

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Туризм»
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 «Туризм»

Форма навчання: *очна (денна)*

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**«SMART-спеціалізація регіонів туристичної дестинації як фактор
диверсифікації місцевої економіки»**

Здобувача: Алієвої Айсель Ельчінівни

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Шевчук Оксана Василівна

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з атестації
здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри: доктор економічних наук, професор, академік
НАН України, Данилишин Богдан Михайлович

Київ 2025

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ
ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

Факультет маркетингу

Кафедра регіоналістики і туризму

Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Освітньо-професійна програма	«Туризм»
Галузь знань	24 Сфера обслуговування
Спеціальність	242 «Туризм»

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи
(гарант)освітньо-професійної
програми
Ілляшенко І.О.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
Данилишин Б.М.

17 січня 2025р.

17 січня 2025р

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувача вищої освіти Алієвої Айсель Ельчінівної

Заочної форми навчання

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему: **«SMART-спеціалізація регіонів туристичної дестинації як фактор
диверсифікації місцевої економіки»»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "14"січня 2025р .№ 65-ст.

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на офіційній статистиці, нормативно-правових актів, емпіричних досліджень та аналітичної інформації щодо туристичного потенціалу Хмельницької області.

План кваліфікаційної бакалаврської роботи

Розділ 1: Туристична дестинація як об'єкт SMART-спеціалізації

Розділ 2: Економічні аспекти SMART-спеціалізації туристичних регіонів

Розділ 3: Практичні кейси успішної SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації.

Об'єкт дослідження:	процес впровадження SMART-спеціалізації у туристичних регіонах як механізму диверсифікації місцевої економіки.
Предмет дослідження:	механізми та принципи реалізації SMART-спеціалізації в контексті регіонального туризму.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	аналіз та оцінка впливу SMART-спеціалізації на розвиток туристичних регіонів і їхню роль у диверсифікації економіки.

Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:

У розділі 1: Дослідити поняття туристичної дестинації і SMART-спеціалізації; Визначити взаємозв'язок між туристичними дестинаціями та SMART-спеціалізацією; Проаналізувати нормативно-правове забезпечення впровадження SMART-спеціалізації у сфері туризму.

У розділі 2: Проаналізувати економічні показники туристичних регіонів на прикладі Хмельницької області; Визначити потенціал диверсифікації економіки регіону через туризм; Вивчити роль місцевого самоврядування у стимулюванні SMART-туризму.

У розділі 3: Провести аналіз міжнародних кейсів впровадження SMART-спеціалізації; Надати рекомендації щодо реалізації SMART-стратегій в Україні; Запропонувати шляхи адаптації успішних кейсів до українських умов.

Завдання підготував
науковий керівник

(підпис)

Шевчук О.В.

(ініціали,
прізвище)

«17» січня 2025р.

Завдання одержав
здобувач

(підпис)

А.Е.

Алієва

(ініціали,
прізвище)

«17» січня 2025р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 63 сторінки, 27 таблиць, 3 рисунки, список використаних джерел із 42 найменувань.

«SMART-спеціалізація регіонів туристичної дестинації як фактор диверсифікації місцевої економіки»

Об'єктом дослідження є процеси економічного зростання туристичної сфери на засадах сталого розвитку.

Предметом дослідження є механізми та принципи впровадження SMART-спеціалізації у туристичних регіонах.

Мета роботи є аналіз та оцінка впливу SMART-спеціалізації на розвиток туристичних регіонів та їхній ролі у диверсифікації місцевої економіки

В процесі дослідження вирішувалися наступні завдання:

- Розкрити зміст концепції SMART-спеціалізації, її еволюцію, європейське походження та адаптацію до українських реалій.
- Визначити сутність туристичної дестинації як комплексного економічного, соціального та просторового об'єкта.
- Проаналізувати роль SMART-спеціалізації як чинника диверсифікації економіки регіонів у контексті сталого розвитку.
- Визначити ключові фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів (природні, соціальні, економічні, інфраструктурні).
- Оцінити інституційне та нормативне забезпечення впровадження SMART-спеціалізації в Україні та країнах ЄС.
- Проаналізувати досвід впровадження SMART-спеціалізації у туристичній сфері на прикладі Хмельницької області.
- Вивчити динаміку туристичного збору, структуру туристичних потоків та популярні маршрути в досліджуваному регіоні.
- Дослідити мультиплікаційний ефект туризму на місцеву економіку: створення робочих місць, розвиток малого бізнесу, інвестиції.
- Розглянути приклади успішних кейсів SMART-спеціалізації в Європейському Союзі (Іспанія, Італія, Польща тощо).

- Визначити можливості використання цифрових технологій у розбудові конкурентоспроможної туристичної дестинації.
- Провести SWOT-аналіз потенціалу туристичних кластерів у рамках регіональної спеціалізації.
- Розробити практичні рекомендації щодо вдосконалення регіональної політики у сфері туризму через механізми SMART-спеціалізації.
- Обґрунтувати роль міжмуніципального партнерства та участі громад у формуванні туристичних продуктів нового покоління.
- Сформувати аналітичну модель для оцінювання ефективності регіональної стратегії розвитку туризму.

Методи дослідження: індукція і дедукція, системно-структурний аналіз, історичний, діалектичний, математичний, абстрактно-логічний, графічний, порівняльний методи.

Робота складається з трьох розділів. У першому розділі розкрито теоретичні засади концепції SMART-спеціалізації та сутності туристичної дестинації. У другому – досліджено економічний вплив SMART-спеціалізації на туристичні регіони та можливості інвестування. Третій розділ містить практичний аналіз успішних кейсів регіонів ЄС та України, зокрема Хмельницької області.

У роботі обґрунтовано, що SMART-спеціалізація є стратегічним підходом до розвитку регіонів через використання їхніх унікальних ресурсів і створення конкурентоспроможних туристичних продуктів. Це сприяє інноваціям, економічній диверсифікації, розвитку інфраструктури та залученню інвестицій.

Ключові слова: SMART-спеціалізація, туристична дестинація, регіональний розвиток, диверсифікація економіки, інновації, сталий туризм.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача факультету Маркетингу
освітньо-професійної програми 242 «Туризм»

Алієвої А.Е.

(прізвище, ініціали)

на тему **"SMART-спеціалізація туристичних регіонів: стратегія економічного розвитку Хмельницької області"**

1. Актуальність теми: у контексті євроінтеграційних процесів України, регіонального розвитку та необхідності ефективного використання туристичного потенціалу, тема SMART-спеціалізації набуває особливої актуальності. Її застосування у сфері туризму дозволяє формувати конкурентоспроможні дестинації та сприяє економічному зростанню регіонів. Обрана тема є сучасною, міждисциплінарною та відповідає стратегічним орієнтирам державної політики.
2. Позитивні риси кваліфікаційної бакалаврської роботи: у роботі розкрито сутність концепції SMART-спеціалізації, її європейські орієнтири, а також можливості адаптації до умов України. Авторка проявила аналітичні здібності. Матеріал у цілому подано логічно, структуровано, та переважно належно оформлено.
3. Наявність самостійних розробок автора: здобувачка розробила модель впровадження SMART-спеціалізації у туристичній сфері Хмельницької області, зокрема запропонувала кластери пріоритетів, обґрунтувала мультиплікативні ефекти для громади та надала конкретні рекомендації щодо механізмів реалізації стратегії..
4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій: результати дослідження можуть бути використані у роботі органів місцевого самоврядування, регіональних агенцій розвитку, а також туристичних кластерів. Практичні рекомендації спрямовані на досягнення синергії між інноваціями, туризмом та регіональною політикою.
5. Наявність недоліків: до недоліків можна віднести обмежене застосування кількісного аналізу для прогнозування ефективності впроваджених ініціатив та окремі недоліки пов'язані з оформленням роботи.

6. Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК: Кваліфікаційна робота в цілому відповідає вимогам до бакалаврських досліджень, демонструє достатній рівень теоретичної підготовки, аналітичного мислення та здатність до самостійної наукової роботи. Робота рекомендується до захисту з оцінкою 45 балів.

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

“__” _____ 20__р.

(підпис)

Шевчук О.В.

(прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ	5
1.1. Поняття SMART-спеціалізації та туристичної дестинації	5
1.2. Вплив SMART-спеціалізації на економічний розвиток	11
1.3. Фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів	16
РОЗДІЛ 2. ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ	20
2.1. Диверсифікація економіки через туризм	20
2.2. Інвестиційні можливості та перспективи	27
2.3. Вплив цифрових технологій на розвиток туристичних регіонів	35
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ КЕЙСИ УСПІШНОЇ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	41
3.1. Аналіз міжнародного досвіду успішної SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації	41
3.2. Дослідження SMART-спеціалізації українських регіонів	46
3.3. Оцінка ефективності застосування SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації	56
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62

ВСТУП

Актуальність дослідження. SMART-спеціалізація туристичних регіонів є ефективним механізмом диверсифікації місцевої економіки, оскільки дозволяє регіонам використовувати свої унікальні ресурси та конкурентні переваги для створення стійких туристичних продуктів.

SMART-спеціалізація туристичних регіонів є ключовим фактором економічного розвитку, оскільки дозволяє регіонам використовувати свої унікальні ресурси для створення конкурентоспроможних туристичних продуктів.

Основні аспекти, що підтверджують важливість даного дослідження: підвищення конкурентоспроможності регіонів (SMART-спеціалізація допомагає громадам визначити свої сильні сторони та розвивати унікальні туристичні напрями); економічна диверсифікація (розвиток туризму сприяє зменшенню залежності від традиційних галузей, залученню інвестицій та створенню нових робочих місць; сталий розвиток (SMART-спеціалізація сприяє збереженню природних та культурних ресурсів, що є важливим для довгострокового розвитку регіонів).

Дослідження цієї теми допомагає розробити ефективні стратегії для розвитку туристичних дестинацій та сприяє підвищенню економічної стабільності регіонів.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у аналізі та оцінці впливу SMART-спеціалізації на розвиток туристичних регіонів та їхній ролі у диверсифікації місцевої економіки.

Для реалізації мети дослідження в роботі визначені такі **завдання**:

- дослідити теоретичні основи туристичної дестинації як об'єкта SMART-спеціалізації;
- проаналізувати економічні аспекти SMART-спеціалізації туристичних регіонів;
- намітити практичні кейси успішної SMART-спеціалізації регіонів

туристичної дестинації.

Об'єктом дослідження є процес впровадження SMART-спеціалізації у туристичних регіонах як механізму диверсифікації місцевої економіки.

Предметом дослідження є механізми та принципи впровадження SMART-спеціалізації у туристичних регіонах.

Теоретичною основою дослідження є концепції регіонального розвитку, сталого туризму та економічної диверсифікації. Основні теоретичні підходи включають: концепцію SMART-спеціалізації, теорію сталого розвитку, міжрегіональну кооперацію та економічну диверсифікацію.

Інформаційну базу дослідження становлять теоретичні та емпіричні джерела, що висвітлюють концепцію SMART-спеціалізації у туристичних регіонах. Основні джерела включають наукові статті та монографії, офіційні документи ЄС, практичні кейси, економічні звіти та статистичні дані, інтернет-джерела

Методи дослідження. Із методів дослідження в роботі застосовувались: індукції та дедукції, системно-структурний аналіз й синтез, історичний і діалектичний методи, математичний метод, метод наукової абстракції, порівняльний, графічний, абстрактно-логічний метод.

Практичне значення одержаних результатів. SMART-спеціалізація туристичних регіонів має значний вплив на економічну диверсифікацію, сприяючи розвитку унікальних туристичних продуктів та залученню інвестицій.

Результати дослідження можуть використовувати як окремі туристичні регіони, так і міста індивідуально, для розроблення ефективної стратегії власного розвитку та підвищення своєї економічної стабільності.

Апробація результатів дослідження.

Структура і обсяг роботи. Дипломна робота складається з вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел. Робота містить 27 таблиць та 3 рисунки. Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки друкованого тексту. Список використаних джерел включає 42 позиції.

РОЗДІЛ 1

ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ

1.1. Поняття SMART-спеціалізації та туристичної дестинації

Дослідження історичного походження концепції SMART-спеціалізації показує, що її вперше запропонували відомі іноземні економісти Д. Форей, П. Девід та Б. Холл. Ці економісти розглядали стратегію SMART-спеціалізації як засіб подолання поточної кризи шляхом створення необхідних умов та інструментів для стимулювання економічного зростання в певному регіоні чи країні. Проте, появи концепції SMART-спеціалізації передували дослідження, проведені європейськими вченими, які намагалися з'ясувати причини значної розбіжності між темпами економічного зростання Сполучених Штатів та європейських країн. Результати їхніх досліджень виявили кілька факторів, що сприяють цій нерівності, включаючи трансатлантичні відмінності на ринку праці, що характеризуються якістю людського капіталу, жорсткістю європейських ринків праці, відмінностями в адаптації та впровадженні нових управлінських практик, організацією інвестиційного процесу та доступністю венчурного капіталу.

Більше того, світова економічна криза, виклики, що виникають через процеси глобалізації, та послаблення економічних позицій європейських країн спонукали до пошуку інструменту для розробки політики їх запобігання. Період з 2000 по 2006 рік характеризувався дослідженнями, проведеними європейськими вченими, щодо створення наукової платформи SMART-спеціалізації, що завершилося її появою у період 2008-2009 рр [3, с. 40]. За останнє десятиліття SMART-спеціалізації набули дедалі більшого поширення в Європейському Союзі. Однак на початку SMART-спеціалізації мали переважно галузевий характер. З часом вони адаптувалися до регіонального контексту, що сприяло їх використанню як інструменту для розробки політики регіонального розвитку. Початкове впровадження SMART-спеціалізації у політику регіонального розвитку Європейського Союзу відбулося у період 2014-2020 років.

SMART-спеціалізація є стратегічним підходом до розвитку регіонів, який спрямований на розкриття їхнього унікального потенціалу та підвищення конкурентоспроможності [5, с. 86]. Вона базується на партнерстві між бізнесом, науковими установами, владою та громадськістю, що дозволяє ефективно визначати пріоритетні напрями розвитку.

Як зазначалося вище, ця концепція активно використовується в Європейському Союзі для стимулювання інновацій та економічного зростання. Вона передбачає розробку регіональних стратегій, які враховують місцеві особливості та сприяють розвитку ключових галузей.

В Україні впровадження SMART-спеціалізації є важливим кроком для модернізації економіки та інтеграції у європейський простір. Однак, для її успішної реалізації необхідно забезпечити ефективну координацію між усіма учасниками процесу та адаптувати європейський досвід до національних умов.

SMART-спеціалізація має різні визначення залежно від підходу дослідників та контексту її застосування. У табл. 1.1 наведено кілька популярних прикладів як трактують SMART-спеціалізацію європейські та українські установи.

Таблиця 1.1

Популярні визначення SMART-спеціалізації [складено автором]

№	Назва установи	Визначення
1	Європейська Комісія	Визначає SMART-спеціалізацію як стратегічний підхід до економічного розвитку, що базується на виявленні унікальних конкурентних переваг регіонів та їхньому використанні для стимулювання інновацій.
2	Український інститут міжнародної політики	Трактує SMART-спеціалізацію як механізм ідентифікації галузей з інноваційним потенціалом та побудови партнерств для їхнього розвитку.
3	Інститут регіональних досліджень НАН України	Розглядає SMART-спеціалізацію як методологію стратегування регіонального розвитку, що враховує локальні конкурентні переваги та сприяє ефективному використанню ресурсів.

Вищенаведені визначення підкреслюють, що SMART-спеціалізація є не просто економічною концепцією, а комплексним підходом до розвитку регіонів, який включає інновації, партнерство та стратегічне планування.

Загалом, SMART-спеціалізація проходить кілька ключових етапів у своєму розвитку, щоб забезпечити ефективне використання регіональних ресурсів та стимулювати інновації. Основні етапи цього процесу представлені на рис. 1.1.

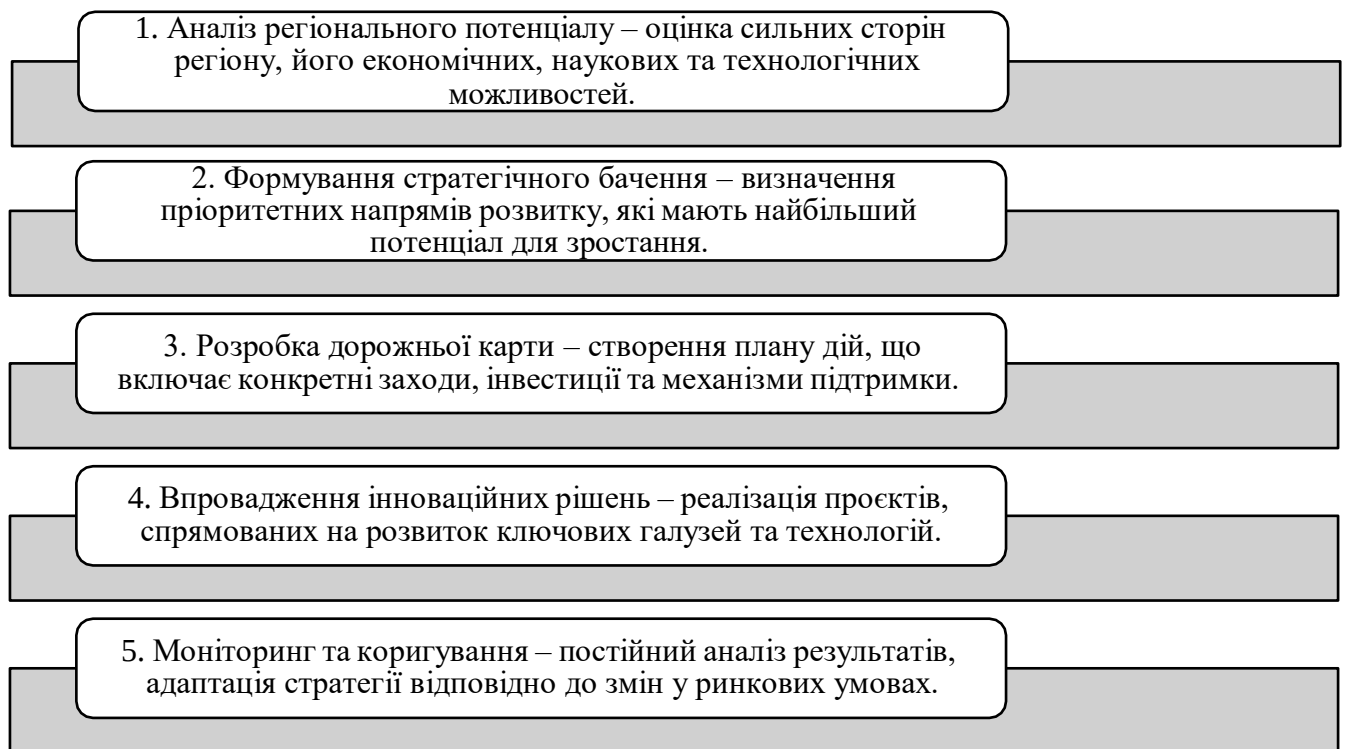


Рис. 1.1 – Основні етапи SMART-спеціалізації регіону [складено автором]

Європейський Союз активно впроваджує цей підхід у регіональну політику, що сприяє економічному зростанню та підвищенню конкурентоспроможності територій [19, с. 67].

В даний час питанню SMART-спеціалізації присвячено безліч праць багатьох науковців, які аналізують її вплив на економічний розвиток регіонів та інноваційні процеси. Серед українських дослідників, які вивчали цю тему, можна виділити А. Олешка, З. Я. Шацьку та О. В. Ровнягіна, які досліджували перспективи впровадження SMART-спеціалізації в Україні. Також важливий внесок у вивчення цього питання зробив А. В. Шевченко, який аналізував інструменти активізації інноваційного розвитку у промисловості України на засадах SMART-спеціалізації.

Європейські дослідники також активно працюють над цією темою, розробляючи методологічні підходи та стратегії впровадження SMART-спеціалізації у різних країнах [13, с. 92].

Зокрема, Доменіко Кампанелла, Франц Тодтлінг та Філіп Маккан зробили значний внесок у розвиток методології SMART-спеціалізації, пропонуючи нові підходи до оцінки регіонального потенціалу та механізмів реалізації стратегій. Їхні дослідження стали основою для політики Європейського Союзу щодо

регіонального розвитку та інновацій.

Окрім вже згаданих науковців, дослідженням SMART-спеціалізації займалися вчені представлені у табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Вчені, які досліджували SMART-спеціалізацію

№	Група вчених	Які аспекти SMART-спеціалізації досліджували
1	Брич В.Я., Пуцентейло П.Р., Костецкий Я.І. та Гунько С.І.	Аналізували роль SMART-спеціалізації як драйвера інноваційного регіонального розвитку.
2	Я. Бжуска, П. Вонг, Ч. Леві, Ф. Маккан, Т. Нам, Р. Ортега-Аргіле, Т. Пардо, Д. Форей, Б. Холл	Досліджували концепцію SMART-спеціалізації у Європейському Союзі та її вплив на регіональну економіку.
3	О. Моша, Н. Березняк, О. Бородіна, Н. Брюховецька, В. Варик, Р. Галгаш	аналізували впровадження SMART-спеціалізації в Україні та її інноваційні аспекти.

Джерело: складено автором

Перелічені дослідники зробили значний внесок у розуміння механізмів реалізації SMART-спеціалізації та її впливу на економічний розвиток.

На даний час важливу роль SMART-спеціалізація відіграє у розвитку регіонів туристичної дестинації. Туристична дестинація – це ключовий елемент туристичної системи, що визначає привабливість регіону для відвідувачів. Вона включає природні, культурні, історичні та інфраструктурні ресурси, які формують унікальний туристичний продукт [24, с. 85].

Туристична дестинація має різні визначення залежно від підходу дослідників та контексту її застосування (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Трактування визначення «туристичної дестинації» різними вченими та організаціями

№	Назва організації або вченого	Трактування поняття
1	Всесвітня туристична організація (UNWTO)	Визначає туристичну дестинацію як фізичний простір, у якому мандрівник проводить не менше доби, ночує та споживає туристичні послуги.
2	Європейська Комісія	Трактує дестинацію як територію, яка окремо ідентифікується та підтримується для туристів як місце відвідування, де туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями.

3	Н. Лейпер	Розглядає туристичну дестинацію як центральний елемент системи туризму, що включає географічний компонент, туристів та туристичну індустрію.
4	Д. Макканнел	Вказує, що не будь-яка територія може бути дестинацією – вона повинна мати набір ресурсів та атракцій, які приваблюють туристів.
5	Т. Христова	Визначає п'ять умов, необхідних для того, щоб територія стала туристичною дестинацією: ресурси для розвитку туризму, сприятливе місцеве середовище, відповідне міжнародне середовище, привабливий туристичний продукт та позитивні результати існування дестинації.

Джерело: складено автором

Наведені визначення у табл. 1.3 підкреслюють, що туристична дестинація – це не просто місце, а комплексний туристичний продукт, який формується на основі ресурсів, інфраструктури та маркетингових стратегій.

Основними складовими туристичної дестинації є географічне розташування (територія, що має чіткі межі та приваблює туристів); ресурсний потенціал (природні та антропогенні об'єкти, які створюють туристичну цінність); інфраструктура (транспорт, готелі, ресторани та розважальні заклади, що забезпечують комфортне перебування); маркетинг та брендинг (стратегічне позиціонування дестинації для залучення туристів) [4, с. 5].

Туристичні дестинації відіграють важливу роль у регіональному розвитку, сприяючи економічному зростанню та створенню нових робочих місць. Їх ефективне управління дозволяє підвищити конкурентоспроможність регіону та забезпечити сталий розвиток туризму.

Туристична дестинація може бути ключовим об'єктом SMART-спеціалізації, оскільки вона поєднує унікальні природні, культурні та економічні ресурси регіону [1, с. 97]. А SMART-спеціалізація дозволяє територіям розвивати конкурентоспроможні туристичні продукти, орієнтовані на інновації та сталий розвиток.

Згідно з дослідженнями, туристична дестинація є важливим елементом регіональної туристичної системи, що сприяє економічному зростанню та залученню інвестицій. Вона формується на основі ресурсного потенціалу території, включаючи природні ландшафти, історичні пам'ятки та інфраструктуру. Крім того, стратегічне планування розвитку туристичних дестинацій враховує урбанізацію та

сталий розвиток міст.

SMART-спеціалізація у сфері туризму може включати розвиток тематичних маршрутів, екологічного туризму та цифрових технологій для покращення туристичного досвіду [10, с. 224]. Це сприяє підвищенню конкурентоспроможності регіону та створенню нових можливостей для місцевих громад.

Розвиток тематичних маршрутів у межах SMART-спеціалізації дає змогу створити унікальні туристичні продукти, які приваблюють нових відвідувачів і сприяють економічному зростанню регіону. У табл. 1.4 наведено кілька туристичних напрямків, які можуть бути успішними.

Таблиця 1.4

Розвиток тематичних маршрутів у межах SMART-спеціалізації

№	Туристичний напрям	Опис
1	Культурно-історичні маршрути	Відтворення подій минулого через інтерактивні екскурсії, музеї та реконструкції.
2	Гастрономічні маршрути	Знайомство з місцевою кухнею, кулінарними майстер-класами та дегустаціями.
3	Екологічний та активний туризм	Маршрути через національні парки, гори, річки, що сприяють сталому розвитку.
4	Індустріальні та технологічні маршрути	Знайомство з промисловими пам'ятками та інноваційними підприємствами.

Джерело: складено автором на основі [19, с. 87]

Ці маршрути можуть бути інтегровані в цифрові платформи, які дозволяють туристам планувати подорожі, отримувати гейміфікований досвід та взаємодіяти з місцевими громадами. Цифрові технології значно розширюють можливості SMART-спеціалізації у туризмі. Вони можуть зробити подорожі більш зручними, інтерактивними та доступними. Ось кілька ключових напрямів їхнього застосування: мобільні додатки та платформи (інтегровані системи бронювання, навігації та персоналізованих рекомендацій для туристів); VR та AR (віртуальні тури історичними місцями, доповнена реальність для інтерактивного досвіду відвідування музеїв та пам'яток); аудіогіди та штучний інтелект (розумні гіди, які адаптуються до інтересів користувачів та надають актуальну інформацію); цифрові карти та розумна навігація (допомагають туристам легко знаходити цікаві локації та планувати маршрути); чат-боти та онлайн-консультанти (оперативна допомога у плануванні поїздок, бронюванні квитків та вирішенні питань туристів).

Ці інновації не тільки покращують туристичний досвід, а й сприяють збереженню культурної спадщини, популяризації регіональних об'єктів та збільшенню туристичних потоків.

1.2. Вплив SMART-спеціалізації на економічний розвиток

SMART-спеціалізація є потужним інструментом економічного розвитку, який сприяє інноваціям, підвищенню конкурентоспроможності регіонів та залученню інвестицій [31, с. 82]. Вона дозволяє територіям визначати свої унікальні сильні сторони та розвивати галузі, що мають найбільший потенціал для зростання.

Дослідження показують, що впровадження SMART-спеціалізації сприяє структурним змінам у регіональній економіці, стимулює розвиток технологій та створює нові робочі місця. Крім того, вона допомагає інтегрувати регіони у глобальні економічні процеси, використовуючи сучасні підходи до управління та цифрові технології.

В Україні SMART-спеціалізація розглядається як важливий механізм післявоєнного відновлення економіки, що дозволяє мінімізувати втрати та забезпечити довгостроковий інноваційний розвиток.

Фундаментальний аспект реалізації регіональних стратегій SMART-спеціалізації стосується принципів, що лежать в основі їхньої реалізації. Помітним викликом у цьому процесі є необхідність того, щоб ці стратегії ґрунтувалися виключно на синтезі науково-технічної, інноваційної, регіональної та промислової політики [28, с. 58].

Результати дослідження, проведеного експертами ЄС, дозволили визначити чотири фундаментальні принципи, що лежать в основі економічної трансформації: суворий відбір та критична маса; конкурентна перевага; інклюзія та кластери; та спільне управління. Ці принципи ґрунтуються на низці ефективних сегментів, а саме: обмеження кількості пріоритетів; уникнення дублювання та фрагментації; концентрація джерел фінансування; мобілізація інтелектуального капіталу

дослідницького сектору; визначення потреб бізнесу; розвиток кластерів; та визначення ефективних інноваційних систем на основі державно-приватного партнерства.

Водночас принципи концепції SMART-спеціалізації, що пропагуються європейськими дослідниками, характеризуються підвищеною складністю. Ці принципи охоплюють економічне зростання та створення нових підприємств, інновації, спеціалізацію, пріоритетність, підприємницькі відкриття, використання технологій загального призначення, відкритість, моніторинг та оцінку. Очевидно, що процес їх адаптації надає певні переваги, оскільки сприяє більш суттєвому впливу на формування промислової, інноваційної та регіональної політики.

Зв'язок між концепцією SMART-спеціалізації та політикою регіонального розвитку, промисловою та інноваційною політикою був встановлений такими європейськими вченими, як А. Полідо, С. Морено Пірес, К. Родрігес, Ф. Телес, П. Макканн, Р. Ортега-Архілес, Калле А. Пірайнен, Е. Нігаард Таннер, Л. Алькерсіг та інші [2, с. 15].

Результати дослідження дали кілька обґрунтованих сегментів, які демонстрували зв'язок між концепцією SMART-спеціалізації та регіональним розвитком. Більше того, ці висновки показують про необхідність врахування всіх аспектів інноваційного підходу. Одночасно соціально-економічний розвиток регіонів був обраний як основоположний фундамент. Прояв зв'язку між концепцією SMART-спеціалізації та сталим соціально-економічним регіональним розвитком демонструється європейськими вченими на основі таких сегментів: стратегія SMART-спеціалізації може стати важливою рушійною силою розвитку регіонів та їхнього соціально-економічного середовища; SMART-спеціалізація – це не лише інноваційний підхід, призначений для стимулювання економічного зростання в регіонах, але й вона сприяє розвитку та активному використанню конкурентних переваг; концепція SMART-спеціалізації базується на регіональних стратегіях, спрямованих на сприяння інноваційному розвитку різних сфер; проведення детального аналізу інноваційного потенціалу та визначення пріоритетних інвестиційних цілей у регіонах Європейського Союзу.

Розуміння тісного зв'язку між концепцією регіонів SMART-спеціалізації та формуванням політики сталого соціально-економічного зростання дає змогу не лише встановити зміст інноваційного підходу до формування регіональної політики, але й зробити внесок у досягнення ключової мети вирішення проблемних питань економічного та соціального змісту в майбутньому [12, с. 128]. Серед іншого, концепція регіонів SMART-спеціалізації покликана сприяти розвитку бізнес-сектору, а успішні проєкти приватного бізнесу створять нову спеціалізацію на місцевому, регіональному та національному рівнях.

Зараз економічна безпека країн є дуже важливою для їхнього майбутнього розвитку. У сучасних умовах розвитку країн актуальнішим стає питання правильного розуміння процесів та явищ, визначення завдань та функцій органів, що забезпечують функціонування системи економічної безпеки, доцільності їхньої структури, наукового, методологічного та методичного забезпечення процесів, пов'язаних з її організацією та забезпеченням.

SMART-спеціалізація регіонів країни має досить потужний рольовий аспект та має велике значення для майбутнього розвитку регіонів. Особливостями реалізації SMART-спеціалізації регіонів є можливості їх економічного зростання за рахунок кращого розвитку виробництва, інновацій та людського потенціалу. Наразі Україна розвивається в надзвичайних умовах, що спонукають до прийняття більш реалістичних та ефективних рішень для власного розвитку, серед яких гостро стоїть питання регіонального розвитку на платформі SMART-спеціалізації. У зв'язку з цим актуальним стає питання правильного розуміння процесів та явищ, визначення завдань та функцій органів, що забезпечують функціонування SMART-спеціалізації регіонів, доцільності їхньої структури, наукового, методологічного та методичного забезпечення процесів, пов'язаних з їх організацією та забезпеченням.

Для вирішення поточної проблеми регіонального розвитку в Україні ключовою стратегією може бути посилення процесів адаптації соціально-економічного розвитку [21, с. 134]. Такий підхід дозволить врахувати особливості регіонального розвитку, тим самим забезпечуючи визначення промислового, інноваційного та ресурсного потенціалу кожного регіону. Ця стратегія має

першорядне значення для загальної системи соціально-економічного розвитку регіонів України, оскільки вона сприяє стабільному та поступовому відновленню економіки. Водночас постає питання про необхідність з'ясування фундаментальної сутності концептуальної категорії «соціально-економічний розвиток регіонів» з метою модернізації та узгодження з винятковими умовами розвитку країни, яка наразі перебуває в активній військовій фазі. Незаперечно, що без правильного розуміння змісту соціально-економічного розвитку регіонів практично неможливо прийняти ефективне, обґрунтоване управлінське рішення для досягнення стратегічних цілей економічного розвитку України.

Вкрай важливо наголосити, що в рамках Європейського Союзу концепція соціально-економічного розвитку (СЕР) представлена як процес визначення конкурентних переваг, встановлення пріоритетів та максимального розвитку наукового потенціалу в будь-якому регіоні. І навпаки, в Україні вона слугує основою для формулювання регіональної стратегії, яка зобов'язує суб'єктів регіонального розвитку обґрунтовано ставити стратегічні цілі та завдання для інноваційного розвитку не лише пріоритетних видів економічної діяльності, а й сфер соціального забезпечення в майбутньому [7, с. 10]. Очевидно, що зосередження на економічному та соціальному розвитку регіонів, що ґрунтується на фундаментальних сегментах СЕР, сприятиме впровадженню інноваційних методів та прийомів, які можуть вплинути на розробку ефективної регіональної політики загалом.

Враховуючи існуючі наукові перспективи, постулюється, що поняття «соціально-економічного розвитку регіонів» слід розглядати як збірник інструментів промислової, економічної, інноваційної та соціальної політики регіонів. Цей збірник розроблений для сприяння адаптації всіх сегментів планового стратегічного соціально-економічного розвитку, які представлені стратегічними критеріями, обґрунтовані інноваційними методами та прийомами, що демонструють їхню цінність, та забезпечені програмою моніторингу та контролю за своєчасністю їх реалізації. Ці інструменти підкріплюються цільовими державними інвестиціями та сприяють конкурентоспроможності регіону та

покращенню його соціальної сфери в майбутньому.

На думку авторів, запропонований підхід до розкриття сутності поняття «SMART-спеціалізації соціально-економічного розвитку регіонів» обґрунтовується низкою переваг:

- Наявність пакету інструментів промислової, економічної, інноваційної та соціальної політики регіонів, що забезпечує ширший діапазон вибору критеріїв стратегічного розвитку [1, с. 99];

- можливість забезпечення адаптації всіх сегментів запланованого стратегічного соціально-економічного розвитку;

- наявність стратегічних критеріїв соціально-економічного розвитку регіону, які повинні бути обґрунтовані інноваційними методами та прийомами, що аргументують їх цінність;

- пропонується включити програму моніторингу та контролю своєчасності виконання критеріїв соціально-економічного розвитку регіону;

- необхідність забезпечення цільових державних інвестицій, які дозволять своєчасно реалізувати заплановані стратегічні шляхи соціально-економічного розвитку, вплинуть на конкурентоспроможність регіону та покращать його соціальну сферу в майбутньому.

Отож, SMART-спеціалізація є стратегічним підходом до розвитку регіонів, що базується на їхніх унікальних конкурентних перевагах та інноваційному потенціалі. Вона сприяє ефективному використанню ресурсів, стимулює розвиток технологій та залучає інвестиції.

Згідно з дослідженнями, SMART-спеціалізація допомагає регіонам адаптуватися до глобальних економічних викликів, підвищуючи їхню конкурентоспроможність та стійкість. Вона також сприяє міжрегіональній кооперації та інтеграції у міжнародні ринки.

В Україні цей підхід розглядається як важливий механізм модернізації економіки та відновлення промислового потенціалу. Його успішне впровадження залежить від ефективної взаємодії між бізнесом, науковими установами та державними органами.

1.3. Фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів

Розвиток туристичних регіонів залежить від багатьох факторів, які впливають на їхню конкурентоспроможність, привабливість для туристів та економічну ефективність [15, с. 298].

Дослідження показують, що успішний розвиток туристичних регіонів можливий за умови комплексного підходу, який враховує всі ці аспекти. Важливу роль відіграє державна політика, спрямована на підтримку туристичної галузі, а також залучення інвестицій та розвиток цифрових технологій для покращення туристичного досвіду.

Фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів, – це сукупність умов та обставин, які визначають рівень туристичної активності. Вони можуть бути класифіковані на природні, економічні, соціальні, інфраструктурні та політичні.

Природні фактори – це сукупність умов навколишнього середовища, які впливають на розвиток територій, зокрема туристичних регіонів. Вони можуть бути ключовими для формування туристичної привабливості та визначати можливості для рекреації. У табл. 1.5 наведено основні природні фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів.

Таблиця 1.5

Природні фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів

№	Назва фактору	Його складові
1	Клімат	Температурний режим, рівень опадів, сезонність, що визначає комфортність перебування туристів.
2	Ландшафт	Гори, річки, озера, ліси, які створюють унікальні природні умови для активного туризму.
3	Водні ресурси	Моря, озера, термальні джерела, що сприяють розвитку пляжного та оздоровчого туризму.
4	Біорізноманіття	Флора і фауна, які можуть бути об'єктами екотуризму та природоохоронних заходів.
5	Сонячна активність	Рівень освітленості, що впливає на туристичний сезон та можливості для відпочинку.

Джерело: [26, с. 132-133]

Перелічені природні фактори можуть як сприяти розвитку туризму, так і створювати виклики, наприклад, у разі несприятливих кліматичних умов.

Економічні фактори відіграють ключову роль у розвитку регіонів, визначаючи рівень їхньої конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та фінансової стабільності. Ось основні економічні фактори, що впливають на розвиток територій: рівень інвестицій– залучення капіталу для розвитку інфраструктури, бізнесу та туристичних об'єктів; економічне зростання – показники ВВП, рівень зайнятості населення та динаміка розвитку підприємств; фінансова стабільність – рівень інфляції, доступність кредитів, податкова політика та митні тарифи; попит і пропозиція – рівень купівельної спроможності населення, ціни на товари та послуги; інноваційний потенціал – розвиток технологій, підтримка стартапів та наукових досліджень. Ці фактори формують економічне середовище туристичного регіону та визначають його перспективи для розвитку.

Соціальні фактори відіграють ключову роль у розвитку туристичного регіону, оскільки вони впливають на привабливість місця для туристів та його здатність забезпечити якісний сервіс. У табл. 1.6 представлено кілька основних соціальних факторів, які впливають на розвиток туризму.

Таблиця 1.6

Соціальні фактори, що впливають на розвиток туристичних регіонів

№	Назва фактору	Його складові
1	Демографічні особливості	Вік, рівень освіти та культура місцевого населення можуть впливати на характер туристичних послуг.
2	Рівень життя та економічний добробут	Чим вищий рівень життя в регіоні, тим більше можливостей для розвитку туристичної інфраструктури.
3	Культурна спадщина та традиції	Історичні пам'ятки, фестивалі та місцеві звичаї можуть бути важливими чинниками залучення туристів.
4	Соціальна стабільність	Безпека та відсутність соціальних конфліктів сприяють зростанню туристичного потоку.
5	Доступність інформації	Розвиток цифрових технологій та маркетингових стратегій впливає на популярність регіону серед туристів.

Джерело: складено автором

Інфраструктурні фактори відіграють ключову роль у розвитку регіонів, забезпечуючи їхню економічну, соціальну та туристичну привабливість. Вони включають: транспортну інфраструктуру – дороги, мости, аеропорти, залізничні станції, що забезпечують мобільність населення та туристів; соціальну інфраструктуру – лікарні, школи, культурні установи, які впливають на якість

життя та рівень освіти; енергетичну інфраструктуру – електромережі, газопостачання, водопостачання, що забезпечують комфортні умови для проживання та бізнесу; цифрову інфраструктуру – інтернет, мобільний зв'язок, дата-центри, які сприяють розвитку технологій та комунікацій; туристичну інфраструктуру – готелі, ресторани, розважальні комплекси, що формують туристичний продукт регіону.

Дослідження показують, що успішний розвиток туристичних регіонів залежить від комплексного підходу, який враховує всі ці аспекти.

Із переліченого вище, можна зробити висновок, що SMART-спеціалізація туристичних регіонів безпосередньо залежить від факторів, які впливають на їхній розвиток. У табл. 1.7 наведено узагальнення про те, як різні фактори визначають напрями SMART-спеціалізації туристичних регіонів.

Таблиця 1.7

Вплив різних факторів на SMART-спеціалізацію туристичних регіонів

№	Назва фактору	Опис
1	Природні фактори	Якщо регіон має унікальні природні ресурси (гори, річки, озера, національні парки), він може спеціалізуватися на екотуризмі, активному відпочинку, лікувальному туризмі.
2	Економічні фактори	Високий рівень інвестицій та розвинена туристична інфраструктура дозволяють розвивати преміальні туристичні продукти, бізнес-туризм, інноваційні туристичні проєкти.
3	Соціальні фактори	Культурна спадщина, традиції, рівень гостинності місцевих жителів можуть сприяти розвитку історико-культурного туризму, гастрономічного туризму, етнографічних маршрутів.
4	Інфраструктурні фактори	Наявність сучасної транспортної та готельної інфраструктури підтримує розвиток міжнародного туризму, конференц-туризму, цифрових туристичних сервісів.

Джерело: складено автором

Таким чином, SMART-спеціалізація туристичних регіонів формується на основі їхніх сильних сторін, забезпечуючи конкурентні переваги та сприяючи економічному зростанню.

Використання цифрових технологій у сфері туризму також може бути одним із ключових напрямів SMART-спеціалізації, сприяючи покращенню туристичного досвіду. Ці технології не лише полегшують доступ до туристичних продуктів, а й сприяють популяризації регіонів, розвитку SMART-спеціалізації та

залученню нових відвідувачів.

Також, туристична дестинація в умовах децентралізації та міжмуніципального партнерства виступає не лише територією споживання ресурсів, а й осередком створення нової доданої вартості через культурно-історичний капітал, природну привабливість та розвиток малого бізнесу. Узагальнено, що в умовах конкурентного середовища саме ті регіони, які зможуть запропонувати унікальні цінності та інноваційні форми взаємодії з туристом, отримають перевагу в боротьбі за інвестиції, кадри та репутаційний капітал.

РОЗДІЛ 2

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ РЕГІОНІВ (НА ПРИКЛАДІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)

2.1. Диверсифікація економіки через туризм

Диверсифікація економіки через туризм означає розширення економічної діяльності регіонів завдяки розвитку туристичної галузі. Це процес зменшення залежності від традиційних секторів, таких як промисловість чи сільське господарство, шляхом залучення нових джерел доходу та створення альтернативних можливостей для бізнесу.

Диверсифікація економіки завдяки туризму є важливим інструментом для розвитку регіонів та зменшення залежності від традиційних галузей. Вона сприяє створенню нових робочих місць, стимулює підприємницьку діяльність та розширює сферу економічної активності. Основні аспекти диверсифікації економіки країни через туризм представлені на рис. 2.1.

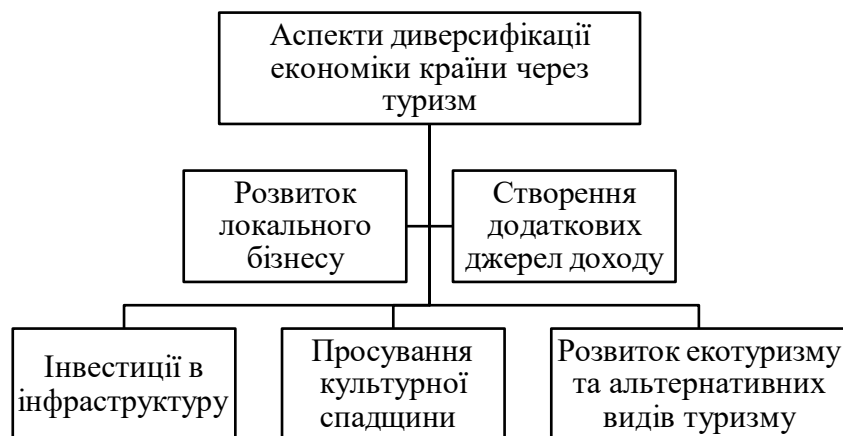


Рис. 2.1 – Основні аспекти диверсифікації економіки через туризм [9]

Диверсифікація регіональної економіки передбачає зменшення надмірної залежності від одного чи кількох секторів, розширення спектра діяльності та створення нових джерел доходів для населення й місцевого бюджету. Туризм, як суб'єкт інноваційної політики смарт-спеціалізації, здатен стати каталізатором структурних перетворень у традиційно аграрно-індустріальному регіоні за таких механізмів:

Створення нових робочих місць. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу, екскурсійних послуг, транспорту, ремісничих майстерень і «зелених садиб» потребує залучення працівників різного рівня кваліфікації (від сезонного обслуговочного персоналу до менеджерів проєктів).

Стимулювання малого й середнього бізнесу. Сфера туризму напряду пов'язана з ремеслом (народні промисли, виготовлення сувенірів), виробництвом локальної сільськогосподарської продукції (мед, сири, вина), гастрономічними ініціативами (фермерські заклади харчування, дегустаційні крафтові лінійки). Підприємці змушені шукати та просувати конкурентні «ніші», що призводить до розширення асортименту продукції та залучення додаткових інвестицій.

Залучення інвестицій. Збільшення надходжень туристичного збору (з 4,1 млн грн у 2021 р. до 8,076 млн грн у 2024 р.) свідчить про наявність капіталу, який можна інвестувати в інфраструктуру (ремонти пам'яток, будівництво кемпінгів, розвиток ТІЦ). Це створює мультиплікаторний ефект – кошти від туризму реінвестуються в інші галузі (будівництво, торгівля, транспорт, комунальні послуги) [40].

Підвищення доданої вартості сільського господарства. Агротуризм відкриває можливість для сільгоспвиробників отримувати дохід не лише від реалізації продукції, а й від надання туристичних послуг (проживання в «зелених садибах», дегустація, участь у сільськогосподарських заходах).

Розвиток креативних індустрій. Місцеві художники, ремісники й митці отримують доступ до нових ринків збуту: виготовляють сувеніри, проводять майстер-класи, створюють культурно-мистецькі заходи (фестивалі, арт-тури), що сприяє формуванню креативного кластеру в регіоні.

Таким, чином комплексне дослідження ресурсного потенціалу регіону становить необхідну передумову для формування стратегії регіональної смарт-спеціалізації. Згідно з даними офіційних реєстрів та результатами наукових досліджень, туристичні ресурси Хмельницької області класифіковано за наступними категоріями.

Структурна характеристика ресурсної бази.

Історико-культурні пам'ятки (2442 об'єкти): меморіальні комплекси, замкові комплекси, садибні ансамблі XVII–XIX століть, музейні експозиції просто неба.

Археологічна спадщина (105 об'єктів): курганні комплекси, поселенські структури трипільської культури, давньоруські городища.

Мистецькі пам'ятки (473 об'єкти): колекції образотворчого та декоративно-прикладного мистецтва, музейні фонди з археологічними артефактами.

Архітектурні пам'ятки загальнодержавного значення (230 об'єктів): релігійні комплекси, костельні споруди, оборонні системи XIV–XIX століть у Кам'янці-Подільському, Нетішині, Старокостянтинові [32].

Загальна характеристика ресурсного потенціалу регіону свідчить про значну концентрацію об'єктів культурної спадщини, що створює сприятливі передумови для розвитку історико-культурного туризму, створення тематичних маршрутів та організації культурно-мистецьких заходів.

Географо-кліматичні детермінанти туристичного розвитку.

Хмельницька область розташована у координатах 48°27'–50°37' пн. ш. та 26°09'–27°56' сх. д., межуючи з Рівненською, Житомирською, Вінницькою, Чернівецькою та Тернопільською областями. Просторові параметри території складають близько 220 км у меридіональному напрямку та 120 км у широтному.

Територія переважно належить до Подільської височини (200–370 м над рівнем моря), на заході простягаються схили Дністровського каньйону з мальовничими ландшафтами та стрімкими скельними утвореннями. Північні ділянки охоплюють фрагменти Волинської височини (до 329 м) та Поліської низовини (до 250 м).

Регіон характеризується помірно континентальним кліматом: середньомісячні температури січня $-5...-7^{\circ}\text{C}$, липня $+19...+21^{\circ}\text{C}$, річна кількість опадів становить 550–650 мм з максимумом у червні–липні, домінують північні та західні вітри. Така кліматична специфіка сприяє розвитку літнього рекреаційного туризму (пішохідні маршрути, велосипедний туризм, агротуризм), тоді як зимовий туристичний сезон обмежений локальними гірськолижними комплексами в районах Бакоти та Маліївців [32].

Соціально-економічні індикатори туристичної діяльності

Аналітичні дані демонструють поступове зростання надходжень за період 2021–2024 рр. (табл. 2.1).

Таблиця 2.1.

Динаміка надходжень туристичного збору в Хмельницькій області (2021–2024 рр.)

Рік	Надходження туристичного збору (млн грн)	Темп зростання (%)
2021	4,100	—
2023	5,270	+28,5
2024	8,076	+53,0

Джерело: офіційні дані Департаменту економічного розвитку та торгівлі Хмельницької ОВА

Аналіз представлених даних засвідчує, що у 2023 р. показник туристичного збору зріс на 28,5% порівняно з 2021 р., а у 2024 р. відбулося подальше збільшення на 53% порівняно з попереднім роком. Акумуляовані кошти спрямовуються на реставраційні роботи пам'яток історико-культурної спадщини, розбудову туристичної інфраструктури та функціонування туристично-інформаційних центрів.

Емпіричні дані свідчать, що у прибережній зоні Бакоти (Дністровський каньйон) у другому півріччі 2023 р. зафіксовано близько 100 000 відвідувачів. Максимальні туристичні потоки зареєстровано в літній сезон (червень–серпень), середня тривалість перебування становить 1–2 доби. У Кам'янці-Подільському функціонує близько 1 500 ліжокмісць у готелях, хостелах та приватних садибах. У сільських громадах зареєстровано понад 50 об'єктів сільського зеленого туризму, частина з яких перебуває в процесі легалізації.

На основі туристичного збору та грантового фінансування у 2022–2024 рр. реалізовано комплекс проєктів з розбудови туристичної інфраструктури, включаючи капітальний ремонт історико-культурних об'єктів, створення туристично-інформаційних центрів у територіальних громадах, маркування велосипедних та пішохідних маршрутів, облаштування кемпінгових зон.

Інституційні взаємодії в туристичній сфері.

У процесі туристичного розвитку формуються стійкі партнерські відносини між бізнес-структурами та громадськими ініціативами. Приватні інвестори здійснюють модернізацію готельного фонду, розвиток закладів харчування та рекреаційних послуг. Територіальні громади розробляють локальні стратегії туристичного розвитку, створюють власні туристично-інформаційні центри та сприяють інтеграції культурних установ у регіональну туристичну мережу.

У 2022–2023 рр. реалізовано проєкт реконструкції маєтку графа Орловського в Маліївцях з метою створення музейно-культурного центру.

У Бакоті облаштовано рекреаційну зону, марковано пішохідні маршрути до скельного монастиря, організовано велосипедні та гастрономічні тури з дегустаціями місцевої продукції [10].

Ініціативи громадського сектору значною мірою сприяють розвитку сталого туризму. Громадські організації проводять навчальні семінари для власників об'єктів сільського зеленого туризму, надають консультації щодо реєстрації та маркетингу в агротуристичному сегменті. Культурно-історичні спільноти організовують тематичні фестивалі як інструмент промоції туристичного бренду регіону.

Обласна адміністрація координує розробку регіональних програм туристичного розвитку та управляє бюджетними ресурсами, призначеними для підтримки туристичної інфраструктури. Департамент економічного розвитку здійснює моніторинг економічних показників галузі, регулює ставки туристичного збору та контролює цільове використання коштів.

Інфраструктурне забезпечення туристичної дестинації.

Транспортно-логістична система:

Автомобільні шляхи: траса М-12 через Хмельницький поєднує область з ключовими автомагістралями Західної та Центральної України.

Залізничне сполучення: вузлові станції у Хмельницькому, Шепетівці, Кам'янці-Подільському.

Авіаційне сполучення: найближчі міжнародні аеропорти у Вінниці (120 км) та Чернівцях (180 км).

Готельно-ресторанна база:

Міський сегмент: Кам'янець-Подільський налічує понад 60 закладів розміщення загальною потужністю близько 1 500 ліжкомісць; Хмельницький — понад 30 готелів та ВnB з 800 ліжкомісцями.

Сільський сегмент: понад 50 об'єктів сільського зеленого туризму, третина з яких офіційно зареєстрована.

Додаткові туристичні сервіси: Функціонують послуги прокату велосипедів та водного транспорту, екскурсійні сервіси, кемпінгові зони, сім туристично-інформаційних центрів у ключових громадах.

Інституційне середовище та організаційна модель.

Туризм включено до пріоритетних напрямів регіональної політики смарт-спеціалізації. Затверджено програму "Туристичні маршрути Поділля" (2019–2025), що визначає п'ять базових кластерів: Кам'янець-Подільський, Старокостянтинівський, Дунаївецький, Шепетівський, Хмельницький.

Функціонування туристичної сфери регулюється Законом України "Про туризм", постановами Кабінету Міністрів щодо використання туристичного збору, нормативними рішеннями місцевих рад.

Фінансування здійснюється через Державний фонд регіонального розвитку, грантові програми ЄС, місцеві бюджети. Створено Регіональний центр інновацій у туризмі для розвитку науково-дослідної діяльності.

Таблиця 2.2.

Аналіз туристичного попиту та сезонної динаміки

Категорія туристів	Підкатегорія	Частка від загальної кількості
Внутрішні туристи	Родини з дітьми	35 %
	Молодіжний сегмент	25 %
	Пенсіонери	15 %
	Любителі історичних подорожей	25 %
Разом (внутрішні)		75 %
Міжнародні туристи	Представники з Польщі, Німеччини, Ізраїлю, США (релігійний та історико-культурний туризм)	25 %

Джерело: [10]

Емпіричні дані за 2024–2025 рр. дозволяють виділити наступні сегменти

відвідувачів:

Внутрішні туристи (75% загальної кількості): родини з дітьми (35%), молодіжний сегмент (25%), пенсіонери (15%), любителі історичних подорожей (25%).

Міжнародні туристи (25%): представники з Польщі, Німеччини, Ізраїлю, США, орієнтовані на релігійний та історико-культурний туризм.

Таблиця 2.3.

Популярні туристичні продукти

Туристичний продукт	Опис / Особливості
«Перлини Поділля»	Комбінований тур: Маліївці → водоспад Бурбун → Бакота → Кам'янець-Подільський.
«Дністровські кручі»	Маршрути по монастирях і оглядових майданчиках, дегустації місцевого вина, риболовля на Дністрі.
Бальнеологічний туризм у Сатанові	Використання лікувальних джерел і процедур у санаторіях, орієнтоване переважно на пенсіонерів та людей із проблемами опорно-рухового апарату.
Екотуризм на Подільських Товтрах	Піші й веломаршрути заповідною зоною, сертифіковані екогіди, кемпінги, спостереження за флорою й фауною.

Джерело: складено автором

Найбільшою популярністю користуються комбіновані тури "Перлини Поділля", маршрути "Дністровські кручі", бальнеологічний туризм у Сатанові, екотуризм на Подільських Товтрах.

Таблиця 2.4.

Сезонна динаміка

Сезон	Період	Основні види туризму / Заходи
Високий сезон	Червень–Серпень	Рекреаційний туризм (пляжі Бакоти), фестивальні заходи на відкритому повітрі, екскурсії по монастирях і фортецях.
Середній сезон	Квітень–Травень, Вересень–Жовтень	Екскурсійний туризм (тематичні маршрути, пікнік-тури, святкові події: «День міста Кам'янець», «Дні шипшини в Сатаніві»).
Низький сезон	Грудень–Лютий	Оздоровчий туризм у Сатанові (термальні процедури), короткотривалі екскурсії до замків із мінімальною інфраструктурою.

Джерело: складено автором

Отже, Високий сезон: червень–серпень (рекреаційний туризм, фестивальні заходи). Середній сезон: квітень–травень та вересень–жовтень (екскурсійний туризм). Низький сезон: грудень–лютий (оздоровчий туризм, короткотривалі екскурсії).

Хмельницька ОВА розробила регіональну програму "Поділля туристичне—2025" на основі кластерного підходу. Надаються субвенції з державного бюджету, грантове фінансування через програми ЄС, місцеве співфінансування до 30% вартості туристичних проєктів. Участь у міжнародних туристичних виставках, функціонування веб-порталу visitpodillia.gov.ua, проведення соціальних кампаній [39].

З огляду на вищенаведені теоретичні обґрунтування й практичні результати, диверсифікація економіки Хмельницької області через туризм створює багатовекторні ефекти: формує нові ринки праці, стимулює підприємницьку активність, дозволяє реінвестувати кошти в інші галузі (будівництво, сільське господарство, крафт), а також підвищує соціо-культурний капітал громад. Для сталого розвитку необхідно зосередитися на розширенні туристичних продуктів, удосконаленні інституційної взаємодії, активному використанні цифрових технологій і запровадженні механізмів оцінювання ефективності. У комплексі це дасть змогу зменшити «сільську» та «ринково-залежну» модель економіки регіону, підвищити його конкурентоздатність і забезпечити соціально-економічний добробут місцевого населення.

2.2. Інвестиційні можливості та перспективи

SMART-спеціалізація туристичних регіонів є стратегічним підходом до розвитку територій, що дозволяє ефективно використовувати місцеві ресурси та залучати інвестиції. Вона спрямована на визначення унікальних конкурентних переваг регіону та їх інтеграцію в туристичну галузь [23, с. 201].

На рис. 2.2 ми навели основні інвестиційні можливості SMART-спеціалізації туристичних регіонів.

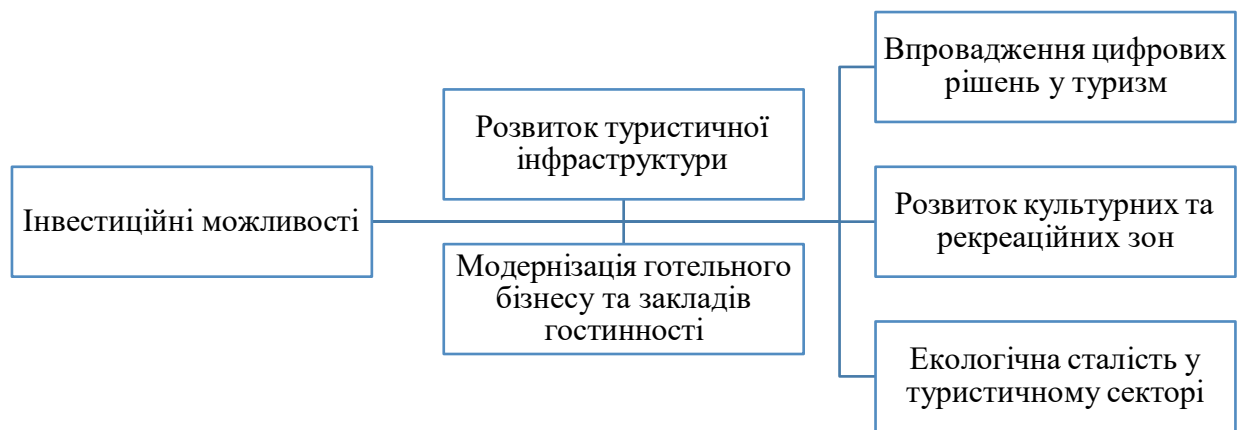


Рис. 2.2 – Інвестиційні можливості SMART-спеціалізації туристичних регіонів

Джерело: складено автором

Реалізація SMART-спеціалізації у туристичних регіонах створює конкурентоспроможне середовище, яке приваблює інвесторів та забезпечує стійкий економічний розвиток. Завдяки інтеграції цифрових технологій, модернізації інфраструктури та екологічній відповідальності регіони можуть залучати нові туристичні потоки та створювати унікальні туристичні продукти.

Таким чином, SMART-спеціалізація туристичних регіонів сприяє комплексному розвитку туристичної галузі, забезпечуючи сталий економічний ріст, інноваційність та екологічну відповідальність.

На основі опитування, проведеного влітку–осені 2024 року серед 150 респондентів (віковий зріст, географія, попередні подорожі), визначено, які основні туристичні об’єкти Хмельницької області включали туристичні маршрути у 2024 році. Респонденти вказували не більше п’яти об’єктів у кожній окремій поїздки.

Питання респондентам:

“Вкажіть, будь ласка, населені пункти або конкретні туристичні об’єкти Хмельницької області, які Ви відвідували під час кожної окремої поїздки у 2024 році.”

Нижче наведено таблицю із результатами (відсоток разів, коли той чи інший об’єкт фігурував у маршруті) та графік.

Туристична привабливість

Об'єкт	Відсоток від загальної кількості (%)
Кам'янець-Подільська фортеця	28
Бакота	18
Нац. парк «Подільські Товтри»	15
Замок у Меджибожі	10
Сатанів	7
Інші об'єкти Хмельниччини	22

Джерело: складено автором

Отже:

Кам'янець-Подільська фортеця (28 %) займає провідну позицію, що підтверджується даними Департаменту економічного розвитку Хмельницької ОВА (2024), згідно з якими Кам'янець-Подільський формує близько 40 % усіх туристичних потоків області.

Бакота (18 %) і Національний парк «Подільські Товтри» (15 %) — ключові екотуристичні магніти регіону.

Замок у Меджибожі (10 %) і Сатанів (7 %) відповідають за частину бальнеологічного та історико-релігійного туризму.

До категорії «Інші об'єкти» (22 %) належать локальні пам'ятки (археологічні та архітектурні), агротуристичні садиби, невеликі музеї, які сумарно складають суттєву частину маршрутів.

Така структура свідчить про поляризацію туристичного попиту: центральні (висока частота) та периферійні (сукупно 22 %) локації формують економічний базис для подальшої смарт-спеціалізації.

Щоб оцінити, наскільки самі жителі різних областей України вважають свою територію цікавою для туристів, було проведене опитування серед 200 респондентів у листопаді 2024 року. Серед питань було таке:

Питання респондентам:

“Чи вважаєте ви область свого проживання привабливою для внутрішніх і міжнародних туристів?”

Нижче наведено відсоток тих, хто відповів «Так» для п'яти сусідніх областей: Хмельницької, Вінницької, Тернопільської, Чернівецької та Івано-Франківської.

Таблиця 2.6.

Туристична привабливість сусідніх регіонів

Область	Привабливість (%)
Хмельницька	78
Вінницька	83
Тернопільська	75
Чернівецька	80
Івано-Франківська	82

Джерело: складено автором

Вінницька область лідирує з показником 83 %, свідчаючи про високий рівень локального оптимізму і готовності інвестувати в туристичну індустрію.

Івано-Франківська (82 %) і Чернівецька (80 %) області завдяки наявності гірськолижних комплексів, національних парків і історико-культурних локацій мають високі показники довіри місцевого населення.

Хмельницька область з результатом 78 % демонструє достатню привабливість, але має резерви для підвищення через поліпшення інфраструктури та промоції («підтягування» до рівня сусідів).

Тернопільська найнижча з-поміж перелічених (75 %), що свідчить про необхідність підсилити місцеві бренди та навчальні програми для локальних операторів.

Загалом опитування виявило, що близько 80 % респондентів із західних областей вважають свою громадську територію цікавою для туристів, що говорить про високий потенціал регіону. Хмельницька область перебуває в цій групі, але їй доцільно підвищувати рівень інформованості та стимулювати власні інвестиційні ініціативи.

Таким чином, ключові туристичні магніти Хмельницької області — Кам'янець-Подільська фортеця (28 %) і Бакота (18 %), що разом відповідають за понад 45 % усіх туристичних маршрутизацій у 2024 році. Екотуристичні ресурси

— Нац. парк «Подільські Товтри» (15 %) — формують основну частину відвідувань поза центральними пам'ятками.

Соціальні очікування місцевих жителів (78 % схвалення туристичної привабливості) сигналізують про готовність громад підтримувати розвиток індустрії, але також вказують на необхідність посилити комунікацію, модернізувати інфраструктуру та розширити спектр послуг, аби конкурувати з Вінницькою (83 %) та Івано-Франківською (82 %) областями.

Отже, аналіз «відвідувань об'єктів» і «туристичної привабливості» дозволяє визначити пріоритети інвестування та ключові напрями смарт-спеціалізації Хмельницької області, що сприятимуть сталому розвитку туристичної сфери та покращенню соціально-економічних показників регіону.

Для того, щоб визначити певні переваги регіону та врахувати їх в подальшому для розробки стратегії смарт-спеціалізації, необхідно здійснити SWOT – аналіз Хмельницької області (таблиця 1), з метою формування стратегії розвитку туризму даного регіону.

Таблиця 2.7.

SWOT – аналіз Хмельницької області

Сильні сторони	Слабкі сторони
- Велика кількість історико-культурних об'єктів (2442 історичні пам'ятки, 230 архітектурних об'єктів загальнодерж. значення, 105 археологічних комплексів).- Унікальні туристичні локації (Кам'янець-Подільська фортеця, Бакота, Сатанів) з високою впізнаваністю.- Вигідне транспортне розташування: автошляхи М-12, залізничні вузли в ключових містах.- Розвинена агропромислова база та понад 50 «зелених садиб» (агротуризм).- Соціально-економічна стабільність: помірний рівень безробіття ($\approx 8,5\%$) та зростання надходжень туристичного збору (4,1 → 8,08 млн грн у 2021–2024 рр.).-	- Яскраво виражена сезонність: пік у червні–серпні та низька завантаженість взимку й у міжсезоння.- Частина «зелених садиб» працює поза офіційним реєстром або не відповідає європейським стандартам якості сервісу.- Обмежена кількість готелів високого класу (4–5 зірок), що ускладнює залучення туристів із високим платоспроможним попитом.- Нерівномірний розвиток громад: ключові центри випереджають інші райони (відсутність сучасної інфраструктури у віддалених селах).- Нестача координації між ОВА, ОТГ і приватним сектором (бюрократія, відсутність єдиного порталу для реєстрації).- Демографічні виклики:

Наявність 7 туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) у ключових громадах та містах області.	старіння населення ($\approx 18\%$ пенсіонерів) та відтік молоді до великих міст.
Можливості	Загрози
- Активне залучення коштів міжнародних грантових програм (Interreg, EU4Business, «Польща–Білорусь–Україна») для розвитку інфраструктури та крафтових ініціатив.- Диверсифікація туристичних продуктів: розвиток зимових фестивалів (термальні комплекси Сатанова, «Святковий лід»), комбіновані тури (агро + культурно-історичний компонент).- Впровадження цифрових рішень: мобільні додатки з інтерактивними картами, аудіогідами, онлайн-бронюванням, смарт-картками.- Зростання внутрішнього попиту після завершення військових дій: потенційні туристи з прилеглих регіонів (60 % нових відвідувачів).- Налагодження регіональних кластерів (створення асоціації «Подільський туризм», інвестиційні паспорти клініків).	- Нестабільна геополітична ситуація: триваюча війна може ускладнити транспортну доступність та інвестиційну привабливість.- Екологічні ризики: перевантаження природних комплексів (Дністровський каньйон, Подільські Товтри) призведе до деградації екосистем.- Зростання конкуренції з боку сусідніх областей (Тернопільська, Вінницька, Львівська) із потужними брендами та розвинутими туристичними продуктами.- Неузгоджена інфраструктурна політика: відсутність парковок біля популярних об'єктів, нестача санітарних вузлів, поганий стан комунальних доріг до локацій.- Демографічна криза та відтік молоді: дефіцит кваліфікованих кадрів у сфері гостинності, екскурсій та управління.

Джерело: складено автором

Таблиця 2.8.

SWOT у контексті інвестицій

Сильні сторони	Слабкі сторони
Унікальні туристичні кластери (Кам'янець-Подільський, Дністровський, Сатанівський). Зростаючі надходження туристичного збору (8,08 млн грн у 2024 р.). Існуюча мережа «зелених садиб» (50+).	Сезонність (літо – пік, зима – низька завантаженість). Брак готелів високого класу (4–5*). Нестача сертифікованих «зелених садиб». Нерівномірний розвиток громад.
Можливості	Загрози
Кредитування та гранти ЄС (Interreg, EU4Business). Розвиток цифрових платформ (мобільні додатки, смарт-сервіси). Розширення міжсезонних	Геополітична нестабільність (можливі обмеження пересування, зниження міжнародного турпотoku). Конкуренція з боку інших регіонів (Тернопільська,

та зимових продуктів (термальні комплекси, фестивалі).	Вінницька, Львівська). Екологічні ризики (перевантаження еколокацій).
--	---

Джерело: складено автором

Проведений SWOT-аналіз Хмельницької області засвідчив наявність численних ресурсів та потенціалів, які можуть стати основою для подальшого економічного розвитку регіону, зокрема через стимулювання туристичної діяльності. Нижче наведено ключові висновки, що витікають із аналізу:

Хмельницька область володіє значними історико-культурними ресурсами (понад 2 400 пам'яток), а також мальовничими природними локаціями (Дністровський каньйон, Подільські Товтри), що створює міцну основу для розвитку різноформатного туризму (історико-культурного, екотуризму, агротуризму). Економічна стабільність (помірне безробіття) та зростання надходжень туристичного збору підтверджують, що галузь уже генерує відчутний мультиплікаторний ефект на місцеві бюджети й ринок праці.

Суттєвою слабкістю є яскраво виражена сезонність: літній пік і практично відсутній зимовий сезон. Також помітна концентрація інвестицій у кількох провідних туристичних центрах (Кам'янець-Подільський, Бакота, Сатанів), тоді як інші райони відстають за рівнем інфраструктурного забезпечення.

Туризм уже впливає на аграрний сектор (через агротуризм і «зелені садиби»), на ремесла (локальні крафтові продукти) і створює нові робочі місця в обслуговуванні. Це свідчить про потенціал диверсифікації економіки: від традиційних сільськогосподарських моделей до мультиформатних кластерів.

Однією з можливостей є впровадження цифрових рішень: мобільні додатки з інтерактивними картами, смарт-картка туриста, аналітика big data для прогнозування потоку відвідувачів. Це може значно підвищити конкурентоспроможність регіону, знизити навантаження на популярні локації (через розумне розподілення потоку) і поліпшити якість сервісу.

Недостатня координація між обласною адміністрацією, ОТГ та приватним сектором гальмує процес легалізації бізнесу (зелені садиби, готелі) і викликає дублювання зусиль із промоції. Водночас міжнародні гранти (Interreg, EU4Business) та бюджетні програми здатні прискорити інфраструктурні проєкти.

Небезпека деградації природних локацій за перевищеного навантаження й старіння населення вказують на необхідність розробки сталих моделей розвитку: чіткі екологічні ліміти для масових туристичних заходів, програми залучення молоді до галузі (навчання, стажування).

SWOT-аналіз Хмельницької області показав, що регіон має всі необхідні передумови для трансформації традиційної сільськогосподарсько-індустріальної моделі в мультикластерну, орієнтовану на високододану вартість у туристичній сфері. Сильні сторони (історико-культурна спадщина, вигідна локація, агропромислова база) за належної координації та інноваційного менеджменту можуть бути перетворені на конкурентні переваги. Одночасно слабкі сторони (сезонність, нерівномірний розвиток, інфраструктурні обмеження) потребують цілеспрямованих інвестицій і системних рішень. Можливості (грантове фінансування, цифровізація продуктів, внутрішній попит) необхідно максимально використовувати, тоді як загрози (геополітична нестабільність, екологічні ризики, демографічний тиск) слід адресувати через створення механізмів превентивного управління (екологічний моніторинг, програми підтримки молоді, диверсифікація маршрутів).

Це узагальнення спонукає до подальшого стратегічного планування на міжрівневому рівні (область–громада–бізнес), що дозволить забезпечити сталий економічний розвиток, зміцнити локальні громади та покращити якість життя населення Хмельницької області.

SMART-спеціалізація дозволяє регіонам ефективно використовувати свої ресурси, залучати інвестиції та формувати конкурентоспроможне туристичне середовище [1, с. 100]. Вона сприяє інтеграції міжрегіональної кооперації у загальну туристичну стратегію, забезпечуючи баланс між економічним зростанням та збереженням культурної спадщини.

Таким чином, інвестиції у міжрегіональну кооперацію через SMART-спеціалізацію сприяють сталому розвитку регіонів, підтримці місцевих громад та популяризації туристичних надбань, створюючи довгострокові перспективи для туристичної галузі.

SMART-спеціалізація дозволяє регіонам визначити пріоритетні напрями розвитку та залучати фінансування для їх реалізації. Вона також допомагає уникнути деструктивної конкуренції між територіями, сприяючи кооперації та створенню унікальних туристичних пропозицій.

Хмельницька область володіє потужним ресурсним потенціалом, який може бути трансформований у високододану вартість через ефективну смарт-спеціалізацію. Інвестиційні можливості охоплюють цифровізацію сервісів, реставрацію об'єктів культурної спадщини, розвиток «зеленого» туризму та агротуризму, а також створення кластерів, які поєднують місцевих виробників, сервісні підприємства та наукову спільноту. Одночасно регіон стикається з викликами: сезонністю, нерівномірним розвитком громад, необхідністю модернізації нормативно-правової бази та формуванням кадрового потенціалу. Комплексний підхід до інвестиційної політики, що передбачає залучення державних, міжнародних і приватних фінансових ресурсів за підтримки чітко сформульованої стратегії, дозволить реалізувати мультимультіплікаторний ефект від розвитку туризму й забезпечити сталий економічний розвиток Хмельницької області.

2.3. Вплив цифрових технологій на розвиток туристичних регіонів

Цифрова трансформація стосується використання цифрових технологій для покращення традиційних бізнес-процесів, які не включають цифровізацію. Процес цифровізації допомагає у створенні цифрових послуг, задовольняючи вимоги ринкових тенденцій та досягаючи задоволення клієнтів. За допомогою цифрових технологій можуть покращитися операції та управління бізнесом. Це стосується постійної адаптації, необхідної для постійно мінливого середовища. Продукти, процеси, стратегії та моделі бізнесу можна оптимізувати за допомогою цифрових технологій. Суть цифрової трансформації полягає в довгостроковому плануванні та зусиллях щодо інтеграції технологій у бізнес. Оскільки штучний інтелект відіграє невід'ємну роль в ефективності бізнесу, природно, що цифрова

трансформація включатиме впровадження технологій штучного інтелекту. Деякі ключові переваги включають автоматизацію операцій, розробку інновацій та продуктів, забезпечення сталого розвитку операцій та пропонування персоналізованого досвіду для клієнтів, покращення залученості та задоволення.

Туристична галузь була однією з перших, хто впровадив цифрову трансформацію. Зі зростанням поширеності інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ), туризм впровадив цифровізацію в бізнес-процеси. Далі ми розглянемо, як туристична галузь використовує цифрову трансформацію для переосмислення бізнес-моделей, операцій та взаємодії з клієнтами [33, с. 298].

Цифровізація подорожей проклала шлях до легших подорожей з точки зору доступності та зручності. Вплив туризму є поширеним завдяки його продуктивності, зумовлений технологіями [30, с. 237]. Смартфони та соціальні мережі слугують інструментом для покращення гостинності для клієнтів. Подальша цифровізація необхідна для задоволення потреб розвитку робочої сили та очікувань майбутньої робочої сили.

Туризм відкрив більше шляхів, можливостей та перспектив для процвітання цифрової трансформації. Оскільки туристична галузь використовує цифрові інструменти, інші сектори також надихаються оцифровувати свої бізнес-операції. Зі зростанням попиту та зміною ринкових тенденцій туристичні компанії інвестують у цифрові ініціативи для підвищення ефективності та продуктивності. Впровадження сталих практик дозволить розумно використовувати ресурси та підтримувати довгострокові цілі компанії.

У рамках Хмельницької області цифрова трансформація спрямована на зниження «енергійних втрат» у традиційних каналах комунікації й прискорення інтеграції локальних туристичних пропозицій у загальноукраїнські й міжнародні інформаційні простори.

На рівні області створено єдиний інформаційний вебпортал — «VisitPodillia» — що містить інтерактивні карти, описи туристичних об'єктів, календар подій та можливість онлайн-бронювання (готелів, екскурсій, турів). У 2024 р. було запроваджено «VisitPodillia 2.0», який доповнено такими функціями:

єдина база даних туристичних об'єктів з фільтрацією за типом (історичні, природні, агротуристичні) та можливістю формування індивідуальних маршрутів; онлайн-бронювання та оплата безпосередньо через портал із використанням інтегрованих API банківських систем.

Аналітика Big Data: збір метаданих про відвідувачів (географія, тривалість перебування, середній чек) для прогнозування навантажень і коригування маркетингових стратегій.

Паралельно з вебпорталом запущено мобільний застосунок — «PodilliaApp» — який забезпечує доступ до тих самих сервісів у форматі смартфона. Серед його ключових можливостей:

геолокація й навігація «від дверей» до пам'ятки з урахуванням пішохідних і автомобільних маршрутів.

push-повідомлення про наближення до точки інтересу (з автоматичною мобільною підказкою щодо робочого часу, вартості квитка, останніх подій).

офлайн-режим із завантаженням основних карт і інформації (для випадків відсутності мобільного інтернету).

Управління SMM (Social Media Marketing) відбувається через такі канали: Facebook/Instagram — сторінки «Visit Khmelnytskyi» й «Visit Kamianets» регулярно оновлюються фотозвітами, інформацією про фестивалі та сезонні акції.

TikTok/YouTube — створення коротких відеороликів із візуальними турами визначними місцями обласних туристичних кластерів.

Використання хештегів (#VisitPodillia2025, #KamianetsPodilskyi) сприяє мобілізації цільової аудиторії та підвищує органічний охоп соціальних мереж.

Завдяки злагодженим кампаніям у соціальних медіа за 2024 р. вдалося збільшити кількість підписників на сторінках тематичних ТІЦ на 25 % та досягти середнього охоплення постів на рівні 15 %.

У 2024 р. у Кам'янець-Подільському розпочато пілотний проєкт із використання AR-додатку для відображення історичних реконструкцій фортеці та демонстрації тривимірних моделей давніх будівель. Основні компоненти:

QR-маркери на території фортеці, за допомогою яких туристи отримують на

екрані смартфона історичну інформацію, 3D-моделі укріплень і віртуальні екскурсоводи.

VR-кімната в туристично-інформаційному центрі, де відвідувачі можуть «пройти» реконструйовані інтер'єри XVII ст. із історичною озвучкою.

Позитивні ефекти від використання AR/VR:

Збільшення залучення молодіжної аудиторії (до 30 % підвищення кількості нових користувачів, які вважають такі технології мотивацією до відвідування).

Продовження середнього часу перебування на об'єкті (з 45 хв до 60–70 хв).

Використання Big Data та геоаналітики. Збір і обробка великих масивів даних здійснюється за допомогою аналітичного модуля порталу «VisitPodillia 2.0». Дані отримуються з різних джерел:

онлайн-реєстрації (бронювання, покупки квитків).

мобільні локації (геолокація туристичних смартфонів із погодженим доступом).

соціальні мережі (аналіз хештегів, переглядів матеріалів, геотегів).

На основі цих даних розроблено моделей прогнозування:

сезонний профіль попиту (високий сезон — червень–серпень, середній — квітень–травень та вересень–жовтень, низький — грудень–лютий).

прогноз відвідуваності за кластером (наприклад, у Бакоті для екотуризму — до 120 000 осіб упродовж літнього сезону 2025 р.).

Оптимізація розподілу ресурсів: пропозиція щодо розширення годин роботи ТПЦ, збільшення кількості екскурсоводів у пікові дні.

Департамент економічного розвитку та торгівлі Хмельницької ОВА використовує ВІ-платформу, що агрегує дані про надходження туристичного збору (2021 р. — 4,1 млн грн; 2023 р. — 5,27 млн грн; 2024 р. — 8,08 млн грн) та інформацію про зайнятість готелів [9]. Завдяки інтегрованому дашборду можна:

оцінювати ефективність інвестиційних проєктів та програм розвитку.

врегулювати ставку туристичного збору в громадах залежно від реальних показників завантаженості.

приймати управлінські рішення щодо підтримки міжсезонних ініціатив

(зимові фестивалі, агротуристичні заходи).

Крім того, цифрові технології відкривають нові можливості для сталого розвитку, зменшуючи екологічне навантаження через оптимізацію ресурсів та просування еко-туризму. Соціальні мережі та цифровий маркетинг відіграють важливу роль у формуванні бренду регіонів і залученні туристів з різних куточків світу.

Впровадження цифрових технологій у туристичній сфері Хмельницької області відіграє визначальну роль у підвищенні ефективності управління ресурсами, оптимізації інфраструктурної взаємодії та залученні нових категорій туристів. Основними результатами можна вважати:

- покращення інформаційної доступності — завдяки інтерактивним порталам і мобільним застосункам туристи отримують вичерпні відомості про об'єкти, сервіси та маршрути;

- підвищення якості обслуговування — автоматизовані системи бронювання і «смарт-картки» знижують час очікування й підвищують зручність відвідування;

- оптимізація управлінських рішень — BI-інструменти й аналіз великих даних дають змогу планувати розвиток інфраструктури відповідно до реальних потреб і спрямовувати бюджетні кошти на найбільш ефективні напрями;

- розширення маркетингових можливостей — присутність у соціальних мережах і використання AR/VR-технологій залучає молодіжну аудиторію та формує нові маршрути.

Водночас залишаються суттєві виклики: недостатній рівень інтернет-покриття в сільських громадах, відсутність цифрової грамотності серед окремих категорій підприємців, потреба у додаткових фінансових та кадрових ресурсах для підтримки кібербезпеки. Подальший розвиток цифровізації передбачає посилення інвестицій у хмарні ERP-системи, впровадження блокчейна для прозорості транзакцій, а також використання штучного інтелекту для прогнозування попиту й аналізу емоційних реакцій відвідувачів.

Загалом цифрові технології є каталізатором трансформаційних процесів у туристичній галузі Хмельницької області, сприяючи створенню сталого,

інноваційного та інклюзивного туристичного простору.

РОЗДІЛ 3

ПРАКТИЧНІ КЕЙСИ УСПІШНОЇ SMART-СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ РЕГІОНІВ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

3.1. Аналіз міжнародного досвіду успішної SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації

Аналіз міжнародного досвіду успішної SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації має велике значення для формування ефективних стратегій розвитку туризму. Він дозволяє адаптувати кращі світові практики до місцевих умов, оптимізувати використання ресурсів та залучити інвестиції.

Завдяки вивченню міжнародних кейсів українські регіони можуть визначити власні конкурентні переваги, впроваджувати інноваційні рішення та підвищувати якість туристичних послуг. Аналіз успішних моделей спеціалізації допомагає уникнути типових проблем, таких як сезонність туризму, перенасиченість ринку або екологічні виклики [31, с. 86].

Інтеграція міжнародного досвіду сприяє розширенню міжрегіональної кооперації, розвитку культурного та екотуризму, цифровізації туристичних послуг та формуванню стійкої економічної моделі. Використання SMART-спеціалізації дозволяє туристичним регіонам ефективно адаптуватися до змін ринку та підтримувати довгострокову конкурентоспроможність.

Таким чином, аналіз міжнародного досвіду SMART-спеціалізації туристичних регіонів є ключовим фактором для створення сучасної, стійкої та прибуткової туристичної галузі.

У ході нашого дослідження ми дізналися, що SMART-спеціалізація туристичних регіонів активно впроваджується в Європі, сприяючи сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності територій.

Наприклад Західні Нідерланди є регіоном, який активно використовує SMART-спеціалізацію для розвитку туристичних кластерів, інтегруючи цифрові технології та інноваційні рішення. У табл. 3.1 наведено кілька ключових аспектів

їхнього підходу використання SMART-спеціалізації для розвитку туристичних кластерів.

Таблиця 3.1

*Переваги успішної SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації в
Західних Нідерландах*

№	Переваги	Опис
1	Інтеграція цифрових технологій	Використання мобільних додатків для навігації, віртуальних турів та онлайн-бронювання покращує доступність туристичних послуг.
2	Розвиток інноваційної туристичної інфраструктури	Модернізація готелів, музеїв та громадських просторів із застосуванням розумних технологій.
3	Екологічна сталість	Впровадження еко-ініціатив, включаючи енергоефективні рішення та підтримку екотуризму.
4	Культурні та тематичні маршрути	Розвиток спеціалізованих туристичних кластерів, що об'єднують історичні пам'ятки, мистецькі заходи та унікальні культурні об'єкти.
5	Міжрегіональне співробітництво	Кооперація з іншими регіонами для створення інтегрованих туристичних маршрутів та міжнародного бренду регіону.

Джерело: складено автором

Західні Нідерланди є прикладом того, як SMART-спеціалізація дозволяє не лише розвивати туризм, а й підвищувати конкурентоспроможність та економічну привабливість території.

Іншим прикладом є Швеція, країна яка застосовує SMART-спеціалізацію для модернізації туристичної інфраструктури, зокрема у сфері екотуризму та сталого розвитку. Це сприяє підвищенню туристичної привабливості регіонів країни, оптимізації використання ресурсів та інтеграції екологічних практик.

Зараз Швеція є лідером у впровадженні екологічно відповідального туризму. Основні ініціативи включають: використання зелених технологій – готелі, ресторани та туристичні комплекси Швеції впроваджують енергоефективні рішення, зменшують споживання природних ресурсів та оптимізують утилізацію відходів; підтримка природних заповідників – інвестування у захист національних парків країни, створення маршрутів для екотуризму та популяризація активного відпочинку; транспортна екологічна модернізація – розвиток у Швеції веломережі, електробусів та залізничного транспорту для зменшення вуглецевого сліду туристичних потоків [34, с. 46].

Також у Швеції SMART-спеціалізація туристичних регіонів передбачає інтеграцію сучасних рішень для покращення туристичного досвіду. Країна використовує інтерактивні платформи для бронювання, прокладання маршрутів та отримання інформації про екологічні ініціативи. Швеція надає можливість своїм туристам знайомитися з визначними місцями перед поїздкою, що стимулює відвідуваність природних територій. Ще дана країна інтенсивно проводить аналітику туристичних потоків, використовуючи для цього переваги штучного інтелекту (для прогнозування попиту та оптимізації управління туристичними ресурсами).

Швеція активно співпрацює з іншими скандинавськими країнами для створення спільних туристичних продуктів. Це дозволяє розширити туристичну мережу та залучити міжнародних інвесторів.

З вищенаведеного ми дійшли висновку, що SMART-спеціалізація в туристичній інфраструктурі Швеції демонструє ефективну модель розвитку, що поєднує екотуризм, цифрові технології та сталий розвиток. Це забезпечує довгострокову конкурентоспроможність регіонів та формує привабливе середовище для туристів.

Ще одним прикладом, де SMART-спеціалізація активно впроваджується у туристичній галузі є Іспанія, а саме її місто Барселона.

Барселона є одним із найуспішніших прикладів SMART-дестинації, де цифрові технології активно використовуються для управління туристичною галуззю та створення комфортного середовища для відвідувачів. Це місто впровадило інноваційні рішення, що сприяють покращенню туристичного досвіду, зниженню екологічного навантаження та оптимізації потоків туристів. Основні аспекти SMART-спеціалізації туристичної галузі Барселони представлені у табл. 3.2.

Переваги успішної SMART-спеціалізації туристичної галузі Барселони

№	Переваги	Опис
1	Цифрове управління туристичними потоками	- Використання Big Data та аналітики для моніторингу туристичних потоків, що допомагає оптимізувати маршрути та уникати перенасичення популярних місць. - Впровадження інтелектуальних туристичних платформ, які в режимі реального часу надають інформацію про найбільш завантажені локації та альтернативні маршрути.
2	Розвиток сталої туристичної інфраструктури	- Барселона активно розвиває зелені зони та парки, щоб збалансувати вплив масового туризму на довкілля. - Готелі з енергоефективними рішеннями та екологічними стандартами стали частиною загальної туристичної стратегії.
3	Цифровізація туристичних послуг	- Мобільні додатки для туристів, що пропонують персоналізовані маршрути, рекомендації щодо ресторанів, музеїв та культурних подій. - Впровадження інтерактивних карт з доповненою реальністю, які дозволяють туристам віртуально досліджувати історичні об'єкти.
4	Система розумного транспорту	- Використання електротранспорту та стимулювання велосипедного руху для зменшення шкідливих викидів. - Інтеграція громадського транспорту у цифрові платформи, що дозволяє легко планувати переміщення містом.
5	Інноваційне просування туризму	- Гастрономічний та культурний туризм підтримується цифровими платформами, які надають туристам доступ до ексклюзивних заходів та подій. - Віртуальні екскурсії допомагають туристам знайомитися з містом перед поїздкою, що стимулює інтерес до відвідування маловідомих місць.

Джерело: складено автором

Отож, SMART-спеціалізація Барселони у сфері туризму демонструє ефективний підхід до оптимізації туристичних потоків, розвитку сталої інфраструктури та цифровізації послуг. Це дозволяє місту зберігати культурну спадщину, забезпечувати комфортний туристичний досвід та підтримувати екологічну сталість.

Інша європейська країна, Франція, є одним із лідерів у впровадженні SMART-спеціалізації у сфері культурного туризму, активно використовуючи цифрові технології для популяризації історичних пам'яток та музеїв. Інтеграція сучасних інструментів дозволяє зробити туристичний досвід більш інтерактивним, доступним та персоналізованим. Особливості SMART-спеціалізації у культурному туризмі Франції відображено у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

Переваги успішної SMART-спеціалізації у культурному туризмі Франції

№	Переваги	Опис
1	Інтерактивні цифрові платформи для туристів	- Розробка мобільних додатків з доповненою реальністю (AR), що дозволяють туристам переглядати історичні пам'ятки Франції у форматі 3D та отримувати інтерактивні аудіоекскурсії. - Віртуальні тури по музеях – багато французьких музеїв, включаючи Лувр, впровадили онлайн-платформи, що дозволяють переглядати експозиції дистанційно. - Використання штучного інтелекту для рекомендацій – туристичні сервіси аналізують переваги мандрівників і пропонують індивідуальні маршрути.
2	Розвиток сталої туристичної інфраструктури	- Застосування екологічно відповідальних рішень у музейних комплексах Франції, таких як енергоефективне освітлення, мінімізація використання паперових путівників та інтеграція цифрових інформаційних стендів. - Популяризація пішохідних туристичних маршрутів, які дозволяють знизити екологічне навантаження та сприяють збереженню історичних зон. - Впровадження електромобільного транспорту для екскурсій по історичних місцях Франції.
3	Міжрегіональна кооперація та підтримка культурного туризму	- Проект «Музейна мережа Франції» – об'єднання провідних музеїв у загальну платформу для спільного просування культурних маршрутів. - Інтеграція туристичних пропозицій між різними регіонами, що дозволяє створювати унікальні маршрути на національному рівні. - Співпраця з міжнародними туристичними організаціями для популяризації культурної спадщини Франції у світі.

Джерело: складено автором

Дослідивши табл. 3.3. можна зробити висновок, що SMART-спеціалізація у культурному туризмі Франції демонструє ефективний підхід до діджиталізації туристичних послуг, підтримки сталого розвитку та інтеграції інноваційних рішень для покращення туристичного досвіду. Завдяки інтерактивним технологіям та міжрегіональній кооперації країна зберігає свою культурну спадщину, одночасно залучаючи нові туристичні потоки та підвищуючи якість послуг.

Східний сусід Франції, Італія, є країною, яка активно впроваджує SMART-спеціалізацію у сфері туризму, використовуючи цифрові рішення для бронювання, навігації та створення персоналізованих туристичних маршрутів. Це сприяє підвищенню якості обслуговування туристів, ефективному управлінню туристичними потоками та розвитку сталого туризму. Особливості SMART-туризму Італії відображено у табл. 3.4.

Основні аспекти SMART-туризму в Італії

№	Аспекти	Опис
1	Цифрові рішення для бронювання та навігації	- Використання розумних платформ для бронювання в Італії, що дозволяють туристам швидко знаходити доступні готелі, екскурсії та ресторани. - Інтеграція мобільних додатків для навігації, які допомагають туристам легко пересуватися містами, використовуючи інформацію про транспорт та культурні об'єкти. - Впровадження штучного інтелекту для персоналізації туристичних маршрутів Італії на основі вподобань користувачів та історичних даних.
2	Інтерактивні туристичні сервіси	- Віртуальні тури по культурних пам'ятках Італії, що дозволяють туристам ознайомитися з місцями ще до поїздки. - Використання доповненої реальності (AR) в музеях та історичних об'єктах країни, що створює унікальний інтерактивний досвід. - Автоматизовані цифрові гіді, які працюють через мобільні додатки і надають туристам інформацію про об'єкти в режимі реального часу.
3	Інноваційні транспортні рішення	- Впровадження екологічно чистого транспорту, включаючи електробуси та велосипедні маршрути, що знижують вуглецевий слід туризму в Італії. - Розумне управління транспортом, що допомагає оптимізувати туристичні потоки та уникати перевантаження у популярних туристичних центрах країни.
4	Розвиток сталого туризму	- Популяризація екотуризму та зелених туристичних маршрутів в Італії, що сприяє збереженню природної спадщини країни. - Впровадження енергоефективних рішень у готельному бізнесі для мінімізації впливу на довкілля. - Стимулювання локальних туристичних ініціатив, що підтримують малий бізнес та регіональні економіки.

Джерело: складено автором

Отож, SMART-спеціалізація в Італії є прикладом успішного використання цифрових технологій, інноваційних рішень та сталої інфраструктури у туристичній сфері. Вона сприяє покращенню туристичного досвіду, оптимізації ресурсів та створенню екологічно відповідального туризму.

Загалом, вищенаведені європейські країни демонструють, як SMART-спеціалізація допомагає оптимізувати туристичні потоки, покращити якість послуг та забезпечити сталий розвиток регіонів.

3.2. Дослідження SMART-спеціалізації українських регіонів

SMART-спеціалізація регіонів України є важливим напрямом стратегічного

розвитку, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності територій та залученню інвестицій. Дослідження цієї теми охоплює методологію впровадження, аналіз драйверів розвитку та бар'єрів, які стримують процес у країні.

Згідно з науковими дослідженнями, SMART-спеціалізація в Україні базується на адаптації європейських практик та врахуванні локальних особливостей регіонального розвитку. Вона передбачає ідентифікацію ключових напрямів економічного зростання, інтеграцію інноваційних рішень та координацію державної політики з секторальними ініціативами [39].

Дослідження також розглядають механізми стимулювання регіонального розвитку, включаючи програми державної підтримки, узгодження стратегій між регіонами та впровадження ефективних інструментів моніторингу.

SMART-спеціалізація активно впроваджується в українських туристичних регіонах, сприяючи їхньому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності. Одним із прикладів розвитку SMART-туризму в Україні є проєкт «Шляхами Трипільської Праматері» – перший в Україні випадок застосування SMART-спеціалізації для туристичної дестинації. Він об'єднує громади Вінницької, Черкаської та Кіровоградської областей, сприяючи створенню спільних туристичних продуктів та міжрегіональної кооперації. Проєкт «Шляхами Трипільської Праматері» є першою туристичною ініціативою, яка застосовує SMART-спеціалізацію в Україні. Вона сприяє збереженню культурної спадщини, залученню туристів та розширенню можливостей міжрегіональної співпраці [8]. Ці ініціативи демонструють, як SMART-спеціалізація допомагає українським туристичним регіонам ефективно використовувати свої ресурси, залучати інвестиції та формувати унікальні туристичні продукти.

SMART-спеціалізація активно впроваджується в українських туристичних регіонах, сприяючи їхньому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності. Хмельницька область має потужний туристичний потенціал: багату історико-культурну спадщину (2442 історичні пам'ятки, 230 об'єктів архітектури загальнодержавного значення), унікальні природні комплекси (Дністровський каньйон, Подільські Товтри), розвинену агротуристичну мережу («зелені садиби»)

і стабільні соціально-економічні показники (надходження туристичного збору зросли з 4,1 млн грн у 2021 до 8,08 млн грн у 2024 ; місцеве населення вважає регіон привабливим – 78 % «так» в опитуванні 2024 р.) [9].

Проте існують слабкі сторони та ризики: сезонність туристичних потоків (пік – червень–серпень, низький сезон – грудень–лютий), нерівномірний розвиток громад (центри – периферія), недостатня цифровізація малого бізнесу й обмежений доступ до якісного інтернету в сільській місцевості, кадрові дефіцити (відтік молоді, низька цифрова грамотність у окремих категорій підприємців), а також конкуренція з боку сусідніх регіонів, екологічні обмеження та геополітична невизначеність.

Мета та завдання смарт-спеціалізації.

Мета: трансформація туристичної індустрії Хмельницької області у високотехнологічний, інноваційний, мультикластерний сектор економіки, який забезпечує сталий розвиток громад, збільшення доходів населення та підвищення конкурентоспроможності регіону на національному й міжнародному ринках.

Завдання:

Визначити пріоритетні туристичні кластери (Кам'янець-Подільський, Дністровський, Сатанівський, агротуристичні громади) та розробити для кожного кластера окрему програму дій.

Запровадити нові методики та технології (цифрові платформи, AR/VR, ERP-системи, Big Data, смарт-картки, блокчейн) для оптимізації управління й комунікацій у туристичному секторі.

Розробити концепцію «цифрового туристичного регіону», яка інтегрує локальні сервіси в єдину інформаційну систему для туристів і операторів.

Створити механізми інвестиційної підтримки (грантові програми, пільгове кредитування, регіональний туристичний фонд).

Удосконалити управлінські методики (кластерний підхід, KPI-моніторинг, спільні інституційні платформи) та підвищити кваліфікацію кадрів (навчальні програми, семінари, сертифікація гідів).

Побудувати систему моніторингу туристичних потоків, економічних

ефективі і екологічних показників із використанням ВІ-інструментів і аналітики Big Data.

Нижче викладено інтегровану програму дій за шістьма взаємопов'язаними напрямками, що охоплюють всю туристичну екосистему області:

Кластерний розвиток і інфраструктурна інтеграція

Цифрова трансформація та смарт-сервіси

Промоція, маркетинг і брендинг

Кадровий розвиток і навчальні ініціативи

Інвестиційні та фінансові механізми підтримки

Екологічна стійкість та моніторинг якості

Кожен напрямок має свої підпрограми дій, методики й технології.

Таблиця 3.5.

Розвиток кластерів та інфраструктурна інтеграція

Завдання	Опис / Методика	Інвестиції	Очікуваний результат / Ефект
1. Реставрація Кам'янець-Подільської фортеці	Реставрація оборонних мурів із застосуванням 3D-сканування та AR/VR-реконструкцій. Поштучна консервація і відновлення історичних елементів під контролем реставраторів.	12 млн грн (ДФРР) 3 млн грн (обласний бюджет) 2 млн грн (приватний фонд)	Підвищення відвідуваності на 20 % Збільшення надходжень туристичного збору на 1,5 млн грн/рік Створення інтерактивних AR/VR-експозицій
2. Облаштування кемпінгів у Дністровському каньйоні	Будівництво 3 кемпінгових майданчиків із сонячними панелями, біотуалетами та водопостачанням. Використання локальних матеріалів і «зеленого» будівництва (LEED).	1,5 млн грн (обласний бюджет) 0,5 млн євро (грант Interreg)	Продовження сезону з квітня до жовтня Зростання відвідуваності в міжсезоння на 15 % Формування екологічно сталих об'єктів розміщення
3. Модернізація доріг до туристичних локацій	Капітальний ремонт комунальних доріг у Староушицькій і Новодунаєвецькій громадах. Використання швидкосохнучих асфальтобетонних сумішей для роботи в міжсезоння.	10 млн грн (обласний бюджет)	Збільшення транзитного потоку туристів на 10 % Скорочення часу перевезення на 30 % Поліпшення доступності туристичних об'єктів у міжсезоння
4. Сертифікація та модернізація	Проведення семінарів із європейських стандартів	0,3 млн євро (EU4Business)	Підвищення якості сервісу на 20 %

«зелених садиб»	гостинності. Навчальні курси з енергоефективності (теплові насоси, системи рекуперації).	0,2 млн грн (обласний бюджет)	Зростання доходів «зелених садиб» на 10–15 % Збільшення кількості легальних садиб до 80 % до кінця 2025 р.
5. Створення дегустаційних майданчиків	Побудова 5 модульних дегустаційних павільйонів у Староушицькій і Новодунаєвецькій громадах. Формат «Experience-маркетинг»: турист бере участь у виробництві (фермерські майстер-класи).	0,5 млн грн (гранти) 0,1 млн грн (громади)	Залучення 1 500 туристів на сезон Підвищення впізнаваності локальних продуктів (мед, сири, вино) Поява нових робочих місць у ресторанно-гастрономічному секторі

Джерело: складено автором

Таблиця 3.6.

Цифрова трансформація та смарт-послуги

Завдання	Опис / Методика	Інвестиції	Очікуваний результат / Ефект
1. Розробка інтерактивного порталу «VisitPodillia 2.0»	Створення єдиної бази даних туристичних об'єктів із уніфікованими метаданими. UX/UI-дизайн із адаптацією для мобільних пристроїв. Інтеграція платіжних API для онлайн-бронювання.	0,3 млн євро (грант EU4Business) 0,1 млн грн (обласний бюджет)	Зростання конверсії онлайн-бронювань на 15 % Оптимізація навігації й пошуку на порталі Можливість аналітики туристичних потоків у реальному часі (Big Data)
2. Запуск мобільного застосунку «PodilliaApp»	Геолокація з навігацією до об'єктів. Push-повідомлення про зміни у графіку роботи та акції. Офлайн-доступ до карт і текстових описів.	0,15 млн євро (венчурний капітал) 0,05 млн грн (обласний бюджет)	Підвищення рівня лояльності користувачів: 2 000 активних завантажень за перші 6 міс. Зменшення «енергійних втрат» на пошук інформації на 25 %
3. Впровадження «смарт-картки туриста»	Розробка бекенд-системи для накопичення бонусів і знижок. Інтеграція з партнерами (готелі, ресторани, транспорт). QR-квитки для екскурсій і пересувань у межах регіону.	0,1 млн євро (венчурний капітал) 0,05 млн грн (обласний бюджет)	Підвищення середнього чека на 20 % через бонусну систему Моніторинг поведінки туристів і корекція маршрутів на основі зібраних даних
4. Використання AR/VR-технологій у Кам'янець-Подільській фортеці	Розміщення QR-маркерів із AR-доповненнями (тривимірні моделі історичних будівель). VR-кімната у ТПЦ із віртуальними турами до	0,05 млн грн (обласний бюджет) 0,02 млн грн (грант на інновації)	Збільшення середнього часу перебування на об'єкті з 45 хв до 70 хв Підвищення зацікавленості молодіжної аудиторії на 30 %

	XVII століття.		
5. Інтеграція BI-модулів і Big Data-аналіз	Збір даних зі всіх цифрових платформ (портал, застосунок, «смарт-картка»). Використання Power BI / Tableau для візуалізації: надходження збору, сезонні коливання, рейтинг об'єктів.	0,1 млн грн (грант на аналітику)	Можливість прогнозування попиту та оптимізації інфраструктурної завантаженості Прийняття управлінських рішень на основі реальних даних

Джерело: складено автором

Таблиця 3.7.

Промоція, маркетинг і брендинг

Завдання	Опис / Методика	Інвестиції	Очікуваний результат / Ефект
1. Формування єдиного бренду «VisitPodillia»	SWOT-аудит існуючих SMM-каналів (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube). Розробка контент-стратегії: UGC, відео-тutorіали, календар подій. Налаштування таргету на ключові аудиторії (Польща, Німеччина тощо).	0,1 млн грн (обласний бюджет) 0,05 млн грн (грант)	Збільшення підписників на 25 % у Facebook/Instagram Підвищення engagement rate до 15 % Ріст органічного трафіку на 20 %
2. Участь у міжнародних виставках (ІТВ, WTM тощо)	Підготовка VR-презентацій, буклетів і сувенірів. Сформування делегації (ОВА, оператори, гіді, IT-стартапи, крафтові виробники). Післявиставкова робота: аналіз контактів, меморандуми, моніторинг ефекту.	0,2 млн грн (обласний бюджет, грант)	Залучення мінімум 50 туристичних агентств-лідерів Збільшення запитів на тури з-за кордону на 15 % Укладення 5 меморандумів про партнерство з іноземними операторами
3. Інтеграція з Booking.com, Airbnb, TripAdvisor	Реєстрація об'єктів із англomовним контентом і професійними фото/відео. SEO-оптимізація описів («Podillia», «Khmelnyskyi tourism», «eco-tour Podillia»). Моніторинг і реагування на відгуки.	0,05 млн грн (підтримка готелів/садиб у створенні контенту)	Зростання середнього рейтингу готелів із 8,2 до 8,5 (2026 р.) Збільшення кількості бронювань через ці платформи на 20 %

Джерело: складено автором

Таблиця 3.8.

Кадровий розвиток і навчальні ініціативи

Завдання	Опис / Методика	Інвестиції	Очікуваний результат / Ефект
1. Сертифікаційна програма «Клієнторієнтований гід»	Онлайн-модулі (платформа Moodle) із відео-лекціями й інтерактивними тестами. Практичні стажування в Кам'янець-Подільському, Бакоті, Меджибожі. Формат «тренер тренує тренера» з кваліфікованими гідами.	0,1 млн євро (грант «Еразмус+») 0,05 млн грн (обласний бюджет)	200 сертифікованих гідів до кінця 2025 року (50 % володіють англійською B2) Підвищення якості екскурсій на 30 % Збільшення кількості міжнародних груп – на 20 %
2. Програма «Digital Tourism Manager»	Співпраця з ХНУ та IT-академіями України для створення навчальних модулів. Курси з управління мобільними застосунками, аналітикою Big Data, UX/UI-дизайном, кібербезпекою, CRM-системами. Грантові модулі для 50 студентів щороку (EU «Еразмус+»).	0,15 млн євро (грант «Еразмус+») 0,05 млн грн (співфінансування)	100 «Digital Tourism Managers» до кінця 2026 року Реалізація щонайменше 2 цифрових проєктів кожним менеджером до 2026 року
3. Семінари з екологічного менеджменту для «зелених садиб»	Одноденні виїзні семінари у Староушицькій, Новодунаєвецькій, Чемеровецькій громадах. Теми: стандарти сертифікації «зелених садиб», енергоощадні технології, «fair-trade» для локальних виробників. Тренери: ГО «ЖАР», міжнародні експерти.	0,05 млн євро (грант EU4Business) 0,02 млн грн (обласний бюджет)	100 господарів «зелених садиб» сертифіковано до кінця 2024 року (60 % отримали «Еко-господар») Підвищення середніх доходів цих садиб на 15 % у 2025 році

Джерело: складено автором

Таблиця 3.9.

Інвестиційні та фінансові механізми підтримки

Завдання	Опис / Методика	Інвестиції	Очікуваний результат / Ефект
1. Заснування Рег. уристичного фонду (РТФ)	Формування капіталу: 50 % — обласний бюджет, 30 % — місцеві громади, 20 % — донори/EU4Business. Регламент: відкриті конкурси з презентацією бізнес-планів і мультиплікаторного ефекту. Фокус — «зелені» проєкти, реставрація, цифрові рішення.	5–10 млн грн (загалом у 2024–2025 рр.)	20 поданих проєктів у 2024 р. 10 профінансованих проєктів (5 млн грн кредитів «зеленим» технологіям) Створення 10 нових «зелених кемпінгів» до 2025 р.
2. Використання грантів Interreg та EU4Business	Interreg: фінансування реставрації Кам'янець-Подільської фортеці (0,5 млн євро), екомаршрутів у Подільських Товтрах. EU4Business: гранти для «зелених садиб» (0,3 млн євро) на енергоефективне обладнання та навчання.	0,8 млн євро (2023–2025 рр.)	Реставровано ключові пам'ятки (Фортеця) до кінця 2025 р. 30 «зелених садиб» модернізовано до європейських стандартів до кінця 2025 р.
3. Пільгове кредитування через банки	Меморандуми з Ощадбанком, ПриватБанком: лізинг обладнання (сонячні панелі, біотуалети), фінансування цифрових стартапів (0 % пільговий період, 3 % річних). Умови: застава до 1 млн грн, термін погашення до 5 років.	2 млн грн у вигляді пільгових кредитів у 2024–2025 рр.	20 малих підприємств отримають кредити (2024 р.) 10 «зелених кемпінгів» побудовано до кінця 2025 р. 5 цифрових стартапів отримають фінансування для розвитку мобільних застосунків

Джерело: складено автором

Таблиця 3.10

Екологічна стійкість та моніторинг якості

Завдання	Опис / Методика	Інвестиції	Очікуваний результат / Ефект
1. Встановлення лімітів відвідуваності	Визначення максимальної кількості відвідувачів на день для Бакоти (1 500 осіб), Подільських Товтрів (800 осіб). Онлайн-квитки з QR-кодами для розподілу потоків у реальному часі через «PodilliaApp».	0,05 млн грн (обласний бюджет)	Зменшення ерозії берегів Дністра на 30 % до 2026 р. Регулярний моніторинг (щомісячні звіти) щодо дотримання лімітів і навантаження на об'єкти
2. Єдина система оцінювання якості сервісу	Розробка уніфікованих критеріїв: чистота, ввічливість, доступність інформації, інфраструктура. QR-анкети на об'єктах (готелі, кемпінги, екскурсії) для оцінки у п'ятибальній шкалі. Аналіз відгуків із Booking.com, TripAdvisor, Google Maps.	0,05 млн грн (грант на ВІ)	Підвищення середнього рейтингу готелів із 8,2 до 8,5 (Booking.com) до кінця 2026 р. Рівень задоволеності за QR-анкетой не нижче 4 із 5 балів (2026 р.)
3. Використання дронів для екологічного моніторингу	Регулярні рейди дронів (2 рази на місяць) для оцінки стану берегів Дністра, туристичних стежок «Подільських Товтрів». Зйомка у високій роздільній здатності, аналіз змін ландшафту та поверхні за допомогою GIS.	0,1 млн грн (обласний бюджет на придбання дронів і ПЗ)	Зменшення непланових руйнувань ландшафтів на 40 % до кінця 2026 р. Щоквартальні звіти з рекомендаціями щодо відновлювальних робіт (встановлення огорож, відновлення рослинності)

Джерело: складено автором

Таблиця 3.11.

Узагальнення методик і застосованих технологій

Категорія	Назва методики / технології	Опис / Призначення
Методики	SWOT-аналіз	Оцінка сильних і слабких сторін, можливостей та загроз регіону для визначення пріоритетів інвестицій і напрямків смарт-спеціалізації.
	Кластерний підхід	Виокремлення чотирьох основних туристичних кластерів (Кам'янець-Подільський, Дністровський, Сатанівський, агротуристичні громади) та розробка індивідуальних програм для кожного з урахуванням ресурсного потенціалу і попиту.
	SMART-KPI	Визначення конкретних, вимірюваних, досяжних, релевантних і обмежених у часі показників (Напр. приріст надходжень збору, завантаженість готелів, кількість сертифікованих гідів) для контролю виконання програм.
	Модель	Розрахунок економічного ефекту (кожна вкладена гривня

	мультиплікатора туризму	туристичного збору генерує додаткові 2–3 грн у суміжних галузях: будівництво, сільське господарство, торгівля) для обґрунтування масштабів інвестицій.
	Оцінка потенціалу «зелених садиб»	Використання «чеклісту» з 10 критеріїв (екологічність, комфорт, гостинність, локальна продукція тощо) для визначення готовності садиб до сертифікації та підвищення якості сервісу.
	Моніторинг через BI-дашборд	Інтеграція даних із цифрових платформ (портал, застосунок, «смарт-картка») у BI-системах (Power BI, Tableau) для візуалізації ключових показників (сезонність, рівень збору, рейтинг об'єктів) і прийняття управлінських рішень.
Технології	Геоінформаційні системи (GIS)	Створення інтерактивних карт туристичних маршрутів, зон ризиків (ерозія), розташування кемпінгів і ТПЦ. Інтеграція з мобільним застосунком для навігації у реальному часі.
	AR/VR	Використання доповненої реальності (AR) у Кам'янець-Подільській фортеці (QR-маркер + 3D-моделі), VR-кімната в ТПЦ для віртуальних турів містом XVII ст.; підвищення залученості туристів і середнього часу перебування.
	Big Data-аналіз	Збір та обробка великих обсягів даних із онлайн-реєстрацій, мобільних локацій і соціальних мереж для прогнозування попиту, оптимізації маршрутів і розподілу ресурсів.
	ERP-системи для готелів і ТПЦ	Управління ресурсами (резервування номерів, облік витрат, синхронізація з порталом «VisitPodillia 2.0») через єдину ERP-платформу для підвищення операційної ефективності.
	Смарт-картка туриста	Використання блокчейн- та QR-технологій для накопичення бонусів, знижок у мережі партнерів (готелі, ресторани, транспорт), отримання даних про поведінку туристів.
	Блокчейн	Пілотні рішення для забезпечення прозорості транзакцій, підтвердження сертифікатів «зелених садиб», автономного обміну бонусами між партнерами.
	Дрони для екологічного моніторингу	Регулярні рейди дронів для оцінки стану ландшафтів, берегів Дністра, туристичних стежок із подальшим аналізом у GIS — для запобігання деградації екосистем.

Джерело: складено автором

Викладена програма дій і концепція розвитку демонструють комплексний підхід до впровадження смарт-спеціалізації туристичних регіонів Хмельницької області. Чітко сформульовані завдання, методики (кластерний підхід, SMART-KPI, мультиплікатор туризму, екологічний моніторинг) та технології (AR/VR, Big Data, ERP, блокчейн) утворюють інтегровану систему, здатну забезпечити сталий розвиток індустрії.

3.3. Оцінка ефективності застосування SMART-спеціалізації регіонів туристичної дестинації

Оцінка ефективності застосування SMART-спеціалізації у туристичних регіонах є важливим етапом для визначення її впливу на розвиток територій, залучення інвестицій та покращення туристичного досвіду.

SMART-спеціалізація туристичних регіонів сприяє підвищенню їхньої конкурентоспроможності, залученню інвестицій та розвитку місцевої економіки. Оцінка економічної ефективності цього підходу базується на кількох ключових показниках:

1. Зростання туристичних потоків – збільшення кількості відвідувачів після впровадження SMART-спеціалізації.
2. Розвиток місцевого бізнесу – створення нових туристичних підприємств та робочих місць [12, с. 131].
3. Інвестиційна привабливість – залучення фінансування для модернізації туристичної інфраструктури.
4. Збільшення доходів від туризму – підвищення рівня доходів регіону завдяки розвитку туристичних послуг.
5. Оптимізація ресурсів – ефективне використання природних, культурних та історичних об'єктів для створення туристичних продуктів [20, с. 45].

Загалом, SMART-спеціалізація туристичних регіонів сприяє економічному зростанню, розвитку місцевого бізнесу та залученню інвестицій. Вона дозволяє регіонам ефективно використовувати свої ресурси, створювати унікальні туристичні продукти та підвищувати рівень доходів.

Таблиця 3.12.

Прогнозні показники та очікувані результати (2024–2026 рр.)

Показник	Базовий рівень (2024)	Цільовий рівень (2026)	Очікуваний ефект
Надходження туристичного збору, млн грн	8,08	12–14	Зростання на 50–70 % завдяки міжсезонним та інноваційним ініціативам
Кількість відвідувань туристичних локацій	~350 000 осіб/рік	450 000–500 000 осіб/рік	Збільшення на 25–30 % завдяки цифровим сервісам, AR/VR і

			новим продуктам
Частка легалізованих «зелених садиб»	≈ 30 % (кінець 2024)	70–80 % (кінець 2026)	Підвищення якості сервісу, зростання доходів агротуристичних господарств
Завантаженість готелів поза високим сезоном, %	≈ 15 %	35–40 %	Оптимізація сезону через розвиток зимових та міжсезонних туристичних продуктів
Кількість сертифікованих гідів із володінням англійською (рівень B2)	0 (початок 2024)	100 осіб (кінець 2026)	Підвищення конкурентоспроможності екскурсійного продукту, залучення міжнародних груп
Частка інвестицій з «зелених» джерел (сонячні панелі, біоуалети, енергоефективні рішення)	≈ 5 % від загального інвестиційного портфеля	25 % від загального інвестиційного портфеля	Зменшення операційних витрат об'єктів, позиціонування регіону як екотуристичної «точки»
Середній рейтинг готелів у Booking.com та Airbnb	8,2/10 (2024)	8,5/10 (2026)	Підвищення якості обслуговування через навчальні програми, цифровий моніторинг і швидке реагування на відгуки

Джерело: складено автором

Загальні висновки:

Зростання надходжень туристичного збору (до 12–14 млн грн) і показника відвідуваності (до 500 000 осіб) пов'язане з одночасним розвитком інфраструктури (реставрація фортеці, кемпінги, дороги) та впровадженням смарт-технологій (портал, застосунок, AR/VR, BI-аналіз).

Підвищення частки «зелених» інвестицій до 25 % і збільшення частки легалізованих «зелених садиб» до 80 % спрямовані на мінімізацію екологічного навантаження й розширення соціально-орієнтованих доходів у сільських громадах.

Сертифікація 100 англomовних гідів та підготовка 100 «Digital Tourism Managers» створюють кадрову базу, необхідну для обслуговування міжнародного ринку, реалізації проєктів цифрової трансформації та підвищення якості сервісу на всіх рівнях.

Застосування моделі мультиплікатора туризму доводить, що інвестовані кошти йдуть на розвиток споріднених галузей (будівництво, торгівля, аграрний сектор), що формує стійке зростання ВРП області.

Використання ВІ-платформ і Big Data-аналітики дає змогу оперативно коригувати пропозицію (маршрути, кількість персоналу, інфраструктура), зменшити перевантаження локацій і уникнути «вузьких місць» у піковий сезон.

Геополітична невизначеність, брак якісного інтернету в сільській місцевості, відтік молоді ставлять завдання постійного моніторингу безпеки, підтримки мережі 4G/5G і реалізації програм утримання кадрів. Встановлені цільові показники враховують ці фактори: підвищення міжсезонного завантаження (до 40 %) і розвиток зимових продуктів мають знизити сезонність і створити базову зайнятість упродовж року.

Загалом, до кінця 2026 року реалізація стратегії смарт-спеціалізації туристичних регіонів Хмельницької області передбачає:

Формування інтегрованих кластерних мереж, які поєднують історико-культурні, екологічні, бальнеологічні та агротуристичні продукти.

Активне використання цифрових та інноваційних технологій (AR/VR, Big Data, ERP, блокчейн) для підвищення якості сервісу, управління потоками та залучення інвестицій.

Спрямовану підготовку кадрів і локальних підприємців — через навчальні програми, сертифікацію та грантову підтримку.

Збалансовану інвестиційну політику, що поєднує державні, міжнародні та приватні ресурси (РТФ, Interreg, EU4Business, пільгове кредитування) для розвитку інфраструктури й «зелених» проєктів.

Регулярний соціо-економічний та екологічний моніторинг (ВІ-системи, дрони, QR-анкети) для оперативного реагування на зміни попиту й екологічні загрози.

Перетворення зазначених прогнозних показників у реальні результати сприятиме сталому соціально-економічному розвитку Хмельницької області, зміцненню місцевих громад, підвищенню добробуту населення та зміцненню регіону як привабливої дестинації для туристів з України й закордону.

ВИСНОВКИ

Отож, у першому розділі дипломної роботи ми дослідили теоретичні основи туристичної дестинації як об'єкта SMART-спеціалізації. Ми дійшли висновку, що SMART-спеціалізація у сфері туризму спрямована на підвищення конкурентоспроможності регіонів шляхом використання їхніх унікальних ресурсів та можливостей. Вона дозволяє громадам визначити пріоритетні напрями розвитку, що базуються на їхніх сильних сторонах, таких як культурна спадщина, природні ландшафти чи гастрономічні традиції.

Туристична дестинація, у свою чергу, є територією, яка приваблює відвідувачів завдяки своїм особливостям та пропозиціям. SMART-спеціалізація допомагає дестинаціям розробляти унікальні туристичні продукти, сприяти міжрегіональній кооперації та формувати стійкі моделі розвитку.

Застосування концепції SMART-спеціалізації у туризмі сприяє ефективному управлінню ресурсами, зменшенню конкуренції між громадами та створенню спільних туристичних продуктів, що підвищує привабливість регіону для туристів.

SMART-спеціалізація відіграє ключову роль у стимулюванні економічного розвитку, оскільки сприяє ефективному використанню регіональних ресурсів та інноваційного потенціалу. Вона дозволяє регіонам зосередитися на своїх конкурентних перевагах, що сприяє підвищенню продуктивності та залученню інвестицій.

Застосування цієї концепції сприяє структурним змінам у економіці, стимулює розвиток нових галузей та сприяє інтеграції регіонів у глобальні економічні процеси. Крім того, SMART-спеціалізація допомагає формувати стійкі економічні моделі, що забезпечують довгострокове зростання та конкурентоспроможність.

Розвиток туристичних регіонів залежить від багатьох факторів, які можна умовно розділити на природні, соціально-економічні та інфраструктурні. Важливу роль також відіграють культурні та історичні фактори, які формують унікальність

туристичної дестинації та її конкурентоспроможність.

У другому розділі ми дослідили економічні аспекти SMART-спеціалізації туристичних регіонів. На основі комплексного аналізу ресурсного потенціалу, інфраструктури, соціально-економічних зв'язків і цифрової трансформації туристичної сфери Хмельницької області встановлено, що регіон має високу концентрацію точок економічного зростання в межах туристичних кластерів: Кам'янець-Подільського, Дністровського, Сатанівського, а також агротуристичних громад.

Обґрунтовано, що туризм у Хмельницькій області має мультиплікаторний ефект, оскільки генерує попит у суміжних секторах (транспорт, сільське господарство, харчова промисловість, культура, IT), що сприяє диверсифікації місцевої економіки.

Ідентифіковано низку структурних обмежень: сезонність туристичних потоків, низький рівень цифровізації малого бізнесу, кадровий голод у сфері гостинності. У зв'язку з цим запропоновано модель смарт-спеціалізації, яка базується на чотирьох стратегічних векторах: кластеризація, цифровізація, інституційна кооперація, еколого-інноваційна модернізація.

На прикладі Хмельницької області, з урахуванням міжнародного та національного досвіду (Вінницька, Львівська, Закарпатська області), доведено, що SMART-спеціалізація є ефективною моделлю трансформації туристичного простору в інноваційний, високопродуктивний та сталий сегмент економіки.

Результати дослідження засвідчують, що розвиток цифрової екосистеми (портал «VisitPodillia», мобільний додаток, аналітика Big Data), створення кластерної мережі та залучення інвестицій через регіональний туристичний фонд забезпечують стійке зростання ключових показників: надходжень туристичного збору, завантаженості готельної бази, кількості іноземних туристів, легалізованих «зелених садиб».

Також доведено, що смарт-орієнтована дестинація базується на активній взаємодії державного, громадського, приватного та наукового секторів, що дозволяє формувати поліцентричну, інклюзивну та інноваційну модель управління

туризмом.

SMART-спеціалізація в туризмі є стратегічним інструментом підвищення конкурентоспроможності регіонів, який забезпечує інноваційний розвиток, створення нових робочих місць, зростання доходів громади та ефективне використання територіальних переваг.

Туристична дестинація у Хмельницькій області має достатній ресурсний, інфраструктурний, історико-культурний та соціально-економічний потенціал для перетворення на смарт-орієнтований осередок стійкого розвитку в контексті регіональної політики.

Ключовими драйверами ефективної смарт-спеціалізації виступають: формування кластерної мережі дестинацій (Кам'янець, Бакота, Подільські Товтри);

цифрова трансформація (портали, додатки, аналітика);

розвиток людського капіталу (підготовка гідів, менеджерів);

залучення інвестицій (гранти, пільгові кредити, РТФ);

забезпечення екологічної стійкості (ліміти, моніторинг, «зелені» технології).

Доведено мультиплікаційний ефект смарт-туризму: кожна гривня туристичного збору стимулює приріст у суміжних секторах, підвищує ділову активність, зміцнює місцеву ідентичність та соціальну згуртованість.

Запропонована система програм і заходів (інфраструктурна, цифрова, екологічна, кадрова, інвестиційна) може бути адаптована для інших регіонів України, що сприятиме гармонізації регіональної політики та імплементації європейського підходу до місцевого розвитку через інновації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк К. Перспективи використання смарт-спеціалізації у формуванні програми розвитку туризму Вінницької області. *Modern engineering and innovative technologies*. 2022. Is. 20. P 2. p. 96-100.
2. Барвінок Н. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу і туристичної інфраструктури Гайворонської та Завалівської територіальних громад Кіровоградської області. *Економічні горизонти*. 2023. № 2 (24), с. 4-20.
3. Березіна О. Ю. Смарт-спеціалізація для покращення умов життя домогосподарств: європейський досвід. *Економіка і організація управління*. 2018. № 4 (32). с. 35-46.
4. Березняк Н. В. Європейська платформа смарт-спеціалізації – нові можливості для інновацій в Україні. *Наука, технології, інновації*. 2019. № 1. с. 3-7.
5. Білецька Н. В. Впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі. *Проблеми економіки*. 2024. №3. с. 84-91.
6. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., Лучка О. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України і умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2022. Вип. 62.
7. Буряк Євген, Редько Катерина, Машталер Ольга, & Сидорук Ірина. Інноваційний розвиток промисловості України на засадах смарт-економіки. *Академічні Візії*. 2022. 13 с.
8. Відейко М.Ю. Подорожі до трипільського світу. Львів: Видавництво «БОНА», 2023. 296 с.
9. Головне управління статистики у Хмельницькій області. Статистичний щорічник Хмельницької області за 2023 рік. – Хмельницький: ГУС, 2024. – 380 с.
10. Державне агентство розвитку туризму України. Аналітичні матеріали про туристичну діяльність в Україні [Електронний ресурс]. – Режим

доступу: <https://www.tourism.gov.ua>

11. Єврокомісія. SMART-спеціалізація для регіонів. URL: https://ec.europa.eu/regional_policy.
12. Кара, О., Міхо, О., & Растворова, М. (2024). Стан та перспективи розвитку смарт-туризму: світовий досвід та українські перспективи (на прикладі міста Києва як туристичної дестинації). Вчені записки Університету «КРОК», (1(73), с. 127-131.
13. Кудин С., Федик М. Державна політика у сфері смарт-спеціалізації регіонів. Економіка та суспільство. 2022. № 41. С. 89-99
14. Македон Г. М. SMART-спеціалізація як інструмент стратегічного розвитку Чернігівського регіону. Подільський вісник: сільське господарство, техніка, економіка. 2023. № 30. с. 123-130.
15. Машіка Ганна. SMART-туризм як інновація в період воєнного стану. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі [Електронний ресурс]: тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2023 р. / Державний біотехнологічний ун-т. Електрон. дані. Харків, 2023. с.296-299.
16. Машталер О., Баліцька, В. Смарт-спеціалізація – європейська стратегія інноваційної конкурентоспроможності: досвід України. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції „Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах “. 2021. с. 127-131.
17. Носирєв О. Смарт-спеціалізація регіонів як інноваційний вектор промислової політики. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 2 (27). с. 115-130.
18. Патицька Х. О. Стратегія смарт-спеціалізації в контексті забезпечення конкурентоспроможності регіону: теоретичний аспект. Ефективна економіка. 2019. № 11.
19. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: колективна монографія. Видання десяте / за наук. ред. проф.

Матвійчук Л.Ю., проф. Барського Ю.М., доц. Лепкого М.І. Луцьк: Вежа-Друк, 2024. 320 с.

20. Прасолова, К., & Данилишин, Б. (2022). Основні детермінанти концепції смарт-спеціалізації регіонів. Економіка та суспільство, (46).
21. Савина Г. Г., Джерелюк Ю. О., Фролова Н. Є., Билим О. С., Корчевська Л. О., Сергєєв Я. С. та ін. Соціально-економічний розвиток регіонального бізнес-середовища на засадах туристичного пріоритету SMART – спеціалізації території : кол. моногр. Херсон : ФОП Вишемирський В. С., 2021. 327 с.
22. Слинько М. Ю. Нормативне підґрунтя реалізації смарт-спеціалізації в регіонах України. Збірник наукових праць ЧДТУ. 2021. Випуск 61.
23. 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. 241 с.
24. Тимошенко, Т., Богославець, О., & Бойко, Н. (2025). Туристична SMART-спеціалізація як напрям підсилення конкурентних переваг громад дестинації «Шляхами Трипільської праматері». Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка, (22), 80-92.
25. Формування «розумної спеціалізації» в економіці України: колективна монографія / за ред. І. Ю. Єгорова. Київ: НАН України, ДУ «Ін-т. екон. та прогнозів. НАН України», 2020. 278 с.
26. Шевченко А. В. Стратегічні пріоритети впровадження смарт-спеціалізації у промисловості України. Бізнес Інформ. 2019. No 10. с. 130-135.
27. Яремко Л. А., Яремко С. А. Смарт-спеціалізація як практика стимулювання регіонального розвитку. Інтелект XXI. 2020. No 6.
28. Alexandra Polido, Sara Moreno Pires, Carlos Rodrigues, Filipe Teles, Sustainable development discourse in Smart Specialization Strategies, Journal of Cleaner Production, 2019. Volume 240. P. 55-62

29. Benner M. Tourism in the context of smart specialization: The example of Montenegro. *Current Issues on Tourism*. 2020. Vol. 23 (21). p. 2624-2630.
30. Biagi B., Brandano M. G., Ortega-Argiles R. Smart specialization and tourism: Understanding the priority choices in EU regions. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2021. Vol. 74. P. 226-241
31. Carla Mascarenhas, Carla S. Marques, João J. Ferreira, Anderson Rei Galvão, The Influence of Research and Innovation Strategies for Smart Specialization (RIS3) on University-Industry Collaboration, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2021. Volume 7, Issue 1. P. 76-89
32. Databank.com.ua. Кількість пам'яток та ресурсів Хмельницької області: історичні, археологічні, мистецькі, архітектурні.
33. Kalle A. Piirainen, Anne Nygaard Tanner, Lars Alkærsig, Regional foresight and dynamics of smart specialization: A typology of regional diversification patterns, *Technological Forecasting and Social Change*, 2017. Volume 115, Pages 289-300.
34. Lankauskienė, R.; Simonaitytė, V.; Gedminaitė-Raudonė, Ž.; Johnson, J. Addressing the European Green Deal with Smart Specialization Strategies in the Baltic Sea Region. *Sustainability*. 2022. No 14. 112 p.
35. ResearchGate. Pankiv N. Prospects of Using Smart Specialization in the Formation of the Tourism Development Program in Vinnytsia Region [Електронний ресурс] // *Modern engineering and innovative technologies*. – 2022. – № 20, ч. 2. – Режим доступу: <https://www.researchgate.net/publication/365604161>
36. Smart Specialisation Platform. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://s3platform.jrc.ec.europa.eu>
37. OECD. Tourism Trends and Policies 2022. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oecd.org>
38. UNWTO. Innovation and Technology in Tourism. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unwto.org>

39. VisitPodillia.com – проєктна платформа з цифрової промоції туризму Хмельницької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://visitpodillia.com>
40. Visit Ukraine (2024). Зростання туристичного збору по регіонах України: Хмельницька область.
41. Booking.com, Airbnb, TripAdvisor – Рейтинги та відгуки об'єктів туристичної інфраструктури Хмельниччини [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.booking.com> та ін.
42. Tableau Public, Power BI, Google Trends – Аналітичні інструменти в оцінці туристичного попиту та поведінки користувачів [Електронний ресурс].

Звіт подібності



Дата звіту 6/11/2025

Дата редагування ---



Звіт не був оцінений

Звіт подібності

метадані

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman KNEU

Заголовок

«Використання сучасних інформаційних технологій в підвищенні якості туристичного обслуговування»

Автор

Науковий керівник / Експерт

Алієва Айсель Ельчінівна канд. екон. наук, доцент Шевчук Оксана Василівна

підрозділ

кафедра регіоналістики і туризму

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

2.30%

2.30%

КП 1

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

1.04%

1.04%

КП 2

14324

Кількість слів

1.73%

1.73%

КЦ

119512

Кількість символів