

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ГЕОГРАФІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ

РОЗРОБКА ІМІДЖЕВИХ ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТІВ
ХМЕЛЬНИЧЧИНОЮ: ВІД ІСТОРИЧНОЇ СПАДЩИНИ ДО
СУЧАСНОСТІ

за спеціальністю: 242 Туризм

галузі знань: 24 Сфера обслуговування

за освітньо-професійною програмою: Туризм

на здобуття освітнього ступеня: Бакалавра

Кваліфікаційна робота бакалавра
здобувачки денної форми навчання
IV курсу

групи «Організація туристичної
діяльності»

Коновалової Анни Ігорівни

Науковий керівник:

к. геогр. н., доц. Михайленко Т. І.

КИЇВ – 2025

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Сутність екскурсійної діяльності.....	6
1.2. Класифікація екскурсій.....	9
1.3. Поняття туристичного іміджу дестинації.....	14
1.4. Методи дослідження.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ.....	18
2.1. Особливості історико-культурної спадщини Хмельниччини в контексті туристичної привабливості регіону.....	18
2.2. Сучасний стан туристичної інфраструктури регіону та її вплив на розвиток туристичної діяльності.....	25
2.3. Аналіз діючого ринку екскурсійних послуг Хмельниччини.....	30
2.4. Роль екскурсійного туризму у формуванні іміджу регіону.....	35
РОЗДІЛ 3. СЕРІЯ ІМІДЖЕВИХ ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТІВ «МОЗАЙКА ХМЕЛЬНИЧЧИНИ».....	39
3.1 Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в регіоні.....	39
3.2. Розробка серії іміджевих екскурсійних маршрутів Хмельниччиною.....	45
Висновки.....	58
Список використаних джерел.....	61
Додатки.....	70

ВСТУП

Актуальність теми. Станом на сьогодні, туристична галузь України, попри численні труднощі та перешкоди, продовжує розвиватися доволі стрімкими темпами. Зростаюча зацікавленість громадян у дослідженні національної спадщини стимулює розширення туристичних горизонтів, що, у свою чергу, відкриває нові перспективи для раніше маловідомих регіонів. Все гострішою стає потреба у розвитку нових туристичних дестинацій.

У даному контексті, особливого значення набуває питання розвитку туризму на території Хмельницької області, яка має значний потенціал завдяки унікальному поєднанню природних, історичних та культурних ресурсів. Вигідне географічне розташування, наявність великої історичної та етно-культурної спадщини, природне різноманіття та низький рівень екологічного забруднення регіону – все це створює комфортні умови для туристів та безмежні можливості для туристичної індустрії. Проте, незважаючи на усі перелічені переваги, туристичний потенціал регіону і досі є недостатньо реалізованим. На такий стан речей впливає ряд гальмуючих факторів, але перш за все справа полягає у недостатньому та неефективному позиціонуванні Хмельниччини як туристичного регіону.

Не менш важливим фактором сьогодення є також те, що внаслідок повномасштабної війни, розгорнутої державою-терористом росією, нині велика кількість територій України не є безпечною для відвідування туристами та екскурсантами. Зокрема, справа стосується і однієї з найбільш туристично привабливих частин України в довоєнні роки – Приморського туристично-рекреаційного району, багатого на різноманіття природних та культурно-історичних пам'яток. На жаль, наразі неможливим залишається відвідування сотень дестинацій, які в мирні часи слугували притягальною силою півдня України. Аналогічна ситуація складається і для Сходу

України, де свого часу активно розвивався оздоровчий туризм, та в межах якого існували необмежені можливості для бальнеотерапії, лікування грязями, галотерапії, іпотерапії та інших методів відновлення сил рекреантів. Однак, навіть в таких умовах туризм продовжує розвиватися. Природньо серед широких верств населення України з'являється потреба у відпочинку. Тож, доречним є переосмислення туризму в інших – раніше менш популярних областях України, зокрема й на території Хмельниччини, яка є одним із регіонів, що характеризується значно нижчим рівнем ризику для подорожей та надзвичайно широкими можливостями для розвитку різноманітних видів туризму.

Зважаючи на вищеперелічене, одним із ключових інструментів поживлення туристичної діяльності в межах регіону, повинні стати іміджеві екскурсійні маршрути Хмельниччиною. Такі маршрути не лише позитивно впливатимуть на популяризацію регіональної культурно-історичної спадщини, але й стануть потужним інструментом для покращення іміджу області на туристичній мапі України.

Мета дослідження. Мета роботи полягає в окресленні перспектив розвитку екскурсійної діяльності в Хмельницькій області завдяки розробці іміджевих маршрутів, що сприятимуть підвищенню туристичної привабливості регіону.

Для досягнення мети, було поставлено ряд **завдань**:

- розглянути теоретичні засади організації екскурсійної діяльності;
- дослідити базу наявних туристичних ресурсів Хмельниччини;
- проаналізувати стан ринку екскурсійних послуг в регіоні;
- окреслити роль іміджевих екскурсійних маршрутів для позиціонування Хмельниччини як туристичного регіону;

- оцінити проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в межах Хмельницької області;
- розробити концепцію іміджевого екскурсійного маршруту Хмельниччиною.

Об'єктом роботи є екскурсійна діяльність на території Хмельниччини.

Предметом виступає розробка серії іміджевих екскурсійних маршрутів Хмельниччиною як інструменту формування позитивного туристичного іміджу регіону.

За структурою робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, джерел інформації та додатків. Робота містить 4 рисунки та 1 таблицю. Джерельна база, що була використана при написанні роботи, складає 52 джерела інформації.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕКСКУРСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Сутність та поняття екскурсійної діяльності

Як важливий елемент туристичної індустрії, екскурсійна діяльність відіграє одну з ключових ролей у формуванні ринку туристичних послуг. В ній об'єднуються організаційні, інформаційні та освітні аспекти, що спрямовуються на популяризацію та просування елементів культурної, історичної та природної спадщини. Відповідно, окреслення сутності та основних понять екскурсійної діяльності дозволить чітко визначити її місце та функціональне значення в контексті сучасної практики туризму.

Однак, для чіткого розуміння, варто підкреслити, що в основі екскурсійної діяльності лежить таке базове поняття як «екскурсія». За всю тривалість свого існування, воно зазнавало найчисленніших змін. Визначення даного терміну впродовж років еволюціонувало, знаходячись під впливом різних наукових підходів, переконань та теоретичних поглядів дослідників, що, у свою чергу, призвело до появи цілого ряду трактувань. Саме з цієї причини в джерелах наукової літератури та дослідницьких працях можна зустріти різні інтерпретації даного поняття.

Так за О.Д. Королем, екскурсія є процесом, під час якого особа здійснює пізнання оточуючого середовища, при цьому, ознайомлюючись із об'єктами показу «наживо» – у їхніх природних місцях розташування. Основними елементами екскурсії також є супровід екскурсовода та підпорядкування даного процесу розкриттю ключової теми [1].

Федорченко В.К визначає екскурсію як процес що передбачає наочне сприйняття довкілля, природних особливостей, а також сучасних історичних об'єктів, елементів побуту, визначних місць певного міста або

регіону; це тематичний маршрут, метою якого є відвідування визначних пам'яток, певних об'єктів та місцевостей [2].

Величко В.В. вважає екскурсію цілеспрямованим, наочним процесом пізнання навколишнього середовища, який в свою чергу будується, використовуючи попередньо відібрані об'єкти, що знаходяться в природних умовах. Екскурсія проходить під керівництвом кваліфікованого фахівця-екскурсовода, з урахуванням завчасно обраної тематики [3].

В «Енциклопедії Сучасної України» поняття «екскурсія» трактується як послуга, що забезпечує задоволення духовних, естетичних, інформаційних потреб туристів; процес наочного пізнання навколишнього світу (особливостей природи, пам'яток архітектури, сучасних та історичних ситуацій, елементів побуту) за визначеним маршрутом [4].

Екскурсійна діяльність же являє собою більш широкий спектр понять та поєднує в собі не лише саму екскурсію, а й усі супутні заходи, пов'язані з її підготовкою, проведенням та оцінкою результатів.

За Кифяк В.Ф., сутність екскурсійної діяльності полягає в організації подорожей, що не можуть перевищувати 24 години, а також супроводжуються фахівцем-екскурсоводом за попередньо складеними маршрутами, з метою ознайомитися із пам'ятками історії, культури, природи, а також музеями, визначними місцями і т.д. [5].

Слатвінська Л.А. визначає екскурсійну діяльність як організацію процесу, що спрямований на ознайомлення туристів із об'єктами екскурсії за конкретною тематикою та маршрутом, без організації послуг розміщення. Така діяльність здійснюється кваліфікованими спеціалістами, що володіють знаннями стосовно технології формування екскурсійних послуг та

обслуговування туристів, а також володіють специфічними навичками та мають досвід туристичного супроводу [6].

Король О.Д. трактує значення екскурсійної діяльності як професійну діяльність, що спрямована на взаємодію із аудиторією та організацію пізнавального процесу в рамках екскурсії. Екскурсійна діяльність охоплює також процеси, що належать до підготовчого етапу – вибір тематики та відповідних об'єктів, розробку маршруту, укладання текстового супроводу та методичну розробку [7].

Екскурсійна діяльність є важливою складовою туристичної сфери та забезпечує організацію пізнавального процесу і є спрямованою на задоволення освітніх і культурних потреб аудиторії. Водночас, поняття «екскурсійна діяльність» є також тісно пов'язаним із поняттям «екскурсійного туризму».

Відповідно до трактувань Пуцентейло П.Р., екскурсійним туризмом можна вважати подорожі та поїздки, що несуть в собі пізнавальну мету [7].

Білецький М.І. визначає екскурсійний туризм як вид подорожей, що мають за мету ознайомлення із унікальними пам'ятками природи, історії та культури, архітектурою поселень, сакральними об'єктами, музейними фондами, індустріальними об'єктами та національними традиціями і повсякденним способом життя місцевих мешканців певної території [8].

Отже, в процесі дослідження теоретико-методологічних засад екскурсійної діяльності було встановлено, що поняття «екскурсія» є багатограним явищем, яке зазнавало змін та еволюціонувало під впливом різних наукових підходів та суспільних факторів. Можна зробити висновок про те, що не існує одного загальновизнаного трактування такого

багатогранного поняття як «екскурсія», проте в той же час, кожне із них, разом зі своїми особливостями, має і спільний початок.

Екскурсійна діяльність, у свою чергу, передбачає не лише сам процес проведення екскурсій, а й широкий спектр заходів, пов'язаних із їх організацією, розробкою маршрутів, вибором тематики та забезпеченням належного методичного супроводу. Вона є важливим складником туристичної галузі, що виконує освітню, культурну та інформаційну функції.

Та звісно ж, особливе місце у структурі туристичної галузі посідає екскурсійний туризм, який об'єднує пізнавальну складову із подорожами, спрямованими на пізнання історико-культурних пам'яток, природних об'єктів та етнографічних особливостей місцевостей та регіонів.

За теоретичну основу в даному дослідженні використовуватимуться визначення понять «екскурсія» та «екскурсійна діяльність» за О.Д. Королем, а також поняття «екскурсійний туризм» за Білецьким М.І. Дані трактування цілком виправдано можна вважати одними із найбільш влучних, адже автори якомога цілісніше та повно розкривають визначення термінів.

1.2. Класифікація екскурсій

Класифікація є системою розподілу предметів, явищ або понять на класи, групи тощо за спільними ознаками та властивостями [9].

Необхідність класифікації екскурсій ніколи не було поза увагою науковців, що працювали у галузі екскурсознавства. Одним із перших про важливість розподілу екскурсій за ознаками ще в ХХ ст. заявив А. Гердт, стверджуючи, що основною метою є поділ екскурсій на групи і підгрупи та виділення тих основних рис, які визначають характер ведення екскурсій, тобто допомагають керівнику орієнтуватися у всіх питаннях її розробки.

Загалом екскурсії можна поділити в залежності від:

- змісту;
- складу учасників;
- місця проведення;
- способу пересування;
- форми проведення.

За змістом екскурсії поділяють на оглядові й тематичні.

Як правило, оглядові екскурсії розкривають одразу декілька тем і охоплюють доволі різнопланові об'єкти, виступати якими можуть найрізноманітніші історичні, культурні та архітектурні пам'ятки, об'єкти природи, промисловості, сільського господарства тощо.

Оглядові екскурсії природньо користуються найбільшою популярністю в туристів, адже вони дозволять за доволі короткий час у загальних рисах ознайомитися з містом або місцевістю. В цьому й полягає головна мета таких екскурсій – дати загальне уявлення про місто, познайомити з головними пам'ятками архітектури, розглянути сторінки з його історії та ін. Усе підпорядковується одній меті: відбір об'єктів показу, матеріалів для індивідуального тексту, ілюстрацій для «портфелю екскурсорода». Спільною для всіх оглядових екскурсій є низка обов'язкових підтем: виникнення міста, окреслення ключових сторінок та моментів його історії, особливості міського планування, розвитку промисловості тощо. Хронологічні рамки оглядової екскурсії охоплюють період від часу заснування міста до його сьогодення. Тому маршрут, зазвичай, починають із місця заснування поселення й далі продовжують по шляху розвитку та розширення міста.

Тематичні екскурсії – це екскурсії, що присвячуються одній конкретній темі. Вони поділяються на наступним чином: історичні, виробничі, природознавчі, мистецтвознавчі, літературні, архітектурно-містобудівні та культово-релігійні.

Історичні екскурсії присвячуються ознайомленню з історією певного краю. В свою чергу вони діляться на такі підгрупи: археологічні, етнографічні, військово-історичні та деякі інші.

- археологічні екскурсії мають на меті ознайомити із віднайденими артефактами, що свідчать про історичне минуле певної місцевості;

- знайомство з народною культурою та побутом місцевості передбачають етнографічні екскурсії;

- військово-історичні екскурсії передбачають відвідування місць, де відбувалися значимі військові події, з показом військово-інженерних споруд - фортець, башт, бастионів, земляних валів і т.д.

Природознавчі екскурсії проводяться в місцевостях, що відомі завдяки значному природному потенціалу. Велику роль в даному випадку відіграє наявність на території таких природних багатств як гірські вершини та хребти, водні об'єкти, ліси, степи тощо. Здебільшого до об'єктів огляду таких екскурсій залучаються унікальні природоохоронні пам'ятки. Цей фактор робить природознавчі екскурсії надзвичайно популярними в екологічному туризмі. Відповідно до охоплюваних елементів природи, такі екскурсії можна в свою чергу поділити на гідрологічні, ландшафтні, геолого-геоморфологічні, зоогеографічні й ботанічні.

Мистецтвознавчі екскурсії передбачають ознайомлення з унікальними мистецькими витворами, історією життя та творчості відомих

митців. Такі екскурсії можна поділити на: театральні-кінематографічні, музично-історичні та образотворчі.

Літературні екскурсії діляться на три підгрупи: літературно-біографічні, літературно-історичні, літературно-художні.

Виробничі екскурсії мають за мету ознайомити екскурсантів із певним підприємством, його історією, економічною діяльністю, технологічними процесами. Поділяються на виробничо-історичні, виробничо-економічні, виробничо-технічні й спеціалізовані.

Архітектурні екскурсії – це такі, що передбачають ознайомлення з найрізноманітнішого виду спорудами, які мають архітектурну цінність. Це можуть бути житлові й адміністративні будівлі, церкви, школи, театри, музеї, університети, мости, збудовані в різні періоди. Архітектурні екскурсії можуть охоплювати як пам'ятки міста загалом, так і бути більш спеціалізованими, тобто розглядати споруди конкретного автора, стилю або історичного періоду.

Культово-релігійні екскурсії – це ті екскурсії, які спеціалізуються на ознайомленні екскурсантів із церквами, храмами, монастирями, церковними похованнями, скитами, джерелами святої води тощо. Головною в них є саме тематика релігії, коли на передній план виходить культове значення об'єкта, а не його архітектурна чи історична цінність [1].

Важливим є те, що тематичні екскурсії того чи іншого виду рідко існують ізольовано один від одного. Наприклад, історичний матеріал використовується в екскурсіях на архітектурно-містобудівні теми; елементи природознавчих екскурсій знаходять своє місце в екскурсіях майже кожної групи тематичних екскурсій. Все залежить від конкретних умов проведення екскурсії, від ресурсів пізнавального плану того чи іншого міста або регіону.

Варто зазначити, що екскурсії можна класифікувати й за деякими іншими ознаками, в залежності від яких визначаються особливості методики, техніки проведення та тривалість.

З огляду на склад і кількість учасників, екскурсії поділяються на індивідуальні, групові, екскурсії для місцевого населення, туристів, школярів, дорослих людей і т.д.

В залежності від міста проведення, екскурсії можуть бути: міські, заміські, виробничі, музейні чи комплексні.

За способом пересування – пішохідні та з залученням різноманітних видів транспорту. Головною перевагою пішохідних екскурсій є те, що створюючи необхідний темп руху, вони створюють найбільш сприятливі умови для показу й розповіді. Особливістю екскурсій з використанням транспорту є те, що зазвичай вони складаються з таких частин, як аналіз екскурсійних об'єктів на зупинках і розповіді під час переїзду між об'єктами.

За формою проведення можуть виділяти наступні види екскурсій:

- екскурсія-масовка, учасники якої одночасно пересуваються по маршруту на 10-20 автобусах, в кожному з яких працює екскурсовод. Такі екскурсії можуть включати масові театральні вистави, фольклорні свята тощо;

- екскурсія-прогулянка, яка поєднує в собі пізнання нового та відпочинок і проводиться зазвичай у лісі, парку і т.д;

- екскурсія-лекція, де ключовим елементом є розповідь;

- екскурсія-концерт, що присвячується певній музичній темі;

- екскурсія-спектакль є формою проведення літературно-мистецької екскурсії, що підготовлена на основі певних літературних творів [1].

Тож, варто зазначити, що класифікація екскурсій є важливим інструментом для їх систематизації, що дає змогу ефективно організовувати екскурсійну діяльність відповідно до її змісту, цільової аудиторії, місця проведення, способу пересування та форми реалізації. Основний поділ екскурсій здійснюється на оглядові та тематичні, які в свою чергу класифікуються, в залежності від конкретних аспектів.

1.3. Поняття туристичного іміджу DESTИНАЦІЇ

Проблематика такого питання як туристичний «імідж» DESTИНАЦІЇ в Україні почала набувати популярності відносно нещодавно. Відповідно до визначення, що надається Всесвітньою туристичною організацією, «туристичний імідж» являє собою сукупність емоційних та раціональних уявлень, що формують сприйняття певного місця [10].

На утворення іміджу території значно впливають такі основні фактори як реальний образ регіону, що обов'язково повинен бути підсилений за допомогою відповідних інформаційно-комунікативних технологій та ідеологічних побудов [11].

Відповідно, формування туристичного іміджу регіону відбувається за два основні етапи:

1. Спершу формується первинний образ певної території – в процесі опрацювання особистістю з офіційних та неофіційних інформаційних джерел, ЗМІ, відгуків інших туристів, що попередньо мали безпосередній досвід знайомства із регіоном. На основі такої інформації, в уявленні людини складається суб'єктивний образ певної території.

2. Об'єктивний або особистісний образ регіону ж складається після особистого відвідування та знайомства із певною територією, що дозволить підтвердити або спростувати попередні уявлення особистості про неї [12].

Отже, кінцеве враження щодо регіону можна вважати сформованим лише після його відвідування та фактичної особистої взаємодії з певною територією [13].

Окрім того, дослідники зазначають про те, що загальне враження стосовно дестинації зазвичай є більш позитивним саме у разі долученості до організованих екскурсій в межах відвідуваної території [14].

Тобто, туристичний імідж території можна вважати багатовимірним явищем, на формування якого впливають як зовнішні потоки інформації, так і власний досвід кожного окремого мандрівника. Хоча основу туристичного іміджу закладає саме перший етап його формування, що здебільшого залежить від впливу інформаційного простору, однак вирішальним чинником у даному процесі відіграє саме особиста подорож туриста. Отже, питання управління туристичним іміджем території потребує різнобічного підходу та повинно розглядатися як частина стратегії регіонального розвитку та мати на меті підвищення конкурентоспроможності дестинації на туристичному ринку.

1.4. Методи дослідження

Відбір методів дослідження є надзвичайно важливим процесом в контексті проведення наукової роботи в галузі туризму, що гарантує належну якість та об'єктивність результатів. Тематика дослідження екскурсійної діяльності та розробка іміджевого маршруту Хмельниччиною створює потребу в комплексному підході, що включає застосування різних

наукових методів дослідження. Їх вибір насамперед зумовлений необхідністю отримання релевантної та об'єктивної інформації про сучасний стан екскурсійного туризму в регіоні, оцінки його потенціалу та визначення ефективних шляхів розвитку.

Літературний метод дослідження характеризується пошуком та опрацюванням різних літературних джерел з метою отримання інформації про об'єкт дослідження, в даному випадку – екскурсійну діяльність на території Хмельниччини. Літературний метод включає такі аспекти дослідження як відбір та аналіз наукових публікацій, статей, підручників та багатьох інших джерел з метою підбору теоретичного фундаменту для написання наукової роботи [15]. Для проведення даного дослідження було опрацьовано 52 джерела інформації.

Аналіз та синтез – це міцно взаємопов'язані методи дослідження. Суть аналізу полягає у поділі об'єкта дослідження на декілька складових частин для детального вивчення його елементів. Синтез в свою чергу – навпаки, дозволяє з'єднати окремі частини аби риси предмета в єдине ціле, що в свою чергу дає змогу охопити загальну картину під час дослідження [16]. В контексті даного дослідження, застосування аналізу та синтезу дає змогу виділити окремі ключові аспекти екскурсійного туризму в регіоні та виявити на їх основі тенденції його розвитку та нові можливості й перспективи.

Прогнозування – метод, суть якого полягає у застосуванні ретроспективного аналізу тенденцій та особливостей і закономірностей в розвитку різних аспектів об'єкта, з метою винесення висновків стосовно подальшого розвитку даного об'єкта за тих чи інших обставин [17]. Застосування даного методу дозволить сформулювати об'єктивну оцінку розвитку екскурсійного туризму на Хмельниччині, беручи за основу аналіз

тенденцій минулого та сучасності, та окреслити обґрунтовані висновки про подальше удосконалення й формування екскурсійної діяльності у регіоні та її вплив на імідж Хмельниччини.

Історичний метод дослідження – це метод, завдяки використанню якого можна досягти глибокого усвідомлення та розуміння кореню проблеми, що створює можливість для окреслення найбільш об'єктивного висновку та створення рекомендацій щодо нового об'єкту [18]. Застосування даного методу у контексті дослідження, з одного боку – шляхом вивчення ряду історичних аспектів формування та розвитку екскурсійної діяльності на Хмельниччині, та з іншого боку – аналізу історико-культурної спадщини регіону – допоможе глибше усвідомити суть проблеми та розробити туристичний продукт, в якому органічно поєднуються історична спадщина та сучасні тенденції.

Метод SWOT-аналізу уможливорює проведення всебічного вивчення внутрішніх та зовнішніх аспектів об'єкту дослідження [19]. Даний метод дозволяє отримати ряд релевантних та ефективних рішень щодо ключових напрямків удосконалення туристичного продукту та підвищення його конкурентоспроможності.

Метод групування – це науковий метод, сутність якого полягає у необхідності здійснення поділу об'єктів, об'єднаних загальними ознаками, на групи – задля окреслення конкретних закономірностей [16].

Отже, можна зробити висновок про те, що якість результатів наукової роботи багато в чому покладається на фактор ефективності використання обраної методики дослідження. Мультидисциплінарний підхід у відборі методів забезпечує створення комплексного образу досліджуваного об'єкта.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТОЧНОГО СТАНУ ЕКСКУРСІЙНОГО ТУРИЗМУ ХМЕЛЬНИЧЧИНИ ЯК ФАКТОРУ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ РЕГІОНУ

2.1. Особливості історико-культурної спадщини Хмельниччини в контексті туристичної привабливості регіону

Як регіон на туристичній мапі України, Хмельниччина є надзвичайно багатою на історико-культурну спадщину, що сформувалася завдяки столітній історії впливу на дану територію різних етносів та культур. В регіоні зосереджено велику кількість архітектурно-історичних та сакральних пам'яток, численних об'єктів нематеріальної культурної спадщини. Таке надбання створює матеріальне та духовне підґрунтя для розвитку та поширення тут великої кількості різних видів туризму, зокрема й екскурсійного. Елементи культурної спадщини мають значний вплив на формування привабливості Хмельниччини для туристів, а їх збереження та ефективність використання не лише прямо впливають на розвиток екскурсій, а й сприяють загальному зміцненню унікальної культурної ідентичності регіону.

Життя на території Хмельниччини зародилося більш ніж 300 тис. років тому, й продовжувало розвиватися, зазнаючи еволюційних та культурних змін. Про розвиток цивілізацій в регіоні, у тому числі, свідчать знайдені неподалік села Лука-Врублівецька одні з найдавніших пам'яток знаряддя землеробства трипільців – вироби з каменю та кісток, статуетки людей та тварин, ритуальні елементи [20]. В цьому ж місці було також віднайдено свідчення існування на території Хмельниччини черняхівської культури – одного із найяскравіших явищ археології [21].

В більш пізні епохи Хмельниччина не переставала бути місцем становлення та діяльності інших культур та етносів. Сучасна Хмельницька область в свій час перебувала під правлінням Требовлянського, Галицького

та Київського князівств, Польщі та Литви. В окремий період часу на території регіону знаходилася столиця Пониззя – Бакота, колишне велике місто та важливий політично-адміністративний центр – нині, через сотні років, стало затопленим селом, що приваблює паломників та рекреантів [22].

На сьогодні у Хмельницькій області налічується 255 пам'яток археології, 250 – архітектури та містобудування, 24 пам'ятки мистецтва та 2 349 історичних пам'яток – всі вони знаходяться на державному обліку [23].

За концентрацією кількості пам'яток чільні місця на мапі Хмельниччини посідають такі населені пункти як Кам'янець-Подільський – понад 230 пам'яток, та Хмельницький – 125 [24, 25]. Серед інших населених пунктів області, до лідерів за кількістю вагомих історико-культурних об'єктів варто віднести Сатанів, Старокостянтинів, Меджибіж тощо.

На території Хмельницької області збереглося чимало фортифікаційних споруд, що є свідченнями про значимість, яку мав регіон впродовж років своєї історії. Безперечно, перлиною фортифікаційної архітектури є велична Кам'янець-Подільська фортеця, збудована в період XI-XVI століть і згодом – виконуюча функції надважливого оборонного об'єкту протягом кількох століть. Однією із характерних рис споруди є її особливе розташування на кам'яному острові, що огинається каньйоном річки Смотрич. Ця ж особливість зробила фортецю неприступною твердиною, що століттями зберігала свій статус важливого стратегічного об'єкту, спочатку – Литовської держави, згодом – Речі Посполитої [26]. На сьогоднішній день багата історична цінність споруди та вражаючий архітектурний ансамбль, складений замком, мурами та одинадцятьма вежами, роблять споруду важливою історико-культурною пам'яткою, що відіграє неабияку роль для туризму, щорічно приваблюючи до 200 тис.

українських та іноземних туристів [27]. Кам'янець-Подільська фортеця є частиною Національного історико-архітектурного заповідника «Кам'янець», а також вважається одним із «7 чудес України». Для туристів тут працює музей, проводяться екскурсії та діють численні краєзнавчі та історичні експозиції.

Окрім головної фортифікаційної пам'ятки Хмельниччини, в регіоні збереглося ще чимало споруд, що несуть в собі не меншу цінність, проте користуються менш значною туристичною популярністю.

Другою за значимістю для регіону можна вважати Меджибізьку фортецю – одну із найкраще збережених пам'яток середньовічної фортифікаційної архітектури Хмельниччини, що також відома під назвою «Білий Лебідь». Замок вражає залишками костелу в готичному стилі на його території, могутніми вежами та каплицею-ротондою. З 2004 року для туристів на території Меджибізького замку проводиться автентичний фестиваль «Стародавній Меджибіж», що приваблює середньовічною атмосферою, танцями, музикою, реконструкціями історичних подій та лицарськими турнірами [26].

Замок князів Острозьких – головна пам'ятка міста Старокостянтинів, що споконвіків славиться своєю героїчною історією. Зведений за часів князя Василя Костянтина Острозького, замок у Старокостянтиніві зумів утриматися навіть після численних нападів і залишився непохитним навіть тоді, коли через ці землі пролягав сумнозвісний «Чорний шлях», яким татарська орда гнала невольників до Криму. Своєю незламністю замок завдячує унікальному розташуванню на місці злиття річок Случ та Ікопоть, що забезпечувало розташування твердині та неприступному «острові», по периметру якого на додачу були насипані вали та зведені потужні 5-метрові стіни. Просто поруч із замком розташовано сторожову вежу — архітектурну

пам'ятку Середньовіччя, що століттями служила місту пунктом спостереження за ворогом [26].

Неможливо оминати увагою також і однойменний замок, що розташований у селищі Летичів. Замок сягає своєю історією часів XIV ст., коли на цьому місці знаходився один із важливих військових об'єктів Подільського краю, що тісно пов'язана з історією українського національного героя – Устима Кармалюка, головного ватажка, що очолив рух селян на Поділлі на початку XIX ст. Сьогодні ж Летичівська твердиня збережена у вигляді замкових стін, вражаючої Круглої вежі, монастирських будівель та поруч – Домініканський костел, що є пам'яткою архітектури стилю ренесанс [28].

Окрім того, на території Хмельниччини наявні й інші вражаючі архітектурні споруди:

- палацово-парковий ансамбль в Самчиках – яскравий приклад неокласицизму, що зберігся до наших днів у майже бездоганному стані;
- палац Орловських в Маліївцях, архітектуру якого порівнюють зі зразками французького класицизму;
- палац Сагнушків у Ізяславі – масштабний бароковий замок XVIII століття;
- селище-скансен Антоніни, що складається з численних будівель у стилі фахверк. А також багато інших пам'яток, що мають нескінченний туристичний потенціал.

Не останнє місце на мапі туристичних пам'яток Хмельниччини займають об'єкти сакральної спадщини. Нинішня Хмельницька область значний період свого існування перебувала під впливом різних етносів, культур та релігій, тож не дивно, що за весь час тут переплелися та залишили свій слід такі релігії різних народів як християнство та юдаїзм.

На Хмельниччині збережена велика кількість костелів, храмів та монастирів. Одним із найвизначніших можна вважати вже вищезгаданий Домініканський костел, або костел Внебовзяття Пресвятої Діви Марії у Летичеві, що була зведена у XVII ст. за сприяння польського шляхтича Яна Потоцького [29].

Унікальною є Свято-Покровська церква, що у селі Сутківці – єдина в Україні. Особливість її полягає в тому, що церква водночас є храмом та оборонною спорудою та вважається однією із найцінніших культових споруд Поділля [30].

Також своєрідним центром християнської спадщини є Кам'янець-Подільський. В місті збереглися такі пам'ятки сакральної спадщини як вірменський Миколаївський собор, Хрестовоздвиженська церква, Петро-Павлівський костел, Троїцька церква та багато інших святинь [31].

Єврейська спадщина також завжди була глибоко інтегрована у загальний образ Хмельниччини, а отже й релігійне надбання юдаїзму посідає важливе значення в регіоні. Одним із найважливіших центрів хасидизму не тільки в Україні, а й в усьому світі є Меджибіж – селище, яке щороку стає центром паломництва для єврейського народу, оскільки саме тут здійснював проповідницьку діяльність, а по смерті був захоронений засновник хасидизму – Баал Шем Тов [32].

Серед найбільш відвідуваних туристами пам'яток та локацій Хмельницької області можна виділити наступні:

1. Кам'янець-Подільська фортеця;
2. Бакотська затока та скельний монастир;
3. Меджибізький замок;

4. Замок князів Острозьких;

5. Палац Орловських [33].

Варто зазначити, що перелік пам'яток, що найчастіше відвідуються туристами в регіоні, водночас включає й одні з історично та культурно найбільш вагомих пам'яток Хмельниччини.

На жаль, в умовах війни більшість матеріальних історико-культурних пам'яток є надзвичайно вразливими. Так, попри віддаленість Хмельниччини від зони активних бойових дій, внаслідок ворожих обстрілів, станом на сьогодні, в регіоні налічується вже 10 пошкоджених об'єктів, серед яких 1 – національного значення, 6 – місцевого значення та 3 щойно виявлені об'єкти культурної спадщини [34].

Окрім перелічених пам'яток області, величезні можливості для приваблення туристичних потоків до регіону відкриває і багата нематеріальна культурна спадщина Хмельниччини. Надбання народу, що формувалося та збагачувалося протягом століть, сьогодні може стати однією з ключових складових іміджу регіону, адже саме нематеріальна культурна спадщина є прямим свідченням про наявність локальної культурної ідентичності народу та його духовне багатство.

Взаємодія із нематеріальним надбанням народу відіграє велику роль для соціо-культурного обміну між етносами та в межах однієї нації. Останнє, в свою чергу, забезпечує формування національної ідентичності та зміцнює внутрішнє відчуття єдності народу.

Багатовікова та насичена історія Хмельниччини сприяла формуванню в даному регіоні значного розмаїття нематеріальної культурної спадщини. Офіційно до переліку нематеріальної спадщини регіону занесено 13 її видів – від унікальних пісень, до обрядів, страв та розписів [35].

Одним із найяскравіших прикладів нематеріальної культури Хмельниччини є традиція Самчиківського розпису – унікальна техніка розпису, що здавна прикрашала будинки на території Поділля та Волині, виконуючи функцію оберегу. Однією з рис цього яскравого виду декоративно-ужиткового мистецтва є його цілісність та сюжетність, що полягає у відображенні традиційних картин з українських колядок, щедрівок, казок та інших народних творів. Також зубчасті та контрастні елементи малюнків відображають традиції сільського життя українців, самих селян та їхнього щоденного оточення [36]. Сьогодні самчиківка активно популяризується митцями, проводяться майстер класи, знання про традиційний розпис передаються молодим поколінням, а саме мистецтво розпису внесено до Національного переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України. Хоча ще нещодавно даний культурний феномен міг бути втраченим, місцеві майстри – Віктор Раковський і Сергій Касьянов нині перетворюють власне село на справжній мистецький об'єкт та навіть навчають самчиківці всіх бажаючих у художній школі [37].

Не менш важливий туристичний ресурс собою становить і гастрономічна спадщина Хмельниччини. Саме Хмельниччина дала Україні таку страву як зінківська ковбаса, що походить із села Зінків і славиться своїм незвичним чорним кольором та цікавим ароматом, що досягається шляхом випікання страви на вишневих дровах та особливостях технології приготування. Окрім того, до інших кулінарних традицій Хмельниччини, що зберігають автентичний спосіб приготування, передаються з покоління в покоління та можуть стати справжніми туристичними принадами регіону, належать традиції приготування білого борщу, бадзьоні, картопляної ковбаси, мамалиги, полонських вареників, картопляників та інших місцевих делікатесів [35]. Не останнє значення для приготування традиційних страв відіграє локальна продукція, що використовується під час створення

гастрономічних делікатесів. На території Хмельницької області існують крафтові та екологічні господарства, що виробляють найрізноманітнішу продукцію з молока корів, кіз та овець – від сирів до сметани [38].

Що не менш важливо – наявність нематеріальної культурної спадщини може зіграти подвійну роль для регіону. Взаємовигідність туризму для різноманітних видів вираження локальної культури полягає в тому, що завдяки потокам туристів, збільшується вірогідність збереження та навіть відродження давніх ремесел, звичаїв та обрядів місцевого населення, що нині часто знаходяться під загрозою зникнення та є вкрай вразливими до занепаду.

Отже, Хмельниччина – це дійсно унікальний з туристичної точки зору регіон, що дивує різноманіттям архітектурних пам'яток, історико-культурних об'єктів та неповторною спадщиною нематеріального надбання народу. Численні туристичні атракції та культурна ідентичність регіону можуть мати неабиякий вплив на формування туристичного іміджу Хмельниччини. За умови ефективного використання наявних ресурсів, Хмельниччина матиме всі можливості для розвитку екскурсійного туризму та приваблення значних туристичних потоків.

2.2. Сучасний стан туристичної інфраструктури регіону та її вплив на розвиток туристичної діяльності

Наявність розвиненої туристичної інфраструктури відіграє важливу роль для розвитку туризму та активної економічної діяльності загалом. Формування мережі туристичної інфраструктури в регіоні складає фундамент для функціонування на даній території індустрії туризму як такої, адже, саме якісні інфраструктурні рішення забезпечують зручний доступ до туристичних об'єктів а також – комфортні умови перебування туристів. Належного стану транспортна мережа, заклади розміщення та

харчування, інформаційна інфраструктура – все це має вплив на підвищення туристичної привабливості регіону та створення позитивного іміджу для подальшого зростання туристичних потоків.

Характерною та важливою рисою туристичної інфраструктури є і те, що її розвиток прямо впливає на освоєння туристами території регіону, що в контексті популяризації туризму на Хмельниччині, є як ніколи актуальним.

Хмельницька область характеризується вдалим географічним положенням на мапі України. Найбільша частка транспортної інфраструктури регіону припадає саме на автомобільний транспорт. Сумарна протяжність автомобільних доріг в межах Хмельницької області складає близько 7 000 кілометрів, що включає наявність в регіоні міжнародних транспортних шляхів та доріг національного значення, серед яких – міжнародні автомобільні дороги E50 та M12, а також – національні Н02, Н03, Н25. Загалом у січні 2022 року автомобільним транспортом Хмельницької області було виконано пасажирообіг, що складає 27,7 млн.пас.км. Варто зазначити, що саме автомобільний транспорт відіграє найважливішу роль для розвитку туризму в регіоні, оскільки надає найбільше можливостей для відвідування туристичних локацій, які в свою чергу, не завжди розташовуються в межах близькості до великих міст області та ключових транспортних вузлів. Однак, хоча мережа доріг і є достатньо широкою, якість автомобільного покриття залишається не в найкращому стані, що безперечно слугує стримуючим фактором для розвитку деяких туристичних дестинацій Хмельниччини [39].

Одне з ключових місць по важливості серед інфраструктури області також посідає залізничний транспорт, що є добре розвиненим на території Хмельниччини і дозволяє подорожувати зі зручністю. У Хмельницькій

області наявні 40 залізничних станцій, найбільшими вузлами вважаються Шепетівка та Хмельницький [40].

Готельно-ресторанна інфраструктура області кількісно налічує близько 160 закладів готельного типу та понад 700 закладів громадського харчування. У 2024 році туристичний збір приніс до місцевого бюджету 3 млн 212 тис. гривень [23]. Що важливо – найбільша в регіоні концентрація закладів готельно-ресторанної інфраструктури зосереджена у таких містах як Хмельницький та Кам'янець-Подільський, що водночас вважаються одними найпопулярніших локацій серед туристів та зосереджують найбільшу концентрацію історико-культурних пам'яток Хмельниччини. Найпоширенішою серед закладів готельного господарства є категорія 3-зіркових готелів, водночас ринок регіону також включає бутік-готелі, апарт-готелі, хостели, мотелі, зелені садиби, бази відпочинку тощо [41]. В середньому, туристи залишаються в закладах розміщення Хмельницької області на 1-3 ночі [42]. Сфера закладів харчування здебільшого представлена такими закладами як ресторани, бари та кафе, серед яких – заклади першого, вищого та класу люкс [43].

Розвиток готельно-ресторанної інфраструктури на території Хмельницької області впродовж останніх років відбувався під впливом деяких ускладнюючих факторів, серед яких – тривалі локдауни та обмеження під час пандемії COVID-19, та загальне падіння туристичної сфери з початком повномасштабної війни росії проти України. Варто зазначити, що попри стабільне зростання галузі до пандемічних часів, після введення в дію жорстких обмежувальних заходів, готельно-ресторанна галузь була однією з таких, що постраждали найбільше, втративши близько 60 млрд. грн [44]. Проте, якщо під час пандемії готелі та ресторани в різних куточках України були в схожому становищі, то після початку ж повномасштабного вторгнення, важливим став фактор географічного

розташування та наближеності до зони бойових дій. В даному питанні, Хмельниччина стала одним із регіонів, де готельно-ресторанна інфраструктура змогла продовжити роботу: на початку війни – підлаштувавшись під актуальні потреби тилу, забезпечуючи житлом та харчуванням вимушено переміщених осіб з інших регіонів, а згодом, зі зниженням такої потреби – відновила звичну роботу [45].

Туристична галузь Хмельницької області, все ж, поступово відновлюється, здебільшого – за рахунок внутрішнього туризму. Так, регіон показав значні збільшення в питанні податкових надходжень від туризму, в тому числі – закладів готельно-ресторанного господарства, і у 2023 році показник приросту надходжень становив +38% у порівнянні з попереднім роком. А в 2024 році завантаження готелів вийшла на середній показник в 34-38% [46].

Станом на сьогоднішній день, забезпечення таких закладів, а також якість наданих ними послуг, на жаль, все ще не відповідає міжнародним стандартам, що негативно впливає на приваблення туристів до регіону.

Стан інформаційної туристичної інфраструктури Хмельниччини характеризується наявністю 4-х туристично-інформаційних центрів у таких ключових містах області як Хмельницький та Кам'янець-Подільський, а також у містечку Дунаївці та смт. Чорний Острів (Рис.2.1.). Робота таких центрів зосереджується на забезпеченні туристів безкоштовною інформацією щодо ключових туристичних об'єктів регіону, розповсюдженні рекламної продукції щодо туристичних послуг та продажі туристичних послуг [47]. Наявність туристично-інформаційних центрів на території області є позитивним фактором у розвитку туризму, оскільки саме таким чином підвищується проінформованість населення про туристичні локації регіону, що в свою чергу, впливає на збільшення їх відвідуваності.



Рис. 2.1. Перелік туристично-інформаційних центрів України

[47]

Також однією з важливих складових туристичної інфраструктури регіону є інфраструктура дозвілля та розваг, що в Хмельницькій області характеризується наявністю 25 державних музеїв і заповідників та 291 недержавного музею, 3 театрів, обласної філармонії, 1058 клубів та будинків культури, 798 бібліотек тощо [48].

Питання інфраструктури є важливим для подальшого розвитку туризму в регіоні. Оскільки, ніякий туристичний продукт, без наявності супровідної туристичної інфраструктури, не зможе сформувати позитивний імідж відвідуваного регіону. Гостро постають такі питання як: покращення дорожнього покриття, облаштування паркомісць неподалік туристичних локацій, встановлення інформаційних стендів та панелей із ключовою інформацією кількома мовами, облаштування зон відпочинку тощо.

Варто зазначити, що певні зрушення в напрямку покращення туристичної інфраструктури регіону таки здійснюються. Важливість покращення ситуації зокрема окреслено і в Стратегії розвитку Хмельницької області на 2021-2027 рр., в якій наголошується на необхідності: розбудови та покращення транспортної інфраструктури, що обслуговує туристичні локації регіону; збільшенні кількості об'єктів туристично-рекреаційної інфраструктури та підвищенні рівня наданих ними

послуг; покращенні стану інфраструктури з надання культурних послуг. Також Стратегія наголошує на важливості такого кроку як відновлення роботи нині недіючого аеропорту «Хмельницький», що, враховуючи умови сьогодення, могло б стати важливим кроком для розвитку туризму в регіоні по закінченню війни [48]. Щороку адміністрацією регіону затверджуються пріоритетні для відновлення та ремонту ділянки транспортної інфраструктури, зокрема планом на 2025 р. заплановано ремонтні роботи, вартість яких складе понад 18 млн. грн. [49].

Отже, регіональна економіка туризму значною мірою є залежною від стану місцевої інфраструктури, оскільки саме її розвиток або сприяє зростанню туристичних потоків, або навпаки – стає перешкодою на даному шляху. Питання розвитку туристичної інфраструктури на території Хмельницької області є одним із найважливіших аспектів для підвищення туристичної привабливості регіону. Попри наявність в області широкої мережі міжнародних та національних транспортних шляхів, автомобільна мережа гостро потребує покращення дорожнього покриття, особливо зважаючи на важливість автомобільного транспорту для туризму на Хмельниччині. Готельно-ресторанна сфера також залишається на невисокому рівні розвитку та потребує значних вдосконалень для відповідності міжнародним стандартам якості. Позитивний вплив мають туристично-інформаційні центри, однак їх мережа повинна бути розширена.

2.3. Аналіз діючого ринку екскурсійних послуг Хмельниччини

Головним мотивом для відвідування туристами Хмельниччини впродовж років зберігаються дозвілля, відпочинок та оздоровлення. При цьому найбільше подорожуючих приваблює відвідування саме пам'яток історії та архітектури, які становлять значний потенціал для розвитку екскурсійної діяльності в регіоні [42].

В Хмельницькому регіоні діє понад 137 суб'єктів з організації туристичної діяльності, до яких входять туристичні оператори, турагенти, бюро екскурсійних послуг тощо [23]. Серед них: «Партнер Тур груп», «Поїхали з нами», «Еко-Тур», «Супутник Поділля», «Author Tour», «TUI», «Coral Travel» та інші. Діяльність деяких із них, в тому числі, включає залучення внутрішнього туриста регіону, а також відвідувачів з інших областей України – до подорожей популярними дестинаціями Хмельниччини.

Саме екскурсійні послуги є однією з ключових складових частин туристичних продуктів, що пропонуються як місцевими туроператорами, так і іншими туристичними компаніями на ринку України, зокрема й тими, що провадять діяльність із організації подорожей територією Хмельниччини. Екскурсійні послуги можуть як входити до складу комплексних туристичних продуктів, так і складати додаткові послуги. Проте, сама їхня наявність є обов'язковою в контексті забезпечення елемента туристичної мотивації [36].

Найчастіше екскурсійні маршрути регіоном організуються з таких міст як Хмельницький та Кам'янець-Подільський, рідше – з Києва, Львова або Тернополя. Серед екскурсійних маршрутів, що пропонуються численними компаніями, наявні такі, що охоплюють найбільш туристичні місця регіону та природно користуються найбільшою популярністю. З таких маршрутів можна виділити наступні:

- Оглядові екскурсії:

Кам'янець-Подільський + Бакота: один із найбільш класичних маршрутів із елементами піших прогулянок по міських та природних територіях, що дозволяє туристу оглядово ознайомитися із одними з ключових та найвідоміших туристичних локацій Хмельниччини –

Національним історико-архітектурним заповідником «Кам'янець», та затопленим селом Бакотою. Даний екскурсійний маршрут представлений такими туристичними компаніями як «Партнер Тур груп», «Еко-Тур» та ін [50, 51].

Маліївці + водоспад Бурбун: екскурсійний маршрут, що набув найбільшої популярності в останні роки та охоплює такі об'єкти як палацово-парковий ансамбль Орловських та мальовничий водоспад Бурбун, розташований в скелястому каньйоні річки Бобравка, що біля села Лисець. Екскурсійний маршрут в різних варіантах представлений як багатьма локальними так і більшими українськими туристичними компаніями, серед яких: «Партнер Тур груп», «Kraina UA» тощо [50, 52].

- Історичні екскурсії:

Меджибіж: екскурсія на історичну тематику до селища Меджибіж, що відоме одним з найкраще збережених замків регіону. Також в окремих випадках під час екскурсій можливе відвідування одного з фестивалів, що проходять на території замку. Екскурсія представлена туристичними компаніями «Супутник Поділля», «Еко-Тур» та ін [50, 51].

- Мистецтвознавчі екскурсії:

Самчики: один з популярних екскурсійних маршрутів Хмельниччиною, що знайомить туристів із культурою одного з найунікальніших сіл області. В межах подорожі відвідується головна архітектурна окраса села – палацово-парковий ансамбль «Самчики» із садибою-музеєм, а також екскурсія знайомить із одним із самобутніх видів українського декоративно-ужиткового мистецтва – технікою розпису «самчиківка», що має статус елемента національного переліку нематеріальної культурної спадщини України. Екскурсія організовується

зокрема такими представниками туристичних компаній як «Еко-Тур», «Драйвовий Равлик» тощо [51, 53].

Також, як одне із головних джерел туристичної інформації про Хмельниччину, варто розглянути офіційний сайт Хмельницького туристично-інформаційного центру. На ресурсі представлено 5 оглядових екскурсійних маршрутів:

- Чернівці + Хотин: виїзд із м. Хмельницький, тривалість – екскурсія вихідного дня, відвідування таких локацій як м. Чернівці, Хотинська фортеця;

- Таємниці Сатанова: виїзд із м. Хмельницький, тривалість – екскурсія вихідного дня, відвідування таких локацій як с. Сатанів (фортеця, синагога, парк, Сатанівська курортна зона);

- Перлини Поділля (Бакота): виїзд із м. Хмельницький, тривалість – екскурсія вихідного дня, відвідування таких локацій як с. Маліївці (Малієвецький маєток та водоспад), водоспад Бурбун, м. Кам'янець-Подільський.

- Дністровські кручі: виїзд із м. Хмельницький, тривалість – екскурсія вихідного дня, відвідування таких локацій як Зубрівський віадук, гирло річки Смотрич, Козяча церква, Субіцький скельний масив.

- Кам'янець-Подільський + Хотин: виїзд із м. Хмельницький, тривалість – екскурсія вихідного дня, відвідування таких локацій як м. Кам'янець-Подільський, с. Хотин (Хотинська фортеця) [54].

Окрім того, краєзнавцями Хмельниччини розробляються різноманітні екскурсійні маршрути, зокрема, у 2013 році було видано путівник «Туристичні маршрути Хмельниччини», що містить в собі 8

ключових маршрутів, охоплюючих визначні історико-культурні, архітектурні та природні пам'ятки регіону [55].

Отже, наявні сьогодні на ринку туристичних послуг Хмельниччини екскурсійні маршрути безперечно привертають певну кількість туристів. Однак, існує також низка проблемних аспектів, що несуть в собі негативний вплив та не дозволяють сформувати позитивний образ туристичної Хмельниччини.

Дослідники в галузі туризму неодноразово зазначають про важливість використання екскурсій як одного із найсильніших інструментів формування туристичного іміджу території [56]. Однак наразі можливості екскурсійного продукту в питанні зміцнення іміджу Хмельниччини, використовуються неповно. Зокрема, слабка сторона ринку екскурсійних послуг в регіоні полягає у відсутності цілісності тематики пропонуванних продуктів та бренду Хмельниччини. Дуже чітко ця проблема простежується на прикладі Хмельницького туристично-інформаційного центру, що пропонує всього 5 екскурсійних маршрутів, лише 3 з яких повністю присвячені саме Хмельниччині, що створює значний дисонанс. Пропоновані екскурсійні продукти не дають можливості туристові сформувати у своїй свідомості єдиний образ регіону під час подорожі та окреслити унікальність Хмельниччини.

Також як одну з рис діючого ринку екскурсійних послуг, що потребує оптимізації, є брак інтерактивності. Лише подекуди під час організації екскурсій по локаціях Хмельниччини, впроваджуються елементи інтерактивності. Позитивним прикладом є екскурсії Кам'янцем-Подільським під час якої екскурсанти самостійно долучаються до ознайомлення з місцевими ремеслами [57]. Однак, залучення туристів до майстер-класів, квестів та інших активностей поки є радше винятком, ніж

правилом, хоча, Хмельниччина і має всі можливості для такого покращення своїх екскурсійних продуктів.

Таким чином, маючи на меті побудову сильного іміджу та формування бренду Хмельниччини як привабливого з туристичної точки зору регіону, одним зі кроків повинно стати впровадження змін на ринку екскурсійних послуг області. Враховуючи виділені в процесі аналізу недоліки екскурсійних продуктів, що наразі пропонуються споживачеві, перш за все варто звернути увагу на такі аспекти як:

- формування єдиного нарративу та цілісності екскурсійного маршруту шляхом інтеграції маршрутів у загальну концепцію бренду Хмельниччини, акцентування на історико-культурній автентичності області в межах цілісного історичного образу регіону;
- модернізація екскурсій шляхом впровадження в них інтерактивних елементів.

Впровадження даних змін дозволить по-новому розкрити потенціал туристичних локацій Хмельниччини.

2.4. Роль екскурсійного туризму у формуванні іміджу регіону

Саме від позитивного або негативного іміджу дестинації дуже часто залежить вибір туриста щодо подорожі до певного міста, регіону або ж країни. В свою чергу, у розрізі формування позитивного іміджу регіону, екскурсійний туризм відіграє чималу роль, оскільки під час проведення екскурсії відбувається важливий процес пізнання туристом особливостей території, а виховна функція екскурсії забезпечує формування у туриста певного ставлення до регіону [1].

У фокусі екскурсійних маршрутів традиційно знаходяться головні унікальності та визначні пам'ятки краю, таким чином, у очах туристів вони

трансформуються у «візитівки» певних територій. Отже, якісно складена екскурсія, що підкреслює унікальність регіону, має змогу підсилити позитивний туристичний імідж дестинації [56]. Навпаки ж – відсутність подібних екскурсійних маршрутів може мати зворотний ефект на формування образу дестинації в очах потенційних відвідувачів.

Одним із вдалих прикладів, що демонструє роль екскурсійних маршрутів у формуванні іміджу регіону в Україні є один із найпопулярніших та знакових маршрутів Львівської області – «Золота підкова Львівщини». До даного маршруту входить відвідування ключових замків області – Олеського, Підгорецького, Золочівського, Свірзького, а іноді – Жовківського, Поморянського та Старосільського замків [58]. Популярності цього екскурсійного маршруту завдячує розвиток економіки Львівщини та формування її іміджу як туристичної дестинації [59].

Щодо Хмельниччини, то, згідно із усією вищезазначеною у даному дослідженні інформацією, область має усі необхідні ресурси для туристичного розвитку регіону, що наразі використовуються не повною мірою. Також, варто зазначити, що жителями та адміністрацією Хмельниччини було здійснено перші кроки для формування бренду області, а саме – було створено новий логотип, розроблено брендбук та обрано слоган «Хмельниччина – перехрестя стихій та історій» [35]. Однак, саме на даному етапі будь-які дії з формування іміджу регіону, як от – розробка екскурсійних маршрутів, створення туристичних порталів, розширення туристично-інформаційних центрів, що займалися б поширенням даного нарративу, зупинилися.

В свою чергу, великою перевагою все ж є той факт, що наявність попередніх передумов створює значні можливості для подальшої розробки нових екскурсійних маршрутів, що розширили б знання відвідувачів про

унікальність та дозволили б сформувати в очах туристів цілісний позитивний імідж регіону. Тож, науковцями часто наголошується про важливість надання належної уваги туристичній промоції та формуванню власного іміджу регіону в питанні ефективної реалізації туристичного потенціалу Хмельниччини [60]. Що означає, що в даному випадку розробці екскурсійних маршрутів, як одному з інструментів знайомства туриста із регіоном, варто виділяти іміджеву роль: їхнє завдання – презентувати область як привабливу для туристичного відвідування.

Однак, попри наявність чималого доробку в площині розробок екскурсійних продуктів, в даному питанні простежується наскрізний недолік, а саме – відсутність чітко вираженої концептуальної структури, пропозицій на ринку екскурсійних послуг, що слугували б інструментом підсилення бренду регіону. Це, в свою чергу, унеможлиблює формування чіткого туристичного образу Хмельниччини в очах туристів. З іншого ж боку, деструктивне значення в собі може нести й надмірна диверсифікація ринку екскурсійних послуг в регіоні: для ефективного формування іміджу регіону важливе значення має принцип обмеження кількості тем, що несуть в собі екскурсійні продукти, що викликає в туриста труднощі у засвоєнні інформації та формуванню чіткого образу краю [56].

Це, в свою чергу, підтверджує причинно-наслідковий зв'язок, що призводить до недостатньо ефективного позиціонування області як цілісної туристичної дестинації у очах потенційного відвідувача.

Одним із демонстративних викликів, що стосуються недостатньо ефективного позиціонування іміджу Хмельниччини можна простежити на прикладі обласного центру – Хмельницького. Ще з радянських часів місто стало відомими завдяки своєму речовому ринку, що є одним із найбільших ринків України та Європи загалом [61]. Сформований неформальний образ

Хмельницького як “міста базарів” є одним із ключових стримуючих факторів на шляху до розвитку туризму в місті й сьогодні. Даний випадок є демонстративним, оскільки, завдяки сильно вкоріненому негативному стереотипу, від міста, як у гостей регіону, так і у самих хмельничан складається враження повної відсутності туристичного потенціалу, що є вкрай негативним явищем, оскільки успіх туристичного іміджу території значною мірою залежить від сприйняття свого місця проживання місцевим населенням. Владою міста та зацікавленими сторонами туристичної індустрії, в свою ж чергу, впродовж останніх років, було прийнято ряд рішень, які дозволяють дізнатися більше про визначні пам’ятки Хмельницького, як от – проєкти «Говорять старовинні будівлі», «Стежками Хмельницького», «Інтерактивна культурно-туристична мапа Хмельниччини» тощо [42]. Однак для повноцінного запуску механізму із побудови туристичного образу Хмельницького нині досі бракує якісних екскурсійних продуктів, що допомагали б місцевому населенню та відвідувачам відкривати для себе туристичну сторону Хмельницького.

Отже, екскурсійний туризм несе в своїй суті подвійну функцію: він є як змістовним компонентом туристичної пропозиції, так і дієвим механізмом формування позитивного іміджу території. Тож, створення якісних екскурсійних продуктів є прямим шляхом до формування позитивного іміджу регіону, зокрема – Хмельниччини, в очах потенційних туристів.

РОЗДІЛ 3. СЕРІЯ ІМІДЖЕВИХ ЕКСКУРСІЙНИХ МАРШРУТІВ «МОЗАЇКА ХМЕЛЬНИЧЧИНИ»

3.1 Проблеми та перспективи розвитку екскурсійної діяльності в регіоні

На мапі України, Хмельниччина беззаперечно є саме тим регіоном, що може похизуватися своїм багатством історико-культурної спадщини та природних ресурсів. На території Хмельницької області налічується майже 3 000 пам'яток, серед яких – об'єкти історії та культури, археології, сакральні пам'ятки та пам'ятки, пов'язані з наукою – такий стан речей свідчить про наявність величезного потенціалу, що може бути залученим до розвитку екскурсійної діяльності. Однак, незважаючи на всі можливості, екскурсійний туризм на даній території розвивається зі значними труднощами. На шляху до ефективного розвитку знаходиться ряд проблемних аспектів, що слугують стримуючими факторами.

Серед ключових стримуючих факторів варто виділити наступні:

Брак інноваційності. Формат екскурсійної діяльності в регіоні тривалий час був позбавлений впроваджень сучасних технологічних та інформаційних рішень. Наприклад, до 2021 року фактично не існувало офіційного туристично-інформаційного центру в місті Хмельницький та єдиного сайту із актуальною туристичною інформацією, що могли б виконувати функцію інформування відвідувачів про туристичні послуги й в тому ж числі – екскурсії регіоном. Також в полі розвитку туристичної галузі регіону досі відчувається брак інтерактивних музеїв, туристичних мобільних додатків та інтеграції сучасних інформаційних систем у туристичну галузь. Загальне впровадження інноваційних рішень в індустрію туризму на Хмельниччині все ще перебуває на початковому етапі.

Відсутність цілісного підходу в створенні екскурсійних маршрутів. Переважна більшість екскурсійних маршрутів, що складають наявну базу на ринку послуг, характеризуються відсутністю кореляції із уже наявним брендом Хмельниччини. Часто наявні екскурсійні маршрути існують у форматі відвідування окремих туристичних об'єктів, втрачаючи глибшу змістовну єдність, що є ключовим фактором формування ідентичності регіону.

Відсутність сформованого іміджу регіону. Даний фактор є тісно пов'язаний із попереднім – оскільки питання недосконалості екскурсійних послуг фактично підсилює проблему відсутності сформованого позитивного туристичного іміджу Хмельниччини.

Поганий стан туристичної інфраструктури. Велика кількість стратегічно важливих для розвитку екскурсійного туризму пам'яток потерпають від таких факторів негативного впливу неналежного стану інфраструктури як: поганий стан доріг, обмеженість доступу до громадського транспорту в більш віддалених туристичних локаціях, відсутність обладнаних місць для відпочинку, відсутність доступу до туристичної інформації. Не менш важливо звернути увагу й на те, що велика кількість пам'яток перебуває у занедбаному стані та потребує проведення реставраційних робіт.

Недостатнє фінансування. Недостатня кількість інвестиційних вкладень, а також брак фінансування сфери туризму послуг є одними з ключових негативних аспектів, що гальмують розвиток індустрії. Відсутність адекватної та відповідної до умов часу фінансової підтримки створюють несприятливі для реалізації багатьох проєктів умови [62].

Збройна агресія. Військові дії, що відбуваються на території України внаслідок вторгнення окупантів, створюють собою низку проблем для

туристичної галузі й розвитку екскурсійного туризму. Перш за все, загрозу становить можливість руйнування визначних пам'яток культурної спадщини та інфраструктури регіону внаслідок обстрілів, що матиме негативний вплив на індустрію туризму Хмельниччини. Також нестабільна ситуація в країні значно знижує рівень інвестиційної привабливості, а економічний спад створює умови, за яких платоспроможність внутрішніх туристів зменшується, а подорожі все частіше відкладаються на кращі часи.

Перелічені негативні фактори впливу є тісно взаємопов'язаними між собою та спільно зумовлюють гальмування розвитку екскурсійної діяльності в регіоні, попри наявний сильний потенціал. Однак, усвідомлення даної проблеми дозволяє в свою чергу адекватно окреслити релевантні шляхи запровадження змін, що створить нові можливості для реалізації туристичного потенціалу Хмельниччини на повну силу.

Варто зазначити, що в цей же час із кожним роком в питанні розвитку туристичного сектору області, з'являються все нові й нові можливості, а також приймаються ключові стратегічні рішення, що стосуються таких важливих питань як раціональне та максимально ефективне використання туристичних ресурсів, впровадження інновацій, покращення якості послуг тощо. Такі кроки поступово створюють все більш сприятливе середовище для процвітання туризму загалом і зокрема – екскурсійної діяльності.

Тож, головними перспективними напрямками розвитку туристичної галузі, що дозволять активізувати й екскурсійну діяльність на Хмельниччині, повинні стати:

- покращення туристичної інфраструктури;
- залучення інвестиційних вкладень у галузь;
- використання інновацій у туристичній галузі;

- формування позитивного туристичного іміджу регіону;
- створення нових екскурсійних продуктів, що підсилять імідж області.

Водночас, такий вагомий фактор як вплив збройної агресії на туристичний сектор, не є простим в усуненні. Однак, у даних умовах, враховуючи віддаленість Хмельницької області від зон активних бойових дій, доречним на даний момент було б спрямування зусиль на позиціонування регіону як альтернативної дестинації на туристичній мапі України.

Значною перевагою є те, що в багатьох напрямках вже здійснюються перші успішні кроки на зустріч позитивним змінам. Зокрема, відбуваються зрушення у розбудові інфраструктури: в 2021-2022 рр., Хмельниччина була одним із лідерів серед областей України за обсягом реконструйованих та відремонтованих автомобільних шляхів [63]. Це в свою чергу є прямим фактором впливу на туризм та екскурсійну діяльність в області, оскільки від стану доріг прямо залежить фактор доступності багатьох туристичних об'єктів.

Також, впродовж останніх років у Хмельницькій області розширюється мережа туристично-інформаційних центрів – нині туристичну інформацію можна отримати в центрах у Хмельницькому, Кам'янці-Подільському, Дунаївцях та смт. Чорний Острів (рис. 2.1) [47].

В питанні формування іміджу регіону, певні зрушення розпочалися у 2016 році, коли спільно із залученням громадськості було запущено процес із формування бренд-елементів регіону, а в 2017 році їх було офіційно затверджено [36]. Обраний Хмельницькою обласною адміністрацією брендинг регіону під офіційним слоганом «Хмельниччина – перехрестя стихій та історій» чітко заявляє про туристичну значимість

регіону на мапі України [64]. Компоненти бренду у вигляді логотипу та слогану є відображенням унікальності та самобутності Хмельниччини, вони уособлюють глибоке значення культурно-історичного підґрунтя для краю та через своєрідну систему символів впливають на формування в туриста позитивних асоціацій та вражень від регіону [65].

Однак, для остаточного формування туристичного іміджу, окрім знайомства потенційного туриста із його брендом у вигляді концептуальних символів, важливу роль відіграє особисте знайомство із територією, що дозволить підкріпити попередні наративи більш розширеною інформацією. Одним із найбільш вдалих для досягнення даної мети інструментом є екскурсія [12, 56].

На території Хмельницької області розгортаються значні перспективи для розвитку екскурсійної діяльності, зокрема наявні багаті історико-культурні та природні ресурси для розробки тематичних екскурсійних маршрутів. Так, на їх базі, наявні широкі можливості для розвитку історико-краєзнавчих, архітектурних, мистецтвознавчих, релігійних, природничих та гастрономічних екскурсій, організація яких відіграла б значну роль у процесі структуризації попередніх уявлень та формуванню на основі реальних умов чіткого образу Хмельниччини як привабливого туристичного регіону в свідомості особистості.

Для чіткішої оцінки потенціалу, можливостей та з іншого боку – загроз і обмежень, що прямо впливають на динаміку розвитку екскурсійної діяльності в Хмельницькій області, окреслені фактори впливу було структуровано форматі SWOT-аналізу (Табл.3.1).

Табл. 3.1. SWOT-аналіз проблем та перспектив розвитку екскурсійної діяльності в Хмельницькій області

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - Вигідне географічне розташування; - Значна концентрація пам'яток історії та культури; - Унікальність природних ландшафтів; - Самобутність нематеріальної культурної спадщини; - Наявність офіційного брендингу області. 	<ul style="list-style-type: none"> - Неналежний стан інфраструктури; - Низький рівень інвестицій у туристичну сферу; - Відсутність цілісного підходу в створенні екскурсій; - Відсутність сформованого іміджу; - Брак активної промоції на національному рівні; - Низький рівень залучення інтерактивних технологій у сфері туризму.
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - Розробка серії іміджевих екскурсійних маршрутів, які мали б позитивний вплив на формування впізнаваного образу регіону. - Використання елементів нематеріальної культурної спадщини для підвищення туристичної атрактивності; - Інтеграція елементів інтерактивності в екскурсії; - Залучення інвестицій для оновлення інфраструктури та реставрації пам'яток; - Розвиток Хмельниччини як альтернативної та безпечної туристичної дестинації. 	<ul style="list-style-type: none"> - Збереження стереотипів про «нетуристичний регіон»; - Брак фінансування проєктів у галузі туризму, пов'язаний із економічною кризою в країні; - Низька конкурентоспроможність у порівнянні з іншими більш туристичними регіонами України; - Руйнування історико-культурних пам'яток внаслідок відсутності реставраційних робіт; - Вплив негативних факторів війни на туристичну активність.

Отже, на території Хмельниччини існують значні передумови для розвитку екскурсійної діяльності. Починаючи від конкурентоспроможних об'єктів історико-культурної спадщини, природних унікальностей та інших елементів, що складають ресурсну базу туризму, й до наявних напрацювань у площині формування бренду регіону – всі ці чинники мають позитивне значення для подальшого розгортання екскурсійної діяльності. Однак, на противагу вищепереліченим перевагам, регіон стикається також і з

численними загрозами, як от низький рівень якості інфраструктури, недостатнє фінансування, брак інноваційних підходів у туристичній сфері в цілому та негативний фактор умов війни.

3.2. Розробка серії іміджевих екскурсійних маршрутів Хмельниччиною

В результаті дослідження було виявлено значний потенціал для розвитку туристичної діяльності на території Хмельницької області. Серед основних переваг варто виділити вигідне географічне положення регіону та багатство туристичних ресурсів – від самобутніх історико-культурних, архітектурних та нематеріальних – до унікальних природних.

Однак, попри наявність усіх необхідних передумов для розвитку туристичної діяльності в регіоні, перед нами постає одна з ключових проблем, що стримує даний процес, а саме – відсутність сформованого іміджу регіону, а отже – несприйняття потенційним туристом Хмельниччини як туристичної дестинації.

Адміністрацією Хмельниччини було здійснено перші кроки в пошуків туристичної діяльності шляхом розробки концепції бренду та бренд-елементів регіону, що повинні комунікувати потенціал регіону як туристичної дестинації. Однак, не лише теоретично сформульований бренд регіону впливає на розвиток туристичної індустрії – дані фактори працюють в синергії. А отже, й сама туристична діяльність несе в собі репутаційну функцію для представленого регіону. Тобто, для формування іміджу Хмельниччини, концепція бренду регіону як дестинації з унікальною культурою та історією, повинна бути представлена додатковою інформацією та здійсненням практичних заходів. Для досягнення даного результату найбільш ефективним інструментом є саме екскурсія [56].

Одним із найбільш перспективних та логічних рішень, що матиме позитивний ефект на процес формування туристичного іміджу регіону повинен стати крок із розробки серії іміджевих екскурсійних маршрутів Хмельниччиною. Саме завдяки створенню даної серії екскурсій уможлиблюється поєднання декількох екскурсійних продуктів, що представлятимуть окремі аспекти загального образу краю, спільною наскрізною темою, яка в свою чергу логічно розвиватиме раніше започатковану концепцію бренду регіону – «Хмельниччина – перехрестя стихій та історій» та формуватиме імідж Хмельницької області в очах відвідувачів.

Назвою серії іміджевих екскурсійних маршрутів було обрано «Мозаїка Хмельниччини». Серія маршрутів структурно складатиметься із трьох тематичних екскурсій:

- «Хмельниччина історична»;
- «Хмельниччина автентична»;
- «Хмельниччина шляхетна».

Загальною темою серії іміджевих екскурсій «Мозаїка Хмельниччини» є відображення багатогранності історико-культурної спадщини Хмельниччини через тематичні екскурсійні маршрути.

Мета полягає у сприянні формуванню позитивного іміджу Хмельниччини як туристичної дестинації шляхом ознайомлення із історичним та культурним надбанням регіону.

Завдання серії екскурсій:

- сформувати в очах туриста цілісний образ Хмельниччини як унікального туристичного регіону;

- ознайомити з ключовими туристичними ресурсами Хмельниччини;
- розкрити історичну та культурну складові спадщини регіону;
- сприяти створенню позитивного туристичного іміджу регіону відповідно до бренд-концепції «Хмельниччина – перехрестя стихій та історій».

Серія екскурсій розрахована на залучення широкого кола туристів, включаючи як внутрішнього споживача в межах Хмельницької області, що цікавиться історією та культурою власного краю, так і відвідувачів з інших областей України.

Серія передбачає формат екскурсій вихідного дня, що дозволяє ознайомитися із низкою туристичних об'єктів в межах комфортних часових рамок одного повноцінного дня.

Екскурсії не мають чітко вираженої сезонності та можуть бути адаптовані під будь-яку погоду та пору року, що створює можливості для їх цілорічної організації.

Від туристів не вимагається спеціальна фізична або ж теоретична підготовка, що, в свою чергу, робить екскурсію доступною та цікавою для широких верств населення різних вікових категорій.

Усі екскурсії серії «Мозаїка Хмельниччини» є комбінованими, тобто включають як автобусні переїзди між віддаленими локаціями, так і пішохідні прогулянки в межах даних локацій.

Екскурсійний маршрут «Хмельниччина історична»

Екскурсійний маршрут «Хмельниччина історична» зосереджений на висвітленні особливостей історичної спадщини регіону, що формувалася на

даній території протягом численних, насичених на значущі події епох, відбиваючи шлях розвитку соціокультурних, політичних та цивілізаційних процесів.

Тема екскурсійного маршруту «Хмельниччина історична» полягає у знайомстві з особливостями історичної спадщини регіону.

Мета даного маршруту – сприяти формуванню у туристів цілісного уявлення про історичний розвиток Хмельниччини шляхом ознайомлення із ключовими пам'ятками історії.

Завдання екскурсії:

- ознайомити екскурсантів із визначними об'єктами, що несуть вагомое історичне значення для регіону;
- висвітлити ключові аспекти історичного становлення Хмельниччини;
- сформувати роль історичного надбання регіону як частини національної спадщини України;

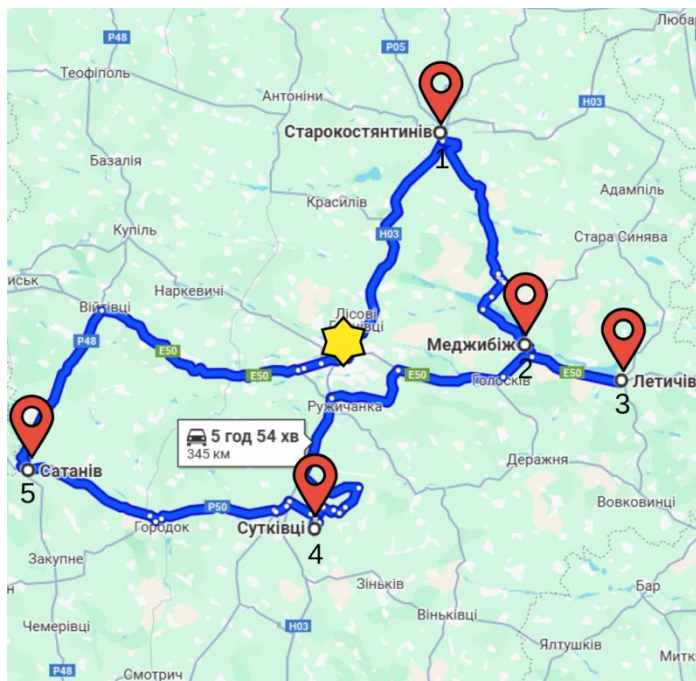
Цільову аудиторію даної екскурсії складають дорослі та діти від 12 років.

До переліку екскурсії увійшло 5 ключових об'єктів:

- Замок Князів Острозьких (м. Старокостянтинів);
- Меджибізький замок (смт. Меджибіж);
- Летичівський замок (смт. Летичів);
- Свято-Покровська церква-фортеця (с. Сутківці);
- Сатанівський замок (с. Сатанів).

Для кожного з об'єктів, під час огляду яких передбачено застосування прийому зорової реконструкції (Дод. Г), передбачено показ ілюстративного матеріалу (Дод. А).

Загальна довжина автобусного маршруту (Рис 3.1.) складає 345 км.



- 1 - Замок Князів Острозьких;
- 2 - Меджибізький замок;
- 3 - Летичівський замок;
- 4 - Свято-Покровська церква-фортеця;
- 5 - Сатанівський замок;

★ - початок і кінець маршруту

Рис. 3.1. Картосхема маршруту «Хмельниччина історична» [складено автором]

м. Старокостянтинів

В Старокостянтиніві екскурсанти відвідають замок, що ще з часів свого заснування у XVI ст. Василем Костянтином Острозьким, славився своєю героїчною історією та незламністю. Свого часу твердиня відігравала ключові ролі у багатьох державотворчих процесах, що відбувалися на території сучасної Хмельниччини. Вдало розташований в місці злиття річок Случ та Ікопоть, замок князів Острозьких дивує своєю неприступністю й досі.

сmt. Меджибіж

Відвідуючи Меджибіж, екскурсанти ознайомляться із однією з головних фортифікаційних споруд усього регіону. Фортеця є унікальною як з архітектурної точки зору – поєднуючи в собі ознаки ренесансу, псевдоготики та традиції мурованого будівництва. Так і з погляду історичної значимості – твердиня була свідком панування на цій території Литви, Польщі, Османської імперії та звісно ж, відіграла значну роль для українського народу.

сmt. Летичів

Під час відвідування Летичева, екскурсійний маршрут приведе до головної пам'ятки селища – замку, що свого часу увійшов до переліку ключових оборонних споруд всього Поділля. Однак, його історія також тісно пов'язана із життям та діями одного з найвідоміших повстанців та українських народних “месників” – Устимом Кармалюком.

с. Сутківці

У селі Сутківці група матиме унікальну можливість побачити неповторну в Україні церкву-фортецю, що протягом століть поєднувала в собі функції як сакральної споруди, так і оборонної будівлі та виконувала роль захисника Поділля від набігів татарських орд.

с. Сатанів

Останньою зупинкою на маршруті стане Сатанів. Розташування Сатанова на березі річки Збруч визначило ключове призначення головної оборонної споруди містечка. Сатанівська фортеця по праву вважалася найбільшою на території всієї прикордонної лінії Збруча та виконувала надважливу функцію захисту своїх земель та контролю торговельних шляхів.

Маршрут: м. Хмельницький – м. Старокостянтинів – смт. Меджибіж – смт. Летичів – с. Сутківці – с. Сатанів – м. Хмельницький.

За тривалістю маршруту, включаючи автобусні переїзди та час перебування на локаціях, розрахований на 10 год.

Екскурсійний маршрут «Хмельниччина автентична»

Екскурсійний маршрут «Хмельниччина автентична» покликаний продемонструвати самобутність гастрономічного надбання регіону, що відображає вікові традиції та особливості життя народу.

Тема екскурсії – знайомство із гастрономічною спадщиною Хмельниччини.

Мета полягає у популяризації гастрономічного надбання регіону шляхом ознайомлення екскурсантів із традиціями Хмельниччини.

Завдання екскурсії:

- продемонструвати особливості гастрономічних традицій регіону;
- сформувати особистий досвід екскурсантів шляхом проведення дегустацій;
- сприяти збереженню гастрономічних традицій регіону.

Цільову аудиторію даної екскурсії складають дорослі від 18 років.

До переліку екскурсії увійшло 5 ключових об'єктів:

- Малієвецький обласний історико-культурний музей (с. Маліївці);
- Зіньківський замок (с. Зіньків);
- Свято-Михайлівська дерев'яна церква (с. Зіньків);

- Бакотська затока (с. Гораївка);
- Виноробня «Bohdan's Winery» (с. Гораївка).

Для кожного з об'єктів, під час огляду яких передбачено застосування прийому зорової реконструкції (Дод. Д), передбачено показ ілюстративного матеріалу (Дод. Б).

Загальна довжина автобусного маршруту (Рис 3.2.) складає 220 км.

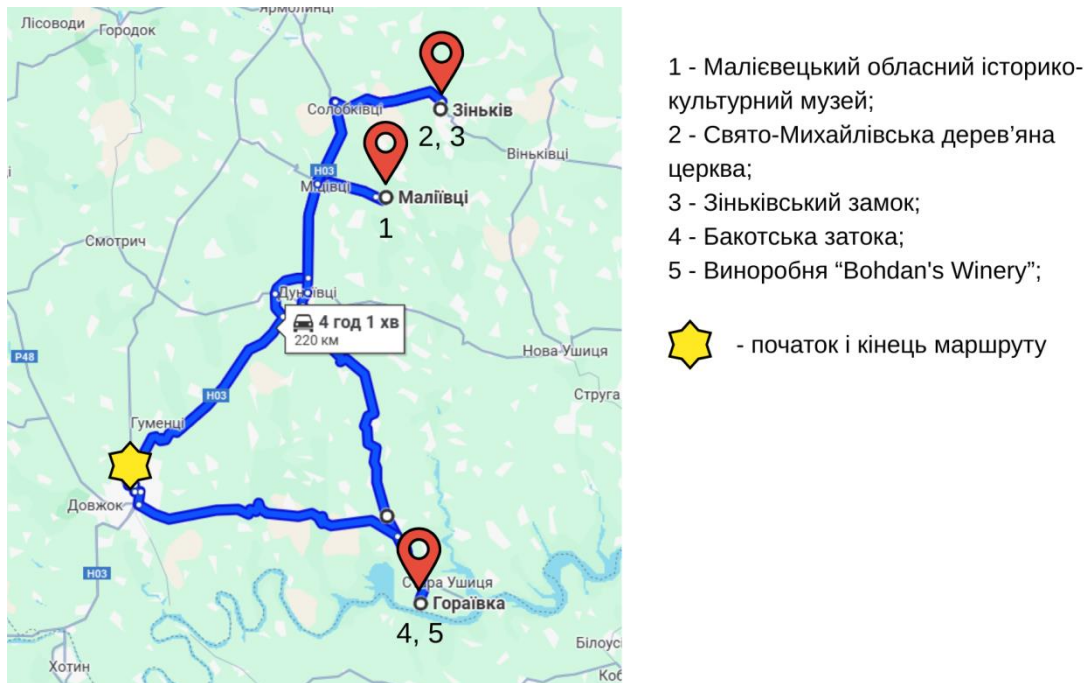


Рис. 3.2. Картосхема маршруту «Хмельниччина гастрономічна»

[складено автором]

с. Маліївці

Першою зупинкою екскурсійного маршруту стане село Маліївці, де в межах обласного історико-культурного музею розташований розкішний палацово-парковий комплекс Орловських. На цій же локації для групи буде проведено дегустацію місцевого автентичного білого борщу, приготованого за самобутнім рецептом.

с. Зіньків

Відвідуючи село Зіньків, екскурсанти оглянуть головні пам'ятки села, а саме: Зіньківський замок – твердиню XV ст., що свого часу вважалася однією з найбільших на Поділлі; а також – Свято-Михайлівську дерев'яну церкву, що є однією із найвизначніших пам'яток дерев'яної церковної архітектури Поділля. Однак, головним на даній локації стане дегустування унікальної чорної зіньківської ковбаси – традиційного делікатесу, що відомий завдяки своїй особливій техніці приготування.

с. Гораївка

Село Гораївка стане останньою зупинкою екскурсії перед поверненням у Кам'янець-Подільський. На даній локації екскурсанти матимуть можливість споглядати Бакотську затоку із наймальовничішого оглядового майданчика, що розташований на Білій горі. Після чого група матиме можливість дізнатися про традиції виноробства Хмельниччини та продегустувати автентичні подільські вина у виноробні “Bohdan's Winery”.

Маршрут: м. Кам'янець-Подільський – с. Маліївці – с. Зіньків – с. Гораївка – м. Кам'янець-Подільський.

За тривалістю маршрут, включаючи автобусні переїзди та час перебування на локаціях, розрахований на 9 год. 20хв.

Екскурсійний маршрут «Хмельниччина шляхетна»

Екскурсія «Хмельниччина шляхетна» дозволить поглянути на регіон із нового боку та ознайомитися зі спадщиною відомих шляхетських родів, що залишили по собі численні палаци та унікальні парково-архітектурні ансамблі, які сьогодні прикрашають Хмельниччину.

Тема екскурсії полягає у знайомстві з унікальними зразками палацово-паркової архітектури Хмельниччини.

Мета полягає у формуванні уявлення про архітектурно-історичну цінність палацово-паркових комплексів Хмельниччини.

Завдання екскурсії:

- ознайомити туристів зі зразковими прикладами палацово-паркової архітектури Хмельниччини;
- сформувати розуміння про ключові архітектурні стилі пам'яток;
- надати інформацію щодо історичного аспекту появи парково-архітектурних ансамблів на території регіону.

Цільову аудиторію екскурсії складають дорослі та молодь від 16 років.

До переліку екскурсії увійшло 5 ключових об'єктів:

- Палацово-парковий ансамбль “Самчики” (с. Самчики);
- Костел святого Йосипа (м. Ізяслав);
- Палац Сангушків (м. Ізяслав);
- Палац Сангушків-Потоцьких (с. Антоніни);
- Антонінський парк.

Для кожного з об'єктів, під час огляду яких передбачено застосування прийому зорової реконструкції (Дод. Е), передбачено показ ілюстративного матеріалу (Дод. В).

Загальна довжина автобусного маршруту (Рис 3.3.) складає 245 км.

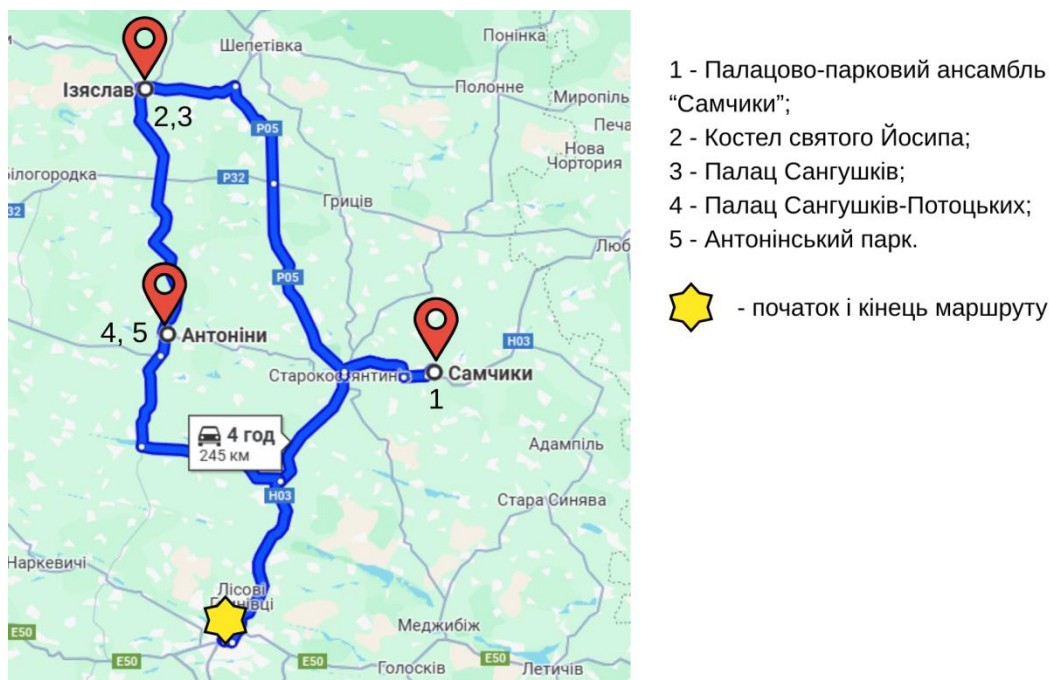


Рис. 3.3. Картосхема маршруту «Хмельниччина шляхетна» [складено автором]

с. Самчики

Першою зупинкою екскурсійного маршруту стане мальовниче село Самчики, в якому розташовано один із найкраще збережених зразків парково-палацових комплексів Поділля. Ансамбль «Самчики», закладений Яном Хоєцьким ще у XVIII ст., складається із неокласичного палацу, китайського будинку-льодовні та розкішного парку.

м. Ізяслав

Відвідуючи Ізяслав, перед групою постане можливість ознайомитися із мальовничими залишками колись величного палацу XVIII ст. заможної родини Сангушків. Також в місті розташований бароковий Костел Святого Йосифа та монастир лазаристів, що вражає розкішшю своїх фасадів.

с. Антоніни

Остання зупинка маршруту – унікальне село Антоніни, що завдяки незвичній архітектурі у стилі фахверк нагадує повноцінний музей під відкритим небом. Тут розташований комплекс будівель палацу Сангушків-Потоцьких, що складається із численних споруд в нетиповому для України архітектурному стилі. Доповнить загальні враження Антонінський парк, що вважається пам'яткою садово-паркового мистецтва загальнодержавного рівня.

Маршрут: м. Хмельницький – с. Самчики – с. Ізяслав – с. Антоніни – м. Хмельницький.

За тривалістю маршрут, включаючи автобусні переїзди та час перебування на локаціях, розрахований на 8 год., 30 хв.

З адміністративної точки зору, реалізація даної серії екскурсії повинна бути покладена на партнерство між такими ключовими сторонами індустрії туризму як місцеві органи влади, туристично-інформаційні центри та приватні суб'єкти туристичної діяльності. Саме такий підхід дозволить раціонально розділити відповідальність між секторами, коли представники влади відповідатимуть за частину стратегічного планування та інституційну підтримку. На туристичні компанії ж зі свого боку повинен бути покладений фактор організації та реалізації даних екскурсій. Не менш важливою складовою в реалізації проєкту повинна стати і роль ефективної роботи туристично-інформаційних центрів, які повинні виконати функцію своєрідних інформаційних хабів, що за умов злагодженої роботи, дозволить сформувати чітку інформаційну політику та забезпечити активну промоцію маршрутів.

Отже, кожен із екскурсійних продуктів розроблено для розкриття певної сторони з історії та життя регіону, що в комплексі складають загальний унікальний образ Хмельниччини.

Серія іміджевих екскурсій «Мозаїка Хмельниччини» покликана стати відповіддю на ряд проблемних аспектів, що існують для туристичного сектору регіону та стримують його успішний розвиток. Перш за все, варто виділити такий важливий аспект як формування цілісного позитивного іміджу області як туристичної дестинації. Маршрути слугуватимуть своєрідним інструментом для розкриття символізму закладеного в ключовий наратив бренду «Хмельниччина – перехрестя стихій та історій», демонструючи регіон як місце перетину природи, традицій і культур, минулого та сучасності. Окрім того, новий формат продукту пожвавить ситуацію на ринку туристичних та екскурсійних послуг регіону. Все це в свою чергу дозволить активізувати внутрішній туризм, збільшити потоки відвідувачів на територію Хмельниччини й відповідно – покращити економічну ситуацію в регіоні, що в перспективі сприятиме підвищенню його інвестиційної привабливості та створенню нових можливостей для вирішення проблем в питанні туристичної інфраструктури, відновлення та реставрації визначних туристичних пам'яток тощо.

ВИСНОВКИ

В ході дослідження було здійснено детальний аналіз можливостей позиціонування та розвитку Хмельниччини як конкурентоспроможного туристичного регіону, що в свою чергу дозволило підтвердити важливість та перспективність розвитку екскурсійної діяльності на території області, в тому числі – з метою формування позитивного туристичного іміджу регіону.

Першим етапом було розглянуто теоретичні засади організації екскурсійної діяльності, що дозволило сформуванню фундаменту для проведення подальшого аналізу. Екскурсійна діяльність була окреслена як організація процесу, що спрямований на ознайомлення туристів із об'єктами екскурсії за конкретною тематикою та маршрутом, без організації послуг розміщення. Проведення ж класифікації екскурсій надало можливість для визначення оптимальних підходів до майбутньої розробки нових екскурсійних продуктів у регіоні.

Дослідження широкої бази туристичних ресурсів Хмельницької області дало можливість виявити значний потенціал із використання спадщини регіону для розвитку туризму загалом та екскурсійної діяльності зокрема. Унікальне поєднання історико-культурного надбання Хмельниччини: від могутніх середньовічних фортець, до самотніх проявів нематеріальної культури народу – створює передумови для розробки найрізноманітніших екскурсійних продуктів та залучення широких верств населення до пізнання краю.

Проаналізувавши актуальний стан ринку екскурсійних послуг, було зроблено висновок про недостатню реалізованість туристичного потенціалу регіону та відсутність підтримки позитивного туристичного іміджу Хмельниччини.

Особливу увагу було приділено окресленню ролі іміджевих екскурсійних маршрутів для позиціонування Хмельниччини як туристичного регіону. Під час даного етапу дослідження було підтверджено важливість екскурсійного туризму для формування сильного туристичного іміджу території та спростування негативних стереотипів, що наразі стримують розвиток туризму в Хмельницькій області.

Наступним етапом стала оцінка проблем та перспектив розвитку екскурсійної діяльності на території Хмельниччини. В ході оцінки було виділено ряд проблемних аспектів, а саме: незадовільний стан інфраструктури, низький рівень фінансування та інвестицій у туристичну галузь, відсутність цілісного підходу на ринку екскурсійних послуг та відсутність сформованого іміджу території. З іншого боку, було окреслено й можливості подальшого розвитку шляхом покращення туристичної інфраструктури; залучення інвестиційних вкладень у галузь; використання інновацій у туристичній галузі; формування позитивного туристичного іміджу регіону; створення нових екскурсійних продуктів.

Практичним результатом дослідження стала розробка серії іміджевих екскурсійних маршрутів «Мозаїка Хмельниччини», кожен із маршрутів якої: «Хмельниччина історична», «Хмельниччина автентична» та «Хмельниччина шляхетна» – «присвячений розкриттю окремого аспекту багатогранної історико-культурної спадщини регіону та є логічним доповненням концепції бренду «Хмельниччина – перехрестя стихій та історій». Розроблені екскурсії дозволять ознайомити туриста із унікальними рисами Хмельниччини через його історико-культурну спадщину, створити позитивний досвід та сформувати у особистості емоційно-ціннісне ставлення до регіону. Окрім того, серія екскурсійних маршрутів у перспективі дозволить вирішити питання активізації внутрішнього туризму та збільшення туристичних потоків на територію Хмельниччини. Таким

чином, було розроблено практичний та ефективний інструмент, що матиме позитивний вплив на трансформацію туристичного образу Хмельниччини та створення її позитивного туристичного іміджу – від непопулярного регіону на туристичній мапі України до повноцінної та багатогранної дестинації із чітко окресленим туристичним профілем.

Отже, загальні результати дослідження вказують на вагомий вплив розвитку екскурсійної діяльності на формування позитивного туристичного іміджу Хмельниччини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Король О. Д. Організація екскурсійних послуг у туризмі : навч.-метод. посіб. Чернівці : Чернів. нац. ун-т, 2016. 144 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/korol-ekskurs.htm.
2. В. К. Федорченко. Історія екскурсійної діяльності в Україні. Київ : Кондор, 2004. 166 с. URL: https://tourlib.net/books_history/fedorchenko-ekskurs.htm.
3. Величко В. В. Організація рекреаційних послуг. Харків : нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О.М. Бекет., 2013. 202 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/velychko9-3.htm
4. Аврамич Є. О. Енциклопедія Сучасної України. Київ : Ін-т енциклопед. дослідж. НАН України, 2009. Т. 9. 711 с. URL: <https://esu.com.ua/article-18815>.
5. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Кн.-XXI, 2003. 300 с. URL: https://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm.
6. Слатвінська Л. А. Організація екскурсійної діяльності : навч. посіб. Умань : Візаві, 2022. 207 с. URL: <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi72/0053098.pdf>.
7. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
8. Білецький М. І., Котик Л. І. Територіальні відмінності розвитку екскурсійного туризму в Україні. Сучасні вектори розвитку туризму: тенденції та перспективи країн Європейського регіону. 2022. С. 38–59. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/11/Terytorial-ni-vidminnosti-rozvytku-ekskursiynoho-turyzmu-v-Ukraini.pdf>.
9. Словник української мови. Тлумачні словники української мови. URL: <http://sum.in.ua/>.

10. Оболенцева Л. В. Маркетинг території: формування туристичного іміджу міста. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : матеріали міжнар. наук-практ. конф., м. Черкаси, 16–18 березня 2011 р. Черкаси, 2011. С. 204-207. URL: <https://chdtu.edu.ua/media/k2/attachments/>
11. Парфіненко А. Ю. Туристичний імідж. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 312 с. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/49b6e71a-406b-4bf6-b135-d9ae39663f4a/content>
12. Оболенцева Л. В. Маркетинг території: формування туристичного іміджу міста. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання : матеріали міжнар. наук-практ. конф., м. Черкаси, 16–18 березня 2011 р. Черкаси, 2011. С. 204-207. URL: <https://chdtu.edu.ua/media/k2/attachments/>.
13. Crompton, J. L. Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research. 1991. р. 10–16. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/004728759103000202>.
14. Weiler B. Tour guides and interpretation. The Encyclopedia of Ecotourism. 2022. р. 549-563. URL: https://www.researchgate.net/publication/373199890_Tour_guides_and_interpretation.
15. Крачило М. Краєзнавство і туризм. Вища школа, 1994. 180 с. URL: <http://buklib.net/books/21992/>.
16. Типологія методів наукового дослідження. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Типологія_методів_наукового_дослідження.
17. Швайка Л. Державне регулювання економіки: навчальний посібник. Київ : Знання, 2006. 435 с. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-cat-82.html>.

18. Історичний метод. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Історичний_метод.
19. SWOT-аналіз. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/SWOT-аналіз>.
20. Бурдо Н. Б. Енциклопедія Сучасної України. Київ : Ін-т енциклопед. дослідж. НАН України, 2017. Т. 18. 711 с. URL: <https://esu.com.ua/volume-18>.
21. Синиця Є. В. Енциклопедія історії України. Київ : Наук. думка, 2013. Т. 10. 688 с. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe?Z21ID=&I21DBN=EIU&P21DBN=EIU1&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=eiu_all&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=TRN=&S21COLORTERMS=0&S21STR=Cherniakhivska_k_ra.
22. Бакота. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Бакота>.
23. Культура. Хмельницька обласна військова адміністрація. Офіційне інтернет-представництво. URL: https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1512.
24. Пам'ятки архітектури Кам'янця-Подільського. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Пам'ятки_архітектури_Кам'янця-Подільського.
25. Пам'ятки архітектури Хмельницького. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Пам'ятки_архітектури_Хмельницького.
26. Шоробура І. М. Значення фортифікаційних споруд Хмельниччини в підготовці здобувачів спеціальності "Туризм і рекреація". Педагогічний альманах. 2024. № 56. С. 85–90. URL: https://library.dmed.org.ua/uploads/files/2024-12/1735560940_13-19-pb.pdf#page=85.
27. Кам'янець-Подільська фортеця: чим приваблює тисячі туристів одна з найвеличніших оборонних споруд Східної Європи? Visit Ukraine - SERVICE PORTAL ABOUT UKRAINE 24/7. URL:

<https://visitukraine.today/uk/blog/4954/kamianets-podilskyi-fortress-what-attracts-thousands-of-tourists-to-one-of-the-most-magnificent-defensive-structures-in-eastern-europe#shho-mi-znajemo-pro-kamyanec-podilsku-fortecyu-ta-yaki-gipotezi-isnuyut-shhodo-yiyi-pohodzennya>.

28. Воронцова Ю. С., Беліков О. М. Замки, фортеці, палаци України. Харків : Клуб сімейн. дозвілля, 2012. 189 с. URL: https://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0001652.

29. Домініканський монастир та костел Успіння Богородиці. drymba.com. URL: <https://drymba.com/uk/1036125-dominikanskyu-monastyr-letyshiv>.

30. Свято-Покровська церква (Сутківці). Вікіпедія. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Свято-Покровська_церква_\(Сутківці\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/Свято-Покровська_церква_(Сутківці)).

31. Храми Кам'янця-Подільського. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Храми_Кам'янця-Подільського.

32. Комплекс Баал Шем Това. Пам'ятки України. URL: <https://zabytki.in.ua/uk/3044/kompleks-baal-shem-tova>.

33. Khmelnytskyi Oblast. Tripadvisor. URL: https://www.tripadvisor.ca/Tourism-g2693128-Khmelnytskyi_Oblast-Vacations.html.

34. Через російську агресію в Україні постраждали 945 пам'яток культурної спадщини. Міністерство культури та стратегічних комунікацій. URL: <https://mcsc.gov.ua/news/cherez-rosijsku-agresiyu-v-ukrayini-postrazhdaly-945-pamyatok-kulturnoyi-spadshhyny/>.

35. Туризм. Хмельницька обласна військова адміністрація. Офіційне інтернет-представництво. URL: https://www.adm-km.gov.ua/?page_id=1562.

36. Хотяр А., Опря Б. Нематеріальна культурна спадщина Поділля як складова світової культури. Економіка та суспільство. 2024. № 70. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/5406>.

37. Самчиківський розпис. Друге життя. Ukrainer. URL: <https://www.ukrainer.net/samchykivskyy-rozpys/>.

38. Найвідоміші екологічні ферми Хмельниччини. Khmelnytskyi. URL: <https://khmelnytskyi.name/uk/eternal-6874-najvidomishi-ekologichni-fermy-hmelnichchyny>.

39. Кузишин А. В. Сучасний стан сформованості туристичної інфраструктури в західноукраїнських областях. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія. 2011. № 2. С. 122-128. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=NZTNPUg_2011_2_23.

40. Хмельницька область. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Хмельницька_область.

41. Booking.com. URL: <https://www.booking.com/index.uk.html>.

42. Лущик М. Функціонування туристичного сектору Хмельницької області в сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету. 2022. № 2. Том 1. С. 90-100. URL: <https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/1127>.

43. Громадське харчування в Хмельницькій області аналіз ніші. Каталог компаній України. YC.Market. URL:

<https://catalog.youcontrol.market/hromadske-kharchuvannia/khmelnyska-oblast>.

44. Оцінка впливу COVID-19 на готельну індустрію України. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3172330-ocinka-vplivu-covid19-na-gotelnu-industriu-ukraini.html>.

45. Марусей Т. В. Особливості функціонування готелів в Україні. Агросвіт. 2023. № 12. С. 37–42. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/download/1657/1669/4551>.

46. Результати дослідження «Огляд готельного ринку України 2024». Ribas Hotels Group. Ribas Hotels Group. Готельна керуюча компанія. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/rezulytati-issledovaniya-obzor-gostinichnogo-rinka-ukraini-2024/>.

47. ДАРТ оновив перелік туристично-інформаційних центрів України. ДАРТ. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/dart-onoviv-perelik-turistichno-informaciynih-centriv-ukrayini>.

48. Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021-2027 роки. Хмельницька обласна державна адміністрація. URL: <https://www.adm-km.gov.ua/wp-content/uploads/2021/04/%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%95%D0%93%D0%86%D0%AF.pdf>.

49. Що ремонтуватимуть у Хмельницькому 2025 року: список інфраструктурних об'єктів. Всім - Новини Хмельницького. URL: <https://vsim.ua/DTP/scho-remontuvatimut-u-hmelnitskomu-2025-roku-spisok-infrastrukturnih-o-11948675.html>.

50. Одноденні тури по Україні. Партнер Тур Груп. URL: <https://partner-tour.com/categories/avtobusni-tury-po-ukrayini/>.

51. Одноденні екскурсійні поїздки. Еко-Тур. URL: <https://ekotur.com.ua/packages/prays-odnodenih-marshrut-v-2021r/>.
52. Одноденні тури. KrainaUa. URL: <https://kraina-ua.com/ua/tours/tours-ukraine/odnodenni-turi>.
53. Подорожі. Драйвовий Равлик. URL: <https://ravluk-go.com/travels>.
54. Екскурсії. Хмельницький туристичний. URL: <https://khmel.travel/category/tury2/ekskursiyi/>.
55. Єсюнін С., Шпильова В., Западенко І., Тимощук О., Колесниченко Т. Туристичні маршрути Хмельниччини. Хмельницький : Поліграфіст-2, 2013. 176 с.
56. Парфіненко А. Ю. Туристичний імідж. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 312 с. URL: <https://ekhnuir.karazin.ua/server/api/core/bitstreams/49b6e71a-406b-4bf6-b135-d9ae39663f4a/content>.
57. Туризм в Україні: Хмельниччина шукає нові туристичні шляхи. Подробиці. URL: <https://podrobnosti.ua/2472409-turizm-v-ukrain-hmelnichchina-shuka-nov-turistichn-shljahi.html>.
58. Золота підкова Львівщини. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Золота_підкова_Львівщини.
59. Паньків, Н. Географія туристичних потоків Львівської області. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. 2013. №16. С. 186-194. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/11203>.
60. Шоробура І., Долинська О. Туризм Хмельниччини. Проблеми безперервної географічної освіти і картографії. 2017. №25. С. 69-73. URL: <https://periodicals.karazin.ua/pbgok/article/view/9109>.
61. Хмельницький речовий ринок. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Хмельницький_речовий_ринок.

62. Ковтун. І., Юричина І. Актуальні виклики та перспективи розвитку туристичної галузі Хмельницької області. Університетські наукові записки. 2021. №3. С. 120-129. URL: https://unz.univer.km.ua/article/view/81_120-129.

63. Звіт за 2021 рік. Державне агентство з розвитку автомобільних доріг України. URL: <https://restoration.gov.ua/4489/zvity/49385/49386.pdf>.

64. Брендинг території — Хмельницька область. Бюро Маркетингових Технологій. URL: <https://buromt.com.ua/projects/brendynh-khmelnyskoi-oblasti/>.

65. Смирнов. І. Г. Туристичний імідж та туристичний бренд міста. Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації : матеріали міжнар. наук-практ. конф., м. Запоріжжя, 30–31 березня 2017 р. Запоріжжя, 2017. С. 351-355. URL: https://zp.edu.ua/uploads/dept_s&r/2017/conf/2/Tom_1.pdf#page=351.

66. Сатанівська твердиня. Від Корятовичів та Сенявських і дотепер. Від Корятовичів та Сенявських і дотепер. Україна Інкогніта. URL: <https://ukrainaincognita.com/mista/satanivska-tverdinya-vid-koriatovychiv-ta-seniavskykh-i-doteper>.

67. Унікальна фортеця Хмельниччини: що приховують руїни Зіньківського замку. zahid.espreso.tv. URL: <https://zahid.espreso.tv/podorozhi-stolittyami-oboronyav-podillya-i-znik-cherez-rosiyskikh-uryadnikiv-istoriya-y-legendi-zinkivskogo-zamku>.

68. Стара Ушиця. Офіційний сайт села Гораївка. URL: <https://tehnikweb.wordpress.com/stara-ushytsia/>.

69. Клаптик Англії на Волині: Антоніни графа Потоцького. BBC News Україна. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/blog-history-49167866>.

70. Антонінський палац. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Антонінський_палац.

71. Палац

Сангушків.

Вікіпедія.

URL:

https://uk.m.wikipedia.org/wiki/Файл:Заслав.Палац_Сангушків_від_парку.png

g.

ДОДАТКИ

Додаток А

Портфель екскурсовода, маршрут «Хмельниччина історична»

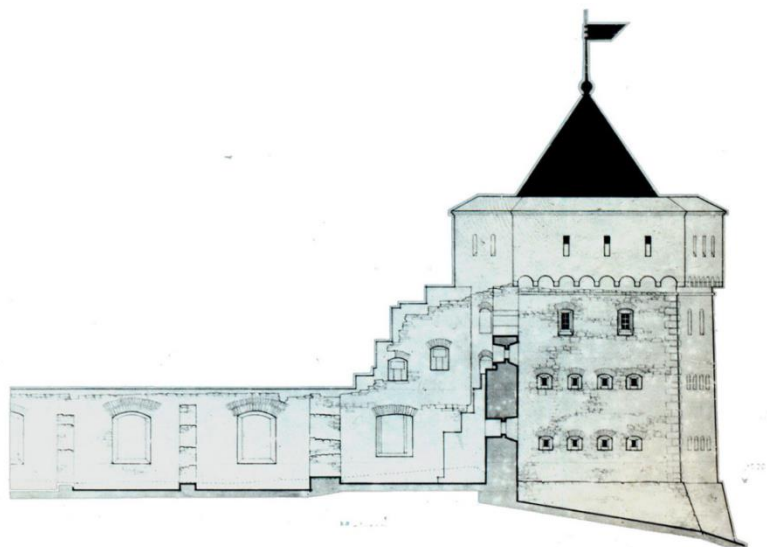


Рис. 1. Реконструкція частини Сатанівського замку [66]

Додаток Б

Портфель екскурсовода, маршрут «Хмельниччина автентична»



Рис. 1. Вигляд Зіньківського замку в XIII ст., малюнок [67]



Рис. 2. Село Стара Ушиця, середина ХХ ст. [68]

Додаток В

Портфель екскурсовода, маршрут «Хмельниччина шляхетна»



Рис. 1. В'їзна брама Антонінського палацу, початок ХХ ст. [69]



Рис. 2. Головний вхід до Антонінського палацу, початок XX ст. [70]



Рис. 3. Палац Сангушків, середина XIX ст. [71]

Додаток Г

Технологічна карта екскурсії «Хмельниччина історична»

Маршрут	Місця зупинок	Об'єкти показу	Час	Основний зміст інформації	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Місце зустрічі (м. Хмельницький, автовокзал №1) – м.	м. Старокостянтинів	Замок Князів Острозьких	2 год.	Вступ екскурсії, введення до історії Хмельниччини, історія міст	Посадка та вихід із автобуса, розповідь починається в салоні	Прийоми попереднього огляду, руху, локалізації подій, опису,

Старокостянтинів				Хмельницький та Старокостянтинів, історичне значення замку.	автобуса й продовжується біля об'єкта.	характеристики, пояснення.
м. Старокостянтинів – смт. Меджибіж	смт. Меджибіж	Меджибізький замок	2 год.	Історія населеного пункту, роль єврейської спадщини для міста та регіону, історичне значення замку.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, панорамного показу, локалізації подій, опису, характеристики, пояснення.
смт. Меджибіж – смт. Летичів	смт. Летичів	Летичівський замок	1 год. 30 хв.	Історія населеного пункту, особистість Устима Кармелюка, історичне значення замку.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, локалізації подій, опису, характеристики, пояснення.
смт. Летичів – с. Сутківці	с. Сутківці	Свято-Покровська церква-фортеця	1 год. 45 хв.	Поняття про сакральні споруди оборонного типу, історичне та сакральне значення церкви.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, локалізації подій, опису, характеристики, пояснення.
с. Сутківці – с. Сатанів	с. Сатанів	Сатанівський замок	1 год. 45 хв.	Історія населеного пункту, історичне значення замку.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, зорової реконструкції, руху, панорамного показу, локалізації подій, опису,

						характеристики, пояснення.
с. Сатанів – м. Хмельницький	м. Хмельницький		1 год	Висновки до екскурсії, прощання з групою.	Посадка та вихід з автобуса.	Прийом завдань, прийом дискусійної ситуації.

Додаток Д

Технологічна карта екскурсії «Хмельниччина автентична»

Маршрут	Місця зупинок	Об'єкти показу	Час	Основний зміст інформації	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Місце зустрічі (м. Кам'янець-Подільський, автовокзал) – с. Маліївці	с. Маліївці	Малівецький обласний історико-культурний музей	2 год. 30 хв.	Вступ екскурсії, введення до історії гастрономічних традицій Хмельниччини, традиції Маліївців, історичне значення палацу.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта, проведення дегустації.	Прийоми попереднього огляду, руху, опису, характеристики, пояснення.
с. Маліївці – с. Зіньків	с. Зіньків	Свято-Михайлівська дерев'яна церква	1 год	Історичні дані про село, унікальність церкви.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, опису, зорової реконструкції, характеристики, пояснення.
с. Зіньків	с. Зіньків	Зіньківський замок	1 год.	Історичне значення замку, гастрономічні традиції Зінькова.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й	Прийоми попереднього огляду, руху, опису, характеристики, пояснення.

					продовжується біля об'єкта, проведення дегустації.	
с. Зіньків – с. Гораївка	с. Гораївка	Бакотська затока	2 год.	Історичні дані про Бакотську затоку.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, панорамного показу опису, характеристики, пояснення.
с. Гораївка	с. Гораївка	Виноробня “Bohdan's Winery”	2 год.	Історія виноробства Хмельниччини, діяльність виноробні.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується на території об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, зорової реконструкції, опису, характеристики, пояснення.
с. Гораївка – м. Кам'янець-Подільський	м. Кам'янець-Подільський		50 хв.	Висновки до екскурсії, прощання з групою.	Посадка та вихід з автобуса.	Приєм завдань, прийом дискусійної ситуації.

Додаток Е

Технологічна карта екскурсії «Хмельниччина шляхетна»

Маршрут	Місця зупинок	Об'єкти показу	Час	Основний зміст інформації	Організаційні вказівки	Методичні вказівки
Місце зустрічі (м. Хмельницький, автовокзал №1) – с.	с. Самчики	Палацово-парковий ансамбль “Самчики”	2 год.	Вступ екскурсії, передумови появи парково-палацової архітектури на	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні	Прийоми попереднього огляду, руху, опису, характеристики, іки,

Самчики				території регіону, історичне значення маєтку, особливості архітектури.	автобуса й продовжується біля об'єкта.	пояснення.
с. Самчики–м. Ізяслав	м. Ізяслав	Костел святого Йосипа	1 год. 30 хв.	Історія населеного пункту, особливості архітектури костелу.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, руху, опису, характеристики, пояснення.
м. Ізяслав	м. Ізяслав	Палац Сангушків	1 год.	Історичне значення маєтку, особливості архітектури.	Розповідь починається біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, зорової реконструкції, руху, опису, характеристики, пояснення.
м. Ізяслав – с. Антоніни	с. Антоніни	Палац Сангушків-Потоцьких	2 год	Історія населеного пункту, історичне значення маєтку, особливості архітектури.	Посадка та вихід з автобуса, розповідь починається в салоні автобуса й продовжується біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, зорової реконструкції, руху, опису, характеристики, пояснення.
с. Антоніни	с. Антоніни	Антонінський парк	1 год.	Історія парку, особливості флори.	Розповідь починається біля об'єкта.	Прийоми попереднього огляду, зорової реконструкції, руху, опису, характеристики, пояснення.

						пояснення.
с. Антоніни – м. Хмельницький	м. Хмельницький		1 год	Висновки до екскурсії, прощання з групою.	Посадка та вихід з автобуса.	Прийом завдань, прийом дискусійної ситуації.