

Маркетинговий аналіз Томашпільської громади

Маркетинговий аналіз виконується для Томашпільської громади, яка є членом Кластера “Шляхами Трипільської Праматері” та партнером в проєкті “Ремісничий ренесанс”.

“Ремісничий ренесанс” - спільний проєкт АРР ТОТГ та громад Вінниччини з розбудови південного Поділля через кластерну взаємодію, туризм і креативні індустрії.

Грантова програма “Кластери Відродження” реалізується в межах Швейцарсько-українського проєкту “Згуртованість та регіональний розвиток України”, UCORD, що втілюється за підтримки Швейцарії через Швейцарську агенцію розвитку та співробітництва компанією NIRAS Sweden AB.

Відповідальність за зміст маркетингового аналізу несуть виключно автори. Точка зору авторів не обов'язково відображає точку зору Швейцарської агенції розвитку та співробітництва або NIRAS Sweden AB.

Вступ	2
Розділ 1. SMART-спеціалізація громад в рамках туристичної дестинації «Шляхами Трипільської Праматері»	3
Розділ 2. Результати бенчмаркінгу	14
Розділ 3. Результати опитування потенційних туристів та експертів галузі	44
Розділ 4. Актуалізація «Туристичної мапи громади»	58
Розділ 5. Висновки щодо заповнення ніш в рамках побудови ланцюжків доданої вартості в туризмі громади	69
Розділ 6. Перелік бізнес-ідей, напрацьованих учасниками фокус-груп	71
Висновок	78

Вступ

Реалізований проєкт направлено на розбудову Південного Поділля через кластерну взаємодію, туризм і креативні індустрії. Робота над цим звітом для Томашпільської громади розпочалася з ґрунтовних кабінетних досліджень, що дали змогу сформуванати цілісне уявлення про територію, її сильні сторони, культурно-історичні ресурси, сучасний стан туристичної інфраструктури та економічні передумови розвитку. На основі цих матеріалів було підготовлено первинний опис громади, який став базою для подальших польових досліджень.

Наступним етапом стало спілкування з жителями, представниками місцевого бізнесу та активними учасниками розвитку громади. Проведення фокус-груп, інтерв'ю та інтерактивних опитувань дозволило зафіксувати реальні очікування, асоціації, ідеї та бачення розвитку туризму в Томашпільській громаді. Важливою частиною дослідження стало визначення ролі громади у ширшій туристичній дестинації «Шляхами Трипільської Праматері» та оцінка її потенціалу в межах SMART-спеціалізації.

У ході роботи також було здійснено аналіз практик та рішень, які можуть бути корисними для громади, опитано потенційних туристів і галузевих експертів, оновлено інформацію про туристичні ресурси та елементи інфраструктури. Ці дані дозволили виявити нішеві можливості, сформуванати бачення ланцюжків доданої вартості у сфері туризму та зібрати пропозиції щодо бізнес-ідей, які можуть бути реалізовані на території громади.

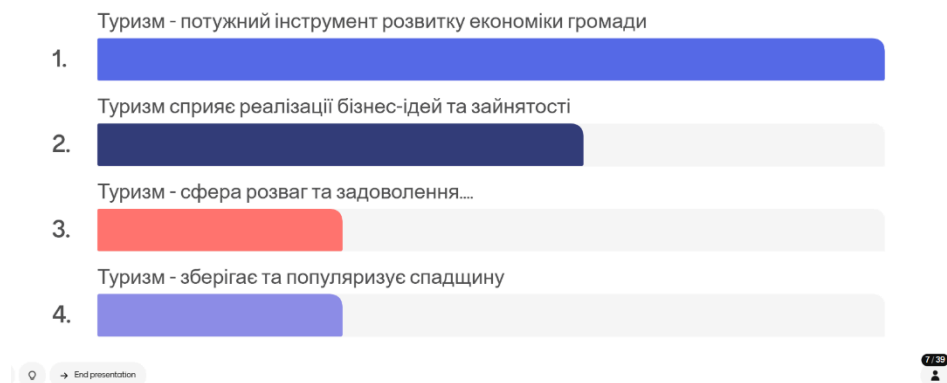
Такий підхід дав змогу поєднати аналітику, місцевий контекст та практичні рекомендації, що створює основу для розвитку туризму Томашпільської громади у відповідності до її ресурсів, ідентичності та стратегічних можливостей.

Таким чином, результати демонструють важливу тенденцію: громада має високий рівень емоційно-культурних очікувань від туризму, але ще не усвідомлює його економічного потенціалу. Це формує одне з ключових завдань подальшої роботи – показати мешканцям, що туризм може бути не лише дозвіллям, а й інструментом сталого розвитку громади.

Join at menti.com | use code 4352 5739

Mentimeter

Розташуйте наведені твердження, враховуючи вплив туризму на розвиток громади



Результати ранжування тверджень свідчать, що учасники фокус-груп визнають економічний потенціал туризму, але сприймають його радше на загальному рівні, ніж у практичному вимірі. Найвищу позицію отримало твердження «Туризм – потужний інструмент розвитку економіки громади», що демонструє усвідомлення того, що туризм може бути драйвером зростання. Одразу за ним – твердження про сприяння реалізації бізнес-ідей та зайнятості. Тобто респонденти теоретично розуміють, що туризм може створювати робочі місця та стимулювати підприємництво.

Водночас твердження «Туризм – сфера розваг та задоволення» посіло нижчу позицію, що підтверджує зміщення уявлень від суто рекреаційної функції до більш прагматичного бачення можливостей туризму. Найнижче ранжовано твердження про збереження та популяризацію спадщини, хоча ця функція є природною та базовою для розвитку територіальних туристичних продуктів. Така позиція може свідчити про те, що учасники менше пов'язують туризм із культурною ідентичністю громади або не вважають цей аспект ключовим у короткостроковій перспективі. Загальна картина показує цікаву динаміку:

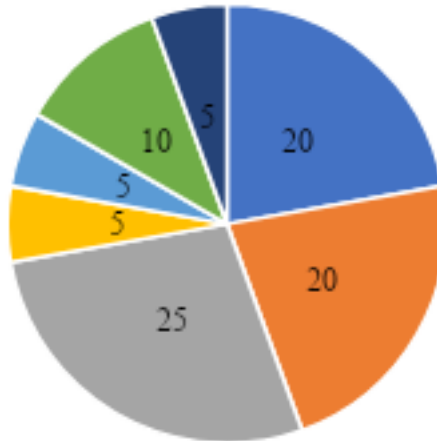
- з одного боку, мешканці не називають економічні категорії спонтанно (як видно в хмарі слів),
- але коли обирають із запропонованих тверджень — ставлять економічні ефекти на перше місце.

Це означає, що економічний потенціал туризму для них більше раціональне розуміння, ніж внутрішня асоціація. Отже, громада розуміє теоретичну цінність туризму, але ще не має глибокого практичного досвіду чи прикладів, які закріпили б це уявлення на емоційному рівні.

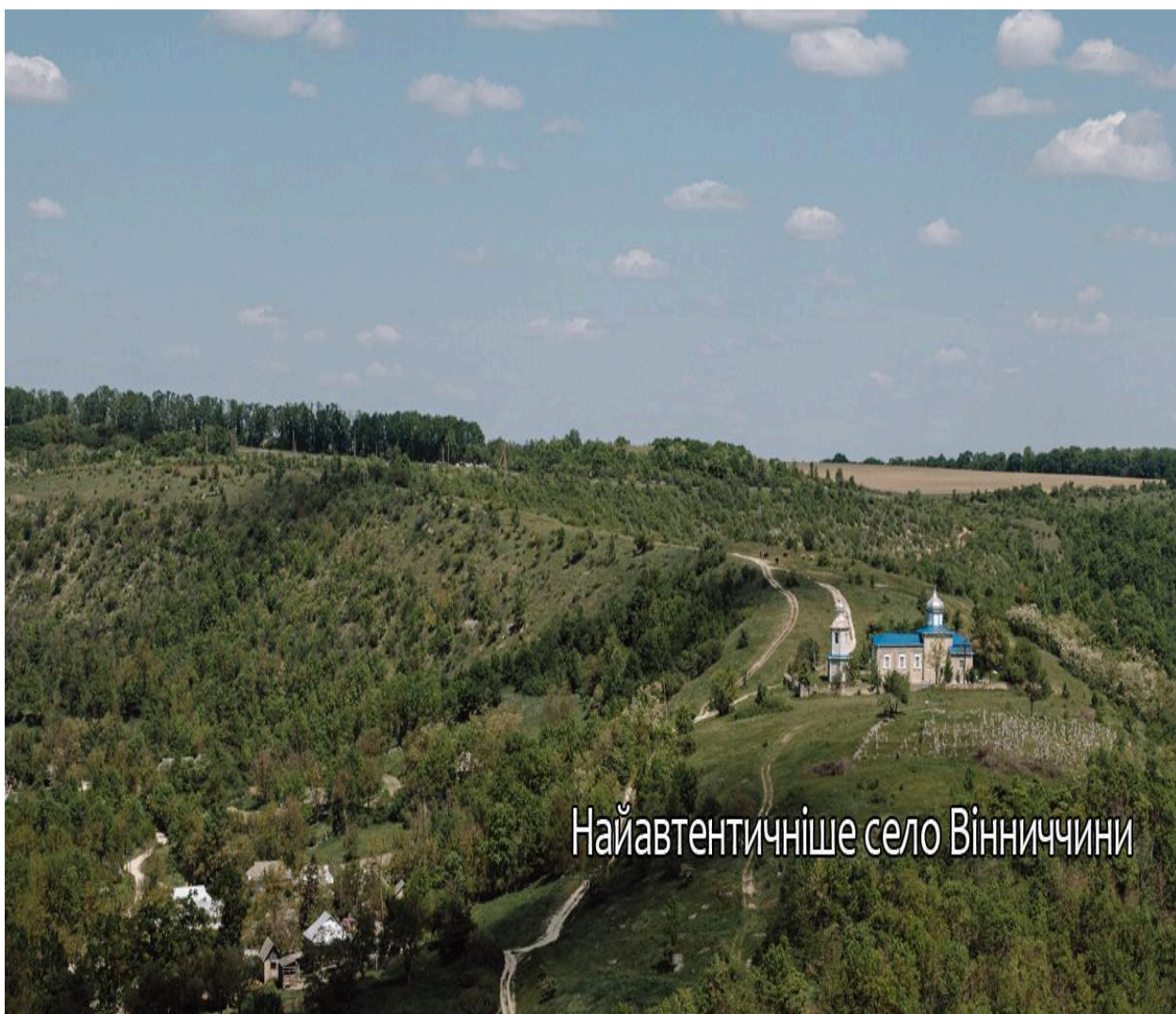
SMART- Спеціалізація означає зосередження уваги на **конкретних перевагах регіону та реалістичних потенціалах зростання**, які можуть бути підтримані підприємницькою активністю та комерціалізовано у вигляді продажу готових туристичних продуктів.

<p>SMART-спеціалізація <i>допоможе</i> припинити існуючу <i>деструктивну конкуренцію між різними територіями</i> <i>дестинації</i>, адже така спеціалізація підкреслює особливості кожної громади-учасниці проєкту і створює основу для міжрегіональної кооперації та виникнення спільних туристичних продуктів</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ аналіз <i>статистичних даних</i> ▪ оцінки <i>наявних туристичних ресурсів</i> та їх потенціалу (ресурсної карти), ▪ <i>інформація про споживання</i> дослідження даних про <i>наявне виробництво продуктів та товарів</i> в регіонах дестинації, отриманих від місцевих підприємців.
--	--

Туристична спеціалізація Томашпільської громади, %



- Рекреаційний туризм (екологічний)
- Рекреаційний туризм (сільський)
- Культурно-пізнавальний
- Науковий
- Фізичний



Найавтентичніше село Вінниччини

Рекреаційний туризм (екотуризм)

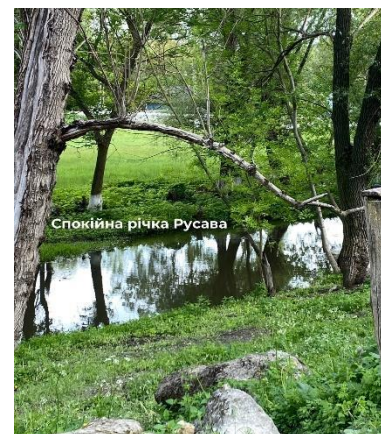
Екотуризм: Край щедро обдарований дивовижними природними скарбами та сприятливими природними умовами. Горбистий рельєф, порізаний долинами та ярами, створює унікальні ландшафти, що роблять громаду ідеальним місцем для екологічного туризму та рекреації. Річки Русава та Яланка і інші чисельні водойми формують придатні умови для пляжного відпочинку та риболовлі. Майже 8 тис. гектарів листяних лісів створюють сприятливі умови для ретрит-туризму, піших та веломаршрутів, збору ягід та грибів. Ботанічні заказники та пам'ятки природи є місцями, де можна зустріти поляни з червонокнижними та рідкісними рослинами, діброви природного походження («Гарячківська дача», Антопільський парк) Природними перлинами краю є:

Олександрівський парк — унікальна природна пам'ятка садово-паркового мистецтва. На території парку є облаштовані водойми, прокладені пішохідні стежки, встановлені альтанки та лавочки, що робить його зручним для відпочинку.

Заказник «Стінка» - ландшафтний заказник розташований поблизу села Стіна, що знаходиться вздовж мальовничого каньйону річки Русава. Територія заказника, разом з глибокими балками та скельними утвореннями, створює унікальний краєвид. Хоча офіційних туристичних маршрутів немає, «Стінка» є ідеальним місцем для трекінгу та піших прогулянок

Заказник «Лужки»- місцевість, де можна вивчати особливості місцевої флори та геологічні утворення.

Марківські та Яланецькі джерела - гідрологічні об'єкти є джерелами річок і можуть мати особливе значення для освітнього та рекреаційного.



Сільський (зелений) туризм

До послуг туристів дестинація пропонує мережу агросадиб, Тут можна скуштувати крафтові сири, мед, вино, олію, домашні смаколики, що виготовляють місцеві фермери. Фермерські господарства проводять екскурсії.



Культурно-пізнавальний туризм

Туристичний потенціал громади для екскурсійного туризму базується на її багатій історії, що залишила слід в архітектурі, сакральних місцях та археологічних пам'ятках.

Основні ресурси:

Історична забудова дестинації: Залишки палацу князів Четвертинських не зберігся, його залишки, як і садиба Балашових, є важливими архітектурними об'єктами, що нагадують про багатогранну історію краю.

Сакральні споруди: Громада багата на духовні пам'ятки. Тут розташовані Церква Святого Успенія (1803 р.) та Церква Святого Миколая з давньою іконою та дзвіницею. Особливий інтерес становить Польський костел.

Археологічна спадщина: Залишки Турецького мосту та єврейських будинків на території колишнього цукрового заводу

Парки: Олександрівський парк — пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення з двома ставками та фруктовим садом. Також у громаді є Комаргородський парк, що є частиною колишньої панської садиби, він зберіг понад 100 видів дерев і чагарників, зокрема екзотичні породи.





Етнотуризм

У громаді активно розвиваються місцеві ремесла, які відомі за межами України: кераміка, ткацтво, вишивка, лозо- та розгоноплетіння, а в селі Стіна — виробництво екосумок. Тут працюють визнані майстри, які проводять майстер-класи, де кожен охочий може навчитися давньому ремеслу і власноруч створити сувенір. Туристів запрошують відомі етно- та гастро фестивалі «СТІНА ЗАПРОШУЄ», Фестиваль «Одвічна Русава», Фестиваль мотанок.





Гастротуризм

Дестинація пропонує автентичні страви: легендарні каші «Зозуля» та «Стінянська», а також традиційну кров'янку. Окрім цього, край славиться своїми природними дарами: трипільський мед, ароматні ягідні та трав'яні чаї та місцеві виноградники, які дають можливість для дегустацій. Майстри-коровайниці пригостять запашними місцевими виробами



Активний туризм

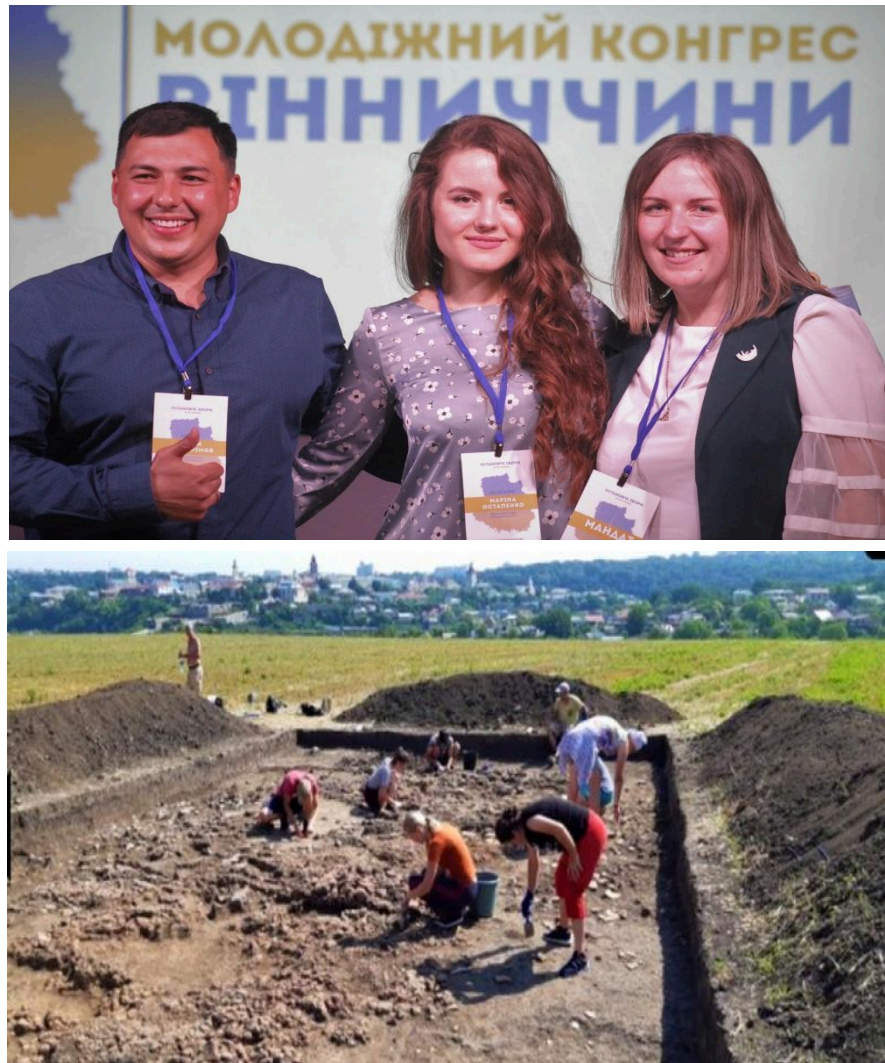
На водних об'єктах дестинації організують водні розваги, риболовлю. Прокладено велосипедні маршрути.



Діловий туризм. Дестинація має потенціал для проведення бізнес-форумів та конференцій, корпоративних заходів, навчальних та тренінгових програм, презентацій та виставок. Ще одним напрямком є розвиток наукового туризму, зокрема, проведення археологічних практик, дослідження флори і фауни; етнологія та культурологія. Громадою проводиться Міжнародний художньо-графічний пленер "Подільська вольниця", який збирає художників для спільної творчості, що є цікавим для туристів-митців.

Науковий туризм – вважається самим вузькоспеціалізованим і специфічним : участь в різного роду наукових заходах та експедиціях.

Освітній та паломницький туризм – перспективні напрями для подальшого розвитку туристичної діяльності у громаді



РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ БЕНЧМАРКІНГУ

СІЛЬСЬКИЙ (ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ)

Agriturismo Poggio di Montedoro

Бізнес-ідея: Створення комплексу **сільського зеленого туризму**, заснованого на відреставрованих традиційних сільських будівлях, що пропонує



екологічний відпочинок, поєднання природи, локальної культури та автентичного господарського досвіду.

Ціннісна пропозиція: «Живи в ритмі Лаціо» — автентичний, екологічний відпочинок у гармонії з природою, культурою та сільською спадщиною регіону.

Продукт:

● Проживання у традиційних казали з автентичними елементами (дерев'яні балки, теракота).

- Глемпінг як екологічна альтернатива класичному проживанню.
- Майстер-класи з ремесел, локальних традицій та сільських практик.
- Дегустації місцевих продуктів (вино, гастрономія).
- Активний зелений відпочинок: прогулянки, природні маршрути, тематичні тури.

Ключові фактори успіху:

- Чистий фокус на **екологічності та збереженні ландшафту**.
- Поєднання автентичності сільського життя з комфортом.
- Різноманітність досвіду (природа, ремесла, гастрономія, історія).
- Унікальне розташування на пагорбі з панорамними видами та доступом до культурних центрів Лаціо.

Детальніше за посиланням: <https://www.formulavino.com/farmhouse/1225>

MOTANKA | Хата в Жабокричах



Бізнес-ідея: Створення простору культурного та етнографічного туризму у форматі сільського зеленого туризму, який поєднує традиційне українське рукоділля, локальну спадщину, гастрономію та живий контакт із громадою.

Ціннісна пропозиція:

«Доторкнись до живої української культури» — участь у справжніх

традиціях, ремеслах та побуті, що дарує емоційний і змістовний досвід, недоступний у звичайних туристичних маршрутах.

Продукт:

- Майстер-класи зі створення мотанки та інших традиційних ремесел.
- Проживання або перебування в автентичній українській хаті.
- Дегустація традиційних страв та локальних продуктів.
- Освітні програми про українські обряди, історію та сільський побут.
- Культурні події, зустрічі та простір для взаємодії між містянами й місцевими мешканцями.

Ключові фактори успіху:

- Унікальна автентичність і фокус на живій культурній спадщині.
- Етнографічний досвід, який неможливо відтворити у міському середовищі.
- Екологічний, освітній та соціальний вимір проєкту.
- Підтримка локальних майстрів та розвиток сільської громади.
- Зростаючий попит на культурний, досвідний і змістовний туризм в Україні.

Детальніше за посиланням: https://www.instagram.com/motanka_/

Сторічна хата



Бізнес-ідея: Створення соціального проекту у сфері сільського зеленого туризму, що відновлює старовинну карпатську дерев'яну хату та перетворює її на простір для автентичного відпочинку, культурного обміну та підтримки місцевої громади.

Ціннісна пропозиція: «Живи історією Карпат» — проживання в автентичній столітній оселі, де традиційний побут, тиша гір і щирість місцевої спільноти створюють унікальний досвід натхнення та відновлення.

Продукт:

- Проживання у відреставрованій столітній карпатській хаті з елементами традиційного інтер'єру.
- Залучення гостей до локальних історій та культурних практик.
- Можливі майстер-класи, екскурсії та комунікація з місцевими жителями.
- Етнографічний та природний відпочинок у гірській місцевості.

Ключові фактори успіху:

- Яскрава автентичність та відновлення історичної архітектури.
- Соціальна складова: створення робочих місць і підтримка місцевої громади.
- Зростаючий попит на екологічний, автентичний та змістовний туризм у Карпатах.
- Унікальний досвід проживання, недоступний у стандартних туристичних локаціях.
- Особиста історія засновниці, що додає проекту емоційності й довіри.

Детальніше за посиланням: https://www.instagram.com/storichna_hata/

Ко-хати



Бізнес-ідея: Створення мережі соціальних просторів у форматі сільського зеленого та волонтерського туризму шляхом відновлення закинутих будівель, які стають осередками для проживання ВПО, гостей і туристів у форматі співжиття та спільної

діяльності.

Ціннісна пропозиція: «Побачити Україну через людей» — унікальний досвід проживання в спільноті, де кожен долучається до створення простору, взаємопідтримки та розвитку території.

Продукт:

- Проживання у відновлених «Ко-Хатах» у форматі співжиття та спільного побуту.
- Участь у майстер-класах, волонтерських днях та локальних екологічних ініціативах.
- Спільне приготування їжі, організація подій і взаємодія з місцевими громадами.
- Туристичні програми, що знайомлять із історіями людей, місцевими традиціями та розвитком територій.

Ключові фактори успіху:

- Сильна соціальна місія: підтримка ВПО та відновлення занедбаних будівель.
- Формат участі та співтворення, що дає туристам унікальний досвід нетипового туризму.
- Сталий розвиток: частина доходів спрямовується на ремонт нових просторів.
- Висока емоційна цінність — автентичне занурення у життя громади.
- Зростаючий попит на волонтерський, соціальний та відповідальний туризм.

Детальніше за посиланням: <https://www.instagram.com/co.haty/>

КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ ТУРИЗМ

Landsgemeinde (Аппенцель, Швейцарія)



Бізнес-ідея: Розвиток культурно-пізнавального туризму навколо однієї з найстаріших традицій прямої демократії в Європі — щорічного громадського зібрання Landsgemeinde, що стає магнітом для туристів та дослідників демократичних практик.

Ціннісна пропозиція: «Доторкнись до живої демократії» — унікальний досвід участі чи спостереження за давнім громадським віче під відкритим небом, де історія, культура та сучасні цінності демократичності поєднані в одній події.

Продукт:

- Відвідування річного зібрання Landsgemeinde на головній площі Аппенцеля.
- Культурна програма: історичні екскурсії, музейні виставки, тематичні прогулянки.
- Спостереження за відкритим голосуванням і церемоніями, що зберігають традиції з XIV століття.
- Атмосферні події та святкування в місті під час Landsgemeinde.

Ключові фактори успіху:

- Унікальність традиції, що існує понад 600 років і не має аналогів у сучасній Європі.
- Поєднання історичної автентичності та актуальності теми прямої демократії.
- Потужний туристичний інтерес до культурних подій та живих традицій.
- Сильна ідентичність території: Appenzell позиціонується як регіон зі збереженою культурою та відкритою громадськістю.

Детальніше за посиланням:
<https://www.myswitzerland.com/ru/experiences/events/landsgemeinde-1/>

Музей українського побуту «Поліська Хата»



Бізнес-ідея: Створення простору культурно-пізнавального та сільського зеленого туризму на базі автентичної поліської хати 1905 року з доповненням ремісничих локацій, музейних експонатів та інтерактивних активностей.

Ціннісна пропозиція: «Відчуй дух стародавнього

Полісся» — занурення в автентичний побут, ремесла та атмосферу українського села початку XX століття через живі експозиції, майстер-класи та традиційні події.

Продукт:

- Музей у автентичній хаті 1905 року зі збереженим інтер'єром (стіни, піч, сіни).
- Відтворені ремісничі простори: вітряний млин, кузня, гончарний круг.
- Інтерактивні майстер-класи з ремесел та фотосесії у традиційному середовищі.
- Виставкові елементи, що розповідають локальну історію, зокрема цеглини з брендуванням європейських міст XIX століття.

Ключові фактори успіху:

- Потужна автентичність та збережений історичний простір.
- Різноманітність культурних і ремісничих активностей, орієнтованих на туристів різного віку.
- Унікальна колекція, створена з любові до регіональної спадщини.
- Інтерактивність і залучення відвідувачів до досвіду (майстер-класи, фотозони).
- Регулярні події, що забезпечують постійний туристичний потік та впізнаваність локації.

Детальніше за посиланням:
<https://otg.mrada-baranivka.gov.ua/index.php/turyzm/2839-poliska-khata-muzei-ukrainskoho-pobutu>

ЕТНОТУРИЗМ

Іданья-а-Нова (Португалія)



Бізнес-ідея: Розвиток комплексного сільського зеленого туризму, що поєднує агротуризм, екотуризм та культурно-пізнавальні події, використовуючи історичну спадщину й природні ресурси муніципалітету.

Ціннісна пропозиція: «Традиції, що живуть у гармонії з природою» — унікальний досвід знайомства з

римськими та середньовічними пам'ятками, старовинними кам'яними селами та сучасними екологічними практиками, які визначають Іданья-а-Нова як еко-територію.

Продукт:

- Агротуристичні маршрути й фермерські садиби, що пропонують локальні продукти.
- Екотуризм: прогулянки природними ландшафтами, знайомство з органічним землеробством, об'єктами відновлюваної енергетики.
- Культурні події та фестивалі музики, ремесел і гастрономії.
- Історичні екскурсії римськими, середньовічними та культурними пам'ятками.
- Тематичні тури старовинними кам'яними селами регіону.

Ключові фактори успіху:

- Сильний бренд «Еко-Муніципалітету», що підкреслює сталий розвиток.
- Поєднання багатой історичної спадщини з інноваційними екологічними практиками.
- Розвинена культурна програма, що приваблює туристів різних інтересів.
- Підтримка місцевих фермерів і стимулювання зайнятості молоді.
- Унікальні ландшафти та збережені традиційні кам'яні села, які формують впізнаваність території.

Детальніше за посиланням:
<https://ua.okno.agency/blog/tpost/oajn7lo9y1-plyusi-mnusi-zhitty-a-v-portugalskom-u-sel>

Мистецький хутір Обирок



Бізнес-ідея: Створення творчого простору у форматі культурного та сільського зеленого туризму, що поєднує мистецькі події, природне середовище та автентичність українського села, формуючи центр культурного обміну та спільнотної взаємодії.

Ціннісна пропозиція: «Простір творчості серед природи» — унікальна атмосфера мистецької

свободи, натхнення та спілкування, де кожен може відчутти силу української культури й відновити внутрішній баланс.

Продукт:

- Фестивалі, арт-пенери, кінопокази, літературні події.
- Майстер-класи з творчих технік, ремесел і мистецьких практик.
- Природні та культурні маршрути, що знайомлять із місцевим середовищем.

- Простір для резиденцій, творчого відпочинку та спільних проєктів.

- Локальні сервіси: проживання, харчування, транспорт для відвідувачів.

Ключові фактори успіху:

- Сильна творча ідентичність та атмосфера, що приваблює митців і туристів.

- Різноманітність культурних активностей, які формують постійний потік подій.

- Підтримка місцевої економіки через зростання попиту на послуги.

- Спільнотність і взаємодія між гостями та місцевими жителями.

- Репутація Обирка як простору для натхнення, саморозвитку й духовного відновлення.

Детальніше за посиланням:
https://www.instagram.com/obyrok_art_village/

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ

Rancho Margot. Гармонія джунглів і людини (Коста-Рика)



Бізнес-ідея: Створення цілісного сталого фермерського господарства, що поєднує органічне землеробство, екотуризм і освітні програми, демонструючи гармонійне співіснування людини та джунглів.

Ціннісна пропозиція: «Живи у ритмі природи» — унікальний досвід участі у сталому

господарстві, де кожен елемент життя та роботи інтегрований у екосистему джунглів, а гості можуть навчитися принципам екологічної свідомості та органічного виробництва.

Продукт:

- Екотуристичні програми: відвідування ферми, джунглів і природних ландшафтів.
- Демонстраційні майстер-класи: органічне землеробство, виробництво сиру, мила, компосту.
- Освітні програми про відновлювані джерела енергії та стале господарство.
- Проживання на ранчо у гармонії з природою.
- Залучення до сільськогосподарських процесів та екологічних ініціатив.

Ключові фактори успіху:

- Цілісна модель сталого господарства, що поєднує продуктивність і екологічну відповідальність.
- Висока освітня та просвітницька цінність для туристів і місцевих спільнот.
- Використання відновлюваних джерел енергії та органічних практик.
- Поєднання туризму, освіти та агровиробництва як інтегрованого досвіду.
- Репутація прикладу гармонійного співіснування людини з природою, що приваблює відвідувачів з усього світу.

Детальніше за посиланням: <https://www.ranchoMargot.com/>

Екосадиба “Сонячна”. Світло Карпат



Бізнес-ідея: Розвиток сільського зеленого туризму з акцентом на екологічність, локальні традиції та автентичний карпатський досвід, що поєднує проживання, кулінарні практики та взаємодію з природою.

Ціннісна пропозиція: «Жити просто і світло» — унікальний досвід занурення у карпатську культуру, гастрономію та сталий спосіб життя, де гості відчують гармонію з природою і традиціями регіону.

Продукт:

- Проживання в садибі з комфортом у природному середовищі.
- Кулінарні майстер-класи: приготування баношу, грибної юшки, карпатських наливков.
- Використання локальних продуктів, приготування хліба в глиняній печі, трав'яні чаї зі схилів Карпат.
- Програми екотуризму та свідомого споживання: сортування відходів, сонячна енергія, навчання принципам сталого життя.
- Знайомство з карпатськими традиціями та філософією місцевого способу життя.

Ключові фактори успіху:

- Сильна автентичність і зв'язок із карпатською культурою та традиціями.
- Екологічний підхід та свідоме використання ресурсів.
- Інтерактивність і практичний досвід для гостей через кулінарні майстер-класи та участь у господарстві.
- Локальна гастрономія та натуральні продукти як елемент ціннісної пропозиції.
- Відчуття гармонії між людиною, традиціями та природою, що формує емоційну цінність досвіду.

Детальніше за посиланням:
<https://www.facebook.com/sunnychalet/mentions/>

ЕКОЛОГІЧНИЙ (ОСВІТНІЙ) ТУРИЗМ

Curriculum-based Outdoor Learning Programmes in Country Parks – “Countryside Learning” (Гонконг)



Бізнес-ідея: Розвиток освітньо-екологічного туризму для дітей молодшого шкільного віку через інтеграцію навчальної програми з активностями на природі, що поєднує екологічну освіту, практичне вивчення екосистем та відповідальне ставлення до довкілля.

Ціннісна пропозиція: «Навчання поза класом» — унікальний досвід

занурення у природні середовища, де учні вчать спостерігати, розуміти й захищати природу, одночасно розвиваючи практичні та соціальні навички.

Продукт:

- Прогулянки та навчальні програми у понад 20 природних зонах (ліси, струмки, узбережжя, болота).
- Освітні заходи з вивчення екосистем, біорізноманіття та ландшафтних особливостей.
- Діяльність з охорони природи та дотримання правил відповідальної взаємодії з середовищем (не ловити тварин, не збирати рослини без дозволу).
- Інтерактивні заняття та практичні експерименти на природі, що доповнюють шкільну програму.
- Можливість участі в подібних програмах у європейських та міжнародних контекстах.

Ключові фактори успіху:

- Поєднання формальної освіти з практичним досвідом у природі.
- Чіткі правила відповідальної поведінки та екологічної етики для учнів.
- Використання різноманітних природних ландшафтів як навчального середовища.
- Підвищення екологічної свідомості та навичок спостереження за природою з раннього віку.
- Потенціал масштабування та адаптації для інших регіонів і освітніх систем, включно з Україною.

Детальніше за посиланням: <https://www.geopark.gov.hk>

Ändsjöns naturreservat (Швеція)



Бізнес-ідея: Створення екологічно-освітнього та рекреаційного продукту для сімей і шкільних груп на базі природного заповідника Ändsjöns naturreservat. Програма поєднує активний відпочинок, дослідження місцевої природи та спостереження за птахами,

сприяючи розвитку екологічної свідомості та популяризації сталого туризму.

Ціннісна пропозиція: «Природа як клас» — можливість для відвідувачів різного віку навчатися через занурення у природні ландшафти Швеції: спостерігати за птахами, вивчати болотні та лісові екосистеми, розширювати знання про флору та фауну, поєднуючи відпочинок із пізнанням.

Продукт:

- Марковані пішохідні маршрути вздовж озера та через лісові масиви.
- Оглядові вежі для спостереження за водоплавними птахами та іншою фауною, особливо у сезон міграцій.
- Екскурсійні програми для школярів з елементами польових досліджень (спостереження, визначення видів, вивчення біотопів).
- Сімейні прогулянки з інтерактивними завданнями на природі.
- Освітні матеріали про екосистеми Ямтланду та правила відповідальної поведінки в заповідниках.

Ключові фактори успіху:

- Добре облаштована та безпечна інфраструктура для самостійних відвідувачів і організованих груп.
- Унікальні можливості для спостереження за птахами — популярна та затребувана туристична активність.
- Поєднання рекреації та екологічної освіти в одному візиті.
- Використання природних переваг регіону для розвитку сталого екотуризму.
- Потенціал масштабування освітніх програм та інтеграції їх до міжнародних природничо-освітніх ініціатив.

Детальніше за посиланням: <https://visitostersund.se>

АКТИВНИЙ ТУРИЗМ

Велосипедний туризм у Baix Empordà (Каталонія)



Бізнес-ідея: Розвиток сталого велотуризму, який поєднує природні та культурні ресурси регіону Baix Empordà. Створення туристичних продуктів для сімей, молоді та велолюбителів, що стимулюють фізичну активність і знайомлять гостей із традиціями, ландшафтами та гастрономією

Каталонії.

Ціннісна пропозиція: «Каталонія на колесах» — унікальний досвід мандрів мальовничими сільськими дорогами, виноградниками, оливковими гаями та історичними поселеннями. Туристи отримують можливість повноцінно зануритися в атмосферу регіону, поєднуючи активний відпочинок із культурним та гастрономічним пізнанням.

Продукт:

- Веломаршрути різної складності, що проходять через природні ландшафти та старовинні села (Pals, Peratallada та ін.).
- Тематичні екскурсії: історичні тури, гастрономічні зупинки у виноробнях та фермах, знайомство з ремеслами.
- Послуги локальних гідів, оренда велосипедів, організація індивідуальних та групових турів.
- Пакетні пропозиції для туристів: проживання, харчування, майстер-класи з місцевої кухні, дегустації оливкової олії та вина.
- Інфраструктура для велотуристів: марковані стежки, карти маршрутів, зручні зони відпочинку.

Ключові фактори успіху:

- Поєднання природних та культурно-історичних переваг регіону в одному туристичному продукті.
- Високий економічний ефект для місцевих громад: зростання прибутків для готелів, кафе, магазинів і виробників локальних продуктів.
- Створення нових робочих місць — велогіди, організатори маршрутів, персонал у сфері гостинності.
- Приваблення молоді та інвесторів завдяки розвитку активного та сталого туризму.
- Зміцнення культурної ідентичності сіл через популяризацію їхньої історії, традицій та ремесел.

<https://www.alltrails.com/trail/spain/girona/baix-emporda-variante-la-bisbal-d-emporda>

Велосипедний туризм у селі Пилява (Вишгородський район, Україна)



Бізнес-ідея: Розвиток активного велотуризму та «зелених» рекреаційних послуг у невеликому селі Пилява, що має готову інфраструктуру для прийому мандрівників. Створення туристичного продукту, який стимулює економічне пожвавлення громади та формує нові можливості для місцевого бізнесу.

Ціннісна пропозиція: «Село, що відкривається на велосипеді» — Пилява пропонує відвідувачам комфортний і безпечний простір для відпочинку, де активна подорож поєднується з природною красою, спокоєм та автентичністю українського села.

Продукт:

- Веломаршрути та комфортна туристична інфраструктура: місця під намети, душі, рукомийники, туалети, лавки та столи.
- Можливість організації групових або індивідуальних велопоходів з різним рівнем складності.
- Потенціал створення нових сервісів: кафе для туристів, локальні ремісничі майстерні, домашні садиби для проживання.
- Місце для зупинки веломандрівників як частина більшої мережі маршрутів Київщини.
- Простір для заходів на природі: одноденні тури, сімейні подорожі, освітні виїзди.

Ключові фактори успіху:

- Наявність базової туристичної інфраструктури, що робить Пиляву привабливим пунктом для велотуристів.
- Економічний ефект для громади: зростання попиту на локальні послуги, активізація малого бізнесу та ремесел.
- Підвищення туристичної привабливості регіону та формування позитивного іміджу «зеленого туризму» на Київщині.
- Підтримка сталого розвитку села завдяки припливу туристів та новим можливостям для молоді.
- Приклад того, як невелика громада може використати активний туризм як інструмент розвитку і само зміцнення.

<https://www.facebook.com/Greenvelosummer>

ГАСТРОТУРИЗМ

Гастрономічний туризм на фестивалях трюфелів в Італії



Бізнес-ідея: Розвиток гастрономічного туризму через організацію фестивалів та тематичних подій, присвячених місцевим делікатесам — зокрема, білим трюфелям П'ємонту. Створення комплексного туристичного продукту, який поєднує дегустації, культурні заходи та автентичні традиції «полювання на

трюфелі».

Ціннісна пропозиція: «Смак традиції» — можливість глибоко зануритися в італійську кулінарну культуру через участь у фестивалях, дегустаціях, винних подіях та мисливських турах. Турист отримує унікальний досвід, який поєднує смак, традицію, історію та атмосферу північної Італії.

Продукт:

- Міжнародна ярмарка білого трюфеля в Альбі — найбільший світовий фестиваль, що триває з жовтня по листопад.
- Дегустації трюфелів, сирів, ковбас, локальних вин та делікатесів П'ємонту.
- Культурні заходи: костюмовані паради, вуличні концерти, майстер-класи та гастрономічні шоу.
- Всесвітній аукціон трюфелів — унікальна подія, що приваблює гурманів і колекціонерів із різних країн.
- Традиційне «полювання на трюфелі» разом із місцевими трюфельними мисливцями та їхніми собаками.
- Туристичні пакети: екскурсії виноробнями, знайомство з локальними виробниками продуктів, кулінарні майстер-класи.

Ключові фактори успіху:

- Поєднання гастрономії, культури та автентичних місцевих традицій у одному туристичному продукті.
- Високий рівень міжнародного інтересу до трюфелів та італійської кухні загалом.
- Значний економічний ефект для регіону: розвиток готелів, ресторанів, фермерських господарств та ремесел.
- Збереження культурної спадщини — підтримка традицій трюфельного полювання та локальної кухні.
- Формування іміджу Італії як світового центру гастрономічного туризму та сталих кулінарних практик.

Детальніше за посиланням: <https://comfort.travel/jarmarok-bilikh-trjufeliv/>

Гастрономічний туризм у проєкті «COWBOYку. Український Дикий Захід» (Бойківщина)



Бізнес-ідея: Створення унікального гастрономічного продукту, що поєднує бойківську автентичність з концепцією «українського дикого заходу». Проєкт формує новий сучасний образ бойків — як вільних, працьовитих людей, глибоко пов’язаних із землею та природою, — і

перетворює локальну кухню на головний інструмент розвитку регіону.

Ціннісна пропозиція: «Автентика, яка оживає» — мандрівники отримують можливість не лише скуштувати традиційні бойківські страви, а й навчитися готувати їх власноруч у компанії місцевих господарів. Це занурення в історію, культуру та спосіб життя регіону через смак, ремесло й атмосферу спільної роботи біля відкритого вогню.

Продукт:

- Кулінарні майстер-класи з приготування традиційних страв: грибного квасу, пирогів з під кухні, кнудлів зі шкварками та сиром, гарбузового штруделя, маринованого сиру, медовухи.

- Гастрономічні дегустації, що знайомлять із локальними продуктами та старовинними рецептами бойківських родин.

- Атмосфера «дикого заходу» в українському стилі: життя просто неба, приготування їжі на вогнищі, збирання лісових дарів.

- Знайомство з традиційним виноробством, локальними ремеслами та філософією «їсти місцеве».

- Туристичні програми, що поєднують гастрономію, етнографію, активний відпочинок і знайомство з природою Карпат.

Ключові фактори успіху:

- Яскрава концепція, що поєднує бойківську ідентичність з модним трендом на простоту, натуральність і локальність.

- Участь туристів у приготуванні страв — сильний емоційний досвід, який підсилює залученість і формує унікальні враження.

- Збереження та популяризація давніх кулінарних традицій і родинних рецептів.

- Підтримка місцевих виробників, ремісників і фермерів, що стимулює економічний розвиток регіону.

- Створення сильного туристичного бренду, який позиціонує Бойківщину як територію автентичності, свободи та природної сили.

Детальніше за посиланням: https://www.instagram.com/cowboyku_ua/

Гастрономічний досвід у проєкті «Osteria del Corso. Смак Італії в кожній миті»



Бізнес-ідея: Створення простору італійської гастрономічної культури, де традиційна кухня поєднується з сучасними підходами до гостинності. «Osteria del Corso» відроджує концепцію старовинних остерій — закладів, у яких їжа є не лише стравою, а частиною спілкування та способу життя.

Ціннісна пропозиція: «Mangiare insieme» — філософія “їсти разом”, яка перетворює трапезу на теплий, емоційний та об’єднувальний досвід. Відвідувачі отримують можливість відчути автентичний дух Італії через смак, музику, атмосферу та невимушеність традиційних остерій.

Продукт:

- Меню, засноване на традиційних італійських рецептах, адаптованих до сучасних гастрономічних трендів.
- Винні дегустації, презентації локальних виноробів та тематичні вечори.
- Затишний простір для дружніх зустрічей, музичних вечорів, сімейних свят і культурних подій.
- Майстер-класи з італійської кухні, які знайомлять гостей з техніками та філософією автентичного приготування страв.
- Формування ком’юніті навколо культури спільної трапези та поваги до якісних локальних продуктів.

Ключові фактори успіху:

- Поєднання автентичної гастрономії з сучасним комфортом та атмосферою невимушеності.
- Сильний культурний наратив, що відроджує традиції остерій і робить їх зрозумілими та привабливими для сучасного туриста.
- Створення простору соціальної взаємодії, який буде сталі зв’язки між гостями та місцевою громадою.
- Популяризація локальних продуктів і підтримка малих виробників через дегустації та партнерства.
- Формування туристичного та культурного бренду, що сприяє розвитку місцевої спільноти та підсилює її культурну ідентичність.

Детальніше за посиланням: <https://osteriadelcorso.it/>

Кавова культура у проєкті «Hnizdo Coffee. Кава з гнізда»



Бізнес-ідея: Створення простору сучасної української кавової культури, де напій стає не просто продуктом, а соціальним і культурним явищем. «Hnizdo Coffee» формує новий підхід до споживання кави через філософію «повільного смаку», підтримку локальних партнерств і розвиток творчої ком'юніті.

Ціннісна пропозиція: «Кава, що об'єднує» — це досвід, у якому кожна чашка стає приводом для спілкування, творчості та

внутрішнього тепла. Відвідувачі отримують можливість відчути автентичний смак кави, навчитися новим способам її приготування та долучитися до культурного життя, яке народжується в атмосфері щирості й довіри.

Продукт:

- Кавові майстер-класи та дегустації, де гості знайомляться з різними техніками заварювання (V60, аеропрес, кемекс, альтернативні методи).
- Меню на основі якісних зерен від українських обсмажувальників та локальних постачальників.
- Затишний простір кав'ярні — місце для зустрічей митців, мандрівників, молодих спеціалістів і жителів громади.
- Тематичні події: музичні вечори, книжкові клуби, арт-презентації, творчі зустрічі.
- Практики сталості: співпраця з локальними виробниками, мінімізація відходів, екологічні матеріали.

Ключові фактори успіху:

- Унікальна філософія «повільного смаку», що перетворює щоденне споживання кави на ритуал і досвід.
- Формування активної творчої спільноти навколо кав'ярні, що зміцнює соціальні зв'язки.
- Підтримка локальних підприємців і виробників, що сприяє сталому розвитку.
- Автентичність бренду, заснована на щирості, теплі та людяності.
- Трансформація повсякденності в інструмент культурного та економічного відродження сучасної України.

<https://www.instagram.com/hnizdo.coffee/>

Гастрономічний та slow-туризм у Villefranche-du-Périgord (Дордонь, Франція)



Бізнес-ідея: Розвиток гастрономічного та «повільного» туризму в мальовничому селищі Villefranche-du-Périgord через промоцію локальних продуктів — фуа-гра, вин, сирів — та автентичної атмосфери регіону Дордонь. Створення туристичного продукту, що поєднує

традиційну кухню, культурну спадщину та природні ландшафти.

Ціннісна пропозиція: «Смак Дордони — без поспіху» — можливість для туристів відчувати справжній ритм французької провінції: спілкуватися з місцевими виробниками, куштувати автентичні продукти, відкривати архітектуру та природу, насолоджуючись атмосферою спокою та гостинності.

Продукт:

- Дегустації локальних делікатесів: фуа-гра, фермерських сирів, вин регіону Дордонь.
- Гастрономічні тури старовинними вуличками та ринками Villefranche-du-Périgord.
- Slow-маршрути: пішохідні та природні стежки, знайомство з ландшафтами навколо селища.
- Традиційні ярмарки та ремісничі події з участю локальних виробників.
- Туристичні пакети, що поєднують гастрономію, знайомство з історією, природні прогулянки та спілкування з місцевою громадою.

Ключові фактори успіху:

- Висока репутація регіону як гастрономічного центру Франції, що приваблює туристів зі всього світу.
- Поєднання природи, кулінарних традицій, архітектури та автентичного стилю життя.
- Переваги slow-tourism — глибше занурення у місцеву культуру, довший час перебування туристів, стабільніший економічний ефект.
- Збереження культурної ідентичності та підтримка місцевих фермерів і ремісників.
- Розвиток туристичної інфраструктури та зміцнення соціальної взаємодії в громаді завдяки зростанню гастротуризму.

Детальніше за посиланням:
<https://www.guide-du-perigord.com/fr/experiences/culturelle/article-villefranche-d-u-perigord-109.html>

Гастротуризм і культурний розвиток у селі Залізник (Сумщина)



Бізнес-ідея: Створення унікального туристичного продукту на основі локального аграрного ресурсу — цикорію. Цикорна бібліотека-кав'ярня поєднує гастрономічний, освітній та культурний досвід, формуючи новий напрямок туризму в невеликому селі та

підтримуючи місцеву економіку.

Ціннісна пропозиція: «Смак традиції в екологічному форматі» — можливість для відвідувачів скуштувати напої з місцевого цикорію, дізнатися про його вирощування та переробку, а також зануритися в культурний простір бібліотеки-кав'ярні. Туристи отримують унікальний досвід, де локальний продукт стає основою пізнання історії та ідентичності громади.

Продукт:

- Цикорна бібліотека-кав'ярня з дегустаціями напоїв, приготованих із місцевої сировини.
- Майстер-класи з вирощування, сушіння та обсмажування цикорію як традиційного українського продукту.
- Освітні програми та тематичні зустрічі для тих, хто цікавиться аграрною культурою та екологічними продуктами.
- Інтерактивні екскурсії господарствами, що займаються переробкою цикорію.
- Заплановані фестивалі цикорію, що поєднують гастрономію, лекції, ярмарки та локальні ремесла.

Ключові фактори успіху:

- Унікальний локальний продукт — цикорій — як основа туристичної ідеї та культурного бренду.
- Поєднання гастрономії, екологічної тематики та освітнього компонента, що робить проєкт привабливим для різних груп туристів.
- Розвиток культурного простору у селі, який стимулює соціальну взаємодію та творчу активність громади.
- Економічні вигоди для місцевих мешканців через зростання туристичного потоку, розвиток сервісів та продаж локальних продуктів.
- Збереження та популяризація сільської спадщини, що перетворює мале село на інноваційний туристичний осередок області.

Детальніше за посиланням: <https://oth.nlu.org.ua/?p=3035>

ДІЛОВИЙ ТУРИЗМ

Апі-туризм у Žirovnica (Словенія) як форма інноваційного ділового туризму



Бізнес-ідея: Розвиток нішевого ділового туризму через апі-туризм — поєднання корпоративних заходів із досвідом, пов'язаним із бджільництвом, екологією та сталим виробництвом. Пасіки стають альтернативними майданчиками для бізнес-зустрічей, тренінгів і

командної взаємодії.

Ціннісна пропозиція: «Співпраця у гармонії з природою» — можливість для компаній проводити продуктивні бізнес-події у середовищі, яке надихає та сприяє концентрації. Учасники отримують глибше розуміння сталих практик, біорізноманіття та ролі локальних продуктів у економіці, що формує сучасний корпоративний підхід до відповідального бізнесу.

Продукт:

- Тематичні корпоративні семінари та воркшопи на базі пасік.
- Освітні програми з екології, ролі запилювачів і виробництва меду.
- Дегустації меду та локальних продуктів із різних сортів та технологій виробництва.
- Тимблдингові активності: спільне виготовлення свічок із воску, створення міні-вуличків, участь у процесах догляду за бджолами (безпечно та під керівництвом пасічників).
- Формати outdoor-зустрічей: стратегічні сесії, презентації на природі.
- Пакети корпоративного туризму для міжнародних делегацій із супроводом, перекладом та культурною програмою.

Ключові фактори успіху:

- Унікальний формат поєднання ділових заходів і природного середовища, що підвищує ефективність командної роботи.
- Підвищена увага до сталого розвитку, екології та відповідального бізнесу, що відповідає сучасним корпоративним трендам.
- Локальний продукт — мед — як культурний та економічний символ регіону, який створює додаткову туристичну цінність.
- Можливість залучати міжнародні бізнес-делегації завдяки унікальності пропозиції.
- Розвиток мікрорегіону: підтримка місцевих пасічників, створення нових робочих місць, формування іміджу

Детальніше за посиланням: <https://visitzirovnica.si/en/kaj-doziveti/>

Історико-культурний та освітній туризм у Великих Сорочинцях (Полтавська область, Україна)



Бізнес-ідея: Розвиток історико-культурного та освітнього туризму на основі багатой спадщини Великого Сорочинця — від щорічного ярмарку до архітектурної та етнографічної традиції. Проект поєднує навчальні програми для студентів і професіоналів із культурними подіями та

корпоративними тренінгами, формуючи привабливий туристичний і освітній продукт.

Ціннісна пропозиція: «Історія та традиції у дії» — можливість для студентів, дослідників і корпоративних груп зануритися в історію, архітектуру, народні ремесла та культуру села. Відвідувачі отримують практичний досвід у польовій етнографії, вивченні архівних матеріалів, барокового мистецтва та організації заходів у національному колориті.

Продукт:

- Освітні програми для студентів-істориків: аналіз архівних документів, карт XVII–XXI століть, вивчення культових споруд та барокового мистецтва.
- Семінари з польової етнографії, традиційних ремесел та культури місцевих мешканців.
- Конференції та семінари з участю краєзнавців та фахівців для обміну знаннями і досвідом.
- Корпоративні тренінги та воркшопи з організації івентів у національному стилі та дотриманням місцевих традицій.
- Тематичні тури для гостей, що поєднують історію, культуру, етнографію і участь у практичних майстер-класах.

Ключові фактори успіху:

- Висока культурна та історична цінність села, що приваблює науковців, студентів і туристів.
- Поєднання традиційного народного колориту та сучасних освітніх програм.
- Можливість організації корпоративних та освітніх заходів у національному контексті.
- Стабільне залучення туристів протягом року, не обмежене датами ярмарку, що забезпечує сталий розвиток регіону.

Детальніше

за посиланням: <https://velykosorochynska-gromada.gov.ua/istorichna-dovidka-17-53-48-21-09-2017/>

НАУКОВИЙ ТА ОСВІТНІЙ ТУРИЗМ

Археологічний туризм у селі Апесокарі (острів Крит, Греція)



Бізнес-ідея: Розвиток нішевого археологічного туризму, орієнтованого на відвідувачів, зацікавлених у мінойській культурі та автентичному сільському житті Греції. Туризм у невеликому селі поєднує культурне пізнання з локальним економічним розвитком, підтримуючи родини і зберігаючи спадщину.

Ціннісна пропозиція: «Стародавнє минуле у сучасному селі» — можливість зануритися в атмосферу мінойських гробниць та традиційного критського села, отримати знання про стародавню цивілізацію і одночасно відчувати гостинність місцевих мешканців.

Продукт:

- Екскурсії до мінойських гробниць та археологічних пам'яток із кваліфікованими місцевими гідом.
- Проживання у домашніх садибах з традиційною критською кухнею.
- Тематичні майстер-класи та лекції про мінойську культуру і традиції острова.
- Невеликі групові тури для поглибленого вивчення археологічних об'єктів та локальної культури.
- Інтерактивні програми для студентів та науковців, зацікавлених у мінойській цивілізації.

Ключові фактори успіху:

- Контрольований потік туристів, що дозволяє зберегти археологічні пам'ятки та уникнути масового туризму.
- Активна участь місцевих мешканців у туристичній інфраструктурі (гід, проживання, харчування), що створює додаткові джерела доходу.
- Унікальність пропозиції: поєднання археологічного туризму з автентичним сільським середовищем.
- Освітній аспект туризму — поширення знань про мінойську культуру серед туристів і студентів.
- Підтримка місцевої культури та традицій через взаємодію гостей і громади, що сприяє сталому розвитку регіону.

Детальніше
 посилаємся: <https://www.geotour.gr/listing/apesokarion-gortyna>

за

Фортифікаційний туризм у підземному комплексі «Скеля» (м. Коростень, Україна)



Бізнес-ідея: Розвиток унікального фортифікаційного туризму на базі підземного комплексу «Скеля», який дозволяє поєднувати історичне пізнання з освітньою та інтерактивною складовою. Комплекс стає привабливим туристичним об'єктом завдяки неповторності інженерних рішень і можливості вивчати історію та військову техніку в дії.

Ціннісна пропозиція: «Підземна фортеця в дії» — відвідувачі мають змогу побачити унікальний автономний комплекс із робочими механізмами, 14-метровим колодязем, внутрішнім водогоном, системою вентиляції та контролю тиску, а також відчутти атмосферу підготовки об'єкта до бойового стану.

Продукт:

- Експерсії відкритими 146 метрами коридорів і прилеглих приміщень із демонстрацією робочих механізмів.
- Інтерактивні програми для школярів і студентів, зокрема участь у рольових сценаріях та практичне ознайомлення з роботою систем комплексу.
- Експерсії трьома мовами, що проводять підлітки з місцевого гуртка юних дослідників, що додає освітньої та культурної цінності.
- Можливість організації тематичних турів для груп та іноземних делегацій із поглибленим вивченням інженерних рішень і історії оборони.
- Демонстрації автономності комплексу та роботи вентиляційної, водогінної і тискової систем.

Ключові фактори успіху:

- Унікальність підземного комплексу як фортифікаційного об'єкта без аналогів в Україні.
- Повністю робочі механізми, що дозволяють відчутти реалістичність та інтерактивність експерсії.
- Освітній компонент через участь юних дослідників і проведення експерсій кількома мовами.
- Можливість поєднувати історію, техніку та інтерактивний досвід, що приваблює різні категорії туристів — від школярів до іноземних гостей.
- Підтримка місцевої громади через залучення молоді та популяризацію історичної та технічної спадщини.

Детальніше за посиланням: https://www.zhitomir.info/news_141967.html

ПАЛОМНИЦЬКИЙ ТУРИЗМ

Паломницький та історичний туризм на козацькому кладовищі в Буші (Україна)



Бізнес-ідея: Розвиток паломницького та історико-культурного туризму на основі давнього козацького кладовища в Буші. Проєкт поєднує освітню складову, вивчення української історії та культури обробки каменю з екологічно відповідальним відпочинком і культурним зануренням у регіон.

Ціннісна пропозиція: «Легенди і камінь» — можливість для туристів та паломників відчувати історію козацтва, побачити унікальні хрести з піщаника та насолодитися мальовничою панорамою Буші й Дорошівки. Відвідувачі отримують естетичний і культурний досвід, занурюючись у традиції та архітектурну спадщину України.

Продукт:

- Екскурсії по козацькому кладовищу з детальним розбором типів христів: мальтійські, з колом посередині, «треф» та особливий «ключ землі».
- Лекції та тематичні програми з історії козацтва та культури обробки каменю в Україні.
- Пішохідні маршрути до вершини гори з оглядом на Бушу та Дорошівку для фотографування та ознайомлення з ландшафтним контекстом.
- Підготовка інтерактивних історичних турів для шкільних та студентських груп, включаючи майстер-класи з дослідження історичних пам'яток.
- Тематичні заходи, присвячені козацькій спадщині, фольклору та локальним легендам.

Ключові фактори успіху:

- Унікальна історична та культурна цінність козацького кладовища з автентичними хрестами різних форм.
- Панорамне розташування, що робить об'єкт привабливим для туристів і фотографів.
- Освітня та паломницька складова, що залучає різні аудиторії — від школярів до науковців і туристів.
- Збереження автентичності та обмеження відвідувань у темний час доби для безпеки та підтримки атмосфери.
- Можливість інтегрувати об'єкт у регіональні туристичні маршрути та культурні програми, що сприяє розвитку громади.

Детальніше за посиланням:
<https://nekropol.ukrainaincognita.com/objects/1917/>

Культурно-історичний туризм у селі Endingen (кантон Аргау, Швейцарія)



Бізнес-ідея: Розвиток нішевого культурно-історичного туризму через збереження та популяризацію єврейської спадщини Endingen. Туристичний продукт поєднує відвідування синагоги, єврейського кладовища та житлових об'єктів із пішохідними маршрутами, що дозволяє поглиблено

ознайомитися з історією та культурою місцевої громади.

Ціннісна пропозиція: «Історія через простір» — можливість для туристів пізнати єврейську культуру та спадщину села Endingen, зануритися в повсякденне життя минулого та відчутти автентичність культурної історії невеликої громади.

Продукт:

- Відвідування синагоги 1845 року та огляд експозицій, присвячених історії єврейської громади.
- Пішохідний маршрут «Jüdischer Kulturweg» із тематичними зупинками, що знайомлять з архітектурою, побутом та історією поселення євреїв.
- Ознайомлення з єврейським кладовищем та традиційними поховальними практиками.
- Туристичні програми з місцевими гідями, включаючи лекції та інтерактивні заходи.
- Локальні послуги для туристів: кафе, сувенірні магазини, майстер-класи та культурні події.

Ключові фактори успіху:

- Нішевий формат туризму, орієнтований на культурно-історичне занурення, що зберігає автентичність та уникає масового потоку туристів.
- Підтримка місцевої громади через створення робочих місць для гідів, розвиток малого бізнесу та туристичної інфраструктури.
- Освітній та культурний аспект, що сприяє збереженню та популяризації єврейської спадщини.
- Висока цінність історичних об'єктів — синагога, кладовище, житлові будинки — як частини локальної ідентичності.
- Інтеграція об'єкта у регіональні культурні маршрути, що підвищує привабливість громади для культурно зацікавлених туристів.

Детальніше

за посиланням: <https://swissjews.ch/de/services/wissen/factsheets/endingen-und-lengnau-die-wiege-des-schweizer-judentums/>

Висновки

Аналізовані кейси демонструють, що ефективний розвиток туризму можливий навіть у невеликих громадах завдяки малому та середньому бізнесу, який не потребує значних капіталовкладень. Проекти на основі локальних ресурсів — гастротуризм, велотуризм, археологічні чи культурні маршрути — здатні формувати привабливий туристичний продукт без великих інвестицій, забезпечуючи економічну вигоду для місцевих мешканців, створення робочих місць та підтримку ремесел і локального виробництва.

Важливою складовою успіху є співпраця та колективна праця громади: участь місцевих експертів, молоді, малих підприємців, сімейного бізнесу, ремісників і молодіжних ініціатив у створенні та реалізації туристичних продуктів забезпечує не лише економічний ефект, а й збереження культурної та історичної спадщини. Такий підхід сприяє формуванню сталого, інтегрованого туризму, який доступний та зрозумілий для невеликих громад.

Крім того, спільні для всіх громад цінності та культурні елементи можуть стати основою для формування єдиного бренду регіону. Наприклад, Трипільська культура, яка має історичне та туристичне значення для багатьох громад, може об'єднувати різні ініціативи — від гастротуризму і ремесел до культурних маршрутів та фестивалів — створюючи впізнаваний та цілісний туристичний образ регіону, навколо якого можна будувати маркетингові та комунікаційні стратегії.

АНАЛІЗ МОЖЛИВИХ КОНКУРЕНТІВ

Порівняльний аналіз туристичних ресурсів та спеціалізацій Томашпільської та Крижопільської громад

У контексті розвитку туризму Томашпільської громади її доцільно розглядати як конкурентну територію, що формує подібні туристичні продукти та орієнтуються на схожі цільові аудиторії-громади конкурують за однакові сегменти відвідувачів: поціновувачів природи, історії, етнокультури, локальної кухні та релакс-відпочинку в сільському середовищі.

Томашпільська та Крижопільська громади — два сусідні територіальні утворення Подільського регіону. Попри наявність певних унікальних рис, Томашпільська та Крижопільська громади демонструють майже ідентичну туристичну спеціалізацію, що базується на поєднанні трьох ключових напрямів: природно-рекреаційного, культурно-пізнавального та сільського (аграрного) туризму.

Наявність майже однакових типів ресурсів, подібна господарська спеціалізація, схожий рівень інфраструктурного забезпечення та етапи залучення туристів формують між ними конкурентне поле, у межах якого кожна громада прагне посилити свою привабливість, унікальність і здатність генерувати туристичні потоки.

Таблиця

Порівняльний аналіз туристичних ресурсів та спеціалізацій громад

Категорія	Спільні риси	Акценти потенціалу громад	
		Томашпільська громада	Крижопільська громада
Природні ресурси	Типові для Центрального Поділля природні комплекси: глибокі яри, долини, лісові масиви, лучні ділянки та <i>місця з високим ступенем природної збереженості</i> . Однак їх природні профілі різняться акцентами.	Мозаїчні ландшафти, джерела, «місця сили», первозданність	Лісові масиви, охоронні території, кряжі, панорами
Культурно-історичні ресурси	Обидві території зберегли комплексну мозаїку матеріальної та нематеріальної спадщини; історико-культурний потенціал репрезентує типову для Поділля багатозарову спадщину	має менший набір матеріальних пам'яток	володіє низкою репрезентативних об'єктів культурної спадщини: археологічні пам'ятки <i>трипільської культури</i> , садиба <i>Бжозовських</i> , <i>Михайлівською церквою</i> , <i>Турецьким мостом</i> , а також виразним історико-науковим брендом, пов'язаним з постаттю <i>Данила Заболотного</i> ,
Етноспадщина	У складі нематеріальної спадщини обидві громади зберігають традиційну подільську культуру, але ступінь її інтеграції у туристичний продукт суттєво відрізняється	соціокультурний блок є одним із ключових активів, <i>культурна автентика</i> виражена через локальні традиції, ремесла та <i>етнокультурний потенціал</i> , зокрема завдяки <i>селу Стіна</i> — визнаній «етностолиці» громади.	<i>етнопростір розвинений слабше</i> , хоча у <i>Жабокричі</i> функціонує етносадиба — успішний, але одинокий кейс. Майстри працюють індивідуально, без залучення туристичних механізмів. Подієва активність носить нерегулярний характер.
Гастрономія	Автентична кухня	<i>бурякові традиції</i> , потенціал <i>гастротурів</i>	гастрономічний потенціал менш структурований
Туристична інфраструктура	Обидві громади перебувають на <i>початковому етапі розвитку інфраструктури</i> .	Потенціал хабу на основі Стіни, агросадиби	Більше приватних садиб, потенціал екостежок

	<p>Спільними проблемами є:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нестача закладів розміщення; – відсутність туристичних інформаційних центрів; – слабка навігація та відсутність цифрових сервісів; – недостатня кількість закладів харчування; – необлаштованість рекреаційних зон та доступу до водних локацій; – відсутність реєстру гідів та екскурсіводів. 		
Брендинг	<p>відсутність цілісного територіального бренду, візуальної ідентичності, туристичного позиціонування та продуманої комунікаційної стратегії.</p>	Етно-гастро-агро спрямованість	Історико-ландшафтна спрямованість

Конкурентні ніші та спільні риси

1. Спільні риси

- Розташування в одному природно-географічному регіоні з подібним типом ландшафтів.
- Висока збереженість природи та потенціал екотуризму.
- Наявність цінної, але недостатньо розкритої нематеріальної спадщини.
- Схожий рівень інфраструктурного розвитку (обидві громади потребують інвестицій).
- Відсутність сформованого туристичного бренду на рівні громади.

2. Відмінні риси та конкурентні переваги

Томашпільська громада — лідер у:

- етнокультурному туризмі (*с. Стіна* — готовий комплексний продукт);
- гастротуристичних перспективах (традиції вирощування *цукрового буряку*);
- розвитку релакс-, еко- та сільського туризму;

- формуванні локального бренду, заснованого на автентичності та ремеслах.

Крижопільська громада — лідер у:

- історико-культурному туризмі (матеріальні «якорі» спадщини);
- науковому та меморіальному туризмі (*бренд Данила Заболотного*);
- природоохоронних об'єктах і лісових рекреаційних зонах;
- ландшафтному та рекреаційному туризмі.

Томашпільська та Крижопільська громади — не конкуренти у класичному сенсі, а території зі спеціалізаціями, що доповнюють одна одну. Томашпільська громада розвивається як центр етно-гастро-агротуризму з унікальною автентикою, тоді як Крижопільська громада має потенціал стати центром історичного, природничого та науково-пізнавального туризму.

Об'єднання маршрутів між громадами може сформувати єдиний туристичний кластер, що посилить конкурентоспроможність регіону загалом.

Розділ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ ТУРИСТІВ ТА ЕКСПЕРТІВ ГАЛУЗІ

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАНЬ ЕКСПЕРТІВ – 31 РЕСПОНДЕНТ

Які інтерактивні елементи, на вашу думку, роблять відвідування громад цікавим для туристів?

1	Майстер-класи з Ремесел та Кулінарії	Турист стає учасником , а не глядачем. Отримує навички та сувенір, зроблений власними руками (висока емоційна цінність).	Майстер-класи з гончарства (у стилі Бушанських мотивів), лозоплетіння , або приготування місцевих подільських страв .
2	Квести та Ігрові Маршрути (Гейміфікація)	Додають елемент пригоди, фізичної активності та командної взаємодії . Ідеально для сімейного туризму та молоді.	Квест « Скарб Бушанських Скель » або Геокешинг маршрутами вздовж Дністра.
3	Театралізовані та Живі Експурсії	Перетворюють сухі факти на емоційну розповідь . Дозволяють зануритися в історичну епоху та легенди.	Театралізована екскурсія в Буші з реконструкцією подій XVII століття або зустріч з місцевим "характерником" на Дністрі.
4	Цифрові Інструменти (QR/AR/VR)	Мінімізують залежність від піда, підвищують доступність інформації та створюють сучасне враження .	QR-коди на пам'ятках із посиланнями на аудіолегенди . AR-елементи для візуалізації руїн фортеці через смартфон.
5	Гастрономічні Дегустації та Шоу	Забезпечують задоволення та дозволяють відчути автентичний смак регіону . Формат ідеально поєднується з релаксом.	Дегустаційні тури локальних продуктів (сири, мед, подільське вино) з розповіддю про їхнє виробництво.

Представлені туристичні продукти демонструють різноманітні й інноваційні підходи до розвитку регіонального туризму. Основний акцент зроблено на поєднанні культури, гастрономії, творчості, цифрових технологій та активних форматів взаємодії з туристами. Запропоновані рішення сприяють:

- підвищенню туристичної привабливості території через унікальні майстер-класи, локальні маршрути та інтерактивні шоу;
- стимулюванню економічної активності громади за рахунок залучення місцевих виробників, ремісників та сервісів;
- популяризації природних, історичних і культурних ресурсів регіону;
- розвитку молодіжного, гастрономічного, подієвого та цифрового туризму;

- створенню нових емоційних вражень для туристів і зміцненню туристичного бренду території.

Загалом, комплекс ідей формує сучасну, конкурентну та сталу туристичну пропозицію, орієнтовану на широкий сегмент відвідувачів.

Які обов'язкові туристичні послуги (гастровраження, магазин, розміщення, майстер-класи тощо) необхідні в громаді?

1	Розміщення та Комфорт	Якісне, безпечне та сертифіковане розміщення (агросадиби, міні-готелі). Зручне розташування, чистота.	Забезпечує базовий фізичний комфорт та дозволяє туристам залишитися на кілька днів .
2	Гастрономія та Харчування	Заклади харчування з автентичною місцевою кухнею (не фастфуд), що використовують сезонні фермерські продукти.	Створює гастрономічні враження та є частиною культурного занурення.
3	Продаж Крафту та Сувенірів	Магазини або крамниці , що продають унікальну крафтову продукцію (мед, вино, кераміка) під єдиним брендом громади.	Забезпечує пам'ять про подорож, підтримує місцевих майстрів та формує бренд.
4	Інтерактивні Активності	Майстер-класи (ремесла, кулінарія), дегустації , екскурсії з місцевими гідами, прокат велосипедів/човнів.	Перетворює пасивне споглядання на активний досвід і підвищує зацікавленість.
5	Інформація та Доступність	Інформаційний центр , марковані та безпечні маршрути (піші, вело), трансфер до найближчого великого міста.	Мінімізує стрес, допомагає туристу орієнтуватися та ефективно планувати свій час.

Запропонований комплекс туристичних складових охоплює ключові елементи комфортного та змістовного перебування гостей у регіоні. Основний акцент робиться на якісному розміщенні, автентичній гастрономії, локальних продуктах, інтерактивних активностях та зручній інфраструктурі. Реалізація цих рішень дозволяє:

- забезпечити високий рівень комфорту туристів завдяки різноманітним форматам проживання та належним умовам сервісу;
- підсилити туристичну привабливість регіону через гастрономічні враження та використання локальних продуктів;
- формувати унікальний бренд території через просування автентичних товарів і сувенірів;
- збагатити туристичний досвід завдяки активностям, майстер-класам та культурним подіям;
- підвищити доступність локацій через якісну навігацію, транспорт і туристично-інформаційні центри.

Загалом, представлена структура створює гармонійний та конкурентоздатний туристичний продукт, який задовольняє потреби різних категорій відвідувачів та сприяє сталому розвитку дестинації.

Яку інформацію про історію та культуру регіону, на Вашу думку, турист хотів би отримати в громаді?

1	Розміщення та Комфорт	Якісне, безпечне та сертифіковане розміщення (агросадиби, міні-готелі). Зручне розташування, чистота.	Забезпечує базовий фізичний комфорт та дозволяє туристам залишитися на кілька днів .
2	Гастрономія та Харчування	Заклади харчування з автентичною місцевою кухнею (не фастфуд), що використовують сезонні фермерські продукти.	Створює гастрономічні враження та є частиною культурного занурення.
3	Продаж Крафту та Сувенірів	Магазини або крамниці , що продають унікальну крафтову продукцію (мед, вино, кераміка) під єдиним брендом громади.	Забезпечує пам'ять про подорож, підтримує місцевих майстрів та формує бренд.
4	Інтерактивні Активності	Майстер-класи (ремесла, кулінарія), дегустації, екскурсії з місцевими гідами, прокат велосипедів/човнів.	Перетворює пасивне споглядання на активний досвід і підвищує зацікавленість.
5	Інформація та Доступність	Інформаційний центр, марковані та безпечні маршрути (піші, вело), трансфер до найближчого великого міста.	Мінімізує стрес, допомагає туристу орієнтуватися та ефективно планувати свій час.

Подані елементи туристичної пропозиції формують комплексний підхід до створення комфортного, якісного та емоційно насиченого туристичного досвіду. У центрі уваги — зручність проживання, сучасна гастрономія, автентичні локальні продукти, різноманітні активності та доступність інфраструктури. Такий підхід дозволяє:

- забезпечити туристам високий рівень комфорту та безпеки завдяки різним форматам розміщення й чистоті середовища;
- розкрити гастрономічний потенціал території, презентуючи сучасні страви з локальних продуктів;
- підтримувати локальний бізнес і формувати впізнаваний бренд регіону через продаж крафтових товарів;
- створювати цікаві враження через інтерактивні події, майстер-класи, культурні заходи й природні активності;
- забезпечити легке пересування та поінформованість туристів завдяки якійсній навігації, ТІЦ, транспорту та комунікації.

У сукупності ці компоненти роблять дестинацію привабливою, конкурентною та орієнтованою на потреби різних категорій туристів, сприяючи сталому розвитку регіону.

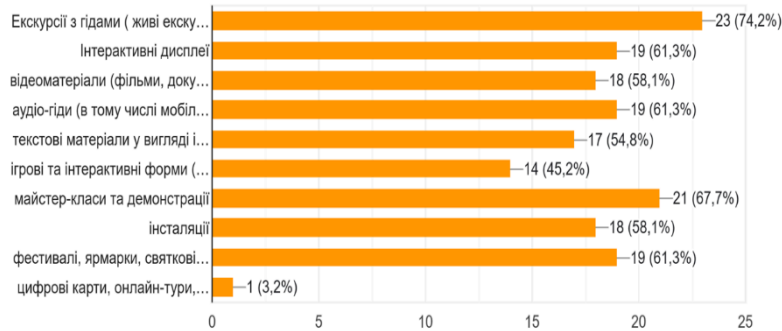
Які зони для відпочинку або розваг, на Вашу думку, мають бути

облаштовані в Томашпільській громаді для місцевих мешканців та відвідувачів?

Туристична інфраструктура громади має базуватися на облаштованих парках і рекреаційних зонах (як основа комфорту) та розвитку мережі активних маршрутів і відпочинку біля води (як основа дозвілля), з обов'язковим забезпеченням зон для пікніків та сімейних розваг.

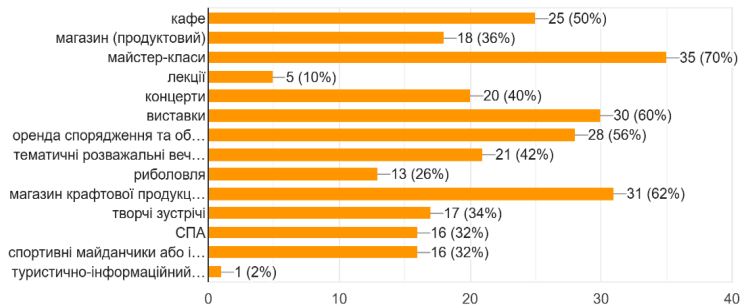
Які формати подачі інформації найбільш ефективні?

31 відповідь



Які додаткові послуги Ви б хотіли бачити в Крижопільській громаді (множинний вибір)

50 відповідей



1	Парки та Сквери (Центральні)	Тихий відпочинок, прогулянки, проведення подій та фестивалів, освітлення, лавочки.	Олександрівський парк (повна реставрація), центральний сквер із сценою та освітленням.
2	Активний та Сімейний Відпочинок	Ігрові та спортивні активності, що підвищують привабливість для сімей із дітьми та молоді.	Безпечні дитячі та спортивні майданчики, воркаут-зони, зони для майстер-класів і творчості.
3	Рекреація біля Водойм	Відпочинок на воді, риболовля, купання та еко-релакс.	Облаштовані пляжі та зони риболовлі на річках Русави та Яланка (чистота, сміттєві баки).
4	Природні Маршрути та Екотуризм	Пізнавальний та активний відпочинок на природі.	Марковані та безпечні туристичні стежки у Заказнику « Стінка », облаштовані оглядові майданчики .
5	Фестивальні та Пікнікові Зони	Комфортне проведення масових подій та приватного відпочинку на природі.	Сцена під відкритим небом для концертів, обладнані зони для пікніків та барбекю з альтанками.

Які активності для дітей необхідні в Томашпільській громаді?

1	Квести та Пізнавальні Ігри	Інтелектуальне та фізичне залучення. Найкращий спосіб вивчити історію та природу.	Історичний квест з пошуком "скарбів" палацу (Четвертинських/Балашових) та еко-квести у Заказнику «Стінка».
2	Творчі Майстер-класи	Розвиток дрібної моторики, креативності та знайомство з місцевою культурою.	Дитячі майстер-класи з кераміки, лозоплетіння, виготовлення мотанок або кулінарні (місцеві страви).
3	Контактні Ферми та Еко-активності	Спілкування з тваринами, екологічна освіта та практичне занурення в агротуризм.	Відвідування фермерських господарств з елементами гри (годування, догляд за тваринами, збір ягід).
4	Сучасні Ігрові та Спортивні Майданчики	Фізична активність, безпека та можливість для батьків відпочити.	Безпечні, сучасні дитячі ігрові майданчики та спортивні зони (велодоріжки, міні-траси) у парках.
5	Театралізовані Вистави та Анімація	Емоційне та культурне залучення, розваги під час фестивалів.	Казкові та театралізовані вистави просто неба, анімаційні програми на місцевих фестивалях .

Тульчинській громаді потрібні різноманітні, змістовні та безпечні дитячі активності, які поєднують навчання, творчість, контакт із природою, спорт і культурні події. Такі формати сприятимуть розвитку дітей, залученню сімейного туризму та створенню комфортного, дружнього середовища для місцевих мешканців.

Основні необхідні активності:

- Пізнавальні квести та ігри, що допомагають дітям досліджувати історію та природу громади (історичні маршрути, екостежки, пошук «скарбів»).
- Творчі майстер-класи з кераміки, ліплення, виготовлення виробів, кулінарії чи ремесел, що розвивають креативність і навички.
- Контактні ферми та еко-активності, де діти можуть спілкуватися з тваринами, вчитися догляду та брати участь у фермерських міні-іграх.
- Сучасні ігрові та спортивні майданчики — безпечні, обладнані, з зонами для різних вікових груп (велодоріжки, міні-траси, парки активностей).
- Театралізовані вистави та анімація, які створюють емоційний та культурний досвід під час свят і фестивалів: казкові шоу, виступи просто неба.

Загалом, впровадження таких активностей забезпечить для дітей якісний відпочинок, розвиток талантів та створить привабливий туристично-культурний простір у громаді.

Як зробити відвідування Тульчинській громади цікавим для всієї родини?

1	Комбіновані Сімейні Квести	Пізнавальні екскурсії, пошук історичних фактів та легенд, що завершується дегустацією.	Ігрові квести з фізичними завданнями та пошуком "скарбів".
2	Спільні Гастро-Майстер-класи	Дегустації місцевих продуктів (сири, вино, мед), участь у приготуванні автентичних страв.	Кулінарні майстер-класи з простими завданнями та творчі воркшопи (кераміка, мотанка).
3	Різноманітний Активний Відпочинок	Трекінг, риболовля, веломаршрути, прогулянки екостежками.	Контактні ферми, безпечні дитячі майданчики, міні-траси для самокатів.
4	Спеціалізовані Сімейні Події	Кулінарні конкурси, музичні виступи та етнофестивали з організованою зоною відпочинку.	Анімаційні програми, театралізовані вистави просто неба, ігри з аніматорами.
5	Комплексний Маршрут та Сервіс	Якісні агросадиби з зонами релаксу, пікнікові зони, панорамні фотозони.	Наявність ігрових зон у місцях проживання та дитяче меню у закладах харчування.

Сімейний маршрут має бути інтерактивним, пропонуючи спільні майстер-класи та квести для всіх вікових груп, і комплексно збалансованим, поєднуючи активний відпочинок на природі з культурними та фестивальними подіями.

Три причини, які залишають у туриста негативні враження від подорожі:

1	Низька Якість Сервісу	Неввічливість або байдужість персоналу, некомпетентність гідів, відсутність бажання допомогти туристам.	Негайне запровадження "Кодексу Гостинності" та тренінги для всіх, хто працює з туристами.
2	Базова Інфраструктура (Санітарія та Навігація)	Брак чистих громадських туалетів, відсутність місць для паркування, незрозуміла або відсутня навігація та вказівники.	Аудит інфраструктури: Пріоритетне облаштування санітарних зон та встановлення уніфікованих вказівників.
3	Невідповідність Очікуванням	Бруд, сміття та недоглянутість публічних просторів, занедбаність пам'яток, неактуальні або закриті об'єкти.	Регулярне прибирання та контроль чистоти, відновлення доступності ключових об'єктів (палаці, церкви).
4	Логістика та Доступність	Погана якість доріг, проблеми з транспортною логістикою між селами, відсутність маркування туристичних маршрутів.	Маркування еко-стежок (наприклад, у Заказнику «Стінка») та комунікація з місцевою владою щодо якості дорожнього покриття.
5	Брак Активностей та Організації	Відсутність цікавих організованих розваг, низька якість планування, завищені ціни, що не відповідають якості.	Створення комплексних, інтерактивних турів ("все включено") з гарантованою якістю та фіксованою ціною.

Чого слід уникати при обслуговуванні туриста в громаді?

1	Байдужість та Грубість	Неввічливе, байдуже або некваліфіковане обслуговування. Ігнорування потреб туристів та відсутність гостинності.
2	Неохайність та Недбалість	Бруд, сміття у парках та на берегах річок, недоглянуті громадські простори та занедбаність пам'яток.
3	Непрозорість Ціноутворення	Завищені ціни, що не відповідають низькій якості послуг. Невідповідність реклами реальному стану об'єктів.
4	Інформаційний Хаос	Відсутність або неактуальність інформації (карт, навігації, брошур, вказівників). Закриті або непрацюючі об'єкти.
5	Нав'язливість та Тиск	Нав'язування додаткових послуг чи товарів, хаотична реклама та непунктуальність у наданні сервісу.

Наведені проблеми демонструють основні бар'єри, що стримують розвиток туристичної привабливості Тульчинської громади. Йдеться про

низьку якість сервісу, занедбану інфраструктуру, непрозоре ціноутворення, інформаційний хаос та відсутність якісних активностей. Ці фактори формують негативний досвід туристів, знижують рівень довіри та стримують повторні візити.

Яка інформація про Томашпільську громаду зробила б її відвідування пріоритетним серед інших громад?

1	Унікальність / Автентичність / "Родзинка"	22	Унікальність громади, підсвічування унікальності, "родзинки", акцент на автентичності, інформація про унікальне поєднання спадщини.
2	Історія / Культурна Спадщина / Легенди	20	Трипільська культура, старовинні пам'ятки, Музей Заболотного, історико-культурна спадщина, цікаві легенди та історії.
3	Фестивалі / Ексклюзивні Події / Майстер-класи	18	Етнофестивалі («Подільські Товтри»), проведення заходів великого масштабу, майстер-класи ремесел, ексклюзивні події чи фести.
4	Природа / Ландшафт / Активний Відпочинок	17	Унікальна природа, чисті ліси та джерела, цікавий рельєф, екомаршрути, ландшафтне розташування.
5	Комплексність / Доступність / Пакетні Пропозиції	11	Комплексний мобільний додаток, доступний прайс для усіх бажаних, наявність різноманітних послуг, комплексні пакети пропозицій.

Поданий перелік туристичних пріоритетів демонструє ключові сильні сторони, на яких Тульчинська громада може будувати власний туристичний бренд. Основою є унікальність, культурна спадщина, масштабні події, природа та комплексність послуг. Вони формують цілісний, привабливий та конкурентний туристичний продукт.

Які додаткові послуги/напрямки/види туризму (або рекреаційних занять) доцільно розвивати на території Томашпільської громади?

1	Екотуризм та Активний Відпочинок	Каньйон «Стінка», лісові масиви, річки Русава та Яланка.	Трекінг-тури (піші, вело, кінні), багатоденні маршрути, водні види спорту, екологічні освітні квести.
2	Гастрономічний та Агротуризм	Локальні фермерські господарства, унікальні страви ("Зозуля", "Стінянська" каші), крафтова продукція.	Дегустаційні тури, кулінарні майстер-класи, відвідування ферм, продаж локального крафту.
3	Етнографічний та Ремісничий Туризм	Збережені народні ремесла (кераміка, ткацтво, лозоплетіння), автентичні традиції.	Майстер-класи від місцевих майстрів, інтерактивні етнофестивали, сувенірні крамниці.
4	Рекреаційний та Ретрит-Туризм	Чиста природа, ліси, джерела (Марківські, Яланецькі), парки (Олександрівський).	Оздоровчі програми (фітотерапія), ретрит-центри, кемпінги, сімейний відпочинок на природі.
5	Культурно-Пізнавальний Туризм	Історична спадщина (залишки палаців, старовинні церкви), археологічні об'єкти.	Тематичні екскурсії (легенди, видатні постаті), наукові та освітні програми (для школярів/студентів).

Подана структура демонструє широкий потенціал розвитку різних напрямів

туризму в громаді, заснований на природних, культурних, гастрономічних та ремісничих ресурсах. Комплексність підходу дозволяє охопити різні категорії туристів — від поціновувачів природи до шанувальників історії та локальної кухні.

Якою повинна бути туристична дестинація, щоб Ви порадили її відвідати своїм друзям, колегам?

1	Унікальність та Автентичність	Наявність неповторної "родзинки" (природа, історія, ремесла), автентичний колорит і живі легенди.	Відчуття, що ти відкрив особливе, справжнє місце, куди хочеться повернутися.
2	Гостинність та Сервіс	Щира привітність місцевих жителів, високий рівень обслуговування, увага до потреб туриста.	Відчуття "домашнього затишку" та комфорту, що мінімізує стрес.
3	Чистота та Безпека	Ідеальна чистота публічних просторів, доглянутість пам'яток, гарантована безпека для всієї родини.	Можливість розслабитися та насолоджуватися відпочинком, не турбуючись про побутові проблеми.
4	Комплексний Інтерактив	Різноманітність активностей для всіх вікових груп: квести, майстер-класи, гастро-дегустації, активний відпочинок.	Яскраві емоції , можливість стати учасником , а не просто глядачем.
5	Комфортна Інфраструктура	Зручна логістика, зрозуміла навігація , якісне розміщення та справедливе співвідношення ціна/якість .	Зручність пересування та впевненість, що ти отримаєш якісний сервіс за розумні гроші.

Ваші поради надавачам послуг та виробникам товарів для того, щоб зробити туристичний продукт громади кращим:

1	Запровадження "Кодексу Гостинності"	Навчання персоналу (готелі, кафе, гіді) з акцентом на щирі привітність, ввічливість та високі стандарти чистоти.	Викорінення ризику "грубості" (№1 ризик) та формування позитивної репутації ("Сарафанне радіо").
2	Створення Сильного Гастрономічного Бренду	Акцент на унікальних місцевих стравах ("Зозуля", "Стінянська каші) та крафтових продуктах (мед, вино, сири).	Унікальне позиціонування , що виділяє громаду серед конкурентів та підвищує середній чек туриста.
3	Інтеграція та Співпраця	Створення партнерських комплексних турів ("все включено") між майстрами, агросадибами, кафе та гідами.	Зручність для туриста (один дзвінок – повний сервіс) та підвищення якості логістики.
4	Цифровізація та Онлайн-Доступність	Активна присутність у соціальних мережах, Google Maps, створення QR-гідів та онлайн-бронювання послуг.	Покращення інформаційної підтримки (№4 ризик) та залучення молодшої аудиторії.
5	Розвиток Автентичного Крафту	Підтримка майстрів (кераміка, ткацтво) та створення фірмових сувенірів з логотипом громади.	Забезпечення автентичних вражень (№1 принцип) та джерела додаткового доходу для місцевих жителів.

Громаді слід впровадити єдині високі стандарти сервісу, максимально використовувати унікальну місцеву автентіку (гастрономія, ремесла) у пропозиції та забезпечити активну й сучасну промоцію в онлайн-просторі.

Якою повинна бути громада, щоб Ви порадили її як напрям для започаткування/розширення/розвитку туристичного бізнесу?

Ідеальна громада для туристичного бізнесу – це та, що має унікальний, природний або культурний магніт, забезпечує комфортну та чисту базову інфраструктуру і має активну, відкриту до співпраці та інвестицій владу і спільноту.

Якої якості (опишіть детально) повинна бути послуга, щоб Ви її включили у майбутній тур вашої компанії?

1	Активна Підтримка Власти та Бізнесу	Прозора стратегія, сприятливий інвестиційний клімат, комунікаційна підтримка та допомога малому бізнесу (пільги, гранти).	Забезпечує стабільність і є сигналом для підприємців, що їхні інвестиції будуть захищені.
2	Згуртована та Відкрита Спільнота	Готовність місцевих жителів до гостинності, участь у збереженні чистоти та спільна любов до малої батьківщини.	Створює автентичну, доброзичливу атмосферу та формує позитивне "сарафанне радіо".
3	Надійність Інфраструктури	Якісні дороги та транспортна логістика, доступ до Інтернету, освітлення, облаштовані зони відпочинку та вказівники.	Забезпечує базовий комфорт (№5 ризик) та підвищує загальну привабливість громади.
4	Унікальний Туристичний Потенціал	Наявність природних (каньйон "Стінка"), історичних та етнографічних ресурсів, що дозволяють диференціювати пропозицію.	Дозволяє створити унікальний бренд та залучати цільові групи (екотуристів, гастро-ентузіастів).
5	Інноваційність та Гнучкість	Готовність до партнерства (внутрішнього та зовнішнього), впровадження нових ідей та цифрових інструментів.	Забезпечує розвиток продукту, залучення інвестицій та швидке реагування на зміни ринку.

Вид Туризму	Конкретна Пропозиція	Унікальний Елемент
Еко- та Активний Туризм	«Трекінг Каньйоном Стінка»: Марковані пішохідні, вело- та кінні маршрути, еко-квести, оглядові майданчики.	Гарантована безпека маршрутів та інтерактивні завдання для дітей.
Гастро- та Етнотуризм	«Майстерня Стінянського Крафту»: Спільні сімейні кулінарні майстер-класи (місцеві страви) та воркшопи з гончарства/ткацтва.	Автентичність: Використання виключно місцевих матеріалів та живе спілкування з майстрами.
Сімейний та Подієвий	«Родинний Маршрут Вихідного Дня»: Комплексний тур з анімацією, інтерактивними квестами, відвідуванням контактних ферм та тематичних фестивалів.	Готові пакети послуг (проживання + харчування + 3 активності), які економлять час туриста.

Туроператори оберуть послугу, яка гарантує стабільно високу якість, професіоналізм та безпеку, та одночасно пропонує унікальний, автентичний та емоційно насичений досвід, що відображає локальну "родзинку" громади.

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ ТУРИСТІВ – 140 РЕСПОНДЕНТІВ

Що ви цінуєте під час активної туристичної подорожі?

1	Емоції та Враження	Пригоди, новий досвід, свобода, рух, красиві краєвиди, можливість відволіктися від буденності.	Каньйон «Стінка» як "Місце Сили", трекінг-маршрути з елементами пригод, автентичні зустрічі з місцевими жителями.
2	Комфорт та Безпека	Організованість маршруту, безпека, якісне спорядження, зручність пересування, чистота місць відпочинку, смачна їжа (місцева кухня).	Професійно розроблені та марковані маршрути, оренда спорядження, зони для перекусу та якісне харчування після активу.
3	Пізнання та Спілкування	Відкриття нових місць, пізнання культури та історії, спілкування (з однодумцями, місцевими жителями).	Інтерактивні екскурсії з гідями-оповідачами, майстер-класи (крафт, гастрономія), вечірні активності та місця для кемпінгу.

Представлені компоненти відображають ключові фактори, які формують позитивний туристичний досвід у громаді: емоційність, комфорт та можливість спілкування. Вони створюють збалансований продукт, що поєднує природні враження, зручність маршруту та культурну взаємодію.

Що ви цінуєте під час спокійного відпочинку?

1	Тиша та Відновлення (Релакс)	Тиша, спокій, відновлення сил, гармонія, час для себе, відсутність стресу й поспіху.	Ретрит-центри та агросадиби у лісових або малолюдних зонах (подалі від центральних доріг), зони тихого відпочинку в парках, доступ до джерел.
2	Комфорт та Затишок	Комфортні умови проживання, затишна атмосфера, чистота, смачна домашня кухня, можливість читати/споглядати природу.	Якісні агросадиби та міні-готелі з акцентом на екологічні матеріали та місцеву гастрономію (повільні сніданки, чай).
3	Природа та Споглядання	Красиві краєвиди, чисте повітря, природні зони відпочинку, можливість побути на самоті або у приємній компанії.	Олександрівський парк, береги річок Русава/Яланка, маршрути для повільних прогулянок (без поспіху) та ботанічні заказники.

Представлені елементи підкреслюють потребу громади у розвитку напрямів, що забезпечують спокій, комфорт і тісний зв'язок із природою. Такий формат відпочинку відповідає сучасним трендам рекреації, де

ключовими є релаксація, екологічність та емоційне відновлення.

Як зробити відвідування Томашпільської громади цікавим для всієї родини? (для тих, кого стосується питання)1. Поєднання та інтеграція активностей (Комплексний підхід)

1	Комплексні Сімейні Квести	«Пошук Скарбів Князів» (історичний квест у парку) та «Таємниці Каньйону» (еко-квест із завданнями).	Спільне дозвілля та пізнання історії/природи через гру.
2	Майстер-класи та Етно-занурення	Спільні гастро-майстер-класи (приготування місцевих страв, наприклад, каші "Зозуля") та ремісничі воркшопи (гончарство, екосумки).	Новий досвід, можливість забрати унікальний сувенір, зроблений власноруч.
3	Активний Відпочинок на Природі	Марковані пішохідні та веломаршрути (Заказник «Стінка», Олександрівський парк), риболовля та прогулянки біля річок Русава/Япанка.	Фізична активність та можливість перезавантажитись на свіжому повітрі.
4	Комфорт і Безпека для Дітей	Облаштовані та безпечні дитячі майданчики та ігрові зони у парках, а також зони для пікніків з альтанками.	Спокій для батьків, поки діти активно розважаються у безпечних умовах.
5	Подієвий та Культурний Відпочинок	Організація сімейних фестивалів, ярмарків та свят з анімацією, концертами та дегустаціями місцевої кухні.	Яскраві емоції, знайомство з місцевими традиціями та культурне збагачення.

Успіх сімейного відпочинку в Томашпільській громаді полягає в збалансованості: поки діти зайняті інтерактивними квестами та майданчиками, дорослі можуть насолоджуватися якісним гастрономічним дозвіллям та спокійними прогулянками природними локаціями

Причини, які залишають у Вас негативні враження від подорожі?

1	Низький Рівень Сервісу та Негативне Ставлення	Грубість, неввічливе ставлення місцевих мешканців/персоналу, некомпетентність, байдужість, непривітність громадян, конфлікти.
2	Проблеми з Комфортом та Чистотою	Бруд, сміття, неохайність територій, незручні умови проживання (житло), недостатня інфраструктура (туалети, кафе), несмачна їжа.
3	Організаційний Хаос та Логістика	Погана організація (затримки, хаос), неорганізованість маршрутів, погані дороги, проблеми з логістикою і транспортом, відсутність інформації та вказівників.

Яка інформація про Томашпільську громаду зробила б для Вас її відвідування пріоритетним серед інших громад

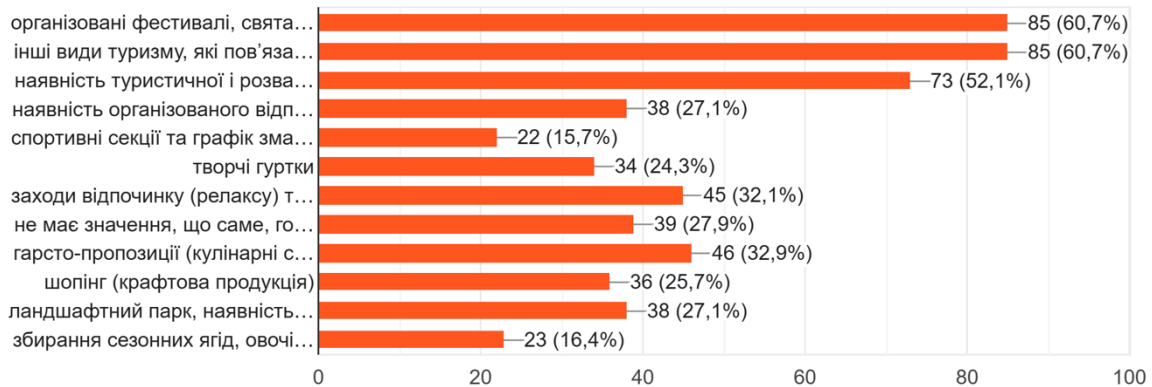
1	Унікальність Природи та Історії	Каньйон «Стінка» та річка Русава, Заказник «Стінка», залишки Палаців та старовинні церкви.	Можливість побачити неповторний природний ландшафт та доторкнутися до багатой історії Поділля.
2	Автентичний Крафт та Гастрономія	Живі ремесла (кераміка, ткацтво, лозоплетіння), легендарні страви (каші "Зозуля") та місцевий крафт (мед, сири).	Занурення в культуру через майстер-класи та унікальні смакові враження.
3	Активний та Сімейний Відпочинок	Марковані вело- та піші маршрути, умови для рекреації (ліси, джерела), організовані фестивалі та події.	Відновлення сил, активне дозвілля для всієї родини та яскраві емоції.
4	Комфорт і Гостинність	Розвинена інфраструктура (житло, харчування), безпека та щира привітність місцевих жителів.	Відчуття затишку, впевненість у якості та бажання повернутися знову.

ТОП-5 Популярних Туристичних Дестинацій (на основі відповідей)

1. Карпати (Україна)	7	Природна велич, спокій, чисте повітря, відчуття свободи на гірських вершинах, щирі люди та самобутня культура.
2. Львів (Україна)	6	Атмосфера старого міста, архітектура, затишні кав'ярні, гостинність та культурне різноманіття.
3. Країни Курортного Відпочинку (Туреччина, Єгипет, Болгарія)	6	Море, комфортний відпочинок, гостинність місцевого населення, екзотика (піраміди, пустеля), all inclusive.
Почесне Згадування: Європейські Столиці (Прага, Париж, Рим)	6	Історична архітектура, атмосфера вічності, культурні пам'ятки та романтичний шарм.

Які розваги спонукали би вас залишитись в громаді на 2-3 дні?

140 відповідей



Висновок: Туристична дестинація має бути унікальною та емоційно привабливою, пропонуючи гостям не просто локації, а якісний, продуманий та автентичний досвід, підкріплений високим рівнем сервісу.

Розділ 4. АКТУАЛІЗАЦІЯ «ТУРИСТИЧНОЇ МАПИ ГРОМАДИ»

Інвентаризація туристичних ресурсів — це систематичне дослідження й оцінка всіх наявних об'єктів туристичної привабливості громади, який дозволяє чітко визначити ресурси, їхній стан, потенційні виклики й можливості, а також розробити практичні рекомендації щодо пріоритетних напрямків розвитку: від створення нових маршрутів і інфраструктури до запуску туристичних продуктів та бізнес-ідей.

Інвентаризація була здійснена після ґрунтовної аналітичної роботи експертів та проведення фокус-груп із мешканцями громади. Завдяки такій взаємодії вдалося врахувати не лише характеристики ресурсів, а й актуальні аспекти, які часто залишаються поза увагою.

У методологічному плані було застосовано комплексний підхід, що включав:

- SWOT-аналіз для виявлення сильних і слабких сторін, можливостей та загроз розвитку туристичного потенціалу.
- Кількісні та якісні методи оцінки ресурсів, зокрема картографічні методи, структурний аналіз і системний підхід.
- Фокус-груп
- Participatory Action Research (PAR) — партисипаторно-діяльнісне дослідження

Природні туристичні ресурси

Природні ресурси Томашпільської громади вирізняються значним різноманіттям і високим рівнем збереженості, що є характерною рисою первозданних ландшафтів Поділля. Мозаїка річкових каньйонів, балок, джерел, лісових масивів, лучних ділянок та скельних утворень поєднується з малозміненими природними екосистемами, які зберегли автентичний вигляд і природну цілісність. Саме недоторканість довкілля та природна первісність території створюють сильну основу для розвитку екотуризму, природничих маршрутів, відпочинку на природі та формування унікального туристичного бренду громади.

Ландшафтно- рекреаційні ресурси

Опис ресурсу: Ландшафт Томашпільської громади *вирізняється вираженою мозаїчністю природних форм рельєфу*, характерних для *Подільської височини*. Територія поєднує хвилясті рівнини, глибокі балки, яри, схили з виходами пісковиків та вапняків, а також каньйоноподібні ділянки річкових долин. Таке ландшафтне різноманіття не лише формує естетичну привабливість території, а й створює природні умови для розвитку *екотуризму, трекінгу, фототуризму та наукових ландшафтних досліджень*.

Особливо ефектними є ділянки *долин річок Русава та Яланка*, де *рельєф набуває каньйонної форми*, а відкриті схили перемежуються з лісовими масивами та чагарниками. Відкриті панорамні простори дозволяють створювати *оглядові маршрути та фотолокації для відвідувачів*. Високий

рекреаційний потенціал мають *ландшафтні комплекси* поблизу *Комаргорода, Стінянського масиву, Вил та Благодатного* відзначаються високим рівнем збереження природних комплексів.

Сильні сторони: Ландшафт громади має виражену естетичну цінність і створює природну основу для розвитку численних туристичних форматів: *пішохідних маршрутів, велотуризму, релакс-туризму, фотосесій*. Мозаїчність рельєфу робить територію придатною як для *сімейного, так і для активного туризму*.

Слабкі сторони: Основним обмеженням є *відсутність інфраструктурного забезпечення — оглядових майданчиків, маркованих маршрутів та стежок, інформаційних табличок та місць для відпочинку*. Крім того, *відсутність туристичного супроводу та інформаційних матеріалів* значно знижує можливість комерціалізації ландшафтних ресурсів.

ВОДНІ РЕСУРСИ

Опис ресурсу: Водні ресурси громади формуються *річками Русава та Яланка, численними малими водоймами, ставками, озерами* й природними джерелами, серед яких найбільше природне й рекреаційне значення мають *Марківські та Яланецькі джерела*. Водні об'єкти використовуються для *любительської риболовлі, відпочинку біля води, купального туризму та розвитку малих рекреаційних зон*.

Сильні сторони: Річкові долини громади поєднують естетичну красу та рекреаційний потенціал. Водні ресурси можуть стати основою для розвитку *сімейного відпочинку, рибальських локацій, екостежок уздовж річок, оздоровчих програм та сезонних водних активностей*.

Слабкі сторони: Більшість водних локацій *не мають організованого доступу*: відсутні облаштовані підходи, місця відпочинку, туалети, зони для купання чи риболовлі. Водні *маршрути не промарковані, а інформація про джерела та їх властивості не представлена для туристів у доступному форматі*.

ПРИРОДООХОРОННІ ТЕРИТОРІЇ ТА ЛІСИ

Опис ресурсу: Громада володіє цінним природоохоронним фондом, який включає ландшафтні заказники, урочища, лісові масиви та ділянки природних екосистем. До найбільш значущих належать *заказники «Стінка» та «Лужки»*, які поєднують унікальні геологічні утворення, балкові системи, гідрологічні мікроосередки, а також місця проживання рідкісних і червонокнижних видів флори й фауни. *Лісові масиви* громади сформовані переважно *листяними породами — дубом, грабом, липою, кленом* — і створюють зелені коридори. *Лісові урочища поблизу Комаргорода, Стінянської зони та Вил* мають високу рекреаційну цінність і можуть бути основою для *пішохідних маршрутів, велостежок, та екоосвітніх програм*.

Сильні сторони: Природоохоронні території забезпечують унікальний природний капітал, який має наукову, екологічну та туристичну значущість.

Збереженість природних лісів і балкових систем робить ці райони перспективними для розвитку *еколого-освітнього туризму, ботанічних екскурсій, дитячих природничих програм, спостереження за флорою і фауною*. Лісові масиви громади також мають потенціал для *створення «тихих» рекреаційних зон та маршрутів здоров'я*.

Слабкі сторони: Як і в інших природних локаціях громади, інфраструктура на природоохоронних територіях є мінімальною. Бракує *промаркованих маршрутів, стендів, карт, інформаційних щитів, рекреаційних майданчиків, оглядових точок*. Погано розвинена система *екоосвітніх програм і відсутні підготовлені фахівці-гідові*.

АНТРОПОГЕННІ ЕКОСИСТЕМИ (САДИ, ЯГІДНИКИ, ФЕРМЕРСТВА)

Антропогенні екосистеми Томашпільської громади представлені *фруктовими садами, ягідниками, лавандовими полями, фермерськими полями та господарствами змішаного типу*. На території громади вирощують яблука, сливи, груші, вишні, лошину, малину, а також декоративні та медоносні культури. Ягідні ферми та лавандові плантації можуть стати центрами сезонних туристичних активностей: *фототурів, зборів ягід, дегустацій, майстер-класів зі створення трав'яних чаїв, косметики чи варення*. Деякі господарства вже мають елементи туристичного сервісу, однак загалом потенціал цієї сфери поки не реалізований.

Сильні сторони: Антропогенні ландшафти доповнюють природні ресурси громади, створюючи можливість формувати комплексні *агротуристичні продукти*. Вони дозволяють *організовувати тури формату «збирай сам», дегустації, гастросети, майстер-класи, фотоподії та фестивалі врожаю*.

Слабкі сторони: Більшість садів і ферм *не мають належного благоустрою для туристів: відсутні зони відпочинку, санітарні точки, безпечні дороги доступу*. Фермери часто *не готові приймати туристів* через побоювання щодо збереження врожаю, додаткових витрат або юридичних нюансів. *Відсутні туристичні описи, карти, маркетингове позиціонування агролокацій*.

КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНІ РЕСУРСИ

Опис ресурсу: культурно-історичні ресурси Томашпільської громади формують багатозарову спадщину, що поєднує архітектурні пам'ятки різних історичних періодів, сакральні об'єкти, залишки давніх поселень, етнокультурні традиції та унікальні локальні ремесла. Ця спадщина відображає історичний розвиток регіону. Одним із ключових об'єктів є *архітектурний комплекс у Комаргороді* — залишки палацу *Четвертинських та історичний парк*, що зберігають важливі свідчення дворянської садибної культури XVIII–XIX ст. Палацовий ансамбль, хоча й значною мірою зруйнований, має високу культурну й туристичну цінність, а його *ревіталізація може стати основою для створення культурно-мистецьких*

просторів, музею історії роду чи ландшафтного парку європейського типу, івентів.

Сакральні об'єкти громади, серед яких *церква Святого Миколая в с. Стіна, костел у Томашполі та старі православні храми в селах громади*, є важливою частиною духовної та архітектурної спадщини. Вони зберігають історичну автентичність і становлять потенціал для камерних культурних подій та духовно-освітніх програм.

Важливу складову становлять археологічні та історичні ресурси: *залишки турецького мосту, давні поселення, об'єкти єврейської спадщини на території колишнього цукрозаводу, фрагменти старої забудови, кладовища та окремі історичні артефакти*. Ці елементи відображають багатонаціональну історію громади та становлять потенціал для створення тематичних маршрутів із акцентом на міжкультурну спадщину Поділля.

СОЦІОКУЛЬТУРНІ РЕСУРСИ, НЕМАТЕРІАЛЬНА СПАДЩИНА.

Особливу цінність має етнографічний пласт — *збережені ремесла (ткацтво, гончарство, лозоплетіння, деревообробка), локальні гастрономічні традиції (білий борщ, подільські страви), сезонні промисли та майстерність місцевих майстрів*. Село Стіна та інші населені пункти громади вирізняються активними носіями традиційної культури, що дозволяє розвивати *етнотуризм, творчі майстерні, фестивальні події, ремісничі хаби, скансен*.

Сильні сторони: Культурно-історична спадщина громади має високий потенціал завдяки своїй комплексності та автентичності. Поєднання архітектурних, сакральних і археологічних об'єктів створює різноманітну базу для формування туристичних продуктів: *оглядових екскурсій, історичних маршрутів, фестивальних подій, мистецьких резиденцій та тематичних турів*. Збереженість традиційних ремесел є унікальною перевагою, яка дозволяє розвивати *практичні майстер-класи, етнофестивалі, ремісничі школи та інтерактивні культурні програми*. Потенціал культурно-історичних локацій підсилюється наявністю природних ландшафтів, що дозволяє поєднувати культурні, гастрономічні та природничі активності у *єдині міждисциплінарні тури* — «жива історія», «магія ремесел», «подільська кухня», «подорож місцями сили». Комплекси, такі як Комаргородський парк та палац Четвертинських, за умов належної реставрації можуть стати точками культурної концентрації та драйверами туристичного розвитку громади. Етнокультурний потенціал *село Стіна може стати основою для створення скансену та розробки мерчу*.

Слабкі сторони: Попри значну історичну цінність, культурні ресурси громади мають низку системних обмежень, що стримують їх туристичне використання. Передусім це *відсутність музеєфікації більшості об'єктів* — як архітектурних, так і археологічних. Більшість пам'яток *не мають інтерпретаційних матеріалів, інформаційних табличок, QR-кодів або туристичних описів*, що зменшує їх доступність для відвідувачів і ускладнює сприйняття історичного контексту. *Поганий технічний стан частини об'єктів,*

зокрема залишків палацу Четвертинських, унеможливило їх безпечно відвідування та інтеграцію у туристичні маршрути без попередніх консерваційних заходів. *Низький рівень інфраструктурного супроводу — відсутність благоустрою територій, місць для відпочинку, навігації* — також стримує розвиток культурних продуктів.

Крім того, відсутність координованої культурної політики, туристичного менеджменту та промоції призводить до того, що навіть цінні культурні об'єкти залишаються маловідомими за межами громади. Етнографічні ресурси, попри їх цінність, *не мають сталих майданчиків для демонстрації (етноцентрів, ремісничих майстерень), а місцеві майстри працюють переважно індивідуально, без інтеграції у туристичну екосистему.*

Гастрономічна спадщина громади

Опис ресурсу: Подільські кулінарні традиції громади базуються на натуральних інгредієнтах, вирощених у приватних господарствах і фермах, що визначає високу автентичність і екологічність страв. Важливими гастрономічними елементами є *білий борщ, локальні каші та печені, домашні ковбаси, натуральні сири, мед, ягоди, трав'яні чаї, сезонні овочеві та фруктові десерти*. Громада має низку *дрібних фермерських господарств*, які спеціалізуються на виробництві натуральних продуктів — ягід, меду, домашнього сиру, крафтової випічки, трав'яних зборів. *Наявність лавандових полів та фруктових садів* створює додаткові можливості для розвитку *гастротуризму у форматах «збирай сам», дегустацій, фотосесій на локаціях та сезонних майстер-класів.*

Сильні сторони: Гастрономічні ресурси громади мають високу автентичність, що робить їх привабливими як для внутрішніх туристів, так і для відвідувачів з інших регіонів. Поєднання локальних продуктів, традиційних технологій та сучасних інтересів до крафтової їжі створює підґрунтя для *розвитку гастрономічних маршрутів, дегустаційних турів, ярмарків і гастрономічних фестивалів*. Різноманіття місцевих сезонних продуктів дозволяє формувати концепції «Подільський сніданок», «Смак Томашполя», «Гастротур на Русаву», що можуть стати унікальними туристичними пропозиціями громади.

Томашпільська громада історично є одним із центрів вирощування *цукрового буряку* на Поділлі, що визначило її економічний розвиток, формування аграрної культури регіону. Вирощування цукрового буряку може бути інтегроване в *гастротуристичні та аграрні маршрути через екскурсії на поля та цукрові заводи, демонстрацію техніки, знайомство з технологією переробки, лекційні програми про історію буряківництва та дегустації продуктів із буряку (кваси, солодоці, джеми)*. Такий напрям розширює гастрономічний профіль громади й може стати унікальним компонентом *бренду та мерчу «аграрного Поділля».*

Можливість поєднання гастрономічної спадщини з агротуризмом і ремісничими традиціями посилює *міждисциплінарність туристичного*

продукту. Локальна кухня може бути інтегрована в етнофестивалі, ремісничі майстер-класи, подієві заходи та тематичні тури для сімей, шкільних груп і груп вихідного дня.

Слабкі сторони: Основними обмеженнями розвитку гастротуризму є відсутність структурованої системи підтримки локальних виробників, слабка промоція місцевих продуктів та відсутність сертифікації або брендування, що ускладнює впізнаваність громади на гастрономічній карті регіону. Недостатня кількість спеціально обладнаних гастролокацій — дегустаційних залів, закладів харчування з традиційною кухнею, місць для кулінарних майстер-класів — обмежує можливості прийому групових туристів. Також бракує інформаційних матеріалів — путівників, карт гастролокацій, каталогів місцевих господарств, що знижує туристичну привабливість і обмежує доступність інформації для відвідувачів.

ПОДІЄВА АКТИВНІСТЬ ТА ФЕСТИВАЛЬНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Опис ресурсу: Подієва активність громади представлена локальними культурними, етнографічними та гастрономічними заходами, які відіграють важливу роль у формуванні туристичної привабливості регіону. Найбільший масштаб і впізнаваність має фестиваль «Стіна запрошує», що щорічно збирає відвідувачів із Вінниччини та сусідніх областей. Подія поєднує етномузику, ремесла, гастрономію, демонстрацію народних традицій і є ключовою платформою для популяризації нематеріальної спадщини громади. Громада має потенціал для розвитку мультитематичних заходів — гастрономічних ярмарків, екофестивалів, свят врожаю, ягідних свят, подій «лавандових вихідних», пленерів, які можуть залучати нові туристичні аудиторії.

Сильні сторони. Ключовою перевагою громади є наявність уже сформованих і впізнаваних подій, які можуть стати ядром подієвого туризму. Подієвий потенціал може бути розширений через тематичні напрямки — природні, гастрономічні, творчі й ремісничі, що дозволяє забезпечити туристичну активність у різні сезони року. Наявність центрів культурного життя (будинків культури, бібліотек, творчих колективів) створює внутрішній ресурс для організації подій.

Слабкі сторони: Основною проблемою є обмеженість інфраструктури для прийому великої кількості відвідувачів — відсутність достатньої кількості місць розміщення, харчування та інших об'єктів туристичної інфраструктури. Відсутність системної маркетингової стратегії, професійної промоції, брендингу подій та цифрової комунікації також стримує їх розвиток.

ТУРИСТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА ТОМАШПІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ

Опис ресурсу: Туристична інфраструктура громади перебуває на етапі формування і включає окремі елементи, пов'язані з доступністю локацій, рекреаційними об'єктами, місцями відпочинку та локальними закладами харчування. На території громади є кілька агросадиб і приватних садиб, що здійснюють прийом туристів, однак їх кількість недостатня для

обслуговування організованих груп. Заклади харчування представлені переважно кафе локального рівня, що працюють при дорогах або в центрах населених пунктів. Спеціалізована туристична інфраструктура — інформаційні центри, прокат спорядження, системи навігації, марковані маршрути, зони відпочинку — поки відсутні.

Сильні сторони: Громада має необхідні базові ресурси для формування туристичної інфраструктури — зручне транспортне розташування, наявність окремих агросадиб, потенціал для створення рекреаційних зон, можливість використання комунальних установ як майданчиків для освітніх чи туристичних заходів. *Природні та культурні об'єкти громади компактно розташовані, що дозволяє ефективно планувати маршрути та туристичні продукти.*

Слабкі сторони: Найбільшим інфраструктурним викликом є *недостатня кількість закладів розміщення та харчування, в тому числі агросадиб та екопоселень, що унеможлиблює прийом великих туристичних груп і обмежує розвиток багатоденних турів. Відсутність туристичної навігації, інформаційних стендів, маркування маршрутів, зон відпочинку та оглядових майданчиків значно знижує доступність природних і культурних ресурсів. Громада також не має туристичного інформаційного центру, пунктів прокату спорядження для активного туризму, фахових гідів, сайтів із туристичними маршрутами та цифрових інструментів для туристів.*

Потенціал для розвитку інфраструктури посилюється вигідним транспортним розташуванням громади, компактністю локацій, наявністю культурних центрів (будинків культури, бібліотек), які можуть бути трансформовані у простори для туристичних, освітніх чи фестивальних заходів.

Оцінка: Туристична інфраструктура громади перебуває на початковому етапі формування і потребує комплексного розвитку, щоб відповідати природним ресурсам, культурній спадщині та зростаючим туристичним можливостям громади.

Сильні сторони:

- Громада має зручне транспортне положення, що полегшує доступ туристів із сусідніх громад, області та інших регіонів.
- Наявні агросадиви та приватні садиви можуть стати основою для подальшого розвитку локальної мережі гостинності.
- Компактне розташування природних та історичних ресурсів дозволяє проектувати збалансовані одноденні та багатокомпонентні маршрути.
- Комунальні установи можуть бути використані як інфраструктурна база для культурних, освітніх та подієвих активностей.
- Природний і культурний потенціал громади створює передумови для розвитку інфраструктури екостежок, рекреаційних зон, оглядових точок та веломаршрутів.

Слабкі сторони:

- Недостатня кількість місць розміщення — ключовий стримувальний фактор розвитку багатоденних турів та прийому організованих груп.

- Заклади харчування обмежені за кількістю і форматом, переважно працюють у локальному режимі та не орієнтовані на туристичний потік.
- *Відсутність* маркованих туристичних маршрутів, системи орієнтації, вказівників, інформаційних матеріалів, карт і QR-кодів значно знижує доступність природних і культурних локацій.
- Брак оглядових майданчиків, рекреаційних зон, місць для відпочинку, *облаштованих точок біля водойм.*
 - *Екопродукція, крафтові вироби та сувенірна продукція в громаді слабо комерціалізовані:* недостатньо спеціалізованих точок продажу, сувенірні крамниці та стабільні канали збуту, що не дозволяє перетворити локальні продукти на повноцінний туристичний товар.
 - *Відсутність туристичного інформаційного центру, прокату спорядження, онлайн-платформи про туристичні продукти громади та підготовлених гідів.*
- Недостатня цифрова присутність — громада не має єдиного туристичного сайту, інтерактивних карт чи онлайн-каталогів локацій.
- Погана промоція та маркетингова стратегія ускладнюють формування впізнаваності громади як туристичної дестинації.

Туристична та суміжна інфраструктура включає всі об'єкти та послуги, які забезпечують комфорт, безпеку та доступність відпочинку та подорожей, зокрема місця проживання (готелі, мотелі, хостели, агросадиби, сімейні еко-садиби, кемпінги), заклади харчування (ресторани, кафе, закусочні, фермерські крамниці), транспортні та логістичні об'єкти (дороги, автобусні та залізничні станції, парковки, прокат велосипедів і автотранспорту), а також туристичні атракції, культурні й рекреаційні об'єкти, інформаційні центри, сувенірні крамниці та послуги супроводу, що забезпечують повноцінний та комфортний туристичний досвід.

Таблиця

Туристична та суміжна інфраструктура Томашпільської громади

Назва об'єкту	Особливості (унікальність, цінність)	Можливості для туризму	Примітки
Засоби розміщення			
Хостел Еко-Центр Стіна Eco-Center Stina hostel	Місія «ЕКО-ЦЕНТРУ СТІНА» слугувати майданчиком співпраці різноманітних суб'єктів, що зацікавлені у практичній реалізації ідей сталого розвитку, обміні та збереженні сільської культури, а також реалізації сільських ініціатив. Одна кімната 28 кімнат	Доступні замовлення через мережу Інтернет	У Стіні ви зможете знайти розміщення у будиночках, побудованих у традиційному стилі із глини та соломи. Місцеві хазяї створять вам неповторну автентичну атмосферу, адже багато з жител наче законсервовані у часі.
Верета Готель у Томашполі	10 місць		

Хостел			
Заклади харчування			
Viktoriya		Відрізняється різноманітними гастрономічними традиціями.	
Орендні послуги (потенційні засоби розміщення туристів чи активностей): оренда після укртелекому, колишній готель, колишній будинок побуту			
Ферми, зоопарки			
Свинокомплекси та птахофабрики	з розведення ВРХ: ПСП «Перемога»; СТОВ «Яланецьке» с. Яланець; репродуктивна ферма с. Гнатків ПСП «Гнатківське». Окрім того, стосовно "Агрокомплексу «Зелена долина»: Агроформування «Гнатківське» с. Гнатків; з розведення свиней: СТОВ «Липівка» с. Липівка. з розведення гусей: Томашпільська інкубаторна птаховнича станція (на межі закриття) с. Паланка (корови) Смачні рогаики від Зеленої долини		Отара овець Контактні
Транспорт			
Томашпільська територіальна громада має залізничний вокзал, що забезпечує зв'язок з іншими містами України. Пасажири можуть скористатися потягами для подорожей в різні напрямки. Автовокзал Томашпіль пгт. Томашполь, Автовокзал Вапнярка пгт. Вапнярка			
Дорожня інфраструктура, логістика			
Дороги обласного значення Умань – Яси Томашпіль – Вінниця Томашпіль – Могилів-Подільський			

Сильні сторони громади

- Унікальна природна цінність і збереженість ландшафтів. Це створює винятково сприятливі умови для екологічного, рекреаційного, фототуризму й освітніх природничих програм.
- Село Стіна — сформований туристичний осередок етно- та

гастротуризму Стіна вже працює як готовий туристичний продукт, приймає відвідувачів та має потенціал для створення етнопарку чи скансену.

- Багаті та різноманітні ландшафти для активного та сільського туризму. Хвилясті пагорби, річкові каньйони, лісові урочища, джерела й природні оглядові точки відкривають можливості для пішохідних маршрутів, велотуризму, екостежок, фототурів, зеленої рекреації та агротуристичних практик.

- Потенціал гастротуризму, пов'язаний із багатою аграрною спеціалізацією громади. Томашпільщина є центром вирощування цукрових буряків і має багаторічні традиції переробки, що створює унікальну основу для тематичних гастромаршрутів, дегустацій, екскурсій, освітніх програм та подій, присвячених локальній агрокультурі.

- Наявність активних ремісників та локальних крафтових практик. Майстри— ресурс, який може стати основою для популярних майстер-класів, сувенірних лінійок та туристичних програм.

- Значний подієвий потенціал (фестивалі «Стіна запрошує», «Одвічна Русава»)

- Наявність антропогенних ландшафтів, придатних для агротуризму.

- Сприятливе географічне розташування та доступність. Громада знаходиться в зручному транспортному вузлі, має мережу доріг місцевого значення, що забезпечує доступ до ключових природних та культурних об'єктів.

Слабкі сторони громади

- Туристична інфраструктура громади залишається обмеженою, зокрема відчутний дефіцит *закладів розміщення*, агросадиб та об'єктів, здатних приймати групових туристів або забезпечувати багатоденні тури.

- Рекреаційні зони та прибережні території річок часто необлаштовані, береги річок не мають облаштованих підходів, зон відпочинку, місць для купання чи мінімальної інфраструктури. Якість води у малих річках подекуди є нестабільною, потребує системного екологічного догляду. Це знижує рекреаційну привабливість водойм і обмежує їх використання для відпочинку та розвитку релакс- та водного туризму.

- Відсутня якісна туристична навігація: *немає маркованих маршрутів, детальних карт, інформаційних стендів, QR-кодів і професійного туристичного супроводу*, що ускладнює самостійне та організоване пересування територією громади.

- *Бракує оглядових майданчиків і спеціальної інфраструктури* для комфортного огляду природних ландшафтів — каньйонів, балок, джерел і лісових масивів, які є ключовими природними атракціями громади.

- Сервіси активного відпочинку практично відсутні: *немає прокату велосипедів, каяків, туристичного спорядження, обладнання для риболовлі чи організації екостежок*, що стримує розвиток активних видів туризму.

- Частина історико-культурних об'єктів потребує реставрації та сучасної інтерпретації; важливою є їх *інтеграція в туристичні маршрути, проведення*

івентів та використання цифрових інструментів (AR/VR, QR-гід, інтерактивні моделі) для популяризації.

- Пропозиція сільського туризму залишається слабо сформованою: *агросадиб мало, а агротуристичні продукти відсутні, незважаючи на значний потенціал садів, ягідників, лавандових полів і бурякових господарств.*

Локальна подільська кухня не має постійних майданчиків представлення — у громаді *відсутні спеціалізовані гастролокації та ресторації, де можна стабільно скуштувати традиційні страви* (білий борщ, локальні печені, сезонні десерти, продукцію фермерів). Це значно послаблює потенціал агротуризму.

- Відсутні системні освітні програми на основі місцевих ресурсів — етнотрадицій, природної спадщини, річкової екології, буряківництва та агрокультур. Шкільні групи не мають готових маршрутів, занять, екостежок чи інтерактивних програм, що зменшує виховний та просвітницький потенціал громади.

- Ремесла, гастрономічна спадщина та соціокультурні практики слабо комерціалізовані: немає ремісничих просторів, сувенірних точок, системи збуту крафту та гастропродукції, що знижує туристичну додану вартість.

- Цифровізація туристичного продукту є низькою — громада не має ТЩ, єдиного туристичного сайту, інтерактивних карт, цифрових маршрутів, візуальних і промоційних матеріалів; *туристичний мерч* також не сформований.

- Механізми туристичної безпеки недостатньо розвинені — відсутні інформаційні інструкції, попереджувальні таблички, точки зв'язку, засоби орієнтування та базові елементи безпечного відвідування природних локацій.

Розділ 5. Висновки щодо заповнення ніш в рамках побудови ланцюжків

ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ В ТУРИЗМІ ГРОМАДИ

У межах роботи з Томашпільською громадою була проведена ділова гра, спрямована на пошук реальних бізнес-можливостей у сфері туризму та визначення тих ланок туристичного ланцюга, які сьогодні в громаді є відсутніми або недостатньо розвиненими. Вправа відбувалася у форматі «передавання клубка нитки», що символізувало взаємозв'язок між різними туристичними послугами та необхідність комплексного підходу до формування туристичного продукту.

Учасники, спираючись на результати опитування потенційних туристів і галузевих експертів (проведені на попередньому етапі), передавали умовний «клубок» від однієї послуги до іншої. Таким чином вони моделювали типовий маршрут чи досвід туриста, який приїжджає до Томашпільської громади: що він шукає, що споживає, які емоції очікує отримати, які послуги потребує на кожному етапі перебування. Кожного разу, коли учасники доходили до тієї точки, де бракує певної інфраструктури, сервісу чи продукту, це фіксувалося як «відсутня ланка» туристичного ланцюга.

Особливу увагу приділяли запитам, які звучали у відповідях зовнішньої аудиторії: цікаві екскурсійні маршрути, якісні гастрономічні пропозиції, локальна продукція, сувеніри, подієві активності, послуги гідів, місця для відпочинку та релаксу, зручні точки харчування чи інфраструктура для сімейних та пізнавальних подорожей. Це дало змогу побачити розриви між тим, що хоче турист, і тим, що сьогодні реально може запропонувати громада.

Модератор у процесі гри фіксував усі потенційно цікаві ідеї на фасилітаційній тканині, групував схожі пропозиції та виокремлював найбільш перспективні. У підсумку сформувався перелік ключових бізнес-ідей, які можуть закрити прогалини в туристичній пропозиції Томашпільської громади. Ці ідеї стали елементами «Карти туристичних ідей громади» — візуального інструменту, що демонструє логіку майбутнього розвитку та можливості для підприємництва.

Мета вправи полягала у виявленні конкретних ніш, які можуть стати основою для створення нових видів діяльності, мікробізнесів чи сервісів, здатних задовольнити потреби туристів. Для Томашпільської громади це важливий інструмент, адже він показує не лише брак певних послуг, а й те, у який спосіб громада може перетворювати власний потенціал на реальні економічні можливості — через локальне підприємництво, розвиток крафтових продуктів, розширення пропозиції дозвілля та створення цілісного туристичного досвіду.

РОЗДІЛ 6. ПЕРЕЛІК БІЗНЕС-ІДЕЙ, НАПРАЦЬОВАНИХ УЧАСНИКАМИ ФОКУС-ГРУП

Подані нижче матеріали напрацьовано в результаті взаємодії з представниками Томашпільської громади, де було проведено розширену фокус-групу, в якій взяли участь понад 20 місцевих підприємців, представників бізнесу, працівників сфери культури, туризму та активні мешканці, зацікавлені в розвитку території. Метою зустрічі було не лише зібрати думки та очікування учасників, а й сформувані спільне бачення розвитку туризму в громаді в контексті Кластеру «Шляхами Трипільської Праматері».

Робота розпочалася з аналізу того, як учасники сприймають туризм. За допомогою інтерактивного інструменту Mentimeter вони відповідали на запитання про перші асоціації з туризмом у громаді. Хмара слів показала, що туризм для учасників — це передусім відпочинок, знайомства, емоції, враження, подорожі, пізнання себе і світу. Майже не з'явилися згадки про економіку, інвестиції чи бізнес, що яскраво демонструє: туризм у сприйнятті громади поки що має рекреаційно-емоційний, а не економічний зміст. На другому етапі учасники ранжували твердження про роль туризму. Найвищі позиції отримали тези про економічний потенціал і створення бізнес-можливостей, але ці оцінки були більш раціональними, ніж емоційними. Це ще раз підтвердило: громада розуміє силу туризму як галузі, але поки не відчуває його впливу у своєму щоденному досвіді.

Далі учасникам презентували результати маркетингового аналізу територій Кластеру — порівняння ресурсів, привабливості, конкурентних переваг та слабких місць. Експерти познайомили мешканців громади з висновками, які були сформовані внаслідок зазначеного аналізу. Це дозволило побачити, як Томашпільська громада позиціонується у ширшому середовищі та де має найбільший потенціал.

ВИСНОВКИ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ІНВЕНТАРИЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТОМАШПІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ

1. Потужний природний, культурний та аграрний потенціал, але неповна реалізація можливостей

Томашпільська громада володіє значним природним і культурно-історичним потенціалом: мальовничими річковими каньйонами, природоохоронними територіями, лісовими масивами, урочищами, сакральними об'єктами, історичною спадщиною та унікальними антропогенними ландшафтами (сади, ягідники, лавандові поля).

Однак більшість цих ресурсів поки що не інтегровані в структурований туристичний продукт. Бракує промаркованих маршрутів, інформаційних матеріалів, оглядових точок, благоустроєних рекреаційних зон і туристичного супроводу, що обмежує можливості комфортного та безпечного відвідування.

2. Інфраструктурні обмеження та недостатній рівень сервісу

Ключовою проблемою громади є нестача закладів розміщення, в тому числі агросадиб та екосадиб недостатньо для прийому організованих груп або багатоденних турів.

Природні локації — річкові долини, урочища, джерела, ліси — часто не мають благоустрою: облаштованих підходів, зон відпочинку, санітарних вузлів, навігації, безпечних стежок.

Бракує сервісів активного туризму — прокату велосипедів, човнів, рибальського інвентарю — що ускладнює розвиток рекреаційних видів активностей.

Система туристичної безпеки відсутня: немає інформування про правила поведінки в природних умовах, попереджувальних знаків, точок швидкого зв'язку чи інструкцій для туристів.

3. Слабка інформаційна та цифрова присутність громади

Попри високу цінність ресурсів, туристи мають обмежений доступ до інформації:

- немає карт, схем, QR-кодів, інформаційних табличок, стендів;
- відсутня промоційна продукція, буклети, туристичні маршрути у відкритому доступі.

У громаді немає туристично-інформаційного центру (ТІЦ), який би координував туристичну діяльність, підтримував локальних майстрів, фермерів, організаторів подій та формував єдину туристичну політику. Низька цифровізація проявляється у відсутності туристичного веб-порталу, інтерактивних карт, онлайн-маршрутів, сучасних промоматеріалів. Це знижує видимість громади та ускладнює приїзд самостійних туристів.

4. Частково реалізований культурний та мистецький потенціал

Томашпільська громада має різноманітну історико-культурну спадщину: залишки палацу Четвертинських у Комаргороді, сакральні об'єкти, турецьку спадщину, археологічні пам'ятки та локальні ремесла. Однак частина об'єктів перебуває в аварійному стані, не має інтерпретаційних матеріалів і не включена до туристичних маршрутів.

Потребують розвитку авторські екскурсії громади, нові тематичні маршрути, ревіталізація історичних будівель, створення сучасних експозицій та інфраструктури для прийому туристів.

5. Нереалізований етнокультурний і ремісничий потенціал

На території громади збереглися традиційні ремесла, побутові практики, сезонні промисли, локальні гастрономічні рецептури, однак цей потенціал мало інтегрований у туристичну інфраструктуру. Відсутні ремісничі центри, етноп простори, спеціалізовані майстерні, сувенірні лавки чи мерч громади.

Село Стіна є єдиною локацією громади, де етнотуризм, ремесла та гастрономічні традиції розвиваються на системній основі: місцеві майстри, етноп простір і сформований гастро- та етнопродукт уже працюють як

повноцінний туристичний продукт і регулярно приймають відвідувачів. Натомість в інших населених пунктах майстри здебільшого працюють індивідуально, без можливості демонструвати свої вироби туристам чи проводити постійні майстер-класи.

6. Значний потенціал розвитку гастротуризму та агротуризму

Громада має унікальні аграрні ресурси — фруктові сади, ягідники, лавандові поля, поля з вирощування цукрового буряку, фермерські господарства. Особлива цінність — історична роль громади як центру вирощування цукрового буряку, що може стати основою тематичних аграрних маршрутів, гастротурів і освітніх програм, брендингу та мерчу.

Попри це, агротуристичні продукти практично відсутні. Фермери часто не готові приймати туристів через брак інфраструктури, гарантій безпеки та промоційної підтримки.

Не сформовані програми «збирай сам», дегустації, тури фермерськими угіддями, гастролокації чи події врожаю.

7. Високий потенціал екологічного туризму, що потребує сталого підходу

Природні комплекси громади — долини Русави й Яланки, урочища, джерела, заказники «Стінка» та «Лужки» — створюють основу для екостежок, фототурів, наукових маршрутів та дитячої природничої освіти. Однак ці ресурси потребують регульованого використання: маркування, облаштування веж і майданчиків, контролю рекреаційного навантаження, інформування відвідувачів, підготовки екскурсоводів і гідів-натуралістів.

Учасники обговорили, які типи туристів можуть бути зацікавлені громадою, що громада може запропонувати унікального та які продукти варто розвивати першочергово.

На наступному етапі була проведена ділова гра, метою якої стало визначення «білих плям» у туристичній пропозиції громади. Передаючи умовний «клубок ниток», учасники відтворювали шлях туриста — від прибуття до громади до завершення подорожі. У процесі гри виявилися ключові прогалини: нестача цікавих екскурсійних маршрутів і гідів, обмежені можливості для гастрономічного досвіду, недостатня кількість креативних просторових рішень, брак сувенірної та локальної продукції, відсутність форматів сімейного відпочинку. Це стало основою для формування конкретних бізнес-запитів.

На сьогодні громада Томашпілья, виходячи із перелічених вище компонентів, вбачає можливим розвивати на своїй території наступні компоненти туристичного бізнесу.

Таблиця

Результати обговорення можливих бізнес-планів за наявними ресурсами

Вид туризму	Активності, які готові розвивати	Чого не вистачає для організації бізнесу
Етнотуризм	<p>Створення етнобудинку</p> <p>Створення сільської традиційної садиби на засадах сталого розвитку</p> <p>Розробка та проведення майстер-класів із плетіння бісером та вишивання</p> <p>Створення гобеленів та ткацтво</p>	<p>Є будинки під садиби, вони потребують ремонту</p> <p>Територія потребує благоустрою</p> <p>Наявне приміщення потребує ремонту</p> <p>Відсутня інфраструктура для обслуговування туристів</p> <p>Відсутні активності на території садиби</p> <p>Потребує організації харчування</p> <p>Потребує ремонту дорога до самої хати</p> <p>Відсутні кошти на закупівлю сировини для бісероплетіння</p> <p>Не визначено ринки збуту готової продукції</p> <p>Не продумано дизайн-код та можливу тематику (під Трипілля)</p> <p>Відсутнє приміщення для презентування робіт</p> <p>Відсутня реклама у соціальних мережах</p> <p>Для роботи з гобеленами відсутнє приміщення</p>
Культурно-пізнавальний туризм	<p>Розробка театралізованої екскурсії до Олександрівського парку</p>	<p>Відсутня належна професійна підготовка (історична, краєзнавча, вміння працювати на публіку)</p> <p>Відсутні розроблені маршрути по території парку</p> <p>Відсутні історичний одяг та взуття</p> <p>Парк потребує благоустрою в парку відсутнє маркування доріжок та позначки на локаціях основних</p>
Освітній туризм	<p>Організація дитячих таборів для різновікових груп</p> <p>Проведення освітньо-практичних таборів за освітньою програмою для приватних шкіл</p>	<p>Наявне приміщення потребує ремонту</p> <p>Необхідна підготовка персоналу</p> <p>Розробка навчальної програми та прокладання маршрутів</p>

		Відсутня локація для спортивних розваг
--	--	--

У підсумку було виокремлено декілька ключових пріоритетів, які мають попит серед потенційних туристів, але наразі недостатньо представлені в Томашпільській громаді. Це й стало основою Картки туристичних ідей громади — практичного інструменту для майбутніх інвесторів, підприємців і внутрішніх команд розвитку.

На основі зібраних даних, обговорень і знайдених прогалін були сформовані перші контури бізнес-концепцій для громад-учасниць Кластеру «Шляхами Трипільської Праматері». Для Томашполя це означає:

- формування нішевих пропозицій, заснованих на унікальності території;
- орієнтацію на реальний попит, а не на внутрішні припущення;
- можливість для місцевих підприємців створювати нові послуги та продукти, що відповідають очікуванням туристів;
- підвищення економічної ролі туризму через розвиток малого бізнесу.

Точками притягання туристів на території громади визначено наступні локації: Благодатне та Олександрівський парк, Велика Русава, Рожнятівка та садиба Балашових, Антонівка, Віла та заказник «Лужок», Русава, Стіна та ландшафтний заказник, церква Святого Михая, Томашпіль та Турецький міст, єврейські будинки, Польський костел, Гнатків та музей теслярства, Комаргород та палац Четвертинських, Нетребівка, Яланець та парк, млин на їхніх територіях.

Бізнес-ідеї у сфері туризму для громади — це пропозиції щодо створення або розвитку підприємницьких ініціатив, які спрямовані на підвищення туристичної привабливості території, покращення якості послуг для відвідувачів та формування додаткових можливостей для місцевих жителів і бізнесу. Такі ідеї охоплюють організацію туристичних маршрутів, розвитку інфраструктури, надання сервісів для гостей, проведення культурних та активних заходів, а також створення нових видів дозвілля.

Бізнес-ідеї для розвитку туризму в громаді — це:

- ініціативи, що можуть бути реалізовані місцевими підприємцями, установами чи громадськими організаціями;
- види діяльності, які формують туристичний продукт території;
- проекти, що сприяють економічному зростанню, зайнятості населення та збереженню культурної спадщини;
- можливості, які підсилюють конкурентоспроможність громади на туристичному ринку.

Громада формує бізнес-ідеї у сфері туризму, спираючись насамперед на власні природні, історико-культурні та інфраструктурні ресурси, доповнюючи їх аналізом потреб і інтересів туристів, ініціативами місцевих жителів і підприємців, а також вивченням успішних практик інших територій, щоб

перетворити наявні можливості на привабливі туристичні продукти та послуги.

1. Наявні туристичні ресурси громади – це головне джерело ідей. Ідея виникає з того, як ресурси можна перетворити на туристичний продукт.

2. Потреби та інтереси туристів є другим важливим компонентом бізнес-плану. Громада аналізує запити різних груп мандрівників: сімейних туристів, молоді, велосипедистів, поціновувачів історії тощо.

3. Місцеві ініціативи та підприємці можуть стати джерелом бізнес-ідей, розвиваючи власний бізнес або формуючий новий.

4. Аналіз досвіду інших громад та стратегічні документи бачення розвитку території дають можливість уникнути помилок у бізнес-плануванні.

ОТЖЕ, БІЗНЕС-ІДЕЯМИ ДЛЯ ТОМАШПІЛЬСЬКОЇ ГРОМАДИ, ВИХОДЯЧИ ІЗ ПРОВЕДЕНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ Є НАСТУПНІ

1. Створення туристичної агросадиби (Антонівка, Благодатне, Вила, Липівка тощо). Головна функція, звичайно, для відпочинку, збереження культури та підтримки місцевої економіки. Відпочинок і туризм – пропонують проживання в сільській місцевості, подалі від міського шуму, з комфортними умовами та активностями на свіжому повітрі (прогулянки, риболовля, катання на конях, велосипедні маршрути). Екотуризм і навчання – знайомлять відвідувачів з природою, місцевими традиціями, органічним землеробством, садівництвом та тваринництвом, популярні майстер-класи та освітні програми. Локальна економіка – створюють робочі місця, продають власну продукцію (овочі, фрукти, молочні та м'ясні продукти), підтримуючи місцевих фермерів та підприємців. Збереження культури та традицій – знайомлять туристів із місцевою кухнею, ремеслами, святами та обрядами. Соціальні та оздоровчі функції – сприяють психологічному розвантаженню та оздоровленню; деякі садиби пропонують СПА-процедури, фермерську кухню, медитації та оздоровчі практики.

2. Створення аутентичної етнічної садиби. Тут ідея полягає у поєднанні туризму, культури та економіки, спрямоване на відтворення унікального колориту села та регіону. Такі садиби виконують кілька ключових функцій, серед яких для Томашпіля важливим є орієнтація на архітектуру та інтер'єр – використовують традиційні місцеві будівельні матеріали (дерево, глина, солома) та стилі будівництва. Інтер'єр оформлюють автентичними меблями, килимами, посудом і декоративними елементами, характерними для регіону. Садиба пропонуватиме місцеву кухню та продукти – готують страви за традиційними рецептами села чи району та використовують локальні продукти, вирощені на власному подвір'ї або в сусідніх господарствах. Культурні елементи та історія оформлення розповідають історію села, родини або місцевих ремесел через екскурсії, музейні куточки, фото та документи. Проводять майстер-класи з традиційних ремесел, музики, танців чи обрядів, що зберігають місцеву спадщину.

3. Театралізована авторська екскурсія до Олександрівського парку як унікальний формат культурного відпочинку, який поєднує екскурсійне

ознайомлення з парком і його історією з живим театральним дійством. Вона популяризує місцеву історію та культуру, залучає жителів і туристів до активного пізнання рідного краю, сприяє розвитку туризму та економіки через приток відвідувачів і нові робочі місця, підвищує соціальну активність і згуртованість громади, забезпечує освітній ефект для дітей і молоді, а також мотивує підтримувати та зберігати парк і культурну спадщину, роблячи його цінним і живим об'єктом для всіх.

4. Майстер-клас з ткацтва на гобеленовій основі. Знайомить учасників із традиційними техніками ткацтва, орнаментами та кольоровими поєднаннями регіону, допомагає зберегти культурну спадщину та передати її наступним поколінням, розвиває дрібну моторику, творче мислення та увагу до деталей, створює майданчик для соціальної взаємодії і згуртованості громади, надає можливість виготовляти сувеніри або вироби для продажу, підтримуючи локальних майстрів і креативну економіку, а також сприяє психологічному розвантаженню та концентрації, поєднуючи навчальний, творчий і оздоровчий ефект.

5. Майстер-клас із вишивки бісером. Дозволяє учасникам освоїти техніку оздоблення тканини кольоровим бісером, створюючи яскраві декоративні елементи та картини. Вона сприяє розвитку художнього смаку, терпіння та уважності, дає можливість виразити індивідуальність через авторські мотиви та орнаменти, популяризує традиційні ремесла регіону та зберігає локальні культурні традиції. Крім того, майстер-класи з бісерної вишивки створюють простір для творчого спілкування, надихають на соціальні проєкти та можуть слугувати основою для виготовлення унікальних сувенірів чи подарунків, підтримуючи місцевих майстрів і розвиток креативної економіки.

6. Дитячий табір як форма освітнього туризму. Забезпечує тісний зв'язок між теоретичною освітою та практичними навичками: знання, отримані у класі або на уроках історії, екології чи мистецтва, підкріплюються безпосереднім досвідом через інтерактивні заняття, майстер-класи, екскурсії та проєкти на місцевості. Це дозволяє дітям не лише засвоювати інформацію, а й застосовувати її на практиці, бачити реальні приклади історії, культури та природи, розвивати критичне мислення, творчість і вміння працювати в команді, що значно підвищує ефективність навчання і робить процес більш захопливим та усвідомленим.

7. Бізнес-ідея перетворення історичного промислового ресурсу — виробництво цукру з цукрового буряка (діяльність Томашпільського цукрового заводу) — на унікальний туристичний бренд та символ місцевої ідентичності. Компоненти бізнес-моделі: 1) створення Туристично-інформаційного Центру (ТІЦ) з міні-музеєм та виставковим залом для продажу продукції місцевих крафтових виробників; 2) Розробка Бренд-Мерчу "Буряк"; ду через продаж емоцій та сувенірів (ланцюг доданої вартості).

8. Концепт бізнес-ідеї: Живе село-музей "Стіна" (Скансен)

Створення живого села-музею "Стіна" на базі наявних історичних об'єктів або ревіталізації автентичної частини села. Це не просто статична експозиція, а діючий скансен-комплекс (музей просто неба), що дозволяє туристам повністю зануритися в побут та культуру регіону (монетизація нематеріальної спадщини). Компоненти бізнес-моделі: 1) автентичний архітектурний комплекс (реставрація/відтворення хат, млинів, господарських споруд 19–20 століття; створення гостьових садиб у традиційному стилі для проживання туристів (модель «банку» ліжкомісць); 2) Центр крафту та майстер-класів (організація діючих майстерень (гончарство, ткацтво, ковальство, вишивка), де туристи можуть самі брати участь у процесі (принцип досвіду та взаємодії); продаж крафтової продукції безпосередньо від майстрів через єдину торгову точку при музеї (модель хабу майстрів); 3) Гастрономічна автентичність (відтворення місцевої кухні в корчмі або садибі-ресторані; організація гастрономічних майстер-класів з приготування традиційних страв регіону (наприклад, на дровах чи в печі); 4) соціальна інтеграція та управління (залучення місцевих мешканців, ВПО та ветеранів як гідів, майстрів та операторів гостинності (соціальне підприємництво); проведення цілорічних календарних свят та історичних реконструкцій для забезпечення туристичного потоку поза сезоном. Створення живого скансену "Стіна" перетворює Томашпільську громаду на регіональний центр культурного туризму, що дозволяє забезпечити цілорічне завантаження (через майстер-класи та гастрономію), формувати високий середній чек через продаж комплексних послуг (ночівля + досвід + сувеніри), зберегти та популяризувати локальний культурний код, що є ключовим для ідентичності громади.

Висновок

Отже, громада має виражене бажання та потенціал розвивати етнотуризм, культурно-пізнавальний та освітній туризм, проте майже всі ініціативи стримуються нестачею базової інфраструктури, ремонтів, інституційної підготовки та маркетингової підтримки. Найперспективнішим виглядає напрям етнотуризму: існують будинки під садиби, є люди, готові проводити майстер-класи, створювати вироби, але реалізація потребує нарощування банку закладів розміщення, благоустрою територій, ремонту приміщень, облаштування доріг, підготовки місць для харчування, створення постійних закладів харчування на основі традиційної для краю гастрономії, організації простору для демонстрації робіт і налагодження системи збуту. Також відчутним є брак промоції та дизайн-коду, який би поєднав майбутні продукти з локальною ідентичністю (зокрема, з Трипільською тематикою, історична роль громади як центру вирощування цукрового буряку).

Культурно-пізнавальний туризм має потенціал завдяки Олександрівському парку, але його розвиток стримує відсутність підготовлених гідів, та авторських екскурсій, непродумані маршрути, відсутність івент - заходів, нестача маркування та брак інфраструктури.

Для освітнього туризму також є база — наявне приміщення та ідея таборів — однак потрібні ремонти, програмне наповнення, підготовка персоналу та облаштування простору для активностей.

Загалом громада має сильні ідеї, але слабкі стартові умови: для їх реалізації необхідні інвестиції в інфраструктуру, ремонтні роботи, підготовку кадрів, створення туристичного продукту та бренду, організацію збуту виробів і просування в соцмережах. Після вирішення цих системних проблем громада може створити життєздатний та унікальний туристичний продукт.