	Рекреаційне значення
Географічне положення	Центральна частина Правобережної України, зв'язки з сусідніми областями та Молдовою	Можливість формування міжрегіональних і транскордонних маршрутів
Рельєф	Хвилясті лесові рівнини, річкові долини, балки, яри, локальні скельні й схилі ділянки	Пейзажна рекреація, краєзнавчі екскурсії, екологічні стежки
Клімат	Помірно континентальні умови з комфортним теплим періодом	Сезонні екскурсії, оздоровчий відпочинок, активна рекреація
Водні ресурси	Південний Буг, Дністер, притоки, ставки, водосховища	Прибережна рекреація, водно-пейзажні маршрути, рибальський і активний туризм
Бальнеологічні ресурси	Радонові та інші мінеральні води, насамперед Хмільницького напрямку	Санаторно-курортний і лікувально-оздоровчий туризм
Лісові та зелені території	Лісові масиви, парки, зелені зони міст і громад	Короткочасний відпочинок, прогулянкова рекреація, екологічна освіта

2.2. Ландшафтні, кліматичні та гідрологічні рекреаційні ресурси регіону

Ландшафтні ресурси є однією з найважливіших складових рекреаційного потенціалу, оскільки саме вони *формують емоційне сприйняття території*, її образ, фотогенічність, можливості для відпочинку на природі та тематику екскурсійної інтерпретації. Для Вінниччини характерні лісостепові ландшафти, долинно-річкові комплекси, сільськогосподарські рівнини, лісові масиви, схили, балки, ставкові системи, парки й окремі геологічно виразні ділянки. У туристичному вимірі ці ресурси можуть виконувати як самостійну атракційну функцію, так і бути тлом для історико-культурних маршрутів. Пейзажна привабливість області значною мірою пов'язана з річковими долинами. Південний Буг формує один із головних природних образів регіону: у межах Вінниці він створює водно-міський ландшафт, придатний для оглядових екскурсій, прогулянок, фототурів і розвитку набережних просторів. За межами обласного центру долина річки та її приток може стати основою для маршрутів, що поєднують природні краєвиди, історію поселень, об'єкти технічної спадщини, млини, греблі, мости й локальні легенди [15; 24].

Дністровський напрям Вінниччини має інший рекреаційний характер. Тут сильніше виражені схилі, скельні, каньйоноподібні й оглядові ландшафти, які створюють умови для пізнавального, сакрального, етнокультурного і пейзажного туризму. Особливо перспективним є поєднання Дністровських краєвидів з Лядівським скельним монастирем, історико-культурним заповідником «Буша», селами з виразною локальною ідентичністю та пам'ятками археології. Такий тип територій є цінним для маршрутів вихідного дня, тематичних екскурсій і туристичних програм, орієнтованих на поєднання природи та спадщини.

Кліматичні ресурси Вінниччини варто оцінювати не лише через середні показники температури й опадів, а і через їхній вплив на тривалість туристичного сезону, комфортність перебування, можливість проведення відкритих заходів, екскурсій, фестивалів, рекреації на берегах водойм і санаторно-курортного лікування. Найсприятливішим для масових форм рекреації є період з кінця весни до початку осені. Водночас міжсезоння може бути використане для культурно-

пізнавального, освітнього, гастрономічного та оздоровчого туризму. Гідрологічні ресурси мають комплексне значення. З одного боку, річки, ставки й водосховища створюють умови для відпочинку біля води, рибальства, прогулянкових маршрутів, спостереження за природою. З іншого боку, вони підвищують естетичну цінність території, формують видові точки, впливають на мікроклімат і можуть бути включені до екологічної освіти. За даними екологічного паспорта, 62 % площі басейнів водних об'єктів області припадає на Південний Буг, 28 % – на Дністер, 10 % – на Дніпро [15]. Важливою особливістю гідрологічної мережі є велика кількість ставків. Екологічний паспорт зазначає, що в області розміщено понад 5300 ставків загальним обсягом 246 млн м³ і площею водного дзеркала понад 24 тис. га [15]. Для рекреаційного використання це означає значний резерв локального відпочинку, однак якість такого ресурсу залежить від стану берегів, водоохоронних зон, санітарної безпеки, під'їздів, наявності зонованих місць відпочинку та механізмів контролю рекреаційного навантаження.

Річки та водойми області можуть бути використані у туристичному бізнесі по-різному. Для масового туризму найбільш доступними є прогулянкові, оглядові й подієві формати, прив'язані до міських набережних або відомих природних локацій. Для спеціалізованого туризму перспективними є маршрути для рибалок, байдаркові та SUP-прогулянки на безпечних ділянках, орнітологічні спостереження, навчальні екскурсії з гідрології, екологічного моніторингу та природоохоронної тематики. Водночас такі продукти потребують чітких правил безпеки і сезонної адаптації.

Ландшафтно-кліматичний потенціал регіону тісно пов'язаний з розвитком сільського зеленого туризму. Сільські території Вінниччини можуть пропонувати відпочинок у природному середовищі, знайомство з локальними ремеслами, подільською кухнею, традиційним господарством, садами, ставками, городищами, старими церквами і місцевими музеями. Проте сам факт наявності мальовничого ландшафту не гарантує туристичного результату: потрібні гостинність, якісний сервіс, навігація, онлайн-присутність, безпечні маршрути й

партнерство з громадами. Окремого значення набувають зелені території населених пунктів. Парки, лісопарки, прибережні зони, сквери й історичні садиби створюють середовище для щоденної рекреації населення та водночас можуть бути включені до міських екскурсій. У Вінниці таким ресурсом є поєднання міської історії з долиною Південного Бугу, музеями, архітектурними об'єктами та публічними просторами. У менших містах області роль рекреаційних осередків можуть виконувати палацово-паркові комплекси, старі парки, садиби та берегові ділянки. Рекреаційна цінність ландшафтів залежить також від їхньої збереженості. Інтенсивне землекористування, розорювання схилів, забудова берегових смуг, засмічення, деградація малих річок і хаотичне рекреаційне навантаження можуть знижувати привабливість навіть потенційно цікавих територій. Тому розвиток туризму у Вінницькій області має спиратися на принципи сталого використання ландшафтів, екологічної освіти відвідувачів і відповідального поводження громад та бізнесу з природними ресурсами.

Для екскурсознавчої практики ландшафтні ресурси Вінниччини мають важливу інтерпретаційну функцію. Через них можна пояснювати зв'язок між рельєфом і заселенням, річками і транспортними шляхами, водними ресурсами і господарством, природним середовищем і культурною пам'яттю. Саме такий підхід дає можливість вийти за межі простого огляду об'єктів і сформувати змістовну екскурсію, у якій природна основа регіону розкриває логіку його історичного та туристичного розвитку. Ландшафтні, кліматичні й гідрологічні ресурси Вінниччини створюють достатню основу для розвитку широкого спектра рекреаційної діяльності. Найбільш перспективними є прибережна та пейзажна рекреація, екологічні стежки, водно-оглядові маршрути, сільський зелений туризм, санаторно-курортні послуги, природничо-краєзнавчі екскурсії та поєднані природно-культурні тури. Проблемним залишається питання перетворення ресурсів на впорядковані туристичні продукти з належною інфраструктурою, сервісом і маркетингом (рис. 2.2, 2.3) (табл. 2.2).

Басейнова структура водних об'єктів Вінницької області

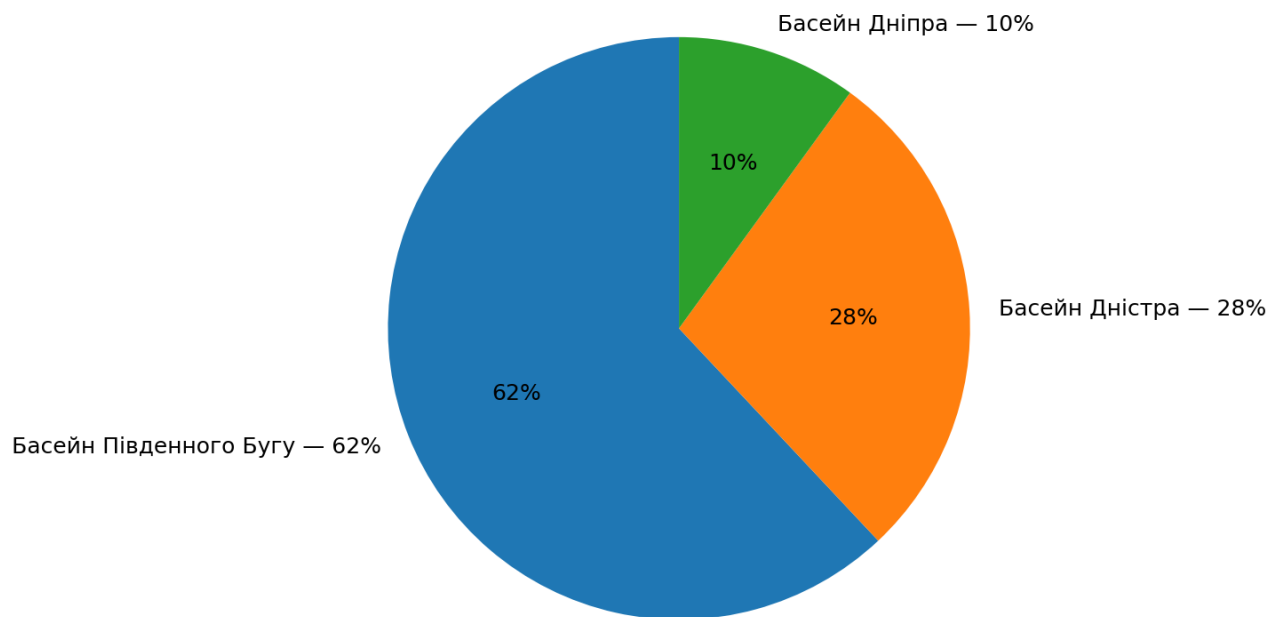


Рис. 2.2. Басейнова структура водних об'єктів Вінницької області, % [15]



Рис. 2.3. Південний Буг у Вінниці як водно-пейзажний ресурс міського туризму

Таблиця 2.2

Ландшафтні, кліматичні та водні ресурси Вінниччини у туристичному використанні

Група ресурсів	Приклади прояву	Можливі туристичні продукти	Обмеження використання
Річкові долини	Південний Буг, Дністер, притоки	Водно-пейзажні маршрути, оглядові екскурсії, фототури	Стан берегів, безпека, сезонність
Ставки й водосховища	Понад 5300 ставків за даними екологічного паспорта [15]	Локальний відпочинок, рибальство, екоосвіта	Якість води, зарегульованість, інфраструктура
Лісостепові ландшафти	Хвилясті рівнини, балки, лісові масиви	Екостежки, сільський зелений туризм, навчальні екскурсії	Рекреаційне навантаження, засмічення
Кліматичні умови	Комфортний теплий період, м'які міжсезоння	Екскурсії, подієвий туризм, оздоровчі програми	Погодні ризики, нерівномірність сезону
Бальнеологічні ресурси	Радонові та мінеральні води Хмільницького напрямку	Санаторно-курортний, лікувально-оздоровчий туризм	Потреба медичної та сервісної інфраструктури

2.3. Історико-культурна спадщина Вінниччини як чинник розвитку туризму

Історико-культурна спадщина є одним із ключових чинників туристичної привабливості Вінниччини, оскільки саме вона перетворює територію з природного простору на змістовну туристичну дестинацію. Область має багат шарову історію, у якій поєдналися археологічні пам'ятки, подільські містечка, сакральні комплекси, палацово-паркові ансамблі, меморіальні музеї, місця життя і діяльності видатних постатей, фортифікаційні залишки, об'єкти міської архітектури та етнокультурні традиції. Для екскурсознавства це створює надзвичайно широкий тематичний діапазон. Офіційний перелік пам'яток культурної спадщини національного значення Вінницької області, оприлюднений Вінницькою обласною військовою адміністрацією, включає такі важливі для туристичного використання об'єкти, як садиба М. М. Коцюбинського, склеп-могила та садиба М. І. Пирогова, пам'ятки монументального мистецтва, сакральні та архітектурні комплекси [27]. Перелік пам'яток місцевого значення додатково фіксує значну кількість об'єктів міської

забудови, архітектури, історії та мистецтва, зокрема у Вінниці [28]. Для туристичного бізнесу важливо, що спадщина Вінниччини представлена не одним типом об'єктів, а цілою системою ресурсів. Музейна спадщина формує пізнавальний і освітній сегменти; сакральна спадщина – паломницькі, культурно-релігійні та історичні маршрути; палацово-паркові комплекси – екскурсійні, подієві та фототуристичні продукти; археологічні пам'ятки – краєзнавчі й науково-популярні маршрути; міська архітектура – оглядові екскурсії та тематичні прогулянки.

Одним із найбільш відомих культурно-меморіальних об'єктів області є Національний музей-садиба М. І. Пирогова у Вінниці. Офіційний сайт музею зазначає, що він розташований у південно-західній частині міста, у садибі Вишня, де Пирогов провів останні роки життя [29]. Туристична цінність цього об'єкта полягає у поєднанні меморіального простору, музейної експозиції, садибного ландшафту, парку та історії медицини. Для освітнього туризму музей може бути використаний не лише як біографічна локація, а і як приклад міждисциплінарної інтерпретації науки, культури й міського простору. Вінниця як обласний центр має важливе значення для формування туристичного іміджу всього регіону. Тут концентруються музеї, пам'ятки архітектури, сакральні споруди, набережні простори, театральні й подієві майданчики, об'єкти повсякденної міської культури. Для екскурсійного туризму місто може виконувати функцію стартового пункту подорожей регіоном. Воно здатне поєднувати оглядові міські екскурсії з виїзними маршрутами до Пирогова, Немирова, Тульчина, Буші, Лядови, Хмільника, Жмеринки та інших туристичних осередків.

Особливе місце у спадщині області займає Державний історико-культурний заповідник «Буша». Його офіційний сайт подає заповідник як окрему культурну інституцію у селі Буша Могилів-Подільського району [30]. У туристичному вимірі Буша цінна не лише окремими об'єктами, а цілісним культурним ландшафтом, де поєднуються фортифікаційна пам'ять, археологія, скельні форми, парк скульптур, місцеві легенди та прикордонно-дністровський

контекст. Такий ресурс є особливо придатним для екскурсій, шкільних і студентських маршрутів, історико-краєзнавчих турів та культурних подій.

Палац Потоцьких у Тульчині є одним із найпомітніших палацово-паркових об'єктів Вінниччини. Туристичні матеріали Тульчинської громади характеризують його як один із кращих зразків української архітектури у стилі класицизму та називають «Подільським Версалем» [31]. Його туристична цінність полягає у масштабності архітектурного ансамблю, історичній репрезентативності, потенціалі подієвого використання, можливості включення до маршрутів «палацової Вінниччини» і поєднання з музичними, мистецькими та культурними подіями.

Сакральна спадщина Вінниччини має потужний потенціал для паломницького й культурно-пізнавального туризму. Серед найвиразніших об'єктів – Лядівський скельний монастир, розташований у Дністерському ландшафтному контексті. Описові матеріали підкреслюють його розміщення біля села Лядова на скельній терасі над Дністром [32]. Поєднання природної панорами, сакральної архітектури, печерних просторів і давньої традиції робить цю локацію однією з найсильніших для створення емоційно насиченого туристичного маршруту.

Палацово-паркові комплекси Немирова, Тульчина, окремих сіл і містечок області можуть розглядатися як ресурс розвитку культурно-пізнавального, весільного, фототуристичного, подієвого та ностальгійного туризму. Їхня проблематика полягає у різному стані збереженості, неоднаковому рівні доступності й часто недостатній туристичній інтерпретації. Для багатьох об'єктів потрібні не лише реставраційні заходи, а й створення зрозумілих маршрутів, інформаційних табличок, цифрових описів, аудіогідів і партнерств із громадами.

Історико-культурна спадщина Вінниччини важлива також для формування регіональної ідентичності. Турист, який відвідує область, сприймає її не тільки через набір пам'яток, а через образ Поділля, річкових долин, містечкової культури, багатоконфесійної історії, видатних персоналій і традицій гостинності.

Саме тому екскурсійний продукт має будуватися не за принципом механічного переліку об'єктів, а за принципом тематичних історій: «медична Вінниця», «палацова Вінниччина», «дністровські святині», «Буша і прикордонна пам'ять», «літературні постаті Поділля», «міста на Південному Бузі». Сучасний туристичний бізнес потребує адаптації культурної спадщини до різних аудиторій. Для школярів важлива простота пояснення, інтерактивність і виховний компонент; для студентів – проблемність, джерельність і міждисциплінарність; для внутрішніх туристів – емоційність, безпечна логістика і зрозумілий сервіс; для іноземних відвідувачів – якісний переклад, англійська мова, інформація, контекстуалізація української історії та уникнення локальних термінів без пояснення.

Проблемою залишається недостатня інтеграція окремих пам'яток у цілісні туристичні ланцюги. Багато об'єктів мають високу історичну або архітектурну цінність, але не виконують повною мірою туристичної функції через слабе інформаційне представлення, нерегулярний режим доступу, поганий стан доріг або відсутність супутніх сервісів. Отже, ефективне використання історико-культурного потенціалу вимагає не лише охорони пам'яток, а й організації туристичного середовища навколо них. Історико-культурна спадщина Вінниччини є однією з базових конкурентних переваг регіону. Вона забезпечує змістовне наповнення туристичних маршрутів, розширює можливості екскурсійної діяльності, підтримує локальну ідентичність і створює умови для розвитку малого туристичного бізнесу в громадах. Найперспективнішими є ті формати, у яких пам'ятка, природний ландшафт, локальна історія, сервіс і подієва активність поєднані в єдиний туристичний продукт (рис. 2.4) (рис. 2.5).

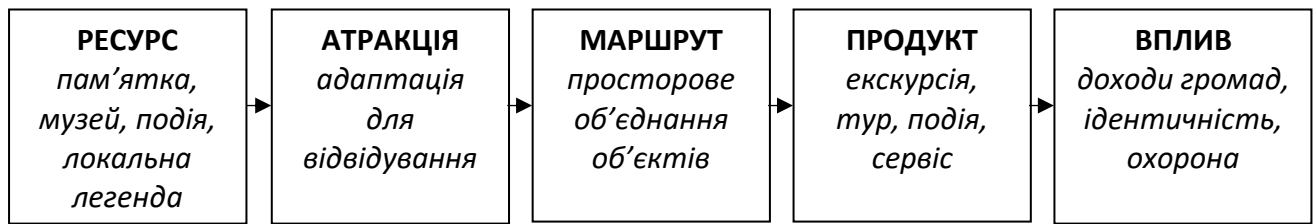


Рис. 2.4. Національний музей-садиба М. І. Пирогова у Вінниці



Рис. 2.5. Палац Потоцьких у Тульчині як ресурс культурно-пізнавального та подієвого туризму

Логіка туристичної інтерпретації історико-культурної спадщини



Для туристичної інтерпретації історико-культурної спадщини важливо не лише фіксувати наявність пам'яток, а й перетворювати їх на зрозумілі, доступні та тематично пов'язані туристичні продукти, що формують інтерес відвідувачів, посилюють локальну ідентичність і сприяють збереженню культурної спадщини.

Рис. 2.6. Модель перетворення історико-культурної спадщини на туристичний продукт

Таблиця 2.3

Історико-культурні ресурси Вінниччини та їх туристична функція

Тип ресурсу	Приклади	Туристична функція
Меморіальні музеї	Музей-садиба М. І. Пирогова, садиба М. М. Коцюбинського	Біографічні, освітні, науково-популярні екскурсії
Палацово-паркові комплекси	Палац Потоцьких у Тульчині, садибні комплекси Немирівського напрямку	Культурно-пізнавальні маршрути, події, фототуризм
Сакральні об'єкти	Лядівський скельний монастир, монастирські й храмові комплекси Поділля	Паломницький, духовно-культурний, пізнавальний туризм
Археологічні та історичні локації	Буша, городища, давні поселення, місця пам'яті	Краєзнавчі, шкільні, студентські й тематичні маршрути
Міська архітектура	Історична забудова Вінниці, Жмеринки, Тульчина, Могилева-Подільського	Оглядові прогулянки, архітектурні й урбаністичні екскурсії
Нематеріальна спадщина	Локальні традиції, гастрономія, подільські легенди, фестивалі	Подієвий, гастрономічний, етнокультурний туризм

2.4. Об'єкти природно-заповідного фонду та їх туристично-рекреаційне значення

Природно-заповідний фонд є важливим структурним елементом рекреаційного потенціалу Вінницької області, оскільки поєднує природоохоронну, наукову, освітню, естетичну та рекреаційну функції. Об'єкти природно-заповідного фонду (ПЗФ) не можуть розглядатися лише як території з обмеженим господарським використанням, у контексті сталого туризму вони виступають осередками екологічної культури, просторами природничої освіти, пунктами екологічних стежок, об'єктами спостереження за природою і важливими елементами туристичного іміджу регіону. За офіційним переліком територій та об'єктів природно-заповідного фонду, розташованих у Вінницькій області станом на 01.09.2024 року, в області нараховується 433 об'єкти ПЗФ загальною площею 66783,8437 га; фактична площа територій та об'єктів ПЗФ області становить 60218,4937 га [26]. Ці показники свідчать про значний природоохоронний ресурс, який може бути використаний для екологічно відповідальних форм туризму за умови дотримання режимів охорони.

Туристично-рекреаційне значення ПЗФ залежить від категорії об'єкта, його площі, доступності, стану інфраструктури, наявності екологічних стежок, інформаційних матеріалів і допустимого режиму відвідування. Для рекреації найбільш придатними є території, де природоохоронні обмеження поєднуються з можливістю контрольованого відвідування: регіональні ландшафтні парки, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, окремі заказники, пам'ятки природи та заповідні урочища. Натомість найбільш чутливі території мають використовуватися передусім для науки й охорони природи. Об'єкти ПЗФ можуть бути інтегровані у туристичний продукт різними способами. Перший спосіб – створення екологічних стежок з короткими пояснювальними зупинками. Другий – включення природоохоронних об'єктів до комплексних маршрутів, де вони доповнюють культурні або історичні пам'ятки. Третій – проведення освітніх заходів, польових занять, волонтерських природоохоронних акцій і тематичних екскурсій. Четвертий – розвиток повільного туризму, що передбачає

неквапливе спостереження за ландшафтом, рослинністю, річковими долинами та локальною природою.

Для Вінниччини особливо актуальним є поєднання ПЗФ із долинними ландшафтами. Річкові долини, схили, ліси, степові фрагменти, джерела і геологічні відслонення створюють умови для пояснення природної історії регіону. Екскурсійна інтерпретація таких об'єктів може охоплювати теми походження рельєфу, водної мережі, лісостепових екосистем, впливу людини на природу, охорони біорізноманіття і необхідності сталого туризму. Природно-заповідні об'єкти можуть підсилювати конкурентоспроможність туристичних маршрутів, якщо їх подавати не як ізольовані точки, а як частини цілісної історії території. Наприклад, маршрут уздовж Дністра може поєднувати ландшафтні краєвиди, Лядівський скельний монастир, Бушу, природоохоронні території та локальні музеї. Такий підхід дозволяє одночасно розкривати природні, історичні, сакральні та етнокультурні ресурси регіону. Важливою проблемою використання ПЗФ у туризмі є ризик надмірної рекреаційної експлуатації. Невпорядковані стоянки, рух транспорту поза дорогами, витоптування рослинності, розведення вогнищ, шумове навантаження, засмічення і порушення режиму охорони можуть руйнувати саме ті природні цінності, які роблять територію привабливою. Тому туристичне використання ПЗФ має бути засноване на зонуванні, лімітуванні відвідування чутливих ділянок, інформаційних щитах, екологічному супроводі та партнерстві з природоохоронними установами. Для громад Вінницької області ПЗФ може стати ресурсом локального розвитку. Наявність природоохоронного об'єкта підвищує впізнаваність території, створює підстави для екостежок, місцевих екскурсій, освітніх програм, зелених садиб, крафтових продуктів і подієвих ініціатив. Проте економічний ефект можливий лише тоді, коли громада має чітке бачення використання ресурсу, дотримується природоохоронного режиму і забезпечує базові умови для прийому відвідувачів.

Окрему групу становлять парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва та історичні парки. Вони мають подвійне значення: природне і культурне. Для

туризму це особливо цінно, оскільки парк може бути частиною палацового ансамблю, садиби, санаторного комплексу або міського маршруту. У такому разі екскурсія може поєднувати історію власників, архітектуру, дендрологічні особливості, ландшафтне планування та сучасне рекреаційне використання території. Інформаційне представлення ПЗФ залишається одним із ключових завдань. Багато природоохоронних об'єктів відомі фахівцям, але не мають достатньої присутності в туристичних маршрутах і цифрових сервісах. Для туристичного бізнесу потрібні короткі описи, карти доступу, правила відвідування, фото, маршрути, контакти відповідальних установ і пояснення цінності об'єкта простою мовою. Без цього навіть цінний природний ресурс не перетворюється на туристичний продукт. В освітньому туризмі об'єкти ПЗФ Вінниччини можуть виконувати роль природничих лабораторій. На їхній основі можна проводити заняття з географії, екології, краєзнавства, туризмознавства, екскурсознавства, природоохоронної справи. Природно-заповідний фонд Вінниччини має значний туристично-рекреаційний потенціал, але його використання має бути підпорядковане природоохоронним пріоритетам. Найдоцільнішими є освітні, екологічні, пейзажні, краєзнавчі та повільні форми туризму. У стратегічному вимірі ПЗФ може стати основою для формування екологічного іміджу регіону, розвитку маршрутів у громадах і підвищення культури природокористування (рис. 2.7).

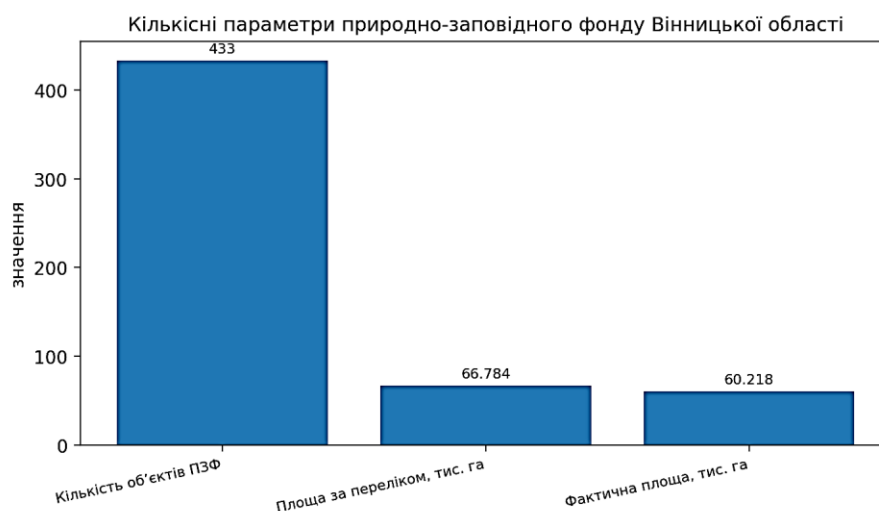


Рис. 2.7. Кількісні параметри природно-заповідного фонду Вінницької області за офіційним переліком станом на 01.09.2024 р. [26]



Рис. 2.8. Лядівський скельний монастир



Рис. 2.9. Історико-культурний заповідник «Буша»

Таблиця 2.4

Туристично-рекреаційні функції об'єктів природно-заповідного фонду
Вінниччини

Функція	Зміст	Практичний результат для туризму
Природоохоронна	Збереження цінних природних комплексів, біорізноманіття, ландшафтів	Підтримання якості рекреаційного середовища
Екологічно-освітня	Пояснення природних процесів, правил поведінки, цінності природи	Екостежки, шкільні й студентські екскурсії
Пейзажна	Формування естетично привабливих краєвидів	Фототуризм, оглядові точки, маршрути вихідного дня
Науково-пізнавальна	Можливість польових спостережень і досліджень	Практики, навчальні тури, експедиції
Іміджева	Позиціонування громад як екологічно цінних територій	Локальний бренд, промоція територій, зелений туризм
Регулятивна	Встановлення режиму використання і правил відвідування	Збалансування туризму та охорони природи

2.5. Комплексна оцінка природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу Вінниччини для потреб туризму

Комплексна оцінка потенціалу Вінниччини показує, що область має достатньо ресурсів для формування конкурентоспроможного туристичного продукту, проте рівень їхнього залучення до туристичного бізнесу є нерівномірним. Найбільш впізнаваними залишаються окремі міські, меморіальні, санаторно-курортні та палацово-паркові об'єкти. Натомість значний пласт ландшафтних, природоохоронних, сільських, археологічних, сакральних і маловідомих історичних ресурсів потребує кращої інтерпретації та системного включення в маршрути. Сильна сторона Вінниччини полягає в поєднанні різних типів ресурсів на відносно компактній території. Туристичний продукт області може будуватися за принципом *«природа + спадщина + подія + локальна гостинність»*. Наприклад, поїздка до Тульчина може поєднувати палац Потоцьких, міську історію, музичну традицію і гастрономічні пропозиції; маршрут до Буші – історію, археологію, скельні форми, парк скульптур і місцеві легенди; Дністровський напрям – сакральну спадщину, панорами, природоохоронні території та сільський туризм.

Слабкою стороною є фрагментарність туристичного освоєння. Частина ресурсів функціонує як самостійні точки без достатнього маршрутного об'єднання. Нерідко бракує сучасної навігації, інформаційних матеріалів, англomовних описів, зручних цифрових карт, регулярних екскурсій, сервісів бронювання та комунікації між громадами. Для освітньої програми «Туризм. Екскурсознавство» це означає потребу у підготовці фахівців, які вміють не лише описувати ресурси, а й перетворювати їх на продукт. Значною можливістю є розвиток внутрішнього туризму. Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2021 – 2027 роки вказує на необхідність створення цілісної ефективної системи, спрямованої на розбудову конкурентоспроможного туристичного продукту та комплексний розвиток територіальних громад за умови збереження екологічної рівноваги й історико-культурної спадщини [25]. У сучасних умовах саме внутрішній турист, шкільні та студентські групи, родинні подорожі, маршрути вихідного дня і короткі тематичні тури можуть стати основою попиту. Перспективним напрямом є створення тематичних туристичних кластерів. Для Вінниччини можна виокремити кілька таких кластерів: «Вінниця музейно-міська», «Хмільник оздоровчий», «Тульчин палацово-мистецький», «Дністер сакральнo-ландшафтний», «Буша історико-культурна», «Південний Буг рекреаційний», «Подільські містечка», «Палаци і парки Вінниччини». Кожен кластер має об'єднувати не лише пам'ятки, а й логістику, гідів, харчування, сувеніри, події та інформаційний супровід. Для підвищення конкурентоспроможності природно-ресурсного потенціалу необхідно переходити від загальних тверджень про «мальовничу природу» до конкретних туристичних пропозицій. Це можуть бути маршрути вздовж річкових долин, екостежки з короткими тематичними зупинками, оглядові майданчики, програми спостереження за природою, водні активності на безпечних ділянках, тури до природоохоронних об'єктів із супроводом фахівців. Для таких продуктів важливо прописати тривалість, складність, сезонність, правила поведінки та цільову аудиторію.

Історико-культурний потенціал потребує якісної інтерпретації. Туристичний текст має пояснювати, чому пам'ятка важлива, як вона пов'язана з історією регіону, які постаті або події з нею асоціюються, чим вона відрізняється від інших об'єктів, які емоції та знання отримує відвідувач. Без цього пам'ятка залишається «місцем для фото», але не стає повноцінною туристичною атракцією. Тому важливо розробляти сценарії екскурсій, аудіогіди, короткі описи, інтерактивні завдання і матеріали для різних вікових груп.

Окремим резервом є цифровізація туристичного представлення області. Для природних і культурних ресурсів потрібні якісні фото, геолокації, короткі описи українською та англійською мовами, онлайн-карти, QR-коди, віртуальні тури, календар подій, контактні дані, рекомендації щодо маршруту і безпеки. Цифровий супровід не замінює живої екскурсії, але істотно підвищує доступність ресурсів і допомагає туристу планувати подорож. Комплексна оцінка показує, що природно-ресурсний та історико-культурний потенціал Вінниччини має переважно середній і високий рівень придатності для розвитку внутрішнього туризму. Найвищий потенціал мають об'єкти та території, де поєднані ресурсна цінність, транспортна доступність, історична впізнаваність і можливість створення готового туристичного продукту. До таких належать Вінниця, Хмільник, Тульчин, Буша, Лядова, Немирівський напрям, дністровські ландшафти та окремі природоохоронні території. Вінниччина має ресурсну основу для посилення позицій у туристичному просторі України. Природні ландшафти, водні ресурси, бальнеологічні можливості, історико-культурна спадщина і природно-заповідний фонд створюють передумови для розвитку різних видів туризму. Водночас головним завданням є не лише збереження і опис ресурсів, а їхнє професійне перетворення на екскурсійні маршрути, туристичні продукти, локальні бренди і сталі моделі розвитку громад. (табл. 2.5)

Таблиця 2.5

Узагальнена оцінка туристичного використання ресурсів Вінниччини

Група ресурсів	Рівень туристичної придатності	Найперспективніші формати використання	Першочергові потреби
Природно-ландшафтні	Високий у долинних і пейзажних районах, середній на аграрних рівнинах	Екостежки, оглядові маршрути, фототуризм, сільський зелений туризм	Навігація, благоустрій, контроль навантаження
Водні	Високий у міських і дністровських локаціях, середній на локальних ставках	Прогулянки, прибережна рекреація, рибальство, водно-пізнавальні маршрути	Безпека, якість води, облаштовані береги
Бальнеологічні	Високий у Хмельницькому напрямі	Санаторно-курортний і лікувально-оздоровчий туризм	Медичний сервіс, маркетинг, поєднання з екскурсіями
Історико-культурні	Високий у відомих центрах, середній у маловідомих громадах	Оглядові й тематичні екскурсії, події, освітні тури	Інтерпретація, реставрація, цифрові матеріали
Природно-заповідні	Високий для екоосвіти, контрольований для масового відпочинку	Екостежки, навчальні маршрути, slow tourism	Режим охорони, інформаційні щити, супровід фахівців
Подієво-культурні	Середній із тенденцією до зростання	Фестивалі, гастрономічні й мистецькі події	Календар подій, промоція, сталі партнерства

Висновки до 2 розділу

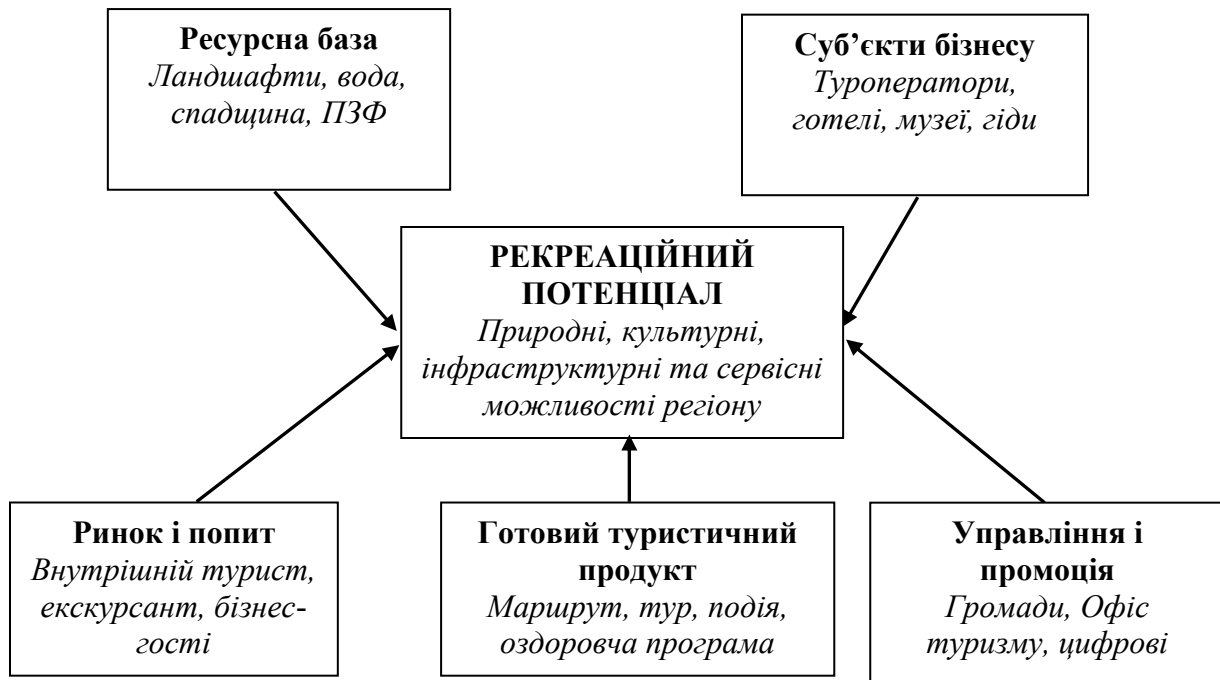
У другому розділі встановлено, що природно-ресурсний та історико-культурний потенціал Вінниччини має багатокомпонентну структуру і формується завдяки поєднанню природно-географічного положення, лісостепових ландшафтів, річкових долин, водних ресурсів, бальнеологічних чинників, історико-культурної спадщини та мережі природно-заповідного фонду. Ці складові не лише забезпечують рекреаційну привабливість території, а й створюють основу для формування туристичних продуктів різного профілю. Природно-географічні передумови Вінницької області характеризуються ландшафтною різноманітністю, помірно комфортними кліматичними умовами, значною гідрологічною мережею та наявністю лікувально-оздоровчих ресурсів. Найціннішими для туризму є долини Південного Бугу і Дністра, ставкові системи, зелені території міст і громад, лісові масиви, палацово-паркові

комплекси та Хмільницький бальнеологічний напрям. Історико-культурна спадщина Вінниччини має високий потенціал для екскурсійного, освітнього, сакрального, подієвого та культурно-пізнавального туризму. Її репрезентують Національний музей-садиба М. І. Пирогова, садиба М. М. Коцюбинського, палац Потоцьких у Тульчині, заповідник «Буша», Лядівський скельний монастир, історична забудова міст, меморіальні об'єкти, сакральні комплекси й локальні традиції. Найбільший ефект ці ресурси можуть дати за умови якісної інтерпретації та об'єднання в тематичні маршрути. Природно-заповідний фонд області, що станом на 01.09.2024 р. включає 433 об'єкти ПЗФ за офіційним переліком, є важливою основою екологічної освіти, пейзажної рекреації та сталого туризму [26]. Його використання має бути контрольованим і підпорядкованим природоохоронному режиму, оскільки надмірне рекреаційне навантаження може знизити цінність природних комплексів. Важливим висновком є те, що туристична цінність ресурсів Вінниччини не визначається лише їхньою кількістю. Вирішальне значення мають доступність, інформаційна представленість, безпека відвідування, наявність сервісів, якість екскурсійного супроводу та здатність громади перетворити природний чи культурний об'єкт на зрозумілий для туриста продукт. Саме тому перспективи регіону пов'язані не тільки з охороною ресурсів, а й з професійним менеджментом територій, розвитком локальних партнерств і формуванням сталих туристичних маршрутів. Загалом Вінниччина має достатній ресурсний потенціал для посилення позицій у туристичному бізнесі України. Головними завданнями залишаються систематизація ресурсів, створення якісних маршрутів, цифрове представлення об'єктів, розвиток інфраструктури, підготовка фахівців з екскурсійної інтерпретації, залучення громад і перехід від ресурсного опису до готового туристичного продукту.

РОЗДІЛ 3. ВІННИЧЧИНА В СИСТЕМІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Рекреаційний потенціал набуває економічного змісту тоді, коли він включається в систему туристичного бізнесу через конкретні форми обслуговування туристів: розміщення, харчування, транспорт, екскурсійний супровід, інформаційний сервіс, бронювання, промоцію, подієву організацію, сувенірну продукцію, медичні й оздоровчі послуги. Саме тому аналіз сучасного стану туристичного бізнесу Вінницької області має поєднувати ресурсний, інфраструктурний, ринковий та управлінський аспекти [1; 14]. У системі українського туризму Вінниччина не належить до класичних масових дестинацій на зразок Карпатського регіону, Причорномор'я або великих історико-культурних центрів, однак має власну конкурентну нішу. Її формують центральне географічне положення, рекреаційні ландшафти Поділля, Південний Буг і Дністровський напрям, санаторно-курортний потенціал Хмільника, історичні міста й містечка, музейні комплекси, сакральні об'єкти, події ініціативи та зростаюча туристична промоція Вінниці як міського центру гостинності [40; 41; 42].

Водночас важливо враховувати, що туристичний бізнес Вінниччини розвивається не лише на основі наявних рекреаційних ресурсів, а й завдяки поступовому формуванню туристичного продукту, здатного зацікавити різні категорії відвідувачів. Для області характерне поєднання пізнавального, культурно-історичного, лікувально-оздоровчого, сільського зеленого, подієвого та екскурсійного туризму. Особливу роль у цьому процесі відіграють локальні туристичні маршрути, що поєднують природні ландшафти, архітектурну спадщину, музеї, пам'ятки історії, гастрономічні традиції та елементи нематеріальної культурної спадщини. Такий підхід дає змогу не лише урізноманітнювати туристичні пропозиції, а й залучати до туристичного обслуговування місцеві громади, малий і середній бізнес, заклади культури, освіти та сфери послуг.



Ефективність туристичного бізнесу Вінниччини зростає тоді, коли наявні ресурси не залишаються лише об'єктами показу, а перетворюються на комплексний туристичний продукт із продуманою логістикою, якісним сервісом, інформаційним супроводом та емоційною цінністю для відвідувача.

Рис. 3.1. Модель включення рекреаційного потенціалу Вінниччини в систему туристичного бізнесу

3.1. Сучасний стан розвитку туристичного бізнесу у Вінницькій області

Сучасний туристичний бізнес Вінницької області формується в умовах одночасного впливу кількох процесів: переорієнтації попиту на внутрішні подорожі, воєнних обмежень і безпекових ризиків, зміни структури туристичних потоків, цифровізації туристичної інформації, посилення ролі територіальних громад і зростання значення коротких подорожей вихідного дня. За таких обставин регіони, які можуть запропонувати безпечний, доступний, змістовний і відносно недорогий туристичний продукт, отримують додаткові можливості для розвитку локального бізнесу [14; 39]. Для Вінниччини особливо важливим є те, що її туристичний ринок значною мірою спирається на внутрішнього туриста й екскурсанта. Це жителі самої області, сусідніх областей, Києва та інших регіонів України, які обирають короткі пізнавальні поїздки, відпочинок біля води,

музейні екскурсії, оздоровчі послуги, гастрономічні та подієві маршрути. Така структура попиту зменшує залежність області від міжнародних туристичних потоків і водночас вимагає якісної локальної пропозиції, зручної логістики та активної інформаційної присутності в цифровому середовищі.

Управлінська основа розвитку туризму в області представлена обласними й місцевими інституціями, органами самоврядування, комунальними підприємствами, туристично-інформаційними центрами, музеями, закладами культури, підприємствами розміщення й харчування, приватними гідами, туроператорами та громадськими ініціативами. Важливим елементом є робота міста Вінниці, де функціонує департамент маркетингу міста та туризму, а з лютого 2022 року запрацювало КП «Офіс туризму Вінниці», покликане стати ядром туристичної екосистеми міста і туристичного хабу [14]. На рівні області показовою є поява туристично-інформаційного центру, відкритого на території Подільського зоопарку. Серед його основних функцій визначено надання безкоштовної довідкової інформації мешканцям і гостям про туристичні «родзинки», маршрути, події та найпривабливіші місця краю [45]. Такий формат є важливим, оскільки туристичний бізнес залежить не тільки від наявності ресурсів, а й від здатності донести інформацію до споживача у зрозумілій, доступній і професійно організованій формі.

Економічну активність туристичної сфери можна частково оцінювати за надходженнями туристичного збору. За повідомленням Головного управління ДПС у Вінницькій області, у 2024 році до місцевих бюджетів Вінниччини надійшло майже 5,5 млн грн туристичного збору [17]. Водночас Вінницька міська громада у 2024 році отримала 3 121 272 грн туристичного збору, що на 21,5% більше, ніж у 2023 році; кількість ночівель зі сплатою збору становила 79 930 [18]. У січні-листопаді 2025 року місцеві бюджети Вінниччини отримали 6 млн 511,9 тис. грн туристичного збору [44]. Ці показники не відображають усього масштабу туристичного бізнесу, адже значна частина внутрішніх екскурсій, одноденних поїздок, відвідування музеїв, гастрономічних подій, приватних екскурсій і короткочасного відпочинку не завжди прямо фіксується

через туристичний збір. Проте вони демонструють, що регіон має платоспроможний сегмент попиту на ночівлі та послуги гостинності. Особливо важливо, що зростання збору відбувається у складних умовах, коли туристичний ринок України загалом функціонує під впливом безпекових, демографічних і транспортних обмежень. Сучасний стан туристичного бізнесу області характеризується нерівномірністю просторового розвитку. Найбільш помітний туристичний і сервісний вузол сформований у місті Вінниці, де зосереджені ключові інформаційні, транспортні, готельні, ресторанні, музейні та подієві ресурси. Водночас значний ресурсний потенціал мають Хмельницький, Тульчинський, Могилів-Подільський, Жмеринський, Барський, Немирівський, Гайсинський та інші напрями, але рівень їхнього інфраструктурного забезпечення й промоції часто поступається обласному центру.

Вінниця виконує функцію головного туристичного хаба регіону. Офіційний сайт міської ради наголошує на транспортній доступності міста: відстань до Києва можна подолати приблизно за три години автомобілем, а через станцію «Вінниця» проходить понад 30 автобусних і залізничних маршрутів у різні куточки України та за кордон [40]. Для туристичного бізнесу це означає, що місто може бути стартовою точкою для екскурсій по області, базою ночівлі, центром ділового і подієвого туризму, а також майданчиком для просування навколишніх громад. Серед чинників, які позитивно впливають на розвиток туристичного бізнесу Вінниччини, варто назвати наявність впізнаваних туристичних локацій, зростання цифрової промоції, формування маршрутних пропозицій, розвиток музейних і культурних інституцій, активізацію локальних подій, відносну транспортну доступність, наявність лікувально-оздоровчого сегмента та поступове розширення туристичної інформаційної інфраструктури. Офіційний туристичний сайт Вінниці пропонує окремі розділи «Подивитися», «Події», «Зупинитися», «Поїсти», «Екскурсії», «Туристичні мапи», що свідчить про перехід від простого переліку об'єктів до більш комплексного туристичного сервісу [41; 42; 47]. Водночас туристичний бізнес області має низку проблем. Насамперед це обмежена впізнаваність багатьох районних локацій, недостатня

кількість готових пакетних турів по області, нерівномірність якості доріг і туристичної навігації, брак системної статистики про відвідувачів за окремими громадами, слабка інтеграція малих садиб, музеїв, локальних виробників і гідів у спільні продукти. Крім того, не всі об'єкти мають сучасні сайти, доступні графіки роботи, онлайн-квитки, QR-навігацію, адаптацію для маломобільних груп населення й англomовну інформацію. З позиції туристичного бізнесу головним викликом є перетворення розпорошених ресурсів на стабільні комерційні продукти. Наприклад, палац, музей, річкова долина або історичне містечко самі по собі не гарантують економічного результату. Для цього потрібні маршрут, логістика, гід, можливість харчування, санітарна інфраструктура, сувеніри, промоція, партнерство з громадами й доступна інформація. Саме ця логіка має визначати подальше використання рекреаційного потенціалу Вінниччини в системі туристичного бізнесу.

Окрему увагу слід приділити екскурсійній діяльності. Екскурсія переводить природний або культурний об'єкт у площину туристичного досвіду: пояснює, структурує, емоційно наповнює і робить ресурс зрозумілим для різних груп відвідувачів. Тому підготовка кваліфікованих гідів, розробка авторських маршрутів, методична якість екскурсійного тексту і знання локального матеріалу є не менш важливими, ніж сама наявність пам'ятки. Значущою особливістю Вінниччини є можливість поєднання різних видів туристичного бізнесу в одному маршруті. Наприклад, культурно-пізнавальна екскурсія може доповнюватися гастрономічною дегустацією, відвідуванням локального музею, короткою прогулянкою природною стежкою, купівлею сувенірів і ночівлею у малому готелі чи садибі. Таке комбінування підвищує тривалість перебування туриста, збільшує витрати в регіоні й створює мультиплікативний ефект для місцевої економіки (рис. 3.2) (табл. 3.1).

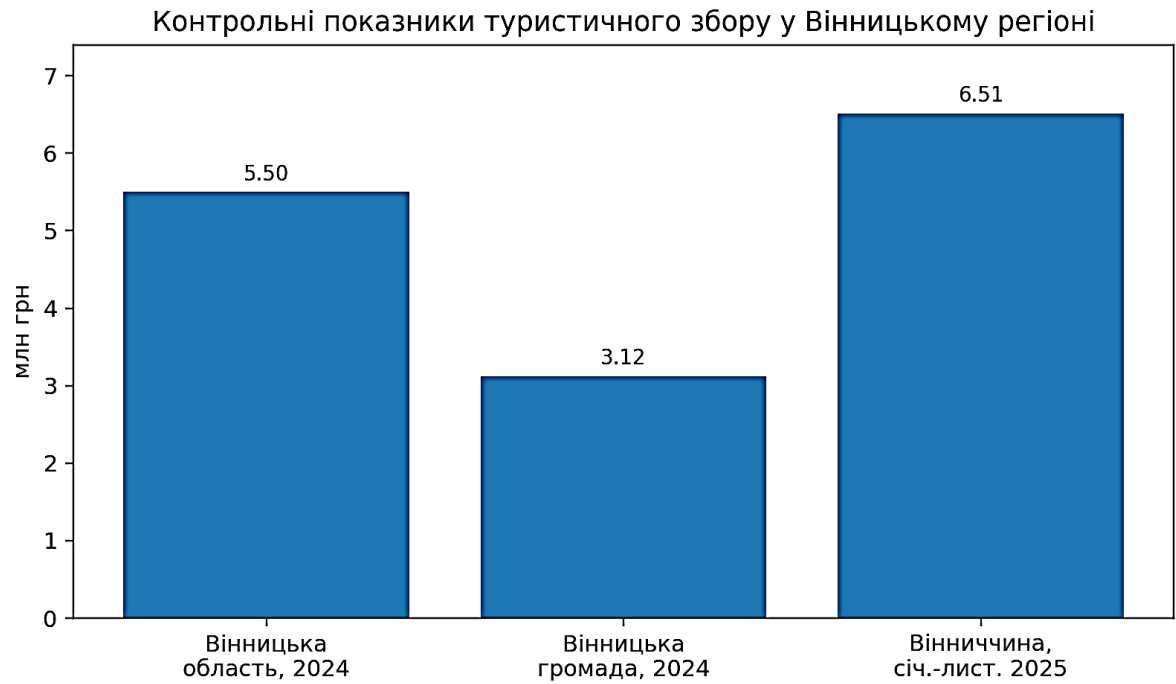


Рис. 3.2. Окремі показники туристичного збору у Вінницькому регіоні за даними офіційних повідомлень ДПС і Вінницької міської ради [17; 18; 44]

Таблиця 3.1

Основні ознаки сучасного туристичного бізнесу Вінниччини

Ознака	Прояв у регіоні	Значення для реалізації рекреаційного потенціалу
Переважаання внутрішнього попиту	Короткі поїздки, екскурсії, оздоровлення, події, відвідування родичів і друзів	Дає змогу розвивати продукти вихідного дня та маршрути для українського туриста
Хабова роль Вінниці	Концентрація сервісів, транспорту, музеїв, промоції та подій	Місто може бути стартовою базою для маршрутів по області
Наявність лікувально-оздоровчого сегмента	Санаторно-курортний профіль Хмільника і реабілітаційні послуги	Створює попит на цілорічні послуги розміщення, харчування й екскурсійного дозвілля
Культурно-екскурсійна насиченість	Музеї, садиби, палаці, сакральні об’єкти, історичні містечка	Формує основу для пізнавальних турів і роботи гідів
Нерівномірність розвитку	Висока концентрація сервісу у Вінниці й нижча готовність частини периферійних локацій	Потребує мережевої взаємодії громад, бізнесу й закладів культури

Таблиця 3.2

Ключові групи суб'єктів туристичного бізнесу та їхня роль у Вінницькій області

Група суб'єктів	Функції	Проблемні питання
Туроператори і турагенти	Формування та продаж маршрутів, комплектування послуг, робота з групами	Недостатня кількість комплексних регіональних пакетів і турів по малих громадах
Готелі, садиби, санаторії	Розміщення туристів, подовження перебування, створення бази для оздоровчих і подієвих поїздок	Нерівномірність якості, нестача об'єктів у частині периферійних напрямів
Музеї та заклади культури	Екскурсійний контент, інтерпретація спадщини, подієва активність	Потреба в сучасній подачі матеріалу, онлайн-комунікації та інтерактивних форматах
Гіди й екскурсоводи	Перетворення ресурсів на туристичний досвід, супровід груп, авторські маршрути	Потреба у підготовці фахівців, знанні мов, методичній якості екскурсій
Органи влади і ТПЦ	Промоція, координація, навігація, інформаційне забезпечення, підтримка подій	Потреба в єдиній регіональній системі туристичної інформації та статистики

3.2. Основні види туризму та рекреаційної діяльності в регіоні

Види туризму у Вінницькій області доцільно аналізувати не як ізольовані напрями, а як взаємопов'язані сегменти туристичного ринку. Один і той самий ресурс може працювати для кількох видів туризму. Наприклад, історичний центр міста водночас є об'єктом культурно-пізнавального, екскурсійного, подієвого, гастрономічного й освітнього туризму. Річкова долина може бути основою екологічної прогулянки, активного маршруту, фототуру або рекреаційної зони для місцевих жителів. Провідне місце у туристичній спеціалізації Вінниччини займає культурно-пізнавальний і екскурсійний туризм. Його ресурсну основу становлять музеї, історичні будівлі, садиби, палацові комплекси, сакральні пам'ятки, місця життя і діяльності видатних постатей, історичні ландшафти та локальні легенди. Офіційний туристичний сайт Вінниці у переліку об'єктів для відвідування містить, зокрема, Музейний квартал, Центр туристичної інформації, маршрути містом, екологічні маршрути й локації довкола Вінниці [42].

Оздоровчий і лікувально-рекреаційний туризм має для Вінниччини стратегічне значення. Його головним центром є Хмільник, що асоціюється з радоновими водами, санаторним лікуванням і реабілітацією. Цей вид туризму відрізняється від екскурсійного більшою тривалістю перебування, стійкішим попитом, потребою в якісній медичній, готельній і транспортній інфраструктурі. Для області важливо поєднувати оздоровчий сегмент з короткими екскурсійними програмами, щоб відпочивальники санаторіїв ставали споживачами ширшого регіонального туристичного продукту.

Екологічний і активний туризм спирається на річкові долини, лісові масиви, природно-заповідні території, краєвиди Південного Бугу та Дністра, маршрути вихідного дня, велотури, водні прогулянки, пішохідні стежки. На офіційному туристичному сайті Вінниці представлені екологічні маршрути «Між трьома мостами» та «Стежка Коцюбинського», що поєднують прогулянковий формат з елементами природничої і культурної інтерпретації [42; 50]. Активний туризм може стати одним із найбільш перспективних напрямів для громад області. Ще у матеріалах Вінницької ОВА наголошувалося на розробленні 37 нових маршрутів активного туризму, з яких 10 водних, 6 пішохідних, 6 велосипедних, 8 маршрутів вихідного дня та 1 лижний [46]. Хоча ці дані потребують актуалізації, сам підхід є важливим: область має розвивати не лише точкові локації, а й мережу маршрутів, яка зв'язує природні, культурні й сервісні об'єкти.

Подієвий туризм у Вінницькій області формується навколо фестивалів, міських свят, культурно-мистецьких подій, гастрономічних заходів, спортивних активностей і локальних ініціатив громад. У Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року серед напрямів розвитку згадані гастрономічний туризм, активний і екологічний туризм, військово-історична тематика, креативні туристичні продукти й цифрове просування [14]. Подієві формати особливо важливі для подовження туристичного сезону і створення приводів для повторних візитів.

Гастрономічний туризм має значний потенціал, однак потребує системнішого оформлення. Подільська кухня, локальні страви, продукти малих виробників, фермерські господарства, вина, сири, мед, ягоди, традиційні кулінарні практики можуть бути використані в екскурсіях, фестивалях, майстер-класах і дегустаційних маршрутах. Проте гастрономічний продукт стане конкурентоспроможним лише за умови впізнаваного бренду, стандартів якості, історії продукту, безпечності харчування й партнерства між ресторанами, виробниками та гідами.

Сільський зелений туризм є перспективним для територіальних громад, особливо в умовах зростання попиту на спокійний відпочинок, локальну автентичність, природне середовище і короткі поїздки. Він може включати проживання в садибах, участь у сільськогосподарських роботах, дегустації, майстер-класи, народні ремесла, етнографічні свята, прогулянки, рибальство і краєзнавчі екскурсії. Для Вінниччини це шанс розподілити туристичний потік за межі обласного центру й створити додаткові доходи для малих громад.

Релігійно-паломницький туризм базується на сакральних об'єктах, монастирях, храмах, місцях духовної пам'яті та історії релігійних громад. На Вінниччині цей напрям може поєднуватися з культурно-пізнавальними та ландшафтними маршрутами, особливо там, де сакральні комплекси розташовані у виразному природному оточенні. Для туристичного бізнесу важливо зберігати етичний баланс: паломницькі місця не повинні перетворюватися на суто комерціалізовані атракції, але можуть бути доступними для культурного й освітнього пізнання.

Діловий та освітній туризм має особливу роль для Вінниці як університетського, адміністративного й культурного центру. Конференції, тренінги, студентські практики, професійні зустрічі, академічні мобільності й освітні екскурсії формують окремий сегмент попиту на розміщення, харчування, міські екскурсії та транспорт. У стратегії міського туризму серед очікуваних результатів розвитку ділового напрямку зазначено появу Вінниці на карті міст з розвиненим діловим туризмом і посилення подієвої інфраструктури [14].

Віртуальний туризм набуває дедалі більшого значення. Він не замінює реальну подорож, але допомагає туристу прийняти рішення про відвідування, ознайомитися з маршрутом, отримати первинні знання й побудувати очікування. У Вінниці створено віртуальні тури за маршрутами «Між трьома мостами» і «Стежка Коцюбинського», що свідчить про поступове впровадження цифрових форматів у локальний туристичний продукт [50]. Таким чином, туристичний бізнес Вінниччини має багатовекторну спеціалізацію. Найсильнішими напрямками є культурно-пізнавальний, екскурсійний, оздоровчий, подієвий і міський туризм. Перспективними, але ще недостатньо реалізованими, залишаються сільський зелений, активний, гастрономічний, екологічний, релігійно-паломницький і віртуальний туризм. Їхній розвиток залежить від того, наскільки регіон зможе поєднати ресурсну основу з інфраструктурою, професійним супроводом і маркетингом. (рис. 3.3) (рис. 3.4) (рис. 3.5) (табл. 3.3) (табл. 3.4)

Культурно-пізнавальний музеї, палаци, історичні місця, екскурсійні програми <i>потребує: сервісу + маршруту + промоції</i>	Оздоровчий Хмільник, санаторно-курортні та реабілітаційні послуги <i>потребує: сервісу + маршруту + промоції</i>	Екологічний і активний Південний Буг, Дністер, лісові екостежки, вело- і водні маршрути <i>потребує: сервісу + маршруту + промоції</i>
Подієвий фестивалі, міські події, гастрономічні та мистецькі заходи <i>потребує: сервісу + маршруту + промоції</i>	Релігійно-паломницький сакральні комплекси, монастирі, місця духовної пам'яті <i>потребує: сервісу + маршруту + промоції</i>	Діловий та освітній конференції, студентські поїздки, професійні стажування <i>потребує: сервісу + маршруту + промоції</i>

Рис. 3.3. Основні види туризму та рекреаційної діяльності у Вінницькій області



Рис. 3.4. Національний музей-садиба М. І. Пирогова як об'єкт культурно-пізнавального, освітнього та екскурсійного туризму



Рис. 3.5. Історико-культурний заповідник «Буша» як DESTИНАЦІЯ культурно-пізнавального й подієвого туризму

Таблиця 3.3

Основні види туризму Вінниччини та можливості їхнього бізнес-використання

Вид туризму	Ресурсна основа	Можливі туристичні продукти
Культурно-пізнавальний та екскурсійний	Музеї, садиби, палаці, історичні центри, пам'ятки архітектури	Оглядові екскурсії, тематичні тури, авторські маршрути, шкільні й студентські програми
Лікувально-оздоровчий	Мінеральні води, санаторії, рекреаційне середовище Хмільника	Санаторні пакети, реабілітаційні програми, оздоровчі тури з екскурсіями
Екологічний та активний	Річкові долини, ліси, ПЗФ, екостежки, ландшафтні оглядові точки	Пішохідні, велосипедні, водні маршрути, фототури, природничі екскурсії
Подієвий	Фестивалі, свята громад, мистецькі, гастрономічні й спортивні події	Тури під подію, вікенд-пропозиції, ярмарки, фестивальні пакети
Сільський зелений	Садиби, локальні продукти, ремесла, сільський побут і ландшафт	Проживання в садибах, дегустації, майстер-класи, етнографічні тури
Діловий та освітній	ЗВО, конференц-інфраструктура, навчальні й культурні установи	Конференц-пакети, студентські практики, професійні поїздки, навчальні екскурсії

Таблиця 3.4

Матриця відповідності видів туризму цільовим групам споживачів

Цільова група	Найбільш придатні види туризму	Особливості туристичної пропозиції
Школярі та студенти	Екскурсійний, освітній, природничо-краєзнавчий	Методично структурований маршрут, безпека, інтерактивність, помірна вартість
Сім'ї з дітьми	Міський, музейний, подієвий, природний відпочинок	Коротка тривалість переїздів, харчування, комфорт, дитячі активності
Люди старшого віку	Оздоровчий, культурно-пізнавальний, паломницький	Медичні й санаторні послуги, зручна логістика, неспішний темп
Молодь	Активний, подієвий, гастрономічний, цифрові маршрути	Візуальність, соціальні мережі, події, емоційність, нові формати
Ділові відвідувачі	Діловий, міський, гастрономічний	Конференц-сервіс, якісні готелі, короткі вечірні екскурсії
Внутрішні туристи вихідного дня	Культурно-пізнавальний, гастрономічний, природний	Готовий маршрут на 1–2 дні, доступна ціна, онлайн-інформація

3.3. Туристична інфраструктура Вінниччини та її роль у реалізації рекреаційного потенціалу

Туристична інфраструктура є посередником між ресурсом і споживачем. Навіть найбільш цінні природні або культурні об'єкти не можуть повною мірою працювати на туристичний бізнес, якщо до них складно дістатися, немає зрозумілої навігації, графіка роботи, санітарних умов, закладів харчування, місць розміщення, безпечних маршрутів і якісної інформації. Тому оцінювання рекреаційного потенціалу Вінниччини у системі туристичного бізнесу має обов'язково включати аналіз інфраструктурної готовності території. Інфраструктуру туризму доцільно поділяти на кілька блоків: транспортну, розміщувальну, харчову, інформаційну, екскурсійну, подієву, цифрову, безбар'єрну та інженерно-комунальну. У реальному туристичному продукті ці блоки працюють одночасно. Наприклад, дводенний тур до Вінниці й області передбачає доїзд, поселення, харчування, екскурсії, відвідування музеїв, прогулянки, вільний час, інформаційну підтримку, можливість оплати, придбання сувенірів і повернення додому.

Транспортна доступність є однією з сильних сторін Вінниці як регіонального туристичного центру. Наявність залізничного вузла, міжміських автобусних маршрутів, автомобільних шляхів і відносної близькості до Києва створює передумови для розвитку турів вихідного дня, шкільних екскурсій, ділових поїздок і подієвого туризму [40]. Водночас доступність окремих районних локацій залежить не лише від магістральних напрямів, а й від стану місцевих доріг, транспортних пересадок, паркування, туристичних вказівників і навігації на місцевості. Інфраструктура області представлена готелями, хостелами, санаторіями, садибами, базами відпочинку та іншими засобами тимчасового проживання. Її роль полягає не лише в забезпеченні ночівлі, а й у формуванні тривалості перебування туриста. Чим якісніша й різноманітніша мережа розміщення, тим легше формувати дводенні й багатоденні маршрути. Особливо важливим є поєднання готельного сервісу Вінниці з санаторно-курортною базою Хмільника та малими формами розміщення у громадах.

Готельна інфраструктура має бути пов'язана з іншими елементами туристичного продукту. Якщо турист ночує у Вінниці, йому можна запропонувати вечірню міську екскурсію, локальну гастрономічну програму, відвідування музею, подорож на Південний Буг або одноденний маршрут до Тульчина, Немирова, Буші, Лядови чи Хмільника. Саме така логіка пакування послуг дає можливість збільшити витрати туриста у регіоні й залучити до бізнесу більше локальних суб'єктів. Заклади харчування відіграють подвійну роль. З одного боку, вони забезпечують базову сервісну потребу туриста. З іншого боку, можуть бути самостійною туристичною атракцією, якщо пропонують локальну кухню, історію продукту, гастрономічну інтерпретацію, дегустації, майстер-класи або тематичний інтер'єр. Для Вінниччини це особливо важливо, оскільки гастрономічний туризм може доповнювати культурно-екскурсійні та сільські маршрути.

Інформаційна інфраструктура є одним із найдинамічніших компонентів туристичного бізнесу. Сучасний турист ухвалює рішення про поїздку на основі сайту, карти, відгуків, соціальних мереж, фото, коротких відео, онлайн-афіш, QR-кодів і можливості швидко знайти маршрут. Офіційний туристичний сайт Вінниці має розділи з туристичними мапами, екскурсіями, подіями, місцями харчування та проживання, що створює основу для цифрового супроводу подорожі [41; 43; 47]. Туристично-інформаційні центри та офіси туризму виконують функцію координаційних вузлів. Вони не тільки надають інформацію, а й можуть акумулювати статистику, працювати з гідами, поширювати промоматеріали, підтримувати маршрутні карти, проводити консультації для бізнесу, ініціювати партнерства й формувати єдиний стандарт туристичної комунікації. У цьому контексті робота КП «Офіс туризму Вінниці» та обласного туристичного інформаційного центру (ТІЦ) є важливою для формування професійного туристичного середовища [14; 45]. Екскурсійна інфраструктура охоплює гідів, методичні матеріали, маршрути, мапи, об'єкти показу, точки збору груп, систему бронювання, аудіогіди, мобільні застосунки, візуальну навігацію і сувенірну продукцію. Для Вінниччини важливо, щоб

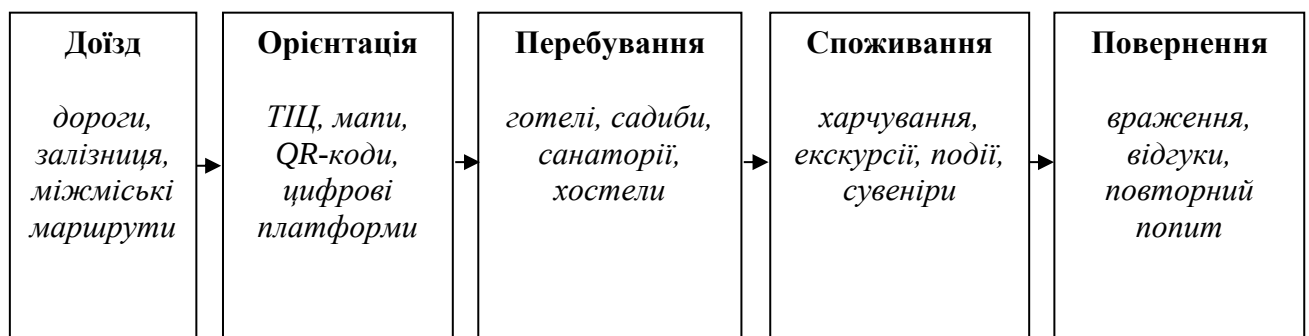
екскурсійні маршрути не обмежувалися лише центральною частиною обласного центру, а формували мережу тематичних напрямів: Пироговський, Подільський, Дністерський, палацовий, сакральний, військово-історичний, природничий, гастрономічний, літературний.

Подієва інфраструктура включає майданчики для фестивалів, конференцій, ярмарків, концертів, спортивних заходів, музейних ночей, вуличних подій і локальних свят. Її роль полягає у створенні додаткових мотивів для відвідування регіону. Подія здатна тимчасово збільшити туристичний потік, активізувати готелі й ресторани, залучити перевізників, гідів, ремісників, локальних виробників і медіа. Однак для стійкого ефекту подієвий туризм потребує календаря, регулярності, промоції, партнерства і постподієвої комунікації з відвідувачами. Безбар'єрність і комфорт міського середовища стають важливими критеріями конкурентоспроможності туристичних територій. У стратегії розвитку туризму Вінниці серед завдань згадується потреба в доступних громадських туалетах, питних фонтанах, благоустрої місць відпочинку, туристичних зон і об'єктів, встановленні дорожніх знаків до туристичних локацій і розвитку інформаційних пунктів [14]. Це свідчить про розуміння того, що туристична привабливість залежить від повсякденної зручності перебування. Цифровізація туристичної інфраструктури має включати не лише сайт, а й онлайн-квитки, віртуальні тури, інтерактивні карти, QR-коди біля об'єктів, багатомовні описи, адаптацію для смартфонів, присутність у Google Maps, соціальні мережі й можливість залишати відгуки. У 2025 році Вінниця презентувала віртуальні маршрути «Між трьома мостами» і «Стежка Коцюбинського», що демонструє перехід від традиційної екскурсійної інформації до цифрової інтерпретації простору [50].

Особливо важливим є питання просторової інтеграції туристичної інфраструктури. Якщо Вінниця має розвиненіші сервіси, то регіональні об'єкти області часто потребують підтримки у сфері навігації, благоустрою, інформаційних табличок, місць відпочинку, локальних кав'ярень, сувенірних точок і санітарної інфраструктури. Це не означає, що всі об'єкти мають бути

однаково урбанізовані; навпаки, частина їхньої привабливості полягає в автентичності. Проте базова доступність і безпека є обов'язковими. Інфраструктура також впливає на екологічну стійкість туризму. Наявність облаштованих стежок, смітників, інформаційних щитів, визначених місць для відпочинку і контрольованих маршрутів зменшує хаотичне навантаження на природні території. Для Південного Бугу, Дністра, лісових масивів і об'єктів природно-заповідного фонду це має принципове значення, адже рекреаційне використання не повинно руйнувати ресурс, на якому воно базується. Туристична інфраструктура Вінниччини має розвиватися за принципом мережі. Обласний центр повинен виконувати роль комунікаційного, транспортного й промоційного вузла, а громади – створювати локальні тематичні продукти. Така модель дає змогу уникнути концентрації туристичного потоку лише у Вінниці й водночас використовувати її впізнаваність для просування всієї області. Інфраструктура є вирішальною умовою реалізації рекреаційного потенціалу Вінниччини. Вона перетворює природні й культурні ресурси на доступний, комфортний і оплачуваний туристичний досвід. Без системної інфраструктури рекреаційний потенціал залишається лише можливістю; із якісною інфраструктурою він стає основою туристичного бізнесу, зайнятості, місцевих бюджетних надходжень і позитивного іміджу регіону.

Роль інфраструктури у реалізації рекреаційного потенціалу



Слабкість будь-якої ланки знижує здатність регіону перетворювати природні та культурні ресурси на економічний результат туристичного бізнесу.

Рис. 3.4. Інфраструктурний ланцюг перетворення рекреаційного ресурсу на туристичний продукт



Рис. 3.5. Набережна й водно-пейзажний простір Південного Бугу як ресурс міського відпочинку та екскурсійного туризму

Таблиця 3.5

Туристична інфраструктура Вінниччини та її функції

Компонент інфраструктури	Основні елементи	Вплив на туристичний бізнес
Транспортна	Залізничне й автобусне сполучення, автомобільні шляхи, міський транспорт, паркування	Забезпечує доступність дестинації та можливість коротких подорожей
Розміщувальна	Готелі, санаторії, садиби, хостели, бази відпочинку	Подовжує перебування туриста і створює надходження від ночівель
Харчова	Ресторани, кав'ярні, локальна кухня, дегустаційні простори	Формує сервісну якість і може бути самостійною гастрономічною атракцією
Інформаційна	ТПЦ, туристичні сайти, мапи, QR-коди, соціальні мережі	Допомагає туристу обрати маршрут, спланувати поїздку й отримати супровід
Екскурсійна	Гіди, маршрути, методичні матеріали, аудіогіди, об'єкти показу	Перетворює ресурс на змістовний туристичний досвід
Безбар'єрна і сервісна	Навігація, санітарні умови, доступність, благоустрій, безпека	Підвищує комфорт перебування та репутацію дестинації

Таблиця 3.6

Проблеми інфраструктурного забезпечення і можливі управлінські рішення

Проблема	Наслідок для туристичного бізнесу	Можливе рішення
Недостатня туристична навігація в громадах	Турист не може самостійно знайти об'єкт або маршрут	Встановлення вказівників, QR-кодів, карт і єдиного стилю інформаційних табличок
Слабка онлайн-присутність частини локацій	Об'єкти не потрапляють у поле уваги туриста під час планування подорожі	Оновлення сайтів, сторінок у соцмережах, Google Maps, фото й контактів
Нестача сервісів біля віддалених об'єктів	Скорочується тривалість перебування і витрати туриста	Підтримка малих кав'ярень, сувенірних точок, місць відпочинку, санітарної інфраструктури
Нерівномірна якість доріг і під'їздів	Знижується привабливість маршруту для групових поїздок	Пріоритезація доріг до ключових туристичних об'єктів у місцевому плануванні
Брак підготовлених гідів у малих громадах	Ресурси залишаються без професійної інтерпретації	Курси гідів, залучення освітніх програм, методичні матеріали для маршрутів

3.4. Місце Вінниччини у туристичному просторі України

Місце Вінниччини у туристичному просторі України визначається поєднанням її ресурсної своєрідності, географічного положення, рівня інфраструктури, упізнаваності на ринку, здатності формувати готові туристичні продукти і включатися в міжрегіональні маршрути. На відміну від регіонів із чітко сформованим туристичним образом, Вінниччина ще перебуває у процесі посилення власного позиціонування, однак має достатню базу для цього. Основною конкурентною перевагою області є центральне положення і доступність для внутрішнього туриста. Вінниччина може виступати як самостійна дестинація для поїздок на 1 – 3 дні, а також як проміжний або тематичний елемент більших маршрутів Правобережною Україною, Поділлям, Південним Бугом, Дністровським напрямом, історичними містами й сакральними ландшафтами. Така позиція особливо важлива в умовах зростання

значення внутрішнього туризму. У загальноукраїнському туристичному просторі Вінниччина має імідж регіону спокійного, комфортного, пізнавального й оздоровчого відпочинку. Її туристичний образ може будуватися навколо кількох опорних тем: Вінниця як сучасне місто ідей та гостинності; Поділля як ландшафтно-культурна територія; Хмільник як центр оздоровлення; Південний Буг і Дністер як водно-ландшафтні осі; палаци, музеї, садиби й заповідники як основа культурно-пізнавального туризму.

Вінниця відіграє роль «вітрини» туристичного потенціалу області. Саме через міський туристичний сайт, офіційні сторінки Visit Vinnytsia, події, екскурсії, туристичні мапи й інформаційні сервіси значна частина потенційних відвідувачів отримує перше уявлення про регіон [41; 42; 47]. Тому просування області доцільно будувати не шляхом конкуренції між містом і громадами, а через модель спільного бренду, у якому Вінниця є входом до ширшого простору Вінниччини. Важливим елементом включення області в національний туристичний простір є маршрутна інтеграція. Офіційний туристичний сайт Вінниці подає Camino Podolico / Подільський шлях святого Якова як перший в Україні пішохідний культурний маршрут [42]. Такі продукти мають значення не лише для окремого міста, а й для формування образу регіону як частини європейської та української маршрутної культури. Вони відкривають можливості для паломницького, пішохідного, культурного й міжнародно орієнтованого туризму. Порівняно з Карпатами, Львовом, Києвом або Одесою Вінниччина має нижчий рівень масової туристичної впізнаваності, однак це не слід розглядати лише як недолік. Менш масовий характер дестинації може бути перевагою для туристів, які шукають не перевантажені маршрути, спокійніший темп, автентичність, поєднання природи й культури, доступність цін і можливість відкривати маловідомі місця. На цьому може будуватися маркетинг регіону як «розумного», комфортного й змістовного внутрішнього напрямку. У системі туристичного бізнесу України Вінниччина може посилити свої позиції через розвиток спеціалізованих ніш. До них належать медичний і оздоровчий туризм, екскурсійний туризм для шкіл і університетів, дводенні міські тури,

поїздки вихідного дня, подільські палацові маршрути, Дністерський природно-культурний напрям, гастрономічні й сільські маршрути, екологічні стежки, віртуальні й цифрово підтримані тури. Саме нішевість дозволяє регіону уникати прямого порівняння з більш розкрученими DESTINATIONAMI. Окремий потенціал має освітній туризм. Вінниччина є зручною базою для навчальних екскурсій з географії, історії, туризму, краєзнавства, природничих дисциплін, медицини, архітектури, екології та культурології. Для закладів освіти України регіон може пропонувати програми, що поєднують музейні об'єкти, природні маршрути, історичні містечка, краєзнавчі практикуми й інтерактивні заняття.

Інтеграція Вінниччини в туристичний простір України потребує системного брендингу. Нині окремі об'єкти мають власну впізнаваність, але не завжди об'єднані спільною регіональною історією. Потрібні наскрізні теми, які будуть зрозумілими для туриста: «Подільська гостинність», «Вінниччина для подорожі вихідного дня», «Палаці і долини Поділля», «Оздоровча Вінниччина», «Вінниця і довкола», «Дністровські ландшафти Вінниччини». Сильним інструментом позиціювання є туристична картографія. Наявність тематичних мап, маршрутів і цифрових гідів допомагає туристу побачити регіон як цілісну систему, а не як набір випадкових об'єктів. На сайті Visit Vinnytsia вже представлено туристичні мапи міста, тематичні карти районів і маршрутів, карти історичних місць, скульптур, фотозон і стежок [47]. Наступним кроком має бути посилення картографічного представлення всієї області.

У загальноукраїнському вимірі Вінниччина також може бути цікавою як регіон адаптивного туризму в умовах війни. Внутрішній турист шукає безпечніші маршрути, відносно близькі поїздки, емоційне відновлення, можливість підтримати українські громади й бізнес. Вінниччина може відповідати цьому запиту через оздоровлення, спокійні природні локації, культурну пам'ять, події, локальні продукти та освітні екскурсії. Для посилення місця області в туристичному просторі України важливо формувати партнерства. Це можуть бути міжгромадські маршрути, співпраця музеїв і туроператорів, об'єднання санаторіїв і екскурсійних бюро, партнерство закладів освіти з

туристичним бізнесом, включення локальних виробників у гастрономічні тури, спільні промокампанії з сусідніми областями Поділля. Туризм є мережевою галуззю, тому ізольовані зусилля окремих об'єктів мають обмежений ефект. Вінниччина може зайняти помітніше місце у внутрішньому туризмі України за умови переходу від ресурсної моделі до продуктової. Ресурсна модель відповідає на запитання «що є в області?», а продуктова – «що саме турист може купити, побачити, пережити і запам'ятати?». Саме друга модель є основою сучасного туристичного бізнесу, адже турист обирає не абстрактний потенціал, а конкретний маршрут, сервіс, подію, комфорт і враження.

Місце Вінниччини в туристичному просторі України можна визначити як перспективне, але недостатньо реалізоване. Область має значну ресурсну основу, зростаючі показники туристичного збору, сильний міський туристичний центр, оздоровчий сегмент, культурно-пізнавальні локації та потенціал маршрутної інтеграції. Водночас їй потрібні сильніші регіональні бренди, системна промоція, статистика, сучасна інфраструктура в громадах і більше готових туристичних продуктів (рис. 3.6, 3.7) (табл. 3.7, 3.8).



Рис. 3.6. Узагальнене позиціонування Вінниччини у туристичному просторі України



Рис. 3.7. Палац Потоцьких у Тульчині як ресурс культурно-пізнавального, подієвого та маршрутного туризму Вінниччини

Таблиця 3.7

Конкурентні позиції Вінниччини у туристичному просторі України

Позиційний чинник	Сильні сторони	Обмеження
Географічне положення	Центральність, доступність для коротких внутрішніх поїздок, можливість міжрегіональних маршрутів	Необхідність кращої інтеграції віддалених локацій з обласним центром
Ресурсна база	Поєднання природних, культурних, оздоровчих і подієвих ресурсів	Розпорошеність ресурсів і різний рівень готовності до туристичного використання
Міський хаб	Вінниця має промоцію, події, туристичний сайт, ТПЦ, готельно-ресторанні сервіси	Ризик концентрації туристичного потоку лише в обласному центрі
Оздоровчий сегмент	Хмільник формує цілорічний попит на лікувально-рекреаційні послуги	Потреба в сильнішому поєднанні санаторного відпочинку з екскурсійними програмами
Культурна спадщина	Пирогов, Буша, Тульчин, палади, музеї, сакральні локації	Потреба в сучасній інтерпретації, навігації, пакуванні маршрутів
Маркетинг і бренд	Наявність Visit Vinnytsia, мап, екскурсій, цифрових форматів	Потреба у ширшому брендингу всієї області, а не лише міста

Таблиця 3.8

Можливі тематичні позиції Вінниччини на внутрішньому туристичному ринку України

Тематична позиція	Зміст пропозиції	Цільові аудиторії
«Вінниця і довкола»	Міські екскурсії, музеї, набережна, події, маршрути до навколишніх громад	Туристи вихідного дня, сім'ї, шкільні групи
«Оздоровча Вінниччина»	Хмільник, санаторне лікування, відновлення, спокійний рекреаційний відпочинок	Люди старшого віку, реабілітаційні туристи, сім'ї
«Палаці і містечка Поділля»	Тульчин, Немирів, Бар, історичні центри, садиби й архітектурна спадщина	Культурні туристи, студентські групи, фототуристи
«Дністерська Вінниччина»	Буша, Лядова, природні краєвиди, сакральні та історичні локації	Екотуристи, паломники, любителі історії
«Активне Поділля»	Пішохідні, велосипедні, водні маршрути, екостежки, маршрути вихідного дня	Молодь, активні туристи, клуби, родини
«Смачна Вінниччина»	Локальна кухня, фермерські продукти, гастрономічні події й дегустації	Міські туристи, гастротуристи, групи вихідного дня

Висновки до розділу 3

Встановлено, що рекреаційний потенціал Вінниччини має реальне значення для туристичного бізнесу лише за умови його перетворення на комплексний туристичний продукт. Ресурси області – природні ландшафти, річкові долини, музеї, історико-культурні об'єкти, санаторно-курортні можливості, події та локальні традиції – потребують поєднання з інфраструктурою, гідами, транспортом, сервісом, цифровою інформацією й активною промоцією. Сучасний туристичний бізнес Вінницької області характеризується зростанням ролі внутрішнього туризму, хабовою функцією Вінниці, розвитком туристично-інформаційної інфраструктури, активністю міського туристичного менеджменту й позитивними показниками туристичного збору. Водночас зберігаються проблеми нерівномірності територіального розвитку, недостатньої готовності частини периферійних локацій, браку комплексних маршрутів, слабкої промоції окремих громад і потреби в сучасній туристичній статистиці. Основними видами туризму й рекреаційної діяльності в регіоні є культурно-пізнавальний, екскурсійний, лікувально-оздоровчий,

подієвий, екологічний, активний, сільський зелений, гастрономічний, релігійно-паломницький, освітній і діловий туризм. Найбільш сформованими є культурно-екскурсійний, міський та оздоровчий сегменти, тоді як активний, гастрономічний, сільський і віртуальний туризм мають значний резерв розвитку. Туристична інфраструктура Вінниччини виконує ключову роль у реалізації рекреаційного потенціалу. Вона забезпечує доступність, комфорт, безпеку, інформаційний супровід і можливість комерціалізації ресурсів. Без розвитку транспортної, розміщувальної, харчової, інформаційної, екскурсійної та безбар'єрної інфраструктури природні й культурні ресурси не можуть повністю працювати на регіональний туристичний бізнес. Місце Вінниччини у туристичному просторі України можна визначити як перспективне й таке, що потребує подальшого позиціонування. Область має передумови для зміцнення ролі у внутрішньому туризмі України через розвиток подорожей вихідного дня, екскурсійних маршрутів, оздоровчого туризму, Подільського культурного бренду, Дністерського природно-культурного напрямку, гастрономічних і сільських маршрутів, а також партнерства між громадами, бізнесом і закладами освіти.

РОЗДІЛ 4. НАПРЯМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВІННИЧЧИНИ

Рекреаційний потенціал Вінниччини є значним, але його практична цінність для туристичного бізнесу визначається не лише кількістю природних, історико-культурних чи оздоровчих ресурсів. Вирішальним стає те, наскільки ці ресурси включені в економічно життєздатні туристичні продукти: маршрути, події, екскурсійні програми, пакети вихідного дня, санаторно-рекреаційні послуги, цифрові тури, гастрономічні пропозиції та міжрегіональні туристичні ланцюги. Вінниччина має різнопланову ресурсну основу: ландшафтне різноманіття, річкові долини Південного Бугу й Дністра, історичні міста і містечка, музейні комплекси, палацову спадщину, об'єкти природно-заповідного фонду, оздоровчий потенціал Хмільника, сакральні та подієві локації. Однак ресурсна насиченість не автоматично перетворює територію на конкурентну дестинацію. Для цього потрібні інфраструктура, управління, маркетинг, сталість, кадрове забезпечення, партнерство громад і бізнесу, а також постійний моніторинг результатів.

В умовах воєнного стану й трансформації внутрішнього туризму України особливого значення набувають безпечні, короткі, змістовні та доступні подорожі. Для Вінниччини це створює можливість посилити позиції на ринку внутрішніх поїздок вихідного дня, освітньо-екскурсійних маршрутів, реабілітаційно-оздоровчого туризму, міського туризму, екологічних стежок і культурно-пізнавальних маршрутів Поділля. Водночас актуальними залишаються ризики фрагментарності туристичного продукту, недостатньої промоції окремих громад і нерівномірності інфраструктурного розвитку.

4.1. Проблеми та обмеження розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в регіоні

Проблеми розвитку рекреаційно-туристичної діяльності Вінниччини доцільно розглядати не як перелік окремих недоліків, а як систему

взаємопов'язаних обмежень. Одне й те саме природне або культурне надбання може залишатися маловідомим через слабку інформаційну підтримку, бути незручним для відвідування через проблеми доступності або не давати економічного ефекту через відсутність підприємців, гідів, закладів харчування та сувенірної пропозиції. Отже, проблема полягає не лише в ресурсах, а в якості їх залучення до туристичного обігу. Першою групою обмежень є інфраструктурні чинники. Для туриста важливі не тільки дорога до населеного пункту чи об'єкта, а й останній кілометр маршруту: наявність покажчиків, парковки, санітарної інфраструктури, місць відпочинку, інформаційних щитів, безпечного підходу, освітлення, доступності для людей з інвалідністю та можливості швидко отримати базову інформацію. Якщо ці елементи відсутні, навіть цінний ресурс не формує позитивного туристичного досвіду. Другою групою є маркетингові та комунікаційні обмеження. Значна частина туристів знає Вінницю передусім як місто з фонтаном, набережною, музеями та комфортним міським середовищем. Натомість ресурсний потенціал області поза обласним центром часто залишається менш упізнаваним. Буша, Лядова, Тульчин, Немирів, Бар, Хмільник, Дністровські ландшафти, палацові ансамблі та природні локації потребують не лише опису, а й системного брендингу, маршрутизації та цифрового просування [33; 41]. Третьою проблемою є недостатній рівень пакування туристичного продукту. Туристичний ресурс може бути цікавим сам по собі, але турист купує не об'єкт, а зручний сценарій подорожі: як доїхати, що побачити, де поїсти, де переночувати, скільки часу потрібно, які додаткові враження можна отримати. Для Вінниччини особливо важливо переводити окремі ресурси у готові формати: «Вінниця + довкола», «Палаці Поділля», «Дністерська Вінниччина», «Оздоровчий Хмільник», «Екотуризм на Південному Бузі», «Містечка і локальна кухня Поділля». Четвертим блоком є кадрові обмеження. Розвиток туризму потребує підготовлених гідів, екскурсоводів, менеджерів дестинацій, фахівців із цифрового маркетингу, адміністраторів готелів, організаторів подій, працівників туристично-інформаційних центрів, перекладачів і фахівців з міжкультурної

комунікації. П'ятим обмеженням є управлінська фрагментація. Туризм розвивається на перетині компетенцій обласної влади, громад, бізнесу, музеїв, закладів культури, закладів освіти, природоохоронних установ і громадських організацій. Якщо кожен суб'єкт діє ізольовано, туристичний простір залишається розірваним. Навпаки, координація через програми розвитку туризму, туристично-інформаційні центри, календарі подій і спільні маршрути підвищує економічну віддачу ресурсів [25; 53]. Шостою проблемою є нестача системної статистики на рівні DESTINACIЙ. Туристичний збір є важливим показником, але він не розкриває повної картини: кількості одноденних екскурсантів, середніх витрат туриста, структури попиту, популярності окремих маршрутів, рівня задоволеності, повторних візитів, завантаженості гідів і впливу подій. Без таких даних складно ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення.

Водночас наявні фінансові індикатори свідчать, що туристична активність не є другорядною. За даними податкових органів, упродовж 2024 року місцеві бюджети Вінниччини отримали майже 5,5 млн грн туристичного збору, а за 2025 рік – майже 6,8 млн грн [17; 55]. Це підтверджує, що туризм поступово відновлює економічне значення і може стати одним із напрямів місцевого розвитку, якщо ресурсний потенціал буде краще організований. Суттєвим обмеженням є нерівномірність розвитку між Вінницею та периферійними громадами. Обласний центр має сильнішу туристичну інфраструктуру, промоцію, подієвий календар і цифрову присутність. Водночас у багатьох громадах є унікальні ресурси, але не вистачає навігації, сервісу, локальних гідів, партнерств із туроператорами та маркетингових матеріалів. Саме тому стратегія області має передбачати не конкуренцію між Вінницею і громадами, а модель хабу й маршрутної мережі. Окремо потрібно враховувати екологічні обмеження. Рекреаційна діяльність не повинна руйнувати ландшафтну, водну та природоохоронну основу туризму. Для об'єктів природно-заповідного фонду, річкових долин, лісових масивів і місць масового відпочинку необхідні регламентовані маршрути, інформаційні щити, екологічне виховання відвідувачів, контроль за сміттям і баланс між доступністю та охороною [15; 26].

Безпекові умови також впливають на розвиток туристичного бізнесу. Воєнний стан обмежує міжнародні потоки, змінює логістику, підвищує вимоги до безпеки подій і стимулює внутрішній туризм короткого радіусу. Для Вінниччини це означає необхідність адаптувати продукти до реальних запитів: короткі маршрути, сімейні подорожі, освітні екскурсії, реабілітаційні програми, екологічні прогулянки та безпечні міські формати.

Проблеми розвитку рекреаційно-туристичної діяльності Вінниччини мають комплексний характер. Вони охоплюють інфраструктуру, сервіс, управління, статистику, промоцію, кадри, екологічну стійкість і безпеку. Саме тому їх подолання потребує не окремих заходів, а послідовної політики перетворення ресурсів на продукт, продукту – на ринок, а ринку – на сталий соціально-економічний ефект для громад.



Подолання обмежень потребує одночасного розвитку продукту, сервісу, промоції, інфраструктури, партнерства і моніторингу результатів. (рис. 4.1) (табл. 4.1) (рис. 4.2)

Рис. 4.1. Проблемне поле розвитку рекреаційно-туристичної діяльності Вінниччини

Таблиця 4.1

Основні проблеми використання рекреаційного потенціалу Вінниччини

Група проблем	Прояв у регіоні	Наслідок для туристичного бізнесу	Першочергові управлінські дії
Інфраструктурні	Недостатня навігація, нерівномірна якість під'їздів, брак санітарної інфраструктури біля частини локацій	Скорочення тривалості перебування, нижча задоволеність туристів	Облаштування маршрутів, дорожні знаки, базові зони сервісу, безбар'єрність
Маркетингові	Низька впізнаваність багатьох локацій області поза Вінницею	Переважаючі одноденні поїздки і слабе залучення периферійних громад	Єдиний бренд області, цифрові карти, промоційні кампанії, тематичні маршрути
Продуктові	Ресурси не завжди перетворені на готові тури, події чи пакети вихідного дня	Турист не отримує зрозумілої пропозиції для купівлі	Створення пакетів «маршрут + сервіс + подія + харчування»
Кадрові	Нестача підготовлених гідів, менеджерів дестинацій, фахівців із цифрової промоції	Нерівномірна якість обслуговування і слабка комерціалізація ресурсу	Навчання гідів, стажування, програми для громад і підприємців
Екологічні	Ризики хаотичного відпочинку на природних територіях, рекреаційне навантаження на ландшафти	Погіршення стану ресурсної бази, конфлікт між туризмом і охороною природи	Екостежки, лімітування відвідування, екоосвіта, моніторинг впливу
Управлінські	Фрагментація дій громад, бізнесу, закладів культури та природоохоронних установ	Втрата синергії, дублювання заходів, слабка аналітика	Партнерські ради, туристичні кластери, спільний календар подій



Рис. 4.2. Буша як приклад локації, для якої важливе поєднання охорони спадщини, якісної інтерпретації та туристичної доступності

4.2. Стратегічні напрями розвитку туристичного бізнесу Вінниччини

Стратегічні напрями розвитку туристичного бізнесу Вінниччини мають виходити з головної мети: сформувати конкурентоспроможну регіональну дестинацію, у якій природні, історико-культурні, оздоровчі та подієві ресурси перетворюються на якісний туристичний продукт. Обласна програма розвитку туризму на 2021-2027 роки визначає необхідність створення цілісної ефективної системи, спрямованої на розбудову конкурентоспроможного туристичного продукту та соціально-економічний розвиток громад [25].

Першим стратегічним напрямом є інвентаризація і пріоритезація туристично-рекреаційних ресурсів. Область має значну кількість потенційних об'єктів, але не всі вони однаково готові до туристичного використання. Доцільно розподілити локації на групи: готові до негайного просування, перспективні після мінімального облаштування, перспективні після інфраструктурної модернізації, об'єкти переважно освітнього або

природоохоронного значення. Такий підхід дасть можливість не розпорошувати ресурси.

Другим стратегічним напрямом є розвиток тематичних туристичних продуктів. Для Вінниччини перспективними є не лише окремі екскурсії, а цілі продуктові лінії: культурно-пізнавальні маршрути Поділля, палацові маршрути, Дністровський природно-культурний напрям, медико-оздоровчий туризм Хмільника, гастрономічні тури, шкільні краєзнавчі подорожі, екостежки, цифрові маршрути, маршрути пам'яті та подієві тури. Саме тематизація робить продукт зрозумілим для ринку.

Третім стратегічним напрямом є посилення ролі Вінниці як туристичного хабу області. Місто має сформовані елементи туристичної інфраструктури: офіційний туристичний сайт, туристичні мапи, екскурсійні продукти, події, інформаційні канали, заклади розміщення й харчування [18; 41]. Проте стратегічне завдання полягає в тому, щоб турист, який прибув до Вінниці, отримував пропозицію подорожувати далі областю — до Тульчина, Немирова, Буші, Лядови, Хмільника, Бару, Мурованих Курилівців, на Південний Буг і Дністер.

Четвертим стратегічним напрямом є розвиток локальних туристичних кластерів. Кластер не обов'язково має бути формальною організацією; це може бути стійка мережа взаємодії громади, музею, садиби, гіда, ресторану, перевізника, виробника локальної продукції та закладу освіти. Кластерний підхід дозволяє розподіляти економічну вигоду між кількома учасниками, створювати комплексну послугу й підвищувати відповідальність за якість.

П'ятим стратегічним напрямом є цифровізація туризму. Сучасний турист очікує швидкого доступу до інформації, мобільної карти, якісних фото, онлайн-бронювання, QR-кодів, коротких відео, віртуальних турів і відгуків. Досвід створення у Вінниці віртуальних маршрутів «Між трьома мостами» і «Стежка Коцюбинського» показує, що цифрові інструменти можуть розширити аудиторію й підтримати інтерес до маршрутів ще до фізичної подорожі [50].

Шостим стратегічним напрямом є розвиток людського капіталу. Туристичний бізнес неможливий без фахівців, які вміють працювати з різними цільовими аудиторіями: школярами, студентами, родинами, іноземцями, людьми старшого віку, ветеранами, людьми з інвалідністю, активними туристами, паломниками й бізнес-гостями. Тому заклади вищої освіти, туристичні інформаційні центри та громади мають спільно формувати програми практичної підготовки.

Сьомим стратегічним напрямом є розширення подієвого туризму. Події створюють привід для приїзду, активізують місцевий бізнес і формують емоційний образ території. Для Вінниччини перспективними можуть бути фестивалі локальної гастрономії, музичні та мистецькі події, науково-популярні географічні та краєзнавчі заходи, дні містечок, музейні ночі, водні та велосипедні події, ярмарки ремесел. Важливо, щоб події були включені в календар і просувалися заздалегідь.

Восьмим стратегічним напрямом є розвиток оздоровчого та реабілітаційного туризму. Хмільник має сформовану курортно-санаторну спеціалізацію, але майбутня конкурентність залежить від поєднання лікувальних послуг із культурно-пізнавальними, природничими й рекреаційними програмами. Для туриста важлива не лише процедура, а й повноцінне середовище відновлення: прогулянки, екскурсії, харчування, дозвілля, комфорт і психологічна підтримка.

Дев'ятим стратегічним напрямом є розвиток сталого туризму. Він передбачає, що економічний результат не може досягатися шляхом деградації ресурсів. Для природних локацій Вінниччини потрібно формувати контрольовані маршрути, екостежки, правила поведінки, ліміти відвідуваності там, де це необхідно, і систему відповідального поводження з відходами. Сталий туризм також означає залучення місцевих мешканців до отримання вигоди від туристичної діяльності.

Десятим стратегічним напрямом є міжрегіональна інтеграція. Вінниччина може бути включена до маршрутів Поділля, Дністра, історичних

міст Центральної України, палацової спадщини, медико-оздоровчого туризму і краєзнавчо-освітніх подорожей. Це розширює ринок і дає можливість позиціонувати область не ізольовано, а як частину ширшого туристичного простору України [39; 52].

Стратегічні напрями мають бути не декларативними, а забезпеченими конкретними інструментами: відповідальними виконавцями, джерелами фінансування, календарем заходів, комунікаційною стратегією, індикаторами результативності та механізмами коригування. Інакше туристичні програми залишаються формальними документами, а не інструментами зміни якості туристичного середовища. (рис. 4.3) (табл. 4.2) (рис. 4.4)

Стратегічна модель використання рекреаційного потенціалу Вінниччини



Рис. 4.3. Стратегічна модель використання рекреаційного потенціалу Вінниччини

Таблиця 4.2

Стратегічні напрями розвитку туристичного бізнесу Вінниччини

Напрямок	Зміст напрямку	Очікуваний результат
Інвентаризація ресурсів	Оцінювання туристичної готовності об'єктів, створення реєстру локацій, визначення пріоритетів розвитку	Концентрація ресурсів на найбільш перспективних продуктах
Тематичні туристичні продукти	Палацові, оздоровчі, природничі, гастрономічні, освітні, подієві маршрути	Збільшення зрозумілості пропозиції для туриста і туроператора

Хабова роль Вінниці	Використання міста як стартової точки для маршрутів областю	Перерозподіл туристичного потоків на громади
Локальні кластери	Партнерство громад, бізнесу, музеїв, садиб, гідів, перевізників	Підвищення якості послуг і розширення економічного ефекту
Цифровізація	Карти, QR-коди, віртуальні тури, онлайн-афіші, соціальні мережі	Зростання видимості дестинації та зручності планування подорожі
Людський капітал	Підготовка гідів, менеджерів туризму, фахівців гостинності та промоції	Покращення сервісу і професіоналізація туристичного середовища
Сталий туризм	Екостежки, контроль навантаження, відповідальне природокористування	Збереження ресурсної бази і позитивний імідж регіону



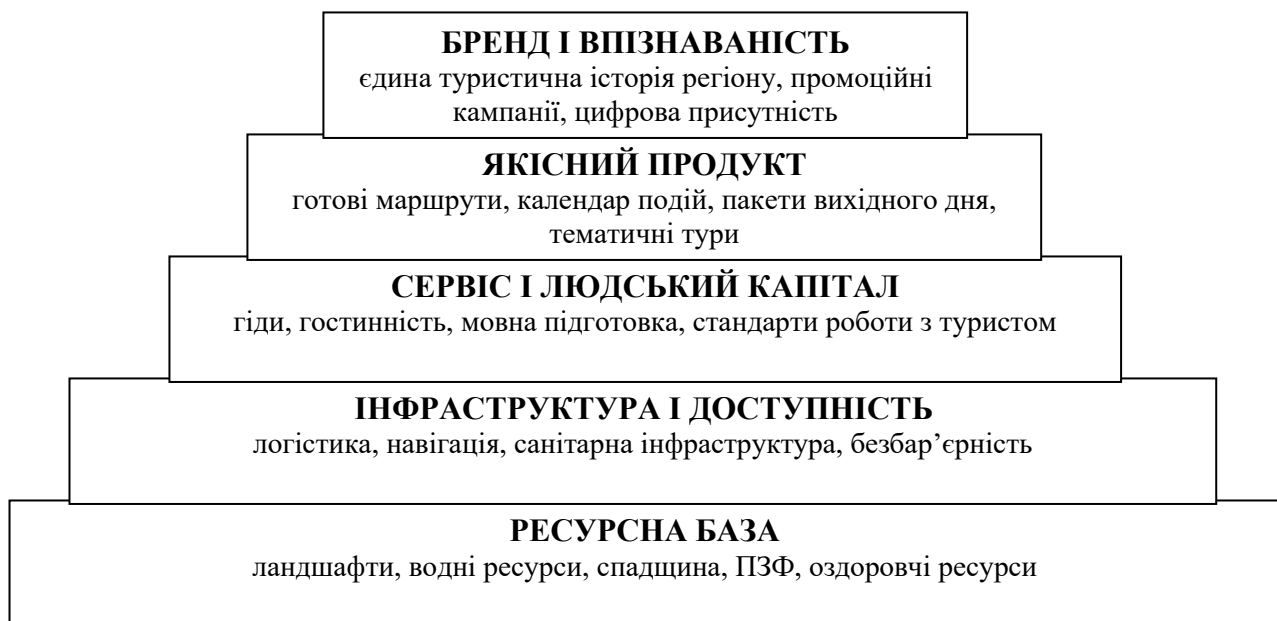
Рис. 4.4. Палац Потоцьких у Тульчині як опорний ресурс для формування палацово-культурного маршруту Поділля

Конкурентоспроможність рекреаційного потенціалу означає здатність території не лише мати ресурси, а й залучати туриста, утримувати його увагу, забезпечувати якісний сервіс, формувати позитивні враження і стимулювати повторні візити. Для Вінниччини це питання особливо важливе, оскільки область має достатньо різноманітну ресурсну базу, але конкурує з іншими регіонами

України за увагу внутрішнього туриста, екскурсійних груп, родин, освітніх подорожей і оздоровчих клієнтів. Першим шляхом підвищення конкурентоспроможності є створення чіткої туристичної ідентичності регіону. Вінниччина може позиціонуватися як територія комфортних подорожей Поділля, де поєднуються міська гостинність Вінниці, палацова спадщина, дністровські ландшафти, оздоровчий потенціал, сільська автентика, гастрономія і краєзнавча освіта. Важливо, щоб цей образ був простим, емоційним і придатним для промоції різними каналами. Другим шляхом є розроблення конкурентних туристичних пакетів. Наприклад, маршрут вихідного дня може містити прибуття до Вінниці, огляд міського центру, музей Пирогова, вечірню прогулянку набережною, наступного дня – поїздки до Тульчина або Буші, дегустацію локальних продуктів і повернення. Для шкільних груп можна формувати освітньо-краєзнавчі пакети з географічним, історичним, біологічним або літературним акцентом. Третім шляхом є підвищення якості інтерпретації спадщини. Туристична інтерпретація – це не лише інформаційна табличка, а спосіб пояснити значення місця, пов'язати факти з емоціями, створити історію і зробити об'єкт зрозумілим для різних аудиторій. Палац, музей, монастир, річкова долина або екостежка повинні мати не тільки опис, а й сюжет: чому це місце важливе, що воно говорить про Поділля, які враження турист має винести. Четвертим шляхом є розвиток сервісних стандартів. Невеликий туристичний бізнес часто програє не через відсутність цікавих ресурсів, а через нерівномірну якість прийому: складність комунікації, відсутність онлайн-інформації, неактуальні графіки роботи, нестачу безготівкової оплати, слабку візуальну навігацію, неготовність працювати з групами. Стандарти гостинності мають бути простими, практичними і зрозумілими для громад та підприємців. П'ятим шляхом є підвищення транспортної та інформаційної доступності. Навіть якщо фізична дорога не може бути швидко модернізована, можна поліпшити туристичну доступність через якісні маршрути в Google Maps, GPS-точки, дорожні знаки, контактні дані, схеми доїзду, попередження про стан доріг, рекомендації для груп і туристичні карти. Це зменшує невизначеність і підвищує

довіру туриста. Шостим шляхом є розвиток партнерства з освітніми закладами. Студенти можуть брати участь у розробленні маршрутів, описів локацій, проведенні опитувань, підготовці екскурсій, перекладі промоматеріалів, створенні цифрового контенту та волонтерському супроводі подій. Сьомим шляхом є формування туристичних продуктів для конкретних цільових аудиторій. Для сімей важливі безпека, зручність, харчування і короткий час у дорозі. Для молоді – активність, фотогенічність, доступна ціна і цифрова комунікація. Для людей старшого віку – комфорт, оздоровлення, спокійний темп. Для школярів – освітній зміст і методичний супровід. Для іноземців – англomовна інформація, зрозуміла логістика і культурна інтерпретація. Восьмим шляхом є використання цифрового маркетингу. Туристичний сайт, соціальні мережі, короткі відео, віртуальні тури, інтерактивні карти, афіші подій, email-розсилки, робота з блогерами та відгуками можуть підвищити видимість області без надмірних витрат. Проте цифровий маркетинг має бути не випадковим, а регулярним: із контент-планом, візуальною єдністю, актуальністю інформації і вимірюванням охоплення. Дев'ятим шляхом є розвиток гастрономічної та ремісничої складової. Локальна кухня, фермерські продукти, крафтові виробництва, майстер-класи, сувеніри, ярмарки й дегустації подовжують перебування туриста та збільшують його витрати в громаді. Для Вінниччини це особливо перспективно, оскільки гастрономія може доповнювати як міські, так і сільські, культурні, подієві й екологічні маршрути. Десятим шляхом є запровадження системи оцінювання якості туристичних продуктів. Громади й організатори маршрутів мають аналізувати відгуки, повторні звернення, кількість бронювань, середній чек, тривалість перебування, участь місцевого бізнесу і проблеми, які фіксують туристи. Без такої системи неможливо зрозуміти, які продукти реально працюють, а які існують лише у промоційних матеріалах. Одинадцятим шляхом є доступність і безбар'єрність. Сучасна конкурентна дестинація має враховувати потреби людей з інвалідністю, людей старшого віку, батьків із дітьми, ветеранів, людей після травм і реабілітації. Це стосується не тільки пандусів, а й зрозумілої інформації, зручних маршрутів,

місць відпочинку, туалетів, візуальної навігації, можливості попередньо дізнатися про доступність локації. Дванадцятим шляхом є підвищення безпеки туристичного середовища. Безпека включає не лише реагування на повітряні тривоги, а й безпечні стежки, якісний супровід груп, медичну готовність, правила поведінки біля води, на скельних і лісових ділянках, інструктаж для активних маршрутів, страхування, перевірені контакти перевізників і реалістичне планування часу. Конкурентоспроможність Вінниччини формується на перетині ресурсної бази, інфраструктури, сервісу, бренду, людського капіталу, цифрових каналів і сталості. Якщо хоча б один із цих елементів залишається слабким, туристичний потенціал реалізується неповністю. Якщо ж вони працюють як система, область може посилити свої позиції на внутрішньому туристичному ринку України.



Конкурентоспроможність зростає від наявності ресурсів до здатності регіону створювати впізнаваний і оплачуваний туристичний досвід.

Рис. 4.5. Піраміда підвищення конкурентоспроможності рекреаційного потенціалу Вінниччини

Таблиця 4.3

Практичні заходи підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів
Вінниччини

Напрямок підвищення конкурентоспроможності	Приклад реалізації	Показник результативності
Брендинг	Єдина туристична айдентика області, слогани для тематичних маршрутів, візуальні шаблони для громад	Зростання впізнаваності локацій, охоплення промоційних кампаній
Пакування продукту	Маршрути вихідного дня, одноденні тури з Вінниці, освітні маршрути для шкіл	Кількість готових продуктів, продажі, повторні замовлення
Якість інтерпретації	Аудіогіди, QR-коди, екскурсійні сценарії, багатомовні описи	Час перебування на об'єкті, позитивні відгуки, залучення гідів
Сервіс	Актуальні графіки роботи, безготівкова оплата, стандарти прийому груп, онлайн-контакти	Рівень задоволеності туристів, зменшення скарг
Доступність	Карти, покажчики, паркування, санітарні зони, опис безбар'єрності	Зростання кількості відвідувачів і групових поїздок
Цифровий маркетинг	Соціальні мережі, відео, віртуальні тури, інтерактивні маршрути	Охоплення, переходи на сайт, бронювання, запити
Локальна економіка	Дегустації, сувеніри, фермерські продукти, майстер-класи	Зростання витрат туриста в громаді



Рис. 4.6. Музей-садиба М. І. Пирогова як приклад ресурсу, що може поєднувати культурно-пізнавальний, освітній і медико-історичний туризм

Таблиця 4.4

Цільові аудиторії та можливі туристичні продукти для Вінниччини

Цільова аудиторія	Ключові потреби	Рекомендовані продукти
Туристи вихідного дня	Коротка логістика, насичена програма, комфорт	Вінниця + Пирогов; Вінниця + Тульчин; Вінниця + Буша; прогулянки Південним Бугом
Шкільні й студентські групи	Освітній зміст, методичний супровід, безпека	Красзнавчі маршрути, музейні уроки, екостежки, історико-географічні екскурсії
Оздоровчі туристи	Відновлення, спокійний темп, медичні послуги, природа	Хмільник + екскурсії областю; санаторно-рекреаційні програми
Активні туристи	Рух, природа, фотогенічні локації, доступна ціна	Вело-, водні, пішохідні маршрути, екостежки, Дністровський напрям
Культурні туристи	Архітектура, історія, якісна інтерпретація	Палаці Поділля, музеї, сакральні комплекси, містечкова спадщина
Іноземні відвідувачі	Зрозуміла логістика, англомовна інформація, безпека	Англомовні екскурсії Вінницею, культурні маршрути, медичний та освітній туризм

4.3. Перспективи інтеграції рекреаційного потенціалу Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок

Інтеграція рекреаційного потенціалу Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок означає включення регіону до ширших потоків, маршрутів, інформаційних платформ, партнерських мереж і тематичних брендів. Область не повинна позиціонуватися лише як територія локального відпочинку. Її конкурентна перевага полягає в центральному положенні, поєднанні міської гостинності Вінниці з ресурсами Поділля та можливості формувати короткі, безпечні й змістовні подорожі.

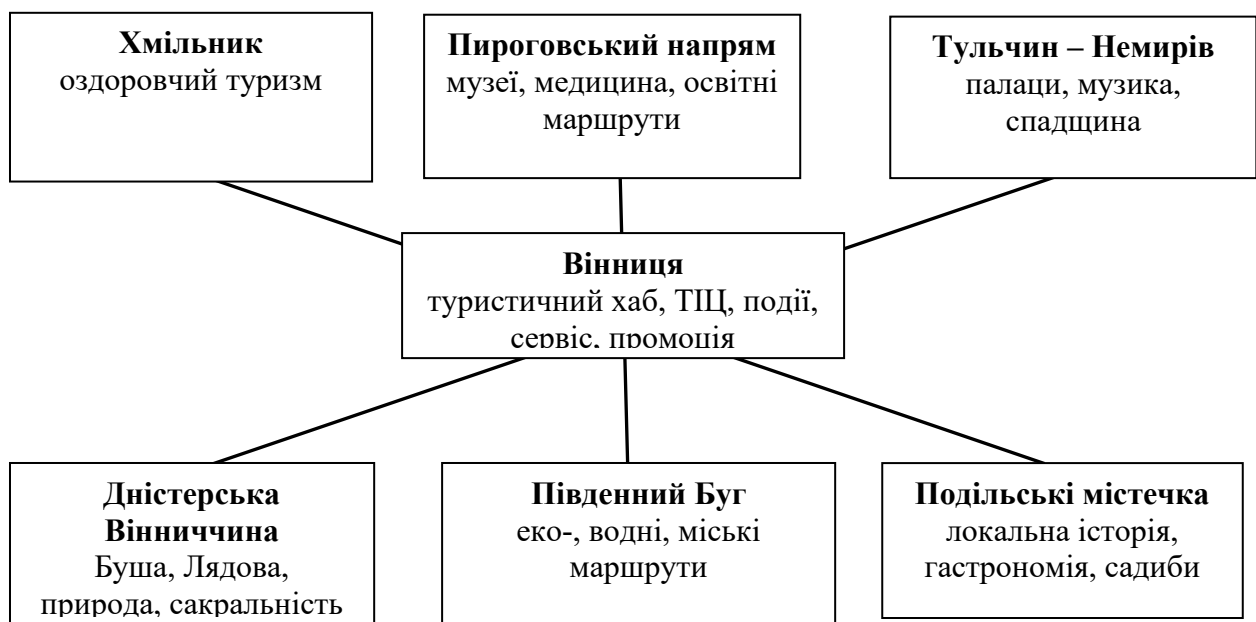
Важливим напрямом інтеграції Вінниччини в український туристичний простір є розвиток міжрегіональних маршрутів Поділля. Область може ефективно взаємодіяти з Хмельницькою, Тернопільською, Чернівецькою, Житомирською, Одеською та Кіровоградською областями через спільні туристичні теми: палацову спадщину, дністровські ландшафти, історичні містечка, сакральні маршрути, козацьку й подільську історію, гастрономію та природничо-краєзнавчі подорожі. Така співпраця розширює туристичний ринок і дає змогу формувати для відвідувачів триваліші та змістовніші маршрути.

Окремої уваги потребує формування бренду «Вінниччина як комфортний центр Поділля». Його зміст доцільно пов'язати з міським комфортом Вінниці, природними маршрутами долини Південного Бугу, дністровськими ландшафтами, туристичним потенціалом Буші, Лядови, Тульчина, Немирова, Хмільника, музею-садиби М. І. Пирогова, локальною кухнею та подієвими заходами. Водночас такий бренд не має залишатися лише рекламним гаслом, а повинен мати конкретне практичне наповнення у вигляді маршрутів, мап, туристичних пакетів і календаря подій. Значні можливості відкриває активніше залучення Вінниччини до шкільного й студентського туризму. Для України внутрішній освітній туризм має важливе значення, оскільки сприяє формуванню знань про регіони, підтримує музеї, екскурсійні бюро та локальний бізнес. Вінниччина може пропонувати тематичні програми з географії, історії, біології, літератури, медицини, екології, мистецтва, туризмознавства та екскурсознавства. Оздоровчий потенціал області варто розглядати в контексті післявоєнного відновлення. У перспективі зростатиме потреба в реабілітаційних, рекреаційних і психологічно відновлювальних програмах. Хмільник і природні території Вінниччини можуть відігравати важливу роль у створенні комплексних продуктів для відновлення здоров'я. Для цього необхідне поєднання медичних, рекреаційних, культурних і сервісних компонентів. Важливо посилювати цифрову присутність Вінниччини на національному рівні. Туристи часто обирають напрям подорожі на основі інформації, яку легко знайти онлайн. Тому інтеграція в український туристичний ринок передбачає не лише функціонування локальних сайтів, а й активну присутність на національних туристичних платформах, у *Google Maps*, соціальних мережах, агрегаторах подій, медіа та тематичних добірках. Дані Державного агентства розвитку туризму України й відкриті показники туристичного збору доцільно використовувати для аналітики та обґрунтування промоційних матеріалів [17; 39; 55]. Перспективним напрямом є розвиток маршрутів вихідного дня. Для мешканців Києва, Житомира, Хмельницького, Черкас, Одеси та інших міст Вінниччина може стати зручним напрямом короткої подорожі на один-два дні.

Для цього потрібні готові туристичні сценарії, зокрема: «48 годин у Вінниці та довкола», «Палацова Вінниччина», «Дністер і Буша», «Оздоровчий вікенд у Хмільнику», «Вінницькі музеї й гастрономія». Подальший розвиток туристичного ринку області доцільно пов'язувати зі спеціалізованими нішами. Серед них – медичний і реабілітаційний туризм, подієвий туризм, гастрономічний туризм, промислово-історичні маршрути, екотуризм, релігійно-паломницькі подорожі, родинні тури, фототуризм, літературні маршрути, маршрути пам'яті та цифрові екскурсії. Нішеві продукти дають змогу працювати з конкретними цільовими аудиторіями і не зводити конкуренцію лише до цінового чинника. Важливим чинником інтеграції є співпраця з туроператорами та екскурсійними бюро інших регіонів. Щоб туристичні продукти Вінниччини стали частиною загальноукраїнського ринку, вони мають бути зрозумілими для професійних посередників. Для цього необхідно забезпечити наявність опису маршруту, його тривалості, вартості, контактів, умов роботи з групами, фотоматеріалів, карти, інформації про сезонність, можливі обмеження та варіанти адаптації. Це дасть змогу включати регіональні продукти до каталогів і комерційних пропозицій. Туристичний розвиток Вінниччини також може бути пов'язаний з участю в національних програмах відновлення, регіонального розвитку та креативної економіки. Туризм здатний підтримувати малий бізнес, сприяти зайнятості молоді, збереженню спадщини, цифровізації громад, екологічній освіті, розвитку культурних індустрій і реабілітаційних послуг. Саме міжсекторний характер робить туризм корисним для громад навіть за умов, коли туристичні потоки ще не мають масового характеру. Необхідною умовою ефективної інтеграції є створення системи регулярного моніторингу туристичного розвитку. Оцінювати присутність регіону на ринку лише за кількістю згадок у медіа недостатньо. Потрібно системно відстежувати кількість відвідувачів, обсяги туристичного збору, кількість ночівель, наявність готових маршрутів, підготовлених гідів, рівень залучення бізнесу, цифрові охоплення, відгуки, повторні візити, сезонність і частку громад, включених у туристичні продукти.

Перспективною є також англomовна та багатомовна комунікація. Навіть за переважання внутрішнього туризму регіон має готуватися до майбутнього повернення іноземних відвідувачів. Англomовні описи музеїв, маршрутів, об'єктів спадщини, сайтів і карт підвищують професійний рівень дестинації та відповідають логіці освітніх програм, де туризм поєднується з міжкультурною комунікацією й перекладом. Інтеграція Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок має спиратися на принцип мережовості. Обласний центр забезпечує хабову функцію, громади формують локальні продукти, бізнес надає сервіс, заклади освіти готують кадри й аналітику, музеї та заповідники забезпечують зміст, природоохоронні установи контролюють сталість, а цифрові платформи з'єднують усе це з туристом.

Загалом перспективи області є реальними, але не автоматичними. Вони потребують професійного менеджменту дестинації, міжмуніципальної співпраці, постійної промоції, інфраструктурних покращень, якісної інтерпретації, участі бізнесу та системного оцінювання результатів. Лише за таких умов рекреаційний потенціал Вінниччини може стати не декларативною перевагою, а конкурентним чинником її місця в туристичному просторі України.



Маршрутна інтеграція має будуватись не навколо одиничних об'єктів, а навколо тематичних ланцюгів з логістикою, сервісом і спільною промоцією

Рис. 4.7. Кластерно-маршрутна модель інтеграції Вінниччини у внутрішній туристичний ринок України



Рис. 4.8. Південний Буг у Вінниці як ресурс міського, водного, екологічного та прогулянкового туризму. [34]

Таблиця 4.5

Перспективні продуктові лінії інтеграції Вінниччини у туристичний ринок України

Продуктова лінія	Ключові ресурси	Ринковий формат
«Вінниця і довкола»	Міські музеї, набережна, Пирогов, події, маршрути біля обласного центру	Тури вихідного дня, сімейні поїздки, шкільні екскурсії
«Палаці Поділля»	Тульчин, Немирів, садибна і палацова спадщина, історичні містечка	Культурно-пізнавальні тури, фотомаршрути, подієві поїздки
«Дністерська Вінниччина»	Буша, Лядова, Дністровські ландшафти, сакральні та природні об'єкти	Екотуризм, паломництво, краєзнавчі маршрути
«Оздоровча Вінниччина»	Хмільник, санаторно-курортна база, рекреаційне середовище	Лікувально-оздоровчі та реабілітаційні програми
«Активне Поділля»	Південний Буг, ліси, екостежки, вело- і пішохідні маршрути	Активні тури, молодіжні програми, клубні подорожі
«Смачна Вінниччина»	Локальна кухня, фермерські продукти, ремесла, гастроподії	Гастрономічні тури, дегустації, ярмарки, майстер-класи

Таблиця 4.6

Механізми інтеграції Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок

Механізм	Зміст	Очікуваний ефект
Міжрегіональні маршрути	Поєднання Вінниччини з іншими регіонами Поділля, Дністра, Центральної України	Збільшення тривалості подорожей і ширше охоплення туристів
Національна промоція	Присутність у загальноукраїнських добірках, платформах, медіа, туристичних подіях	Підвищення впізнаваності області
Партнерство з туроператорами	Підготовка комерційних описів маршрутів, умов роботи з групами, фото і контактів	Включення продуктів Вінниччини до каталогів продажу
Цифрові канали	Інтерактивні карти, QR-коди, віртуальні тури, соціальні мережі, онлайн-афіші	Зручність планування подорожі та зростання цифрового охоплення
Освітній туризм	Маршрути для шкіл, студентів, гуртків, МАН, краєзнавчих секцій	Стабільний попит і виховний ефект
Моніторинг і аналітика	Облік турзбору, ночівель, відгуків, популярності маршрутів, ефекту подій	Обґрунтоване управління і коригування продуктів

Ключові індикатори моніторингу розвитку туризму Вінниччини

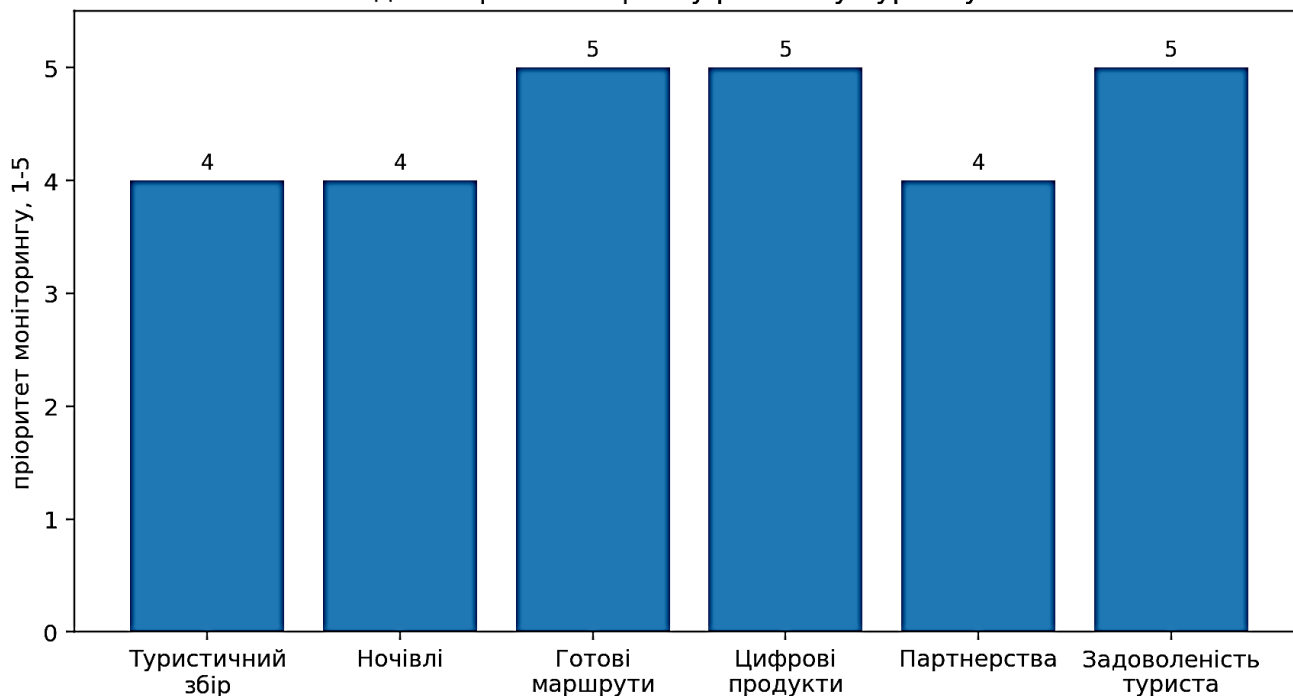


Рис. 4.5. Ключові індикатори моніторингу розвитку туризму Вінниччини

Для практичного впровадження інтеграційної моделі доцільно виокремити кілька рівнів дій. На базовому рівні потрібно забезпечити актуальну інформацію

про локації, графіки роботи, контакти, вартість послуг, умови доїзду та доступність. На продуктовому рівні необхідно сформувати готові маршрути з різною тривалістю і тематикою. На ринковому рівні слід забезпечити продаж або просування цих маршрутів через туристичні інформаційні центри, туроператорів, заклади освіти, готелі, соціальні мережі та партнерські платформи. Особливої уваги потребує розроблення маршрутів для громад, які поки що не мають сталої туристичної впізнаваності. Такі громади можуть починати не з великих інвестицій, а з малого пакету туристичної готовності: короткий опис місця, карта, контакт відповідальної особи, локальний гід, фото, базова навігація, місце для зупинки групи, санітарна точка, пропозиція харчування або дегустації, сувенір чи локальний продукт. Саме такі елементи часто визначають, чи потрапить локація до реального маршруту.

Перспективним інструментом є паспортизація туристичних локацій. Паспорт локації може містити назву, координати, короткий опис, історико-культурну або природну цінність, режим доступу, контактну особу, сезонність, тривалість рекомендованого відвідування, ризики, потреби в облаштуванні, фото, посилання на сайт і можливості включення до маршруту. Такий документ буде корисним для громад, туроператорів, гідів, студентів і дослідників. Інтеграція Вінниччини в український туристичний ринок також потребує роботи з якістю візуального контенту. Фотографії, відео, короткі маршрути в соціальних мережах, віртуальні огляди, сторітелінг про локальних людей і місцеві традиції формують перше враження про дестинацію. Для сучасного туриста візуальна довіра часто передує рішення про поїздку, тому громади мають розглядати контент як інфраструктурний елемент туристичного розвитку. Важливим є створення єдиного календаря туристичних подій області. Навіть невеликі події можуть стати мотивом для подорожі, якщо вони заздалегідь анонсовані, мають зрозумілу програму, якісні фото, контакт організатора і можливість поєднання з іншими об'єктами. Подієвий календар також дає змогу уникати накладання дат, планувати промоцію і формувати тематичні сезони: весняні екостежки, літні водні маршрути, осінні гастроподії, зимові культурні програми.

Для туристичного бізнесу принципово важливим є подовження перебування туриста в області. Одноденний екскурсант приносить менший економічний ефект, ніж турист, який ночує, користується закладами харчування, купує сувеніри, замовляє екскурсію і відвідує подію. Тому перспективні продукти мають бути побудовані так, щоб стимулювати ночівлю: вечірні програми у Вінниці, ранкові виїзди в громади, комбіновані маршрути і спеціальні пропозиції для готелів та садиб. Система промоції Вінниччини має враховувати різну мотивацію туристів. Частина аудиторії шукає комфортне місто і коротку подорож; частина - природу та активність; частина - історію, архітектуру і сакральні місця; частина - лікування, реабілітацію і спокій. Тому універсальна реклама буде менш ефективною, ніж сегментовані повідомлення для конкретних груп із різними маршрутами, цінами, візуальними акцентами і каналами комунікації.

Не менш важливою є фінансова стійкість туристичних ініціатив. Багато маршрутів створюються як разові проєкти, але без механізму підтримки швидко втрачають актуальність. Для сталого розвитку потрібно передбачати джерела оновлення інформації, обслуговування навігації, оплату праці гідів, технічну підтримку сайтів, маркетингові витрати і співфінансування з боку бізнесу. Туризм має розглядатися як інвестиція в місцевий розвиток, а не лише як культурна активність. Практична реалізація перспектив розвитку потребує також ризик-менеджменту. Для туристичної сфери Вінниччини такими ризиками є безпекова ситуація, сезонність, нестача коштів, кадровий дефіцит, конкуренція інших регіонів, деградація природних територій, інформаційна неактуальність і слабка координація. Якщо ці ризики враховані на етапі планування, туристична політика стає більш реалістичною і стійкою.

Інтеграція Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок має відбуватися через поєднання стратегічного бачення і дрібних практичних кроків. Регіон потребує не лише великих програм, а й щоденної роботи з маршрутами, даними, фотографіями, гідами, календарями, описами, сервісом і партнерствами. Саме ця операційна робота перетворює рекреаційний потенціал на конкретний

туристичний результат. Для підсилення ринкової інтеграції варто запровадити єдиний шаблон опису туристичного продукту Вінниччини. Він має містити назву маршруту, тривалість, сезонність, цільову аудиторію, основні об'єкти показу, логістику, контакти, вартісні орієнтири, можливості харчування, умови безпеки, фото та посилання на цифрову карту. Такий шаблон спростить роботу туроператорів, гідів і туристично-інформаційних центрів. Необхідно також розвивати систему локальних амбасадорів туризму. Ними можуть бути гіді, працівники музеїв, викладачі, краєзнавці, підприємці, представники громад і активні мешканці, які здатні якісно представляти свою територію. Амбасадор не лише проводить екскурсію, а й формує довіру до місця, допомагає туристу зрозуміти його унікальність і підтримує живу комунікацію після подорожі. Для громад, що тільки починають туристичний розвиток, доцільним є принцип малих кроків. На першому етапі достатньо створити короткий маршрут, підготувати одного-двох локальних провідників, зробити кілька якісних фото, описати історію місця, налагодити контакт із перевізником і запропонувати групі базовий сервіс. Після цього можна поступово додавати сувеніри, дегустації, події, майстер-класи й партнерські тури.

Значним резервом є поєднання туризму з локальною освітою та наукою. Студентські практики, краєзнавчі дослідження, польові заняття, участь школярів у МАН, університетські екскурсії та методичні розробки можуть одночасно підвищувати якість туристичного продукту і формувати професійний інтерес молоді до розвитку рідного краю. (табл. 4.7, табл. 4.8)

Таблиця 4.7

Ризики реалізації туристично-рекреаційних перспектив Вінниччини та способи їх мінімізації

Ризик	Можливий прояв	Спосіб мінімізації
Безпековий	Скасування подій, зміна логістики, обмеження міжнародних потоків	Гнучкі формати подій, короткі маршрути, інформування туристів, резервні сценарії
Сезонний	Нерівномірне завантаження об'єктів і бізнесу протягом року	Зимові культурні програми, осінні гастроподії, весняні екостежки, цілорічні музейні продукти

Кадровий	Нестача гідів, сервісних працівників, менеджерів DESTINATION	Навчальні курси, студентські практики, сертифікація гідів, партнерство із закладами освіти
Інформаційний	Неактуальні графіки роботи, застарілі сайти, слабкий цифровий контент	Регулярний аудит інформації, відповідальні адміністратори сторінок, єдина база туристичних даних
Екологічний	Сміття, витокування стежок, хаотичний відпочинок біля води та в ПЗФ	Контрольовані маршрути, інформаційні щити, екопросвіта, облаштовані місця відпочинку
Фінансовий	Брак коштів на навігацію, промоцію, оновлення маршрутів	Співфінансування громад і бізнесу, грантові програми, партнерські проекти
Координаційний	Дублювання дій, конкуренція між громадами, відсутність спільного календаря	Туристичні ради, кластерні угоди, спільний маркетинг, регулярні зустрічі учасників

Таблиця 4.8

Узагальнена дорожня карта реалізації рекреаційного потенціалу Вінниччини

Етап	Основні дії	Відповідальні учасники	Очікуваний результат
Короткостроковий	Оновлення переліку туристичних локацій, цифрових карт, описів маршрутів, календаря подій	Громади, Офіс туризму, ТІЦ, заклади культури	Актуальна інформаційна база для туристів і бізнесу
Середньостроковий	Створення пакетів вихідного дня, навчання гідів, облаштування навігації, просування тематичних маршрутів	Громади, бізнес, заклади освіти, музеї, туроператори	Зростання кількості готових туристичних продуктів
Довгостроковий	Формування туристичних кластерів, міжрегіональних маршрутів, сталих фінансових механізмів і системи моніторингу	Обласна влада, громади, бізнес-асоціації, ДАРТ, партнери	Інтеграція області в загальноукраїнський туристичний ринок

Висновки до 4 розділу

Встановлено, що головною умовою ефективного використання рекреаційного потенціалу Вінниччини є перехід від ресурсного підходу до продуктово-ринкової моделі розвитку туризму. Природні, історико-культурні, оздоровчі, подієві та інфраструктурні можливості області повинні бути перетворені на конкретні туристичні продукти з чіткою логістикою, сервісом, промоцією, цільовою аудиторією і системою оцінювання результатів. Основними проблемами розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в регіоні є інфраструктурні обмеження, недостатня навігація і доступність окремих локацій, маркетингова слабкість частини громад, фрагментарність туристичних продуктів, нерівномірність сервісу, нестача підготовлених кадрів, слабка статистика, екологічні ризики та безпекові чинники. Стратегічними напрямками розвитку туристичного бізнесу Вінниччини визначено інвентаризацію ресурсів, формування тематичних продуктів, посилення хабової ролі Вінниці, створення локальних туристичних кластерів, цифровізацію маршрутів, розвиток людського капіталу, подієвого, оздоровчого, екологічного, гастрономічного й освітнього туризму, а також міжрегіональну інтеграцію в туристичний простір Поділля та України. Підвищення конкурентоспроможності рекреаційного потенціалу області має здійснюватися через формування туристичної ідентичності, створення готових пакетів, якісну інтерпретацію спадщини, підвищення сервісних стандартів, цифровий маркетинг, розвиток безбар'єрності, підтримку локальної гастрономії та ремесел, партнерство з освітніми закладами і впровадження системи моніторингу якості туристичних продуктів. Перспективи інтеграції Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок пов'язані з розвитком маршрутів вихідного дня, міжрегіональних продуктів Поділля, оздоровчо-реабілітаційних програм, шкільного й студентського туризму, цифрових турів, гастрономічних і палацових маршрутів. За умови системної реалізації цих напрямів Вінниччина може зміцнити позиції як конкурентна внутрішня дестинація, що поєднує природну привабливість, культурну спадщину, міський комфорт і потенціал сталого туристичного бізнесу.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексне дослідження рекреаційного потенціалу Вінниччини, визначено його значення для розвитку туристичного бізнесу України та обґрунтовано напрями ефективнішого використання природних, історико-культурних, інфраструктурних і організаційно-економічних ресурсів області. Відповідно до мети та поставлених завдань сформульовано такі висновки.

1. Розкрито сутність і структуру рекреаційного потенціалу території. Встановлено, що рекреаційний потенціал не можна зводити лише до сукупності природних чи історико-культурних об'єктів. Це інтегральна характеристика території, яка поєднує ресурсну забезпеченість, транспортну доступність, інфраструктуру, сервіс, управління, інформаційне просування, екологічну стійкість, безпеку та наявність туристичного попиту. У такому розумінні Вінниччина постає не просто як область із певним набором туристично привабливих об'єктів, а як перспективна регіональна дестинація, здатна формувати різні види рекреаційної та туристичної діяльності.

2. З'ясовано, що рекреаційні ресурси є базовою основою розвитку туристичного бізнесу, однак вони набувають реального економічного й соціального значення лише тоді, коли перетворюються на конкретний туристичний продукт. Для цього необхідні інвентаризація ресурсів, їх оцінювання, облаштування, екскурсійна інтерпретація, маршрутизація, сервісне забезпечення, маркетинг і партнерство між громадами, бізнесом та закладами освіти. Для Вінниччини це особливо важливо, оскільки значна частина її природних, водних, ландшафтних, історико-культурних, природоохоронних і оздоровчих ресурсів поки що використовується фрагментарно та потребує активнішого залучення до туристичного обігу.

3. Проаналізовано методичні підходи до оцінювання рекреаційного потенціалу регіону. Доведено доцільність комплексного поетапного підходу, який передбачає визначення мети дослідження, інвентаризацію ресурсів, вибір критеріїв оцінювання, аналіз привабливості, доступності, збереженості,

інфраструктурного забезпечення, ринкової готовності, екологічних і безпекових обмежень. У роботі обґрунтовано використання описово-географічного, порівняльно-географічного, картографічного, статистичного, експертного, бального та SWOT-підходів. Таке поєднання методів дає змогу оцінювати не лише наявність ресурсів, а й реальну готовність території до їх використання у туристичному бізнесі.

4. Визначено місце регіонального туризму в системі туристичного бізнесу України. Регіональний туризм виступає важливим чинником розвитку внутрішніх подорожей, зайнятості населення, малого й середнього підприємництва, місцевих бюджетів і територіальної ідентичності громад. Вінниччина не належить до класичних масових туристичних регіонів України, однак має виразну конкурентну нішу. Її формують центральне географічне положення, зручність для подорожей вихідного дня, рекреаційні ландшафти Поділля, долини Південного Бугу й Дністра, санаторно-курортний потенціал Хмільника, історичні міста й містечка, музеї, палацово-паркові комплекси, сакральні об'єкти і події ініціативи.

5. Охарактеризовано природно-географічні передумови формування рекреаційного потенціалу Вінницької області. Вони визначаються положенням регіону в межах Правобережного Лісостепу, поєднанням Подільської та Придніпровської височин, хвилястим рельєфом, річково-долинною розчленованістю, помірно комфортними кліматичними умовами, наявністю водних ресурсів, лісових масивів, зелених зон, мінеральних і лікувальних вод. Найціннішими природними складниками є долини Південного Бугу і Дністра, ставкові системи, лісові території, краєвидні ділянки Поділля та Хмільницький бальнеологічний напрям. Ці ресурси створюють умови для короткотривалого відпочинку, екологічних маршрутів, водно-пейзажної рекреації, оздоровчого та лікувально-реабілітаційного туризму.

6. Проаналізовано історико-культурні та природоохоронні ресурси Вінниччини. Встановлено, що область має значний потенціал для культурно-пізнавального, екскурсійного, освітнього, сакрального, подієвого й

меморіального туризму. До найбільш репрезентативних об'єктів належать Національний музей-садиба М. І. Пирогова, музей М. М. Коцюбинського, палац Потоцьких у Тульчині, історичні центри міст і містечок, заповідник «Буша», Лядівський скельний монастир, палацово-паркові комплекси, сакральні споруди та локальні традиції. Природно-заповідний фонд області, який включає 433 об'єкти, є важливою основою екологічної освіти, пейзажної рекреації та сталого туризму, однак його використання повинно здійснюватися з урахуванням природоохоронного режиму та допустимого рекреаційного навантаження.

7. Оцінено сучасний стан туристичного бізнесу у Вінницькій області. Встановлено, що рекреаційний потенціал області поступово включається в економічну систему через заклади розміщення й харчування, екскурсійні послуги, транспорт, туристично-інформаційний супровід, подієві заходи, санаторно-оздоровчі послуги та цифрову промоцію. Позитивними ознаками є зростання ролі внутрішнього туризму, хабова функція міста Вінниці, активізація міського туристичного менеджменту, розвиток туристично-інформаційної інфраструктури та збільшення надходжень туристичного збору. Водночас туристичний бізнес області розвивається нерівномірно: найкраще представлені Вінниця, Хмільник, Тульчин, Немирів, Буша, Дністерський напрям, тоді як частина периферійних громад має цінні ресурси, але недостатній рівень сервісу, навігації, промоції та маршрутної готовності.

8. Визначено основні види туризму й рекреаційної діяльності, що можуть розвиватися у Вінницькій області. Найбільш сформованими є культурно-пізнавальний, екскурсійний, міський і лікувально-оздоровчий туризм. Вагомі перспективи мають подієвий, екологічний, активний, сільський зелений, гастрономічний, релігійно-паломницький, освітній, діловий та цифровий туризм. Туристична інфраструктура виконує ключову роль у реалізації цього потенціалу, оскільки забезпечує доступність об'єктів, комфорт перебування, безпеку, інформаційний супровід і можливість комерціалізації ресурсів. Без розвитку транспортної, розміщувальної, харчової, екскурсійної, цифрової, санітарної та

безбар'єрної інфраструктури природні й культурні ресурси не можуть повністю працювати на регіональний туристичний бізнес.

9. Окреслено проблеми, стратегічні напрями й перспективи інтеграції рекреаційного потенціалу Вінниччини у загальноукраїнський туристичний ринок. Основними проблемами є інфраструктурні обмеження, недостатня навігація, слабка інформаційна представленість окремих громад, фрагментарність туристичних продуктів, нерівномірність сервісу, нестача підготовлених кадрів, обмеженість сучасної туристичної статистики, екологічні ризики та безпекові чинники. Стратегічними напрямками розвитку мають стати системна інвентаризація ресурсів, формування тематичних туристичних продуктів, посилення хабової ролі Вінниці, створення локальних туристичних кластерів, цифровізація маршрутів, підготовка фахівців, розвиток безбар'єрності, активізація гастрономічних і подієвих практик, підтримка оздоровчого, екологічного, освітнього та сільського туризму.

Отже, рекреаційний потенціал Вінниччини є достатньо вагомим для посилення позицій області у системі туристичного бізнесу України. Його подальша реалізація залежить не стільки від кількості ресурсів, скільки від якості управління ними, здатності громад і підприємців створювати конкурентоспроможні туристичні продукти, забезпечувати сервіс, просування, безпечність і сталість використання територій. За умови системної реалізації запропонованих напрямів Вінниччина може зміцнити статус перспективної внутрішньої туристичної дестинації, що поєднує природну привабливість, історико-культурну спадщину, оздоровчий потенціал, міський комфорт і можливості збалансованого регіонального розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 06.03.2026).
2. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 № 168-р // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 12.02.2026).
3. Державне агентство розвитку туризму України: офіційний сайт. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 18.01.2026).
4. UNWTO Tourism Definitions. Madrid: World Tourism Organization, 2019. URL: <https://surl.li/neo0zj> (дата звернення: 06.05.2026).
5. Sustainable Development / UN Tourism. URL: <https://www.untourism.int/sustainable-development> (дата звернення: 07.10.2025).
6. OECD Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing, 2024. URL: <https://surl.li/mcprohm> (дата звернення: 06.05.2026).
7. Мальська М. П., Паньків Н. М. Туристично-ресурсний потенціал території: підручник. Київ: Видавець ФОП Піча Ю. В., 2022. 534 с. URL: <https://surl.cc/pfjlzx> (дата звернення: 18.11.2025).
8. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_rtp.htm (дата звернення: 05.11.2025).
9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm (дата звернення: 01.03.2026).
10. Бейдик О. О. Методологія та методика аналізу рекреаційно-туристських ресурсів України: автореф. дис. д-ра геогр. наук. Київ, 2004. URL: <https://uacademic.info/ua/document/0505U000046> (дата звернення: 12.10.2025).
11. Методика туристично-рекреаційних досліджень: методичні вказівки. Рівне, 2020. URL: https://kegt.rshu.edu.ua/images/dustan/2020/mv_02.pdf (дата звернення: 06.05.2026).
12. Поступна О. В. Туристські ресурси України : конспект лекцій. Харків, 2020. URL: <https://surl.li/sdscqo> (дата звернення: 10.11.2025).
13. Грабар М. В. Методи оцінки потенціалу туристично-рекреаційної галузі регіону. URL: <https://surl.li/xfhxgw> (дата звернення: 09.12.2025).
14. Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року зі змінами від 31.05.2024. URL: <https://surl.li/ghirev> (дата звернення: 08.12.2025).
15. Екологічний паспорт Вінницької області 2024 року. URL: <https://surl.li/lztnas> (дата звернення: 07.03.2026).
16. Перелік територій та об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного та місцевого значення, розташованих у Вінницькій області станом на 01.01.2025 року. URL: <https://surl.li/fjqrgu> (дата звернення: 05.02.2026).
17. У 2024 році до місцевих бюджетів Вінниччини надійшло 5,5 млн грн туристичного збору / Головне управління ДПС у Вінницькій області. URL:

- <https://vin.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/860985.html> (дата звернення: 06.05.2026).
18. У 2024 році Вінницька громада отримала рекордні надходження туристичного збору / Вінницька міська рада. URL: <https://surli.cc/wppvdk> (дата звернення: 13.02.2026).
 19. Про природно-заповідний фонд України : Закон України від 16.06.1992 № 2456-XII // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2456-12> (дата звернення: 06.05.2026).
 20. Про охорону культурної спадщини : Закон України від 08.06.2000 № 1805-III // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1805-14> (дата звернення: 06.05.2026).
 21. Glossary of Tourism Terms / UN Tourism. URL: <https://www.untourism.int/glossary-tourism-terms> (дата звернення: 06.02.2026).
 22. South Bug Vinnitsa 2006 G1.JPG / Wikimedia Commons. URL: <https://surl.li/uxalth> (дата звернення: 07.04.2026).
 23. Немирівське городище (Великі Вали)2!.JPG / Wikimedia Commons. URL: <https://surl.li/oqrrqo> (дата звернення: 03.04.2026).
 24. Вінницька область / О. Г. Домбровський // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс]. URL: <https://esu.com.ua/article-34636>.
 25. Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2021–2027 роки. Вінницька обласна військова адміністрація. URL: <https://surl.li/ecvpph> (дата звернення: 08.10.2025).
 26. Перелік територій та об'єктів природно-заповідного фонду загальнодержавного та місцевого значення, розташованих у Вінницькій області станом на 01.09.2024 року. URL: <https://surl.li/cosvwb> (дата звернення: 25.04.2026).
 27. Перелік пам'яток культурної спадщини національного значення Вінницької області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. URL: <https://surl.li/gcsmwv> (дата звернення: 20.10.2025).
 28. Перелік пам'яток культурної спадщини місцевого значення Вінницької області, занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток України. URL: <https://surl.li/tyvnmd> (дата звернення: 27.10.2025).
 29. Національний музей-садиба М. І. Пирогова. Офіційний сайт. URL: <https://pirogov.com.ua/> (дата звернення: 21.10.2025).
 30. Державний історико-культурний заповідник «Буша». Офіційний сайт. URL: <https://busha.com.ua/> (дата звернення: 17.10.2025).
 31. Туризм. Палац Потоцьких. Тульчинська міська територіальна громада. URL: <https://surli.cc/wgvvxp> (дата звернення: 15.10.2025).
 32. Лядовський Усіковенський скельний чоловічий монастир. URL: <https://surl.lt/cgwlej> (дата звернення: 16.10.2025).
 33. Довкола Вінниці. Офіційний туристичний сайт Вінниці. URL: <https://vinnytsia.city/dovkola-vinnytsi/> (дата звернення: 12.11.2025).
 34. Sunset at Southern Bug in Vinnytsia 2007.jpg. Wikimedia Commons. Author: George Chernilevsky URL: <https://surl.lu/ijxxgm> (дата звернення: 11.11.2025).
 35. Вінниця - Садиба Пирогова - Житловий будинок 2.JPG. Wikimedia Commons. Author: A-designer. URL: <https://surl.li/fxrstt> (дата звернення: 11.10.2025).

36. P1400215 Палац Потоцьких (Тульчин).jpg. Wikimedia Commons. Author: Posterrr. URL: <https://surl.li/tvovdo> (дата звернення: 11.03.2026).
37. Вид на монастир з Берега Дністра.jpg. Wikimedia Commons. Author: Zysko serhii. URL: <https://surl.li/cc/orozfl> (дата звернення: 12.03.2026).
38. Заповідник Буша.jpg. Wikimedia Commons. Author: Seleonov. URL: <https://busha.com.ua/> (дата звернення: 04.03.2026).
39. Державне агентство розвитку туризму України. Статистична інформація. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 07.12.2025).
40. Туризм. Вінницька міська рада. URL: <https://www.vmr.gov.ua/turyzm>
41. Головна. Вінниця: офіційний туристичний сайт. URL: <https://vinnytsia.city/> (дата звернення: 06.02.2026).
42. Подивитися. Вінниця: офіційний туристичний сайт. URL: <https://vinnytsia.city/pobachyty/> (дата звернення: 13.11.2025).
43. Екскурсії. Вінниця: офіційний туристичний сайт. URL: <https://vinnytsia.city/ekskursiyi/> (дата звернення: 24.11.2025).
44. У січні-листопаді 2025 року до місцевих бюджетів Вінниччини надійшло понад 6,5 млн грн туристичного збору. Головне управління ДПС у Вінницькій області. URL: <https://vin.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/964038.html> (дата звернення: 18.11.2025).
45. На Вінниччині створено Туристично-інформаційний центр. Вінницька обласна військова адміністрація. URL: <https://surl.li/sisgdz> (дата звернення: 05.11.2025).
46. Вінниччина туристична. Вінницька обласна військова адміністрація. URL: <https://surl.li/dzwdtr> (дата звернення: 10.11.2025).
47. Туристичні мапи Вінниці. Visit Vinnytsia. URL: <https://vinnytsia.city/ekskursionni-karty/> (дата звернення: 04.11.2025).
48. Національний музей-садиба М. І. Пирогова. Visit Vinnytsia. URL: <https://vinnytsia.city/muzej-m-pyrogova/> (дата звернення: 04.11.2025).
49. Понад 1,5 мільйони гривень туристичного збору надійшло до бюджетів громад Вінниччини. Головне управління ДПС у Вінницькій області. URL: <https://vin.tax.gov.ua/media-ark/news-ark/1002587.html> (дата звернення: 04.11.2025).
50. У Вінниці створили два віртуальні тури: «Між трьома мостами» і «Стежка Коцюбинського». Вінницька міська рада. URL: <https://www.vmr.gov.ua/u-vinnytsi-stvoryly-dva-virtualni-tury-mizh-troma-mostamy-i-stezhka-kotsiubynskoho>.
51. National Pirogov's Estate Museum. Wikimedia Commons. Author: A-designer. URL: <https://surl.li/sisdgb> (дата звернення: 22.09.2025).
52. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 5 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/695-2020-%D0%BF> (дата звернення: 04.11.2025).
53. Про хід виконання Програми розвитку туризму у Вінницькій області на 2021-2027 роки, затвердженої рішенням 45 сесії обласної Ради 7 скликання від 24.09.2020 № 978: рішення Вінницької обласної Ради № 970. URL: <https://vinrada.gov.ua/doc/41611/> (дата звернення: 14.11.2025).

54. Програма розвитку туризму та промоції Вінницької міської територіальної громади на 2024-2026 роки. Вінницька міська рада. URL: <https://surl.lu/ejnoiww> (дата звернення: 12.12.2025).
55. Минулоріч до місцевих бюджетів Вінниччини надійшло 6,8 млн грн туристичного збору. Головне управління ДПС у Вінницькій області. URL: <https://surl.lt/mivvhhv> (дата звернення: 02.11.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Паспорт рекреаційного потенціалу Вінниччини

Паспорт узагальнює основні складові рекреаційного потенціалу Вінниччини та показує, як ресурсна база області може бути перетворена на туристичний продукт у системі туристичного бізнесу України.

Таблиця А.1

Узагальнений паспорт рекреаційного потенціалу Вінниччини

Складова потенціалу	Прояв у межах області	Можливий туристичний продукт	Першочергові умови ефективного використання
Природно-ландшафтна	Ландшафти Поділля, річкові долини, балки, лісостепові комплекси, оглядові ділянки.	Екостежки, фототури, прогулянкові маршрути, краєзнавчі екскурсії.	Навігація, благоустрій, контроль рекреаційного навантаження.
Водна	Південний Буг, Дністер, притоки, ставки й водосховища.	Водно-пейзажні маршрути, прибережний відпочинок, рибальський і активний туризм.	Безпека на воді, облаштовані береги, санітарна інфраструктура.
Бальнеологічна	Хмільницький курортний напрям, радонові мінеральні води, санаторно-курортна база.	Оздоровчий, лікувальний, реабілітаційний і wellness-туризм.	Поєднання лікування з екскурсіями, якісний медичний сервіс, промоція.
Історико-культурна	Музеї, палацово-паркові комплекси, сакральні об'єкти, городища, історичні містечка.	Культурно-пізнавальні маршрути, музейні уроки, події й освітні тури.	Інтерпретація спадщини, реставрація, підготовка гідів, цифрові матеріали.
Природоохоронна	Об'єкти природно-заповідного фонду, цінні ландшафти й біорізноманіття.	Екотуризм, природничо-освітні екскурсії, студентські практики.	Режим охорони, екостежки, правила поведінки, моніторинг стану територій.
Інфраструктурна	Транспорт, заклади розміщення й харчування, ТІЦ, туристичні сайти, QR-коди, мапи.	Комплексні тури, маршрути вихідного дня, подовжене перебування туриста.	Єдиний стандарт інформації, безбар'єрність, сервіс, онлайн-комунікація.

Таблиця А.2

Ключові кількісні орієнтири, наведені у кваліфікаційній роботі

Показник	Значення	Туристично-рекреаційне значення
Річкова мережа області	близько 3,6 тис. річок; загальна протяжність – 11,8 тис. км	Формує основу водно-пейзажних, природничих і прибережних маршрутів.
Ставки	понад 5300 ставок	Потенціал локального відпочинку, рибальства та рекреації вихідного дня.
Природно-заповідний фонд	433 об'єкти; понад 66,7 тис. га; 2,2698 % площі області	База для екологічного, природничо-освітнього та науково-пізнавального туризму.
Туристичний збір Вінниччини за 2024 р.	майже 5,5 млн грн	Показує фактичну економічну реалізацію частини туристичного потенціалу.
Туристичний збір Вінниччини за 2025 р.	майже 6,8 млн грн	Свідчить про збереження позитивної динаміки внутрішньої туристичної активності.

Примітка. Показники подано як аналітичні орієнтири для характеристики рекреаційної бази області; у практичному плануванні їх доцільно уточнювати за актуальними офіційними джерелами та матеріалами громад.

Додаток Б

Інвентаризаційна таблиця ключових туристично-рекреаційних локацій Вінниччини

Інвентаризаційна таблиця може бути використана як основа для відбору локацій, паспортизації об'єктів, розроблення маршрутів і формування туристичних продуктів області.

Таблиця Б.1

Опорні локації та напрями їх туристичного використання

Локація / напрям	Тип ресурсу	Туристична функція	Перспективний формат використання
м. Вінниця	міський, культурний, подієвий, інфраструктурний	туристичний хаб області, стартова база маршрутів	міські екскурсії, тури вихідного дня, подієві програми, маршрути довкола Вінниці
Музей-садиба М. І. Пирогова	меморіальний, медико-історичний, освітній	популяризація наукової, медичної й культурної спадщини	музейні уроки, тематичні екскурсії, освітні тури
Долина Південного Бугу	водно-ландшафтний, природничий, міський рекреаційний	формування пейзажного образу міста й області	прогулянкові маршрути, фототури, екостежки, водно-пізнавальні програми
Хмільник	бальнеологічний, оздоровчий, санаторно-курортний	цілорічний лікувально-оздоровчий центр	реабілітаційні та wellness-програми, поєднання санаторного лікування з екскурсіями
Тульчин	палацово-парковий, історико-культурний	опорний пункт палацових маршрутів Поділля	культурно-пізнавальні тури, подієві програми, фотомаршрути
Немирів і Немирівське городище	археологічний, історичний, ландшафтний	краєзнавчий і освітній ресурс	шкільні та студентські маршрути, тематичні екскурсії, історико-ландшафтні програми
Буша	історико-культурний, природно-ландшафтний, сакральний	поєднання спадщини, природи й локальної ідентичності	дводенні тури, етнокультурні програми, пленери, екскурсії для малих груп
Лядова / Дністровський напрям	сакральний, пейзажний, природничий	дністровська туристична вісь області	паломницькі маршрути, природничі й оглядові екскурсії
Могилів-Подільський	міський, прикордонний, дністровський	вузол маршрутів Дністровського напрямку	міські екскурсії, транскордонні та прибережні маршрути
Браїлів і Жмеринський напрям	меморіальний, сакральний, краєзнавчий	ресурс коротких освітніх і культурних поїздок	одноденні маршрути з Вінниці, шкільні екскурсії
Об'єкти ПЗФ області	природоохоронний, екологічний, науково-пізнавальний	збереження природи та екологічна освіта	екостежки, природничі екскурсії, польові практики

Примітка. Таблиця має інвентаризаційний характер і може бути розширена шляхом додавання координат, контактів, графіків роботи, рівня доступності та фотофіксації кожної локації.

Додаток В

Оцінювальна матриця туристичної готовності ресурсів Вінниччини

Матриця призначена для попереднього ранжування ресурсів за ступенем готовності до туристичного використання. Оцінка є орієнтовною і може уточнюватися експертами, громадами та представниками туристичного бізнесу.

Таблиця В.1

Критерії оцінювання туристичної готовності ресурсів

Критерій	Зміст критерію	Шкала оцінювання
Атрактивність	естетична, історична, природна або подієва привабливість ресурсу	1 – низька; 5 – дуже висока
Доступність	зручність доїзду, стан під'їздів, наявність навігації, безпека маршруту	1 – складна; 5 – висока
Інфраструктура	розміщення, харчування, санітарні умови, місця відпочинку, сервіс біля локації	1 – недостатня; 5 – розвинена
Інтерпретація	наявність екскурсій, описів, QR-кодів, гідів, музейних чи освітніх матеріалів	1 – відсутня; 5 – якісна
Ринкова готовність	готовність до продажу як маршруту, туру, події або пакета вихідного дня	1 – низька; 5 – висока

Таблиця В.2

Орієнтовне ранжування ресурсів за туристичною готовністю

Ресурс / напрям	Атрактивність	Доступність	Інфраструктура	Інтерпретація	Ринкова готовність	Сума	Пріоритет
Вінниця як міська дестинація	5	5	5	5	5	25	дуже високий
Музей-садиба М. І. Пирогова	5	5	4	5	5	24	дуже високий
Хмільник як оздоровчий напрям	5	4	5	4	4	22	високий
Тульчинський палацово-культурний напрям	5	4	3	4	4	20	високий
Долина Південного Бугу	5	4	3	3	4	19	високий
Немирівське городище та історичний напрям	5	3	2	3	3	16	середній / перспективний
Буша та Дністровський напрям	5	3	3	4	3	18	високий / перспективний
Об'єкти ПЗФ і екостежки	4	3	2	3	2	14	перспективний
Сільський зелений туризм громад	3	3	3	2	2	13	перспективний

Примітка. Сума балів не є остаточним рейтингом, а використовується для попереднього визначення пріоритетів розвитку: 21–25 балів – дуже високий пріоритет; 17–20 – високий; 13–16 – перспективний; до 12 – потребує додаткового обґрунтування.

Додаток Г

SWOT-аналіз розвитку туристично-рекреаційної діяльності Вінниччини

SWOT-аналіз систематизує внутрішні переваги й обмеження регіону, а також зовнішні можливості та загрози, які впливають на використання рекреаційного потенціалу в туристичному бізнесі.

Таблиця Г.1

SWOT-матриця розвитку туризму і рекреації Вінниччини

Сильні сторони (S) • центральне положення у Правобережній Україні; • поєднання природних, культурних, оздоровчих і подієвих ресурсів; • хабова роль Вінниці; • сформований оздоровчий сегмент Хмільника; • наявність палацово-паркових, сакральних і меморіальних локацій; • зростання значення внутрішнього туризму.	Слабкі сторони (W) • нерівномірний розвиток інфраструктури в громадах; • слабка навігація біля частини об'єктів; • недостатня впізнаваність локацій поза межами Вінниці; • фрагментарність маршрутів; • нестача сучасної інтерпретації та багатомовного контенту; • обмежена статистика одноденного й самодіяльного туризму.
Можливості (O) • формування бренду «Вінниччина як комфортний центр Поділля»; • розвиток маршрутів вихідного дня; • цифровізація, QR-навігація, віртуальні тури; • міжрегіональна інтеграція з Поділлям і Дністровським напрямом; • розвиток подієвого, освітнього, оздоровчого та екологічного туризму; • залучення громад, бізнесу й університетів.	Загрози (T) • безпекові ризики воєнного часу; • економічна нестабільність і зниження платоспроможного попиту; • деградація природних і культурних ресурсів через неналежне використання; • конкуренція сильніших туристичних регіонів; • кадровий дефіцит у сфері сервісу, гідів та дестинаційного менеджменту; • сезонність частини продуктів.

Таблиця Г.2

Перехід від SWOT-аналізу до управлінських рішень

Комбінація	Управлінська логіка	Приклад рішення для Вінниччини
S + O	Використати сильні сторони для реалізації можливостей.	Просувати Вінницю як хаб і формувати маршрути «Вінниця + громади області».
S + T	Використати переваги для зниження впливу загроз.	Розвивати короткі безпечні маршрути вихідного дня та гнучкі подієві формати.
W + O	Подолати слабкі сторони через нові можливості.	Запровадити єдині цифрові паспорти локацій, QR-коди, мапи й оновлені описи.
W + T	Мінімізувати слабкі сторони, які посилюють загрози.	Визначити пріоритетні локації для навігації, сервісу, безбар'єрності та охорони ресурсів.

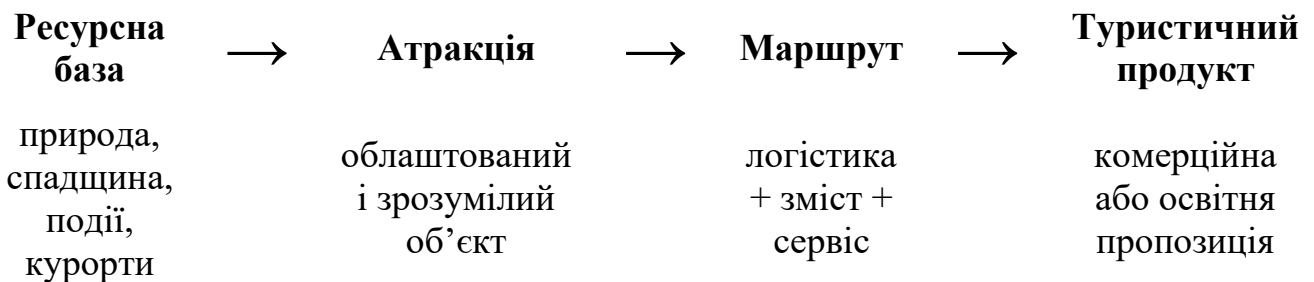
Додаток Д

Тематичні маршрути та продуктові лінії Вінниччини

Запропоновані маршрути мають орієнтовний характер і можуть деталізуватися за тривалістю, логістикою, вартістю, сезонністю та потребами конкретної цільової аудиторії.

Рис. Д.1

Логіка формування туристичного продукту Вінниччини



Таблиця Д.1

Орієнтовні продуктові лінії та маршрути

Продуктова лінія	Маршрут / ядро маршруту	Тривалість	Цільові аудиторії	Ключовий зміст
«Вінниця і довкола»	Вінниця – музей-садиба М. І. Пирогова – набережна Південного Бугу – міські музеї	1 день	туристи вихідного дня, сім'ї, шкільні групи	міський комфорт, музейна спадщина, прогулянкова рекреація
«Палаці Поділля»	Вінниця – Немирів – Тульчин – історичні містечка Поділля	1–2 дні	культурні туристи, студенти, фототуристи	палацово-паркова спадщина, історія, архітектура
«Дністерська Вінниччина»	Могилів-Подільський – Лядова – Буша – оглядові ландшафтні точки	2 дні	екотуристи, паломники, малі групи	Дністровські краєвиди, сакральні об'єкти, історико-культурна спадщина
«Оздоровча Вінниччина»	Хмільник – санаторно-курортні програми – екскурсії до сусідніх локацій	3–7 днів	оздоровчі туристи, люди старшого віку, родини	лікувально-оздоровча рекреація, спокійний темп, додаткові екскурсії
«Краєзнавча Вінниччина»	Вінниця – Браїлів – Жмеринка – локальні музеї та сакральні локації	1 день	школярі, студенти, освітні групи	краєзнавство, локальна історія, навчальні екскурсії
«Природнича Вінниччина»	Південний Буг – об'єкти ПЗФ – екостежки – оглядові ділянки	1–2 дні	екотуристи, студентські практики, активні туристи	природничо-пізнавальні маршрути, екологічна освіта, фототуризм

Таблиця Д.2

Сезонність рекомендованих туристичних продуктів

Сезон / період	Найдоцільніші продукти	Пояснення
Весна	екостежки, краєзнавчі екскурсії, палацові маршрути	комфортні умови для пішохідних і освітніх поїздок, активізація природи
Літо	Дністровський напрям, Південний Буг, подієві та сімейні програми	найкращий період для відкритих локацій, водно-пейзажної рекреації та фототуризму
Осінь	гастрономічні, палацово- культурні, музейні й краєзнавчі маршрути	зручний час для тематичних поїздок, фестивалів, освітніх екскурсій
Зима	музейні, міські, оздоровчі та санаторні програми	можливість підтримувати туристичну активність у міжсезоння через закриті й цілорічні продукти

Додаток Е

Уніфікований паспорт туристично-рекреаційної локації

Паспорт локації призначений для системного опису туристичних ресурсів громад Вінниччини. Його можна використовувати під час інвентаризації об'єктів, підготовки маршрутів, наповнення туристичних сайтів, створення QR-кодів і комерційних пропозицій для туроператорів.

Таблиця Е.1

Форма паспорта туристично-рекреаційної локації

Розділ паспорта	Інформація для заповнення
1. Назва локації	
2. Тип ресурсу	природний / історико-культурний / сакральний / бальнеологічний / подієвий / інфраструктурний / змішаний
3. Адміністративне розташування	область, громада, населений пункт, адреса або орієнтир
4. Координати / посилання на карту	
5. Короткий опис цінності об'єкта	історична, природна, естетична, освітня, оздоровча або подієва цінність
6. Стан збереження	добрий / задовільний / потребує благоустрою / потребує реставрації / потребує охорони
7. Доступність	дорога, громадський транспорт, паркування, пішохідний підхід, безбар'єрність
8. Режим відвідування	вільний доступ / за графіком / за попереднім записом / обмежений режим
9. Наявна інфраструктура	вказівники, санітарні умови, місця відпочинку, харчування, сувеніри, укриття, зв'язок
10. Інтерпретація	екскурсії, гід, інформаційні стенди, QR-коди, аудіогід, музейна програма
11. Рекомендована тривалість відвідування	
12. Сезонність	цілорічно / весна-осінь / літній сезон / подієво
13. Цільові аудиторії	школярі, студенти, родини, туристи вихідного дня, оздоровчі туристи, іноземні туристи, активні туристи
14. Можливе включення до маршруту	назва маршруту, сусідні локації, логістичні зв'язки
15. Контакти відповідальної особи / установи	
16. Фото / відео / посилання	
17. Основні ризики та обмеження	безпека, погодні умови, природоохоронний режим, стан дороги, обмеження груп
18. Першочергові потреби розвитку	навігація, опис, реставрація, благоустрій, промоція, сервіс, навчання персоналу

Примітка. Для практичного використання паспорт доцільно доповнити фотографіями, схемою проїзду, QR-кодом, контактами гіда або відповідальної установи, а також коротким описом українською та англійською мовами.

Додаток Ж**Дорожня карта реалізації рекреаційного потенціалу Вінниччини**

Дорожня карта подає послідовність практичних дій, спрямованих на перехід від ресурсного опису до створення конкурентоспроможних туристичних продуктів Вінниччини.

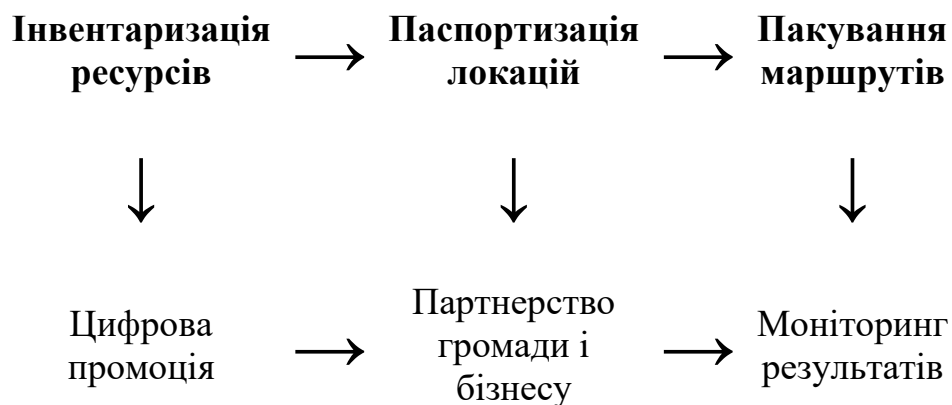
Таблиця Ж.1

Етапи реалізації рекреаційного потенціалу області

Етап	Ключові дії	Відповідальні учасники	Очікуваний результат
Короткостроковий 0–12 місяців	оновити перелік локацій; створити паспорти об'єктів; перевірити графіки роботи; підготувати фото, описи, контакти, цифрові карти	громади, Офіс туризму, ТЩ, музеї, заклади культури, університети	актуальна інформаційна база для туристів, гідів і бізнесу
Середньостроковий 1–3 роки	облаштувати навігацію; сформувати пакети вихідного дня; навчити гідів; запустити QR-коди, подієвий календар і тематичні маршрути	громади, бізнес, туроператори, музеї, заклади освіти, громадські організації	зростання кількості готових туристичних продуктів і подовження перебування туриста
Довгостроковий 3–5 років	створити локальні кластери; інтегрувати область у маршрути Поділля й Дністровського напрямку; запровадити моніторинг результатів	обласна влада, громади, бізнес- асоціації, ДАРТ, партнери, інвестори	стале позиціонування Вінниччини на внутрішньому туристичному ринку України

Рис. Ж.1

Управлінська модель реалізації рекреаційного потенціалу



Таблиця Ж.2

Ключові індикатори моніторингу розвитку туризму Вінниччини

Блок моніторингу	Індикатори	Практичне значення
Економічний	туристичний збір; кількість ночівель; витрати туристів; кількість туристичних пакетів	показує реальний внесок туризму в місцеву економіку
Продуктовий	кількість готових маршрутів; кількість подій; кількість сертифікованих або підготовлених гідів	відображає перехід від ресурсу до готової пропозиції
Інфраструктурний	наявність вказівників, QR-кодів, карт, санітарних умов, місць відпочинку, безбар'єрних рішень	характеризує комфорт і доступність туристичних локацій
Маркетинговий	відвідуваність туристичних сайтів; активність у соціальних мережах; кількість згадок у медіа; відгуки туристів	показує рівень упізнаваності та інформаційної видимості області
Сталий розвиток	стан природних і культурних об'єктів; рекреаційне навантаження; участь місцевих громад; дотримання правил охорони	допомагає уникати деградації ресурсної бази

Примітка. Ефективність дорожньої карти залежить від регулярного оновлення даних, участі громад, туристичного бізнесу, закладів освіти, музеїв та органів управління туризмом.