

УДК 338.48-6:004.738.5]:930.85

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.9>**Тимошенко Т.О.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри регіоналістики і туризму,  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0030-2925>

**Богославець О.Г.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри регіоналістики і туризму,  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3975-2563>

**Бойко Н.О.**

кандидат педагогічних наук, доцент,  
доцент кафедри регіоналістики і туризму,  
Київський національний економічний університет  
імені Вадима Гетьмана  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2636-0533>

**Tymoshenko Tetiana, Bogoslavets Oksana, Boiko Nataliia**  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman

## ТУРИСТИЧНА SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК НАПРЯМ ПІДСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ГРОМАД ДЕСТИНАЦІЇ «ШЛЯХАМИ ТРИПІЛЬСЬКОЇ ПРАМАТЕРІ»

### TOURIST SMART SPECIALISATION AS A DIRECTION OF STRENGTHENING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE COMMUNITIES OF DESTINATION “ALONG THE PATHS OF THE TRYPILLIAN ANCESTRAL MOTHER”

У статті досліджено концепцію SMART-спеціалізації як інструменту підвищення конкурентних переваг громад туристичних дестинацій. Значну увагу приділено використанню спадщини Трипільської культури, як підґрунтя для створення унікальних туристичних продуктів і формування локального брендингу. Аналіз ресурсів виявив суттєву відмінність громад у величині, вагомості та ступеню готовності деяких ресурсів до їх використання у формуванні туристичного продукту певного призначення. Сформовані узагальнення дали усвідомлення, що група громад дестинації на момент дослідження мають потенціал для розвитку одного-двох напрямків туристичної спеціалізації, як правило, пов'язаних із основною, профільною економічною діяльністю громади, а саме сільським господарством та харчовою промисловістю. Саме така монопрофільність дозволила зберегти зазначеним громадам природні екосистеми, сільський автентичний уклад домогосподарств, що можна вважати унікальним ресурсом для визначення туристичного SMART-профілю регіону. Визначено основні види туризму, для громад, що входять до дестинації, з урахуванням ступеню сформованості їх до застосування у сфері туроперейтингу. Визначено роль міжрегіональної кооперації та участі громад у процесах комунікації та синергії для забезпечення ефективного управління туристичними дестинаціями в контексті сталого розвитку регіонів.

**Ключові слова:** види туризму, географія туризму, внутрішній туризм, туристично-рекреаційні ресурси, рекреація, атракції, SMART-спеціалізація туристичної дестинації, Трипільська культура, туристичний продукт, міжрегіональна кооперація, громади,

регіональна політика ЄС, сталий розвиток, комунікація та спільнота, маркетинг і брендинг.

*The article explores the concept of SMART specialisation as a tool for increasing the competitive advantages of communities within tourist destinations. Considerable attention is paid to using the heritage of Trypillia culture as a basis for the unique tourist product development and local brand formation. The conducted resource analysis revealed a significant difference in the size, weight and degree of readiness of individual resources for their use in tourist product development for a certain purpose. The formed generalisations made it clear that the group of destination communities at the time of the study has the potential for one or two areas of tourism specialisation development, as a rule, related to the main community's economic activity, namely agriculture and food industry. Such a described mono-profile allowed the mentioned communities to preserve the natural ecosystems and the authentic rural structure of households, which can be considered a unique resource for determining the tourism SMART profile of the region. In addition, the main types of tourism were determined for communities that are part of the destination, taking into account the degree of their readiness for consumption in the field of tour operating. The role of interregional cooperation and community participation in the communication and synergy-making process to ensure effective management of tourist destinations in the context of sustainable development of regions has been determined. SMART specialization is a concept and policy of innovative regional development of the European Union, which contributes to the economic growth of regions through the disclosure of its potential. Instead, the problem of identifying factors of strengthening competitive advantages. Research objective: To reveal the potential of SMART specialisation as a tool for increasing the competitiveness of tourist destinations through their integration based on the unique cultural and historical heritage of Trypillia, their natural and recreational potential and the number of tourist products, which is the basis for sustainable development and cooperation of communities within the destination and local brands development.*

**Keywords:** types of tourism, geography of tourism, domestic tourism, tourist and recreational resources, recreation, attractions, SMART-specialization of tourist destination, Trypillia culture, tourist product, interregional cooperation, communities, cluster, EU regional policy, sustainable development, communication and collaboration, marketing and branding.

**Постановка проблеми:** SMART-спеціалізація – це концепція та політика інноваційного регіонального розвитку Європейського Союзу, що сприяє економічному зростанню регіонів через розкриття його потенціалу [1]. Натомість, нагальною постає проблема виявлення факторів підсилення конкурентних переваг громад дестинації різних регіонів України.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Концепція SMART-спеціалізації була розроблена іноземними економістами Форем, П. Девідом та Б. Холлом [2].

Серед українських дослідників, які присвятили свою роботу вивченню SMART-спеціалізацій та напрямків, варто виділити Сторонянську І.З. [3], Марковича І.Б. [4], Мазаракі А.А., Ткаченко Т.І. [5]. Проте слід зазначити, що окремі теоретико-методологічні аспекти дослідження SMART-спеціалізації як практичний інструмент підвищення конкурентоспроможності громад і туристичних дестинацій залишаються предметом дискусій. У дослідженні визначено теоретичні основи впровадження SMART-технологій, спрямованих на ефективніше управління ресурсами громади та активне залучення місцевого населення до створення конкурентоспроможних туристичних продуктів.

**Формулювання цілей статті.** Розглянути нові наукові підходи до туристичної SMART-спеціалізації як фактора підвищення конкурентоспроможності громад; сформулювати теоретичні основи впровадження SMART-технологій для більш ефективного управління ресурсами громад і активного залучення місцевих мешканців у процес створення конкурентоспроможних туристичних продуктів; запропонувати нові методи визначення головних чинників, що мають вплив на формування конкурентоспроможності туристичних дестинацій; розкрити потенціал SMART-спеціалізації як інструменту підвищення конкурентоспроможності громад туристичних дестинацій шляхом їх інтеграції на основі унікальної культурно-історичної спадщини Трипільської культури, наявного природно-рекреаційного потенціалу та їх ролі у створенні

туристичних продуктів, що є підґрунтям сталого розвитку і кооперації громад в межах дестинації, створенні локального брендингу території, успішної діяльності сфери туроперейтингу та місцевого бізнесу.

**Виклад основного матеріалу.** В умовах сучасної глобалізації туризм стає одним із ключових факторів економічного та соціального розвитку громад. Впровадження інновацій у сферу туризму допоможе громадам не тільки залучати все більшу кількість туристів, але й оптимізувати процеси управління ресурсами території та створювати умови для їх стійкого розвитку.

Туристична SMART-спеціалізація є порівняно новим напрямком у сфері туризму. Він інтегрує принципи SMART-технологій, інноваційного управління та сталого розвитку. Основою SMART-спеціалізації є зважене та раціональне використання природних, культурно-історичних ресурсів для досягнення максимального економічного ефекту одночасно з мінімізацією негативного впливу на довкілля [1]. Концепція SMART-спеціалізації спрямована на акцентуацію власних конкурентних переваг і можливостей регіонів, що сприяє сталому економічному та інноваційному розвитку, а також впровадженню нових технологій у сфері туризму. На думку Домініка Форей: «SMART-спеціалізація – це більше, ніж просто визначення перспектив галузі. Це інноваційний процес відкриття, де регіони самостійно визначають унікальні можливості свого розвитку.» [6].

Основну ідею SMART-спеціалізації Філіп Маккан вбачає в зосередженні ресурсів як сильної складової регіону, щоб стимулювати конкурентоспроможність і забезпечити тривалий розвиток [7]. Рікардо Хаусманн і Дані Родрік зазначають, що лише регіони можуть визначити, які сфери мають унікальні ресурси для зростання [8].

Головним об'єктом визначення SMART-спеціалізації, на нашу думку, є територія громад, які об'єднані за територіальним або тематичним принципом у туристичну дестинацію.

В «Оксфордському словнику понять і термінів» дестинацію тлумачать як «destination – the place to which a person or thing is going», що в перекладі означає «місце, куди в певний період прямують люди» [9]. Разом з тим, Всесвітня туристична організація визначає туристичні дестинації як основний елемент в процесі формування та просування турпродукту. Туристична дестинація, як комплексне поняття, включає атракції, інфраструктуру та супутній сервіс [10].

Скандинавський дослідник В. Фрамке зазначає, що хоч термін «дестинація» використовується часто, але комплексного пояснення даного терміну в науковій літературі не існує і виділяє два основоположні погляди до визначення дестинації в туристичній літературі – класичний та соціокультурний. Автор наголошує, що науковці по-різному визначають географічні кордони дестинації, її склад, можливість співпраці та поведінку відпочиваючих. Як результат, В. Фрамке визнає, що дестинація є сукупністю інтересів, послуг, різноманітних видів діяльності, інфраструктури атракцій, які визначають особливості певної території. Дестинація має два аспекти, а саме: статичний – територія та місце та динамічний – комплекс послуг та продуктів, що використовуються залежно від потреб туристів [11].

Т. Ткаченко туристичну дестинацію описує як «конкретне місце, яке має реальний кордон та приваблює туристів своїми туристично-рекреаційними ресурсами, наявністю потрібної інфраструктури, атрактивних можливостей, які надаються туристу у формі туристичного продукту, створеного та готового до продажу за допомогою засобів маркетингових комунікацій» [5].

За думкою науковців В. Фрамке, та інших науковців, в межах комплексної моделі розмежовують п'ять основних аспектів, які є взаємообумовленими та пов'язані між собою [11].

Перший аспект – *географічно-територіальний*. Зазвичай поняття «дестинація» використовують для позначення конкретної географічної території. Дестинації можуть бути первинними та вторинними. Первинна дестинація – це територія яка цікавить туриста в першу чергу, через її атрактивність. Саме на цій території турист споживає

основний туристичний продукт. Вторинна DESTИНАЦІЯ виступає як транзитна існують DESTИНАЦІЇ, в основі яких є близькість до більш привабливих DESTИНАЦІЇ і транспортних маршрутів. Вони самостійно не можуть зацікавити туристів. Такі вторинні DESTИНАЦІЇ зорієнтовані на невелику кількість туристів на нетривалий час.

Другим аспектом в комплексі характеристик DESTИНАЦІЇ виступає *інфраструктурно-ресурсний*. Цей аспект передбачає, що DESTИНАЦІЯ – це територія яка має певні атракції та туристичну інфраструктуру. Однак, інфраструктура є лише допоміжним продуктом DESTИНАЦІЇ, найбільше туриста цікавлять туристичні ресурси. В цьому аспекті необхідно розуміти різницю між поняттями «туристичні ресурси» і «туристичні атракції». Відповідно до визначення дослідника в сфері туризму Д. Мак Коннела, туристичними атракціями є взаємовідносини між туристом, ринком та визначною пам'яткою [13].

Третій аспект – *маркетинговий*. Дуже важливою характеристикою DESTИНАЦІЇ є її привабливість, тобто DESTИНАЦІЯ включає в себе сукупність послуг та інфраструктури, які мають задовольняти потреби і очікування туристів.

Четвертий аспект – *управлінський*, який визначає DESTИНАЦІЮ об'єктом управління. Цей аспект DESTИНАЦІЇ допускає поєднання зовсім різних елементів, для надання туристу цілісного продукту здатного до конкуренції. Такі дії дозволяють урізноманітнити можливості надання інформації та просування DESTИНАЦІЇ [12].

Здебільшого управлінський та географічно-територіальний аспекти тісно пов'язані між собою. DESTИНАЦІЇ, як об'єкту управління необхідно мати визначені географічні межі. Оптимальним, на нашу думку, будуть співпадіння цих меж із визначеними адміністративними кордонами.

П'ятий аспект – *соціальний*. Він доводить, що DESTИНАЦІЯ є територією, де взаємодіють природа, культура, інтереси місцевих жителів та зацікавленість туристів [13]. Для громади перетворення її в туристичну DESTИНАЦІЮ може мати і позитивні і негативні результати. У зв'язку з цим, однією з головних цілей розвитку DESTИНАЦІЇ є гарантії сталого розвитку.

Однак, виникає проблема: у чому причини неефективного використання величезного туристичного потенціалу більшості громад. Чим має займатися громади, щоб мати ефективний бізнес? До розв'язання цієї проблеми долучилися науковці кафедри регіоналістики і туризму КНЕУ імені Вадима Гетьмана. Розпочалась кропітка робота над великим проектом, з визначення SMART-спеціалізації туристичної DESTИНАЦІЇ «Шляхами Трипільської Праматері», що об'єднала 18 громад Черкаської, Вінницької, Кіровоградської областей. Підґрунтям для такого об'єднання стала унікальна історична спадщина, яка спирається на пам'ятки історії трипільської культури світового значення. Саме тут археологи знайшли найбільші у світі поселення трипільців: Тальянки, площею 450 га, населенням до 25 000 осіб та Майданецьке, площею 270 га, з населенням до 10 тис. людей [14]. Не менш важливим фактором для об'єднання, стало бажання громад створювати спільний конкурентний туристичний продукт регіону.

Робота над проектом почалась з аналізу туристично-рекреаційних ресурсів та верифікації даних про стан їх готовності до споживання, формування спільного бачення розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ, місця і ролі в цьому процесі кожної громади з огляду на її туристично-рекреаційний потенціал та пріоритетність туризму в структурі її економіки. Саме аналіз туристично-рекреаційних ресурсів- основа SMART-спеціалізації громад.

SMART-спеціалізація є ключовою ідеєю розвитку територій регіональної політики ЄС. Її сутність – саме регіональний підхід, що спирається на доступні активи та ресурси громад, враховує конкретні соціально-економічні виклики, та виявляє унікальні можливості внеску регіону в «скарбницю» індустрії гостинності в межах всієї DESTИНАЦІЇ. SMART-спеціалізація регіону дозволяє зробити вибір напрямку для інвестицій, припинити існуючу деструктивну конкуренцію між різними громадами, адже вона підкреслює особливості кожної громади-учасниці проекту і створює умови для їх міжрегіональної кооперації та виникнення спільних туристичних продуктів [3]. Для

реалізації зазначених завдань на території дестинації створено кластер, метою якого стала координація та об'єднання зусиль громад. [4].

Основою процесу визначення SMART-спеціалізації громад став пошук, опис, систематизація їх туристично-рекреаційних ресурсів на підставі аналізу статистичних даних, оцінці наявних туристичних ресурсів та ступеню їх готовності до споживання, дослідження процесів наявного виробництва послуг та товарів в громадах дестинації. Слід зазначити, що аналіз ресурсної бази проводився за чотирма напрямками.

#### 1. Природно-рекреаційні ресурси:

- особливості ландшафту місцевості громади (особливості рельєфу місцевості, наявність урочищ, ярів, балок, печер, скель, каньйонів, природоохоронних та унікальних пам'яток природи тощо);
- водні об'єкти (річки, озера, водосховища, пороги, болота, водоспади, джерела, бальнеологічні ресурси тощо), їх придатність до оздоровлення, облаштування пляжних зон навколо, можливість для організації активного відпочинку (сплави), риболовлі;
- рослинність і тваринний світ (особливість флори та фауни (типової та рідкісної), природні рослинні угруповання, природоохоронні території, антропогенні рослинні та тваринні ландшафти і господарства (с/г угіддя, фермерські господарства).

#### 2. Об'єкти історико-культурної спадщини:

- археологічні об'єкти (археологічні рештки, руїни, залишки городищ, склепи, кургани тощо);
- історико-культурні заповідники;
- сакральні місця (монастирі, церкви, костьолои, скити, синагоги тощо);
- фортеці, замки, палаци, садиби;
- музеї та історичні пам'ятки;
- архітектурні ансамблі та окремі будинки;
- опис історії та видатні події громади.

Під час оцінки зазначених ресурсів головний акцент робився на виявленні артефактів Трипільської культури, унікальності об'єктів, їх архітектурної цінності, ступеню збереженості об'єктів та оцінці їх туристичного використання.

#### 3. Нематеріальна культурна спадщина.

Було описано:

- традиції, обряди, легенди, повір'я;
- види традиційної діяльності і ремесла (гончари, бондарі, бджоларі, винороб, сировари, вишивальниці, килимарниці, ткачі тощо). Проаналізовано системність проведення майстер-класів
- рівень розвитку і використання надбання різноманітних мистецьких напрямків (образотворче, музичне, театральне тощо). Проаналізовано системність проведення мистецьких пленерів.

Зібрана інформація про:

- видатних людей громади та ступінь вшанування їх пам'яті;
- гастро традиції краю;
- івенти та заходи (фестивалі, свята, народні гуляння, традиційні події, обрядові дійства, ярмарки, конкурси, гастрономічні події (дегустації тощо), виставки, форуми, конференції);
- спортивні події та змагання.

#### 4. Туристична (та суміжна) інфраструктура.

Оцінено місткість та набір послуг наявної туристичної інфраструктури: засобів розміщення, закладів харчування, транспортної та вело інфраструктури, орендних і прокатних послуг, ферм, магазинів крафтової продукції, зоопарків, спортивних об'єктів, закладів розваг та SPA тощо.

Результати оцінки туристично-рекреаційних ресурсів громад було систематизовано та представлено у вигляді таблиць, приклад однієї з них яких наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

## Оцінка туристично-рекреаційного ресурсу Ямпільської громади Вінницької області (фрагмент таблиці)

Назва	Ризик	Можливості використання	Примітки
<p>1</p> <p><b>Ботанічний заказник</b> загальнодержавного значення «Урочище Криве»,  <b>Регіональний ландшафтний парк</b> місцевого значення «Дністер»,  <b>Ботанічний заказник</b> загальнодержавного значення «Урочище Білянський ліс»,  <b>Заповідне урочище</b> місцевого значення «Петрашівка»,  <b>Геологічна пам'ятка</b> загальнодержавного значення «Урочище Гайдамацький яр»,  <b>Комплексна пам'ятка природи</b> загальнодержавного значення «Урочище Стінка» с. Петрашівка,  <b>Смараглова мережа: «Liadova-Murafa», «Podilskyi Dniester»</b>  <b>Урочище «Мохната»</b> з унікальними видами на Дністер с. Оксанівка,  <b>С. Дорошівка (Берека – ботанічна пам'ятка природи</b> місцевого значення),  <b>С. Безводне (віковий дуб, дуб-велетень, дуби-велетні, дуби-красені – ботанічні пам'ятки природи</b> місцевого значення),  <b>Єдині в Україні поклади білого каменю пісковиків</b>. Офіційно працюють три кар'єри в селах Франківка, Русава, Писарівка.  <b>З 1985 року</b> проходить щорічний пленер скульпторів «Подільський обертг». В с. Буша найбільший в Україні парк скульптур.</p>	<p>2</p> <p><b>Природні ресурси</b></p> <p>Організовувати діяльність згідно Положення про рекреаційну діяльність у межах території та об'єктів природно-заповідного фонду України, Закону України «Про природно-заповідний фонд України», Положення про Міністерство захисту довкілля та природних ресурсів України тощо.</p> <p><b>Товари, які можна реалізовувати на території ПЗФ:</b> трипільський мед, трипільські трави/ягідні/фруктові чаї, сфірні олії, трави/яні збори для спа-процедур, сувеніри з природних матеріалів у вигляді трипільських фігур і символів (с. Безводне «Земля лісів, грибів і мавок» (збір грибів в усі пори року, ягід, лікарських рослин, трав'яних зборів для чаю) с. Франківка урочище Глбочок (гриби, насадження кизилу, ягоди, трави) с. Михайлівка урочище «Стінка» насадження кизилу, збір ягід та трав.  Урочище «Мохната» трави/яні збори (чай «Рахман»).  <b>Гайдамацький яр – унікальний геологічний ландшафт:</b> в цьому місці річка розрізала товщі вапняків, сланців та пісковиків різних епох на глибину 120 м.  Вивірене каміння має оригінальні і виразні форми колон, стовпів, чулернацьких тварин і міфічних образів.  <b>Родовища</b> пісковика, який використовується в оздобленні.</p>	<p>3</p> <p>Використання її в оздоровчих, рекреаційних та освітньо-виховних цілях. Ресурси є основою для розвитку наступних видів туризму та рекреаційних занять:  <b>екотуризм:</b> піші прогулянки та трекинг; екскурсії і розважальні програми на плавазособах, екскурсії на природоохоронних територіях та до окремих об'єктів, екогабори  <b>науковий туризм:</b> геологічний, археологічний;  <b>освітній:</b> екскурсії природоохоронними територіями, присвячені вивченню різноманіття флори і фауни краю  <b>активний туризм:</b> вело-, пішохідний, кінний, дельгата пара планеризм, геокешинг, рибальство; проведення змагань; створення майданчиків та зон для проведення ігор на природі, активних змагань тощо.  Проведення духовних практик, літотерапія лікування камінями, кліматотерапія, фітотерапія, збирання ягід, грибів тощо.</p>	<p>4</p> <p>На даний час природні ресурси <b>використовуються не в повній мірі</b>, основною причиною є військовий стан та <b>відсутність розроблених програм та інфраструктури</b>, але місцеве населення і туристи завжди не омінгають ці принадливі природні та ландшафтні місця для проведення відпочинку на уїкенди, на проте на майбутнє можливо використання для більш повного залучення всіх рекреаційних заходів.  На сучасному етапі <b>розроблено 2 веломаршрути:</b>  1) муніципальний маршрут «Велосипедом по Південному Поділлю»; 2) села Оксанівка – Михайлівка – Буша обласнотовані оглядові майданчики, велостоянки, встановлені інформаційні щити та мапи маршруту.  <b>4 тижденьні маршрути:</b>  1) Ямпіль;  2) Безводне-Стіна;  3) Клебівка-Стіна;  4) Оксанівка-Михайлівка.</p>

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
<i>Історико-культурні ресурси</i>			
<p><b>Державний історико-культурний заповідник «Буша»</b> (с. Буша)</p>	<p>Створено у 2000 році На території Буша життя не припиняється вже 7 тисячоліть. На початку н.е. тут існувало місто Антаварія, у середні віки – місто Краснопілля. Найвідомішою сторінкою є героїчна оборона Буші, містфортеці Брацлавського полку, від польсько-шляхетських військ під час національно-визвольної війни під керівництвом Богдана Хмельницького</p>	<p>Складова екскурсійної програми та екскурсійних маршрутів громадою. Культурно-пізнавальний, подієвий туризм. Маршрути: «Шляхами Трипільської прамагері», як дестинація, нового маршруту «Дорогами козацької слави»</p>	<p><b>Складова екскурсійної програми та екскурсійних маршрутів Південного Поділля</b> Досить високий рівень відвідування, щороку відвідує до 100 тис. туристів. На території історико-культурного заповідника Буша щорічно проводяться пленери художників та каменотесів, фестивалі, купальські обряди та багато інших цікавих дійств.</p>
<p><b>Історичні події:</b> 1) Оборона Буші 1654 рік 2) Оборонний скельний монастир XI–XII ст. 3) Рахманство 4) Легенди, перекази турецької навали XII ст. 5) «Ямпільська республіка», третій зимовий похід, Ямпільсько-Бабчинецьке повстання, боротьба за незалежність України 1918–1920 рік. 6) «Лінія Сталіна» – 12 Могилівсько-Ямпільський укріп район 1934–1941 рр.</p>		<p>Складова екскурсійної програми та екскурсійних маршрутів Південного Поділля. Складова екскурсійної програми громади: Івент туризм</p>	
<p><b>Майстер класи</b> 1) Віталій Гаїна – вироби з каменю пісковика (Ямпіль) 2) Тетяна Пташник – вироби з лози (Ямпіль) 3) Володимир Службський – гончар, вироби з глини 4) Марія Савчинська, Марія Зарічна, Людмила Волошина – вишивальниці (с. Клембівка) 6) Алла Болгарська – ткацтво (Ямпіль) 7) Марина Гринчик, Тетяна Попільська, Наталя Васюкова, Олеся Свістун, Марина Вінницька, Ірина Собко, Алла Мруг – писанкарі Ямпільщини 8) Олена Чорнолуцька – коровайниця (с. В. Кісниця)</p>			<p>Майстер класи постійно проводяться в міському музеї образотворчого мистецтва там же є і сувенірна лавка.</p>
<p><b>Крафтове виробництво</b> 1) Павло Швець – крафтова олійня; жива олія (с. Русава); 2) Лілія та Деніс Коношля – молочна крафтова продукція (с. Буша);</p>			<p>Будь яку страву можливо скуштувати по зеленому садбах що знаходяться на території громади, а також по кафе та ресторанах та у приватних підприємств</p>

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
3) Тетяна Кіфа – СТОФ Северинівка Тверді сири, солоні, йогурти, козине масло (с. Северинівка); 4) Олександр Гречанюк – виноградарство та виноробство (Ямпіль)	1) В'ялені овочі, фрукти та солоючі; 2) Пастила, натуральні цукерки з фруктів та ягід с. Буша Олена Мальована	Будь яку страву можливо скуштувати по зеленій садибах що знаходяться на території громади, а також по кафе та ресторанах та у приватних підприємств	
<b>Апiterapia на базі пасіки</b> 1) с. Оксанівка (мед, медова продукція, сон на вулицях); 2) с. Біла (мед, медова продукція, сон на вулицях); 3) с. Клембівка (мед, медова продукція); 4) с. Михайлівка (мед, медова продукція); 5) с. Гальжбіївка (мед, медова продукція).	Подія, що пропонує смакові враження з місцевої кухні та страви з використанням місцевих продуктів.	Вивчення місцевої кухні, дегустація страв та напоїв, можливість спробувати автентичні страви, можливість придбати крафтову продукцію	Необхідність у розробці маркетингових заходів щодо просування заходів
Фестиваль гастрономічних страв «Смак Ямполья»	Міжнародний гастрономічний фестиваль, перша неділя листопада	дегустація страв та напоїв, можливість спробувати автентичні страви, можливість придбати крафтову продукцію	
Вино і голубці (с. Цекинівка)	Місцевий гастрономічний фестиваль серпень	дегустація страв та напоїв, можливість спробувати автентичні страви, можливість придбати крафтову продукцію	
Бринзя та вареників (с. Писарівка)	Туристична інфраструктура	дегустація страв та напоїв, можливість спробувати автентичні страви, можливість придбати крафтову продукцію	
Готельно-ресторанний комплекс «Стоун Парк», Ямпіль, с. Буша,	ресторан-музей, бджолотерапія, арт-терапія	9 номерів (дво- та трьомісні, та окремі будиночки на 2/4 осіб, баня	проводяться різні інтерактивні заходи, екскурсії
Усадьба «Затишна хатка», с. Буша,	автентична сільська хата з старовинним інтер'єром дає змогу поринути в минуле, відчуття побут предків	3 будиночки і окремих номер «Вишиванка» (всього приблизно на 10–14 чол.)	Можна замовити домашнє харчування



Закінчення таблиці 1

1	2	3	4
Відпочинковий комплекс «Гостинний двір», м. Ямпіль		6 кімнат, 12 місць	кафе/ресторан, сауна/бана
Готельно-ресторанний комплекс «Стоун Парк», Ямпіль, с. Буша,	ресторан-музей, бджолотерапія, арт-терапія	9 номерів (дво- та трьомісні, та окремі будиночки на 2/4 осіб, баня	проводяться різні інтерактивні заходи, екскурсії
«Шляхами південного Поділля»			
Села Оксанівка – Михайлівка – Буша Село В.Кісінця велосипеди, квадроцикли	Велодоріжки вздовж річки, проходить через подністровські села, ліси, яри, урочища.	Активний, екотуризм. Можливість організувати змагання	Розроблені туристичні маршрути. Облаштовані оглядові майданчики, велосипедки, встановлені інформаційні щити та мапи маршруту.

*Джерело: сформовано авторами*

Таблиця 2

Туристична спеціалізація громад дестинації за пріоритетними видами туризму (фрагмент таблиці)

Громада	Вид туризму в туристичній спеціалізації громади у %	Туристичний ресурс
Маньківська	50% Рекреаційний Екотуризм Сільський	Горбистий рельєф, р. Рось та її притоки, озеро Лиман (одне з найбільших в Черкаській області), ставки (купання, риболовля), лісові масиви, заказники, заповідник, парк. Кролеферма, садиби «зеленого туризму»
	40% Культурно-пізнавальний	Археологічні об'єкти (артефакти Трипільської культури), краєзнавчий музей, будівлі місцевого значення початку 19 ст., палац, старовинні храми. Фестиваль класичної музики, мистецькі фестивалі дитячої творчості Майстер класи з кераміки, розпису писанок, приготування традиційних страв
	10% Активний	Велотуризм

*Джерело: сформовано авторами*

Проведений аналіз дозволив визначити туристичний профіль кожної громади (таблиця 2) та сформуванати загальну для дестинації SMART-спеціалізацію. Визначено, що загальним для неї доцільно вважати рекреаційно-пізнавальний туристичний профіль, з акцентом на екологічний, сільській та культурно-пізнавальний і розважальний туризм.

Основою для культурно-пізнавального спрямування екскурсійних турів є унікальна історія трипільської цивілізації, стародавніх доісторичних епох (черняхівської культури), козацька історія українського народу, культура та історія єврейського народу, сакральні святини римо-католицької та православної релігій, події і герої другої світової війни та боротьби українського народу за свою незалежність. Край пропонує надбання автентичної нематеріальної культури Південного Поділля. Серед них: традиційні ремесла, народні свята, івенти, традиції, багата і різноманітна гастрокультура, що становлять основу етнографічного та гастротуризму. Наведений перелік формує ключові аспекти брендингу досліджуваної дестинації, як регіону з багатокультурною історією, трипільськими артефактами, мальовничою природою Дністра та Південного Бугу, гостинністю та самотньою національною кухнею «зелених» садіб.

Аналіз ресурсів виявив суттєву відмінність громад у величині, вагомості та ступеню готовності деяких ресурсів до їх використання у формуванні туристичного продукту певного призначення. Сформовані узагальнення дали можливість дійти висновку, що група громад дестинації на момент дослідження мають потенціал для розвитку одного-двох напрямків туристичної спеціалізації. Вони, як правило, пов'язані із основною, профільною економічною діяльністю громади, а саме сільським господарством та харчовою промисловістю. Однак така монопрофільність дозволила зберегти зазначеним громадам природні екосистеми, сільській автентичний уклад домогосподарств, що можна вважати унікальним ресурсом для визначення туристичного профілю регіону (рис. 1). Прикладами



Рис. 1. Спеціалізація громад за видами туризму, визначена на основі аналізу наявних ресурсів та експертних думок

Джерело: сформовано автором

таких громад є Маньківська, Райгородська, Томашпільська, Крижопільська, Ладжинська, Студенянська громади та інші. В той же час, громади іншої групи відзначаються різноманітними туристично-рекреаційними ресурсами. В своєму арсеналі вони мають підґрунтя для формування різноманітної палітри туристичних продуктів, розвинуту інфраструктуру, пізнаваність та стійкий попит на ринку туристичних послуг України і світу. Йдеться про туризм Уманської, Ямпільської, Немирівської, Тульчинської, Брацлавської громад

Здійснений аналіз, дає змогу дійти висновку: конкурентоспроможність туристичної галузі кожної з громад визначається її доцільним профілем. Однак підсилення цього процесу досягається шляхом взаємодії потенціалів громад-учасниць туристичної дестинації. Така синергія обумовлена спільними зусиллями у формуванні комплексної туристичної пропозиції дестинації. Кожна окрема громада в ній має своє унікальне місце, несе певну частку змістовного навантаження відповідно до власних можливостей та завдань. В результаті, для дестинації відкриваються нові напрямки туристичного профілю, поглиблюється комплексність та якість туристичної пропозиції. Тим часом громади збільшують власну участь у туристичному продукті дестинації та виходять на нові обсяги власної туристичної пропозиції, які були неможливі за умов відокремленої туристичної діяльності. Пропорційність та збалансованість розвитку, взаємодоповненість пропозиції, допомога та комунікація – це ті позитивні риси, виокремлені учасниками проєкту, які набула дестинація в результаті об'єднання громад.

В результаті дослідження було розроблено низку адресних та загальних рекомендацій для подальшого розвитку туристичної галузі регіону. Серед них, слід зупинитись на спільних туристичних продуктах дестинації, які передбачають залучення ресурсної бази багатьох громад одночасно. До переліку належать наступні тури:

- «Шляхами трипільської праматері»
- Духовне коріння української нації (Трипілля, рахмани, козаки)
- Як гуртувався дух нації (від Трипілля до сучасності)
- Місця зцілення та сили
- Міфи та легенди Трипілля (повір'я, магічні ритуали, обряди)
- Туристичне намисто Південного Поділля
- Сакральна спадщина Поділля
- Секрети скельних монастирів Вінниччини
- Шляхами трьох релігій
- Міфи та легенди, свята і повір'я Південного Поділля
- Археологічні знахідки Трипілля
- Традиційна майстерність і смак Поділля
- Грація маєтків та палаців
- Романтичний вікенд парками Черкащини

**Висновки.** Отже, розробка комплексних туристичних продуктів наповнить базу туристичних продуктів дестинації новими пропозиціями, що об'єднують громади у спільній роботі над їх створенням та реалізацією. Така робота дозволить залучити всі наявні туристичні ресурси громад до комплектації у готовий продукт, сприятиме розвитку і появі нових видів послуг та товарів на їх території, підвищить конкурентність туристичної пропозиції дестинації на туристичному ринку країни і за її межами завдяки комплексності, унікальності та високій якості обслуговування. Наукова новизна дослідження полягає у застосуванні концепції SMART-спеціалізації, що є визначальною для формування профілю туристичної дестинації. У дослідженні вперше обґрунтовано роль Трипільської спадщини як основи для створення спільних туристичних продуктів і та подальших перспектив сталого розвитку громад.

#### Список використаних джерел:

1. Єврокомісія. SMART-спеціалізація для регіонів. URL: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy](https://ec.europa.eu/regional_policy) (дата доступу: 06.12.2024).

2. Foray D., David P.A., Hall B. Smart Specialization: The Concept. Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group.
3. Смарт-спеціалізація регіонів України: методологія та прагматика реалізації: монографія / наук. ред. Сторонянська І. З. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАН України». Львів, 2022.
4. Маркович І.Б. Передумови та особливості розумної («смарт»)-спеціалізації регіонів із врахуванням глобальних тенденцій. Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем: колективна монографія. Тернопіль : ФОП Осадца Ю.В., 2016. С. 52–58. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»).
5. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. та ін. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
6. Foray D., David P.A., Hall B. Smart Specialization: The Concept. Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group. November, 2009. P. 20–24.
7. McCann P. The Regional and Urban Policy of the European Union: Cohesion, Results-Oriented and Smart Specialisation. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2015. 352 p.
8. Hausmann R., Rodrik D. Economic Development as Self-Discovery. *Journal of Development Economics*. 2003. Vol. 72, Issue 2. P. 603–633.
9. Оксфордський словник англійської мови: веб-сайт. URL: <http://www.oxfordreference.com/search?q=tourist+destination&searchBtn=Search&isQuickSearch=true>
10. A Practical Guide to Tourism Destination Management. 2007. P. 150–156. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284412433>
11. Framke W. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2002. № 2(2). P. 45–80.
12. Lew A.A. A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism research*. 2010. № 14(4). P. 98–100.
13. Mac Cannel D. The Tourist. A new Theory of the Leisure Class. Berkeley : University of California Press, 2011. 264 p.
14. Вейдейко М.Ю. Подорожі до трипільського світу. Львів : Видавництво «БОНА», 2023. 296 с.

### References:

1. European Commission. SMART Specialization for Regions. Available at: [https://ec.europa.eu/regional\\_policy](https://ec.europa.eu/regional_policy) (accessed December 6, 2024).
2. Foray D., David P.A., Hall B. Smart Specialization: The Concept. Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group.
3. Storonyanska I. Z. (ed.) (2022) Smart-spetsializatsiia rehioniv Ukrainy: metodolohiia ta prahmatyka realizatsii [Smart specialization of regions of Ukraine: methodology and pragmatics of implementation]: monograph. Lviv: State Institution "Institute of Regional Studies named after M. I. Dolishnyi NAS of Ukraine".
4. Markovych I. B. (2016) Peredumovy ta osoblyvosti rozumnoi ("smart")-spetsializatsii rehioniv iz vrakhuvanniam hlobalnykh tendentsii / Suchasni sotsialno-ekonomichni problemy teorii ta praktyky rozvytku ekonomichnykh system [Prerequisites and features of smart ("smart") specialization of regions taking into account global trends / Modern socio-economic problems of theory and practice of economic systems development]: collective monograph. Ternopil: FOP Osadcha Yu. V., pp. 52–58. (Series "Problems of regional development").
5. Tkachenko T. I., Melnichenko S. V., Boyko M. G. et al. (2010) Stratehichnyi rozvytok turystychnoho biznesu [Strategic development of tourism business]: monograph / ed. A. A. Mazaraki. Kyiv: Kyiv. National Trade and Economics University, 596 p.
6. Foray D., David P. A., Hall B. (2009) Smart Specialization: The Concept. Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group. November, pp. 20–24.
7. McCann P. (2015) The Regional and Urban Policy of the European Union: Cohesion, Results-Oriented and Smart Specialisation. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 352 p.

8. Hausmann R., Rodrik D. (2003) Economic Development as Self-Discovery. *Journal of Development Economics*, vol. 72, is. 2, pp. 603–633.
  9. Oxford English Dictionary: website. Available at: <http://www.oxfordreference.com/search?q=tourist+destination&searchBtn=Search&isQuickSearch=true>
  10. A Practical Guide to Tourism Destination Management. (2007). Pp. 150–156. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284412433>
  11. Framke W. (2002) The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. no. 2 (2), pp. 45–80.
  12. Lew A. A. (2010) A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism research*. no. 14(4), pp. 98–100.
  13. Mac Cannel D. (2011) *The Tourist. A new Theory of the Leisure Class*. Berkeley: University of California Press, 264 p.
  14. Videyko M. Yu. (2023) *Podorozhi do trypillskoho svitu [Journeys to the Trypillian World]*. Lviv: “BONA Publishing House”, 296 p.
-