

КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ОГІЄНКА
ПРИРОДНИЧО-ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Дипломна робота

бакалавра

з теми:

**«РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ
(НА ПРИКЛАДІ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)»**

Виконав:

студент групи Т1-В19

спеціальності 242 (Туризм)

денної форми навчання

Гук Дмитро Миколайович

Науковий керівник:

кандидат географічних наук,

старший викладач кафедри

туризму та готельно-ресторанної справи

Ковтуник Інна Іванівна

Рецензент:

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту

Лисак Володимир Юрійович

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКОМУ РЕГІОНІ.....	7
1.1. Поняття туристичної інфраструктури.....	7
1.2. Туристичний потенціал регіону.....	11
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО РЕГІОНУ.....	16
2.1. Готельна інфраструктура та розвиток готельного бізнесу в регіоні.....	16
2.2. Розвиток ресторанного та кафе-барного бізнесу в контексті туристичного сектора.....	21
РОЗДІЛ 3. ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ.....	36
3.1. Значення транспортної інфраструктури у розвитку туризму.....	36
3.2. Транспортна інфраструктура Хмельницької області.....	39
ВИСНОВКИ.....	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Актуальність теми. Сьогодні туризм є провідною галуззю економіки багатьох країн світу. Втім сама лише наявність привабливих природних чи історичних локацій недостатня для розвитку туристичної сфери. Потрібна ще й відповідна туристична інфраструктура, яка включає у себе шляхи сполучення, місця проживання, харчування та багато іншого. З огляду на це вивчення та практичні рекомендації щодо розвитку туристичної інфраструктури є вкрай важливими та своєчасними.

Насамперед Хмельницька область має значний потенціал для розвитку туризму, а тому вивчення та розробка туристичної інфраструктури сприятиме створенню нових робочих місць, залученню інвестицій та підвищенню економічного рівня області. Хмельницька область має багату культурно-історичну спадщину, природні резерви та інші туристичні локації, а розвиток туристичної інфраструктури дозволить розкрити потенціал цих об'єктів та залучити більше туристів до регіону.

Вивчення та розвиток туристичної інфраструктури регіону створить сприятливі умови для розвитку малих та середніх підприємств у сфері туризму. Готелі, ресторани, туристичні агентства та інші послуги будуть залучати туристів і сприяти розвитку місцевої економіки. Також це приверне увагу інвесторів, які бачитимуть потенціал регіону та готові будуть вкладати кошти в будівництво готелів, ресторанів, туристичних маршрутів та інші проекти, що сприятимуть розвитку туризму.

Дослідження та розвиток туристичної інфраструктури допоможе привернути увагу як внутрішніх, так і зарубіжних туристів до Хмельницької області. Інфраструктура, яка включає зручний гостьовий прийом, якісне житло, транспортні зв'язки та розваги, стане привабливою для подорожей і відпочинку, сприяючи популяризації області як туристичного напрямку.

Розвиток туристичної інфраструктури не лише сприятиме розкриттю туристичного потенціалу області, але й спонукатиме до загального розвитку регіону. Покращення доріг, громадського транспорту, водопостачання та інших елементів інфраструктури будуть корисними не лише для туристів, але й для мешканців області. Також варто згадати і про збереження природи та культурної спадщини, адже залучення туристів до об'єктів природи та історичних пам'яток області стимулюватиме необхідність їх збереження та відновлення.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дипломна робота виконана у контексті тематики, яку розробляє кафедра туризму та готельно-ресторанної справи Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є всебічне дослідження туристичної інфраструктури регіону на прикладі Хмельницької області.

Досягнення мети роботи передбачає розв'язання наступних **завдань:**

- виявити зміст поняття туристичної інфраструктури та визначити її складові;
- охарактеризувати туристичний потенціал регіону;
- визначити стан готельної інфраструктури та рівень розвитку готельного бізнесу в регіоні;
- висвітлити розвиток ресторанного та кафе-барного бізнесу в контексті туристичного сектора;
- виявити значення транспортної інфраструктури у розвитку туризму;
- охарактеризувати транспортну інфраструктуру Хмельницької області.

Об'єктом дослідження є туристична інфраструктура у всіх її аспектах.

Предметом дослідження є розвиток туристичної інфраструктури у Хмельницькій області.

Методи дослідження. Для досягнення мети роботи було застосовано різноманітні методи дослідження: загальнонаукові (аналіз, синтез, систематизація, узагальнення) – у процесі написання тексту дипломної роботи; міждисциплінарні методи (статистичний) – у процесі збирання інформації та здійснення аналізу різних економічних показників та інші.

Елементи наукової новизни одержаних результатів. Досліджено туристичний потенціал Хмельницької області, зокрема, виявлено потенційні можливості для розвитку туризму та вказані сильні і слабкі сторони наявної на сьогоднішній день туристичної інфраструктури. Визначено стан готельного господарства, закладів харчування, транспортного сполучення та визначено шляхи подальшого покращення у цих сферах.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що систематизовані й узагальнені результати дослідження можуть використати місцеві органи влади при формуванні планів щодо розвитку готельного та ресторанного бізнесу, відкриття нових транспортних маршрутів, зорієнтованих на потреби туристів. Висновки та результати дипломної роботи можуть бути використані під час підготовки статистичних зведень, аналітичних повідомлень у сфері туризму, а також у процесі розробки загальнодержавних та місцевих програм розвитку туризму.

Апробація результатів дослідження здійснена шляхом обговорення та попереднього захисту на кафедрі туризму та готельно-ресторанної справи, а також у результаті виголошення окремих її положень на студентській науковій конференції навесні 2023 р.

Публікації. Окремі тези та напрацювання дипломної роботи були

викладені у статті «Готельна інфраструктура та розвиток готельного бізнесу в Хмельницькому регіоні», поданій до друку за матеріалами вище вказаної конференції.

Структура роботи визначена метою і завданнями дослідження, складається зі вступу, трьох розділів, поділених на підрозділи, висновків та списку використаних джерел. Основний зміст роботи викладено на 46 сторінках. Загальний обсяг роботи – 53 сторінки. Список використаних джерел налічує 60 позицій.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ХМЕЛЬНИЦЬКОМУ РЕГІОНІ

1.1. Поняття туристичної інфраструктури.

Туристична індустрія не може успішно розвиватися без відповідної туристичної інфраструктури, яка забезпечує матеріально-технічну складову туризму і відіграє важливу роль у задоволенні потреб туристів. Варто відмітити, що туристична інфраструктура є одним з головних чинників ефективного використання рекреаційних ресурсів в межах туристичних об'єктів. Для того, щоб туристичні дестинації відповідали запитам туристів, необхідно чимало коштів інвестувати саме в туристичну інфраструктуру. У цьому відношенні кожна країна повинна заохочувати максимальне використання наявного туристичного потенціалу, привабливість яких може залучити значну кількість туристів. Зі збільшенням числа туристів, туристичні напрямки стають більш конкурентоспроможними і більш привабливими для інвестицій у розвиток інфраструктури туризму.

У Законі України «Про внесення змін і доповнень до Закону України «Про туризм» туристичну інфраструктуру визначають, як сукупність певних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [18]. Отже, це різного призначення споруди, транспортні шляхи, засоби комунікації, які беруть участь у наданні туристичних послуг.

В Енциклопедичному словнику-довіднику з туризму подано таке тлумачення туристської інфраструктури – «сукупність додаткових галузей і закладів, котрі організовують та обслуговують індустрію туризму та туристську діяльність в цілому» [1, с. 314]. На нашу думку, дане тлумачення повністю не розкриває його сутності.

Доволі ґрунтовними є визначення туристичної інфраструктури І. М. Школою. Автор зазначає, що туристична інфраструктура – це сукупність штучно створених рекреаційних закладів (санаторії, профілакторії, бази відпочинку, готелі, мотелі, хостели, садиби, заклади ресторанного обслуговування, торгово-розважальні центри тощо) і супутніх об'єктів, побудованих для загального користування за рахунок державного фінансування (автомобільні та залізничні сполучення, пункти пропуску, аеропорти, лікарні, школи тощо) [3, с. 9].

ЮНВТО до складу інфраструктури туризму відносить: засоби розміщення (готелі, мотелі, хостели, пансіонати, кемпінги тощо); транспортний зв'язок і послуги; об'єкти надання туристської інформації; заклади харчування (ресторани, кафе, бари); заклади культури та розваг; об'єкти фінансових послуг [14].

У своїх роботах Д. А. Корнева представляє туристичну інфраструктуру як сукупність матеріально-речових об'єктів, діяльність яких спрямована на втілення туристичних потреб туристів. До туристичної інфраструктури автор включає матеріально-технічну базу функціонально-господарських структур, які входять до складу ТРС різного порядку. Певні дослідники до туристичної інфраструктури відносять також і туристичні об'єкти природного та антропогенного походження, історико-культурні пам'ятки тощо. Саме туристичні ресурси займають особливе місце у розвитку всієї туристичної галузі. До ресурсів туристичної інфраструктури відносять сукупність природних та штучно створених людиною об'єктів, що мають комфортні властивості та придатні для створення туристичного продукту. Як правило, їх наявність визначає формування туристичного бізнесу в тому чи іншому регіоні [35, с. 55].

Як зазначають у своїх працях Г. Є. Долгопола та Я. С. Корабельнікова, інфраструктуру у туристичній галузі складають будинки та споруди, транспортне сполучення, заклади культури та мистецтва, а також інші супутні об'єкти, що беруть участь в наданні туристичних

послуг. Дане визначення цілком відповідає чинному законодавству України. Автори вказують, що туристична інфраструктура має свою структуру, як і кожна система, та потребує постійного розвитку та модернізації. Науковці виділяють дві групи туристичної інфраструктури: основну (виробничу) – заклади розміщення, харчування, транспорт; супутню – заклади культури, торгово-розважальні, спортивні заклади та інші [4, с. 74].

У своїй дисертації І. М. Мініч розглядає туристичну інфраструктуру з точки зору соціології та пропонує визначення – соціальна інфраструктура туризму. Під даною дефініцією автор розуміє комплекс видів діяльності щодо створення умов для реалізації туристських послуг. Ядром соціальної інфраструктури туризму, на думку науковця, є готельне господарство, що матеріально забезпечує функціональну гостинність [5, с. 55-56].

Варто відмітити, тлумачення туристичної інфраструктури С. П. Кузиком. Автор зазначає, що туристичну інфраструктуру складають підприємства, установи та заклади, діяльність котрих пов'язана із задоволенням потреб туристів та спрямована на їх оздоровлення та відпочинок. Також до туристичної інфраструктури науковець відносить транспортне сполучення та об'єкти розміщення, що забезпечують стабільні умови функціонування [5, с. 60]. Наявність класної туристичної інфраструктури сприяє якісному обслуговуванню та збільшенню кількості туристичних потоків.

Туристична інфраструктура є компонентом регіонального туристичного продукту і складається із засобів розміщення, харчування, транспорту, сервісу активного відпочинку (гірськолижні курорти, клуби з гольфу, школи плавання, розважальні заклади тощо), роздрібні мережі та інше обслуговування (інформаційні центри, компанії з прокату обладнання, фірми з прокату автомобілів) [43, с. 101].

Під інфраструктурою рекреаційної діяльності В. І. Новікова розуміє сукупність засобів, закладів, споруд, мереж та інших елементів

матеріально-технічної бази, що допомагають здійснювати рекреаційну діяльність. Залежно від того, використовується інфраструктура тільки у рекреаційній сфері чи ще в інших сферах життєдіяльності суспільства, науковець поділяє її відповідно на виробничу, соціальну, інформаційну [8, с. 58-59].

До виробничої інфраструктури належать підрозділи підприємств, які не беруть безпосередньої участі у створенні профільної продукції, але своєю діяльністю забезпечують необхідні умови для роботи основних виробничих цехів (допоміжні і обслуговуючі цехи, ділянки й господарства, комунікаційні мережі, засоби збирання та оброблення інформації, природоохоронні споруди, склади та ін.), а також інжиніринг, матеріально-технічне забезпечення, оптова торгівля тощо.

Соціальна інфраструктура забезпечує соціально-побутові і культурно-освітні потреби працівників підприємств (громадського харчування, спортивні, освітні заклади, заклади культури й відпочинку, установи охорони здоров'я, житлово-комунальне господарство). Особливе місце тут посідають установи соціального захисту населення (інваліди, особи, які проходять соціальну реабілітацію тощо).

Інформаційні технології інфраструктури туризму – це сукупність прийомів, методів і засобів послідовного якісного перетворення інформації на таких етапах інформаційних процесів, як: збір, передача, зберігання, обробка, накопичення. ІТ – це алгоритм перетворення інформації з використанням відповідних методів і засобів. Кожна інформаційна система може реалізувати ту або іншу інформаційну технологію [21].

Варте уваги трактування туристичної інфраструктури волинськими науковцями. Так, Л. М. Черчик, О. В. Міщенко та І. В. Єрко у колективній праці вказують на визначальне місце матеріально-технічної бази та інфраструктури туристично-рекреаційної сфери. МТБ становлять санаторії, пансіонати, туристичні бази, табори відпочинку та оздоровлення, туристично-екскурсійні центри, установи організації та управління

туристично-рекреаційною діяльністю регіону та ін. За функціональним призначенням інфраструктура територіально-рекреаційної системи поділяється на виробничу (транспорт, зв'язок, будівельна сфера, водо- та енергопостачання) і соціальну (готелі, мотелі, кемпінги, приватні будинки, транспортні організації, що надають послуги перевезення, інформаційні центри, підприємства з виробництва і продажу товарів туристичного попиту, підприємства торгівлі, громадського харчування, побутового обслуговування, культурно-розважальні та медичні установи) [15, с. 167-169].

Отже, на нашу думку, туристична інфраструктура є основою розвитку туризму та використання існуючих ресурсів призначення. Вона включає велику кількість послуг, необхідних для задоволення потреб туристів і збільшення їх кількості, а також комфортного перебування в пункті призначення, а саме це транспорт, об'єкти проживання та харчування та інші допоміжні установи.

1.2. Туристичний потенціал регіону.

Хмельницька область асоціюється в туристичній сфері України як центр інноваційних видів туризму і є однією з найбільш потенційно привабливих у плані туризму. В області працюють 33 оздоровчі заклади майже на 4 тис. місць. Із них: 9 санаторіїв, 3 санаторії-профілакторії, 10 баз відпочинку, 11 оздоровчих таборів для дітей, 35 готелів на 2 тис. місць. На території області розташовано 120 заказників, 158 пам'яток природи, 35 пам'яток садово-паркового мистецтва, 17 заповідних урочищ, а також найбільший в Європі Національний природний парк «Подільські Товтри» [12].

На території Хмельницької області зосереджена значна кількість пам'яток природи, державних заказників, історико-культурних пам'ятників, добре розвинута транспортна мережа. Найбільш приваблює туристів – Національний природний парк «Подільські Товтри» площею 261

тис. га. Тут зберігається 60 видів рослин і 80 видів птахів, тварин і комах, що занесені до Червоної книги України. Флора парку становить одну третину від загального складу національних парків України, а фауна – одну п'яту частину фауни нашої країни. На території Національного природного парку «Подільські Товтри» розташована одна з найкрасивіших карстових печер «Атлантида». Привертають увагу визначні об'єкти природи – «Кармелюкова гора», «Пановецька дача», «Манівецька дача», Михайлівський парк, Кам'янець-Подільський ботанічний сад. На півдні парку розташований один із популярніших об'єктів туристського показу – місто Кам'янець-Подільський, на базі якого створено Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець». Тут розміщено 168 пам'яток архітектури, у тому числі комплекс споруд фортеці [12]. Кількість історико-культурних та архітектурних пам'яток в області, які входять до Державного реєстру, становить 3362 одиниці, у тому числі Національний історико-архітектурний заповідник «Кам'янець», державні історико-культурні заповідники «Меджибіж» та «Самчики».

На території Хмельницької області розвідано 12 родовищ мінеральних вод, зокрема, Збручанське, Маківське, Зайчиківське, Волочиське, Мукшинське, Кам'янське, Теофіпольське, Кам'янець-Подільське, Полонське, Шепетівське, Красилівське і Волицьке. Лікувальні мінеральні води області належать до шести груп: слабомінералізовані з підвищеним вмістом органічної речовини типу «Нафтуса», хлоридні натрієві малої мінералізації без специфічних бальнеологічних компонентів типу «Миргородська», хлоридні натрієво-бромні води високої мінералізації, хлоридні кальцієво-натрієві бромні слабкі розсоли, слабомінералізовані радонові, слабомінералізовані вуглекисло-радонові. Природні столові води є гідрокарбонатними різного катіонного складу [13].

Одним із перспективних видів туризму на Хмельниччині є сільський зелений туризм. Сьогодні на території області нараховується 76 агроосель.

Найбільша їхня кількість розміщена в Кам'янець-Подільському, Новоушицькому, Чемеровецькому та Шепетівському районах. Одноразово агросадиби області можуть прийняти 929 осіб. Ця інформація наразі не є стовідсотково достовірною так як з початком повномасштабного військового вторгнення в Україну ситуація не стабільна частина агроосель припинили свою діяльність інші навпаки збільшили номерний фонд.

Мабуть, першим населеним пунктом, де почали розвивати зелений туризм на Хмельниччині та й загалом в Україні, можна вважати селище Гриців Шепетівського району. На початку нульових всі агрооселі тут об'єднали у садибний кластер сільського туризму «Оберіг». До нього увійшли 10 агроосель, здатних забезпечити нічліжними і гастрономічними послугами близько двох сотень туристів. Такий вид бізнесу тут 20 років тому обрали не випадково. Адже після проведеного дослідження дійшли висновку: на той момент це було єдине, що могло би реально приносити у цій місцевості дохід.

«Оберіг» координував роботу місцевих «зелених» підприємців, взаємодіяв з органами місцевої влади та громадськими організаціями, забезпечував дотримання стандартів з обслуговування туристів, займався освітньою діяльністю. Саме у Грицеві зрозуміли й важливість промоції.

Купання у ставках і кар'єрі, походи в ліс, катання на конях, дегустація страв, недороге житло з вигодами, участь у народних обрядах, майстер-класи з виготовлення поробок та душевне спілкування з господарями. Всім цим вабили у селі мандрівників. Наразі грицівський зелений туризм переформовувався. Далеко не всі агрооселі-першопрохідці працюють. А ті, що працюють, – не на постійній основі. Натомість у селі з'явилися два об'єкти готельного типу. Місцеві кажуть, враження, що влітку 2021 року населення Грицева подвоїлося – настільки багато приїжджих вони побачили [16].

Згідно з реєстром Державного агентства України з туризму та курортів на території області провадять діяльність 155 туристичних

підприємства: 10 туроператорів і 145 турагентів, їхня кількість щорічно зростає. Ця інформація також міняється, частина турфірм припинили свою діяльність, проте відновлюють її знову в переддень відкриття туристичного сезону. Зрозуміло, що в умовах військового стану напливу туристів, особливо іноземних, не очікується проте є надія на функціонування внутрішнього туризму.

Працює програма розвитку туризму в Хмельницькій області на 2013-2015 рр., розроблена відповідно до вимог Закону України «Про туризм», Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011-2020 рр., розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р. «Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів». Пріоритетними завданнями Програми є формування конкурентоспроможного обласного туристичного продукту, насамперед інвентаризація ресурсів, привабливих для використання у сфері туризму, їхня паспортизація та внесення до реєстру; формування обласної мережі туристичних маршрутів; сприяння розвитку інфраструктури; інформаційне забезпечення розробки нових і розвитку наявних конкурентоздатних туристичних продуктів (випуск друкованої продукції, участь у виставкових заходах, організація прес-турів тощо) [12].

Стратегія розвитку туризму і курортів Хмельницької області є невід'ємною складовою Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області на 2011-2020 рр., затвердженої рішенням обласної ради від 18 травня 2011 р. № 24-4/2011.

Важливу роль у розвитку туристичної галузі на Хмельниччині відіграє Стратегія розвитку Хмельницької області на 2021 – 2027 рр.

Метою Програми є здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі області, створення конкурентоспроможного як на національному, так і міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей; створення та розвиток матеріально-технічної бази і

сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності; підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримку в'їзного та внутрішнього туризму, зокрема сільського, поліпшення кадрового забезпечення галузі.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ХМЕЛЬНИЦЬКОГО РЕГІОНУ

2.1. Готельна інфраструктура та розвиток готельного бізнесу в регіоні.

Готельний ринок України у своєму становленні зіткнувся з низкою проблем. Внутрішня конкуренція є слабкою, що пояснюється відсутністю вільних засобів та наявністю високих податкових ставок. Зі скороченням своїх доходів домогосподарства спрямовують їх на задоволення первинних потреб, до яких послуги готельно-ресторанного господарства не належать, тому забезпечити стабільність, максимізацію прибутку, підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності на ринку готельних послуг складно.

Останнім часом у Хмельницькій області спостерігалось суттєве поживлення розвитку туризму. Причинами цього є: наближення меж ЄС до кордонів України, поступова інтеграція держави в європейське та світове товариство; збільшення кількості політичних та культурно-розважальних заходів європейського і світового рівня, що проводяться на території області; зростання туристичної привабливості України для вітчизняних та закордонних туристів.

Однак, з початку повномасштабної війни в Україні змінилось усе, і це кожен відчув на собі. Постраждали всі сфери та галузі. Зокрема, туризм та готельно-ресторанний бізнес. У частини людей виникає питання, як можна у такі складні часи думати про подорожі. Однак насправді туризм має значний вплив на економіку країни та добробут її громадян. І не дивлячись на війну внутрішній туризм та індустрія гостинності в країні функціонують. В основному це стосується центральних та західних територій України.

Сьогодні готельно-ресторанний бізнес в Україні не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Аналіз діяльності цієї сфери бізнесу

дозволяє визначити головні проблеми, які перешкоджають ефективному функціонуванню, зокрема це не повністю розвинений ринок готельно-ресторанного бізнесу, спричинений неврахуванням розвитку інфраструктури міст, транспортних мереж, використанням застарілих технологій та застарілого обладнання, споживанням екологічно небезпечної сировини, недотриманням вимог у сфері виробництва страв, низьким рівнем ефективності підготовки фахівців у цій сфері, високою вартістю послуг, пандемічними обмеженнями.

Доцільно зауважити, що у сфері готельно-ресторанного бізнесу постійно відбуваються зміни, які відповідають певним сучасним тенденціям і впливають на рівень конкурентоспроможності на ринку. Нині готельно-ресторанний бізнес переживає чи не найбільш кризовий період за всю історію незалежності.

Розгортання у глобальному масштабі пандемії COVID-19, а тапер ще й повномасштабне вторгнення ворога, серйозно зачепило цей бізнес, спровокувавши, таким чином, його критичний фінансовий стан. З огляду на те, готельно-ресторанний бізнес повинен шукати нові активатори та мотиватори виживання і розвитку, які дозволять йому шукати та ухвалювати ефективні та водночас перспективні управлінські рішення [2].

Кількість готелів в Україні порівняно з туристськими країнами світу незначна. В Європі у структурі готельних господарств 15–25% становлять великі готелі, 75–85% – мотелі та готелі сімейного типу. Мотелі, кемпінги, молодіжні бази, популярні за кордоном, в Україні мало розвинуті, хоча могли б створювати велику кількість нових робочих місць.

Недостатній попит на послуги готелів та ресторанів призвів до скорочення інвестиційної активності у даній сфері діяльності. Причиною цьому є усвідомлення інвесторами ризиків під час інвестування в готелі і ресторани, відсутністю сприятливих умов для цього процесу. Крім дослідження кількості колективних засобів розміщення доцільним є також розрахунок коефіцієнта використання місткості готелю. Він

розраховується як відношення пропускної здатності готелю до максимальної пропускної здатності.

Кількість готелів та аналогічних засобів розміщування в 2020 р. у регіоні становила 70, що на 20 менше, ніж у 2013 р. (в Україні – 2479 проти 3582). Їх структура в області мала такий вигляд: 70% – готелі, 8,6% – туристські бази, гірські притулки, студентські літні табори, інші місця для тимчасового розміщування, 8,6% – гуртожитки для приїжджих, 14,3% – мотелі.

Кількість спеціалізованих засобів розміщування на Хмельниччині становила 17 (в Україні – 1863 проти 2829 у 2013 р.). За даними офіційної статистики, у 2020 р. у Хмельницькій області не було представлено колективних засобів розміщення таких типів, як: хостели; агроготелі; пансіонати з лікуванням; дитячі заклади оздоровлення цілорічної дії; дитячі центри; бальнеологічні лікарні, грязелікарні, бальнеогрязелікарні (включаючи дитячі); будинки відпочинку; пансіонати відпочинку; оздоровчі заклади одно- дводенного перебування.

Під час аналізу коефіцієнту місткості можна зробити висновок, що більш заповненими (приблизно вдвічі) протягом 2020 р. були спеціалізовані засоби розміщування порівняно з готелями та аналогічними засобами розміщування. Місткість (ємність) об'єкта розміщення виражається кількістю спальних місць. Для аналізу роботи засобів розміщення використовують також показник середньої місткості, розрахований як у кількості місць, так і в кількості номерів. Загальна кількість місць у колективних засобах розміщування в 2020 р. порівняно з 2015 р. в області скоротилась на 29. Наведені показники середньої місткості в 2015–2020 рр. зростали за кількістю місць та за кількістю номерів.

До номерів вищої категорії належать президентський апартамент, апартамент, люкс, дуплекс, напівлюкс (студію), а до номерів другої – номери типу «стандарт». В Україні 58,7% номерів належать до I категорії,

тоді як у Хмельницькій області – лише 43,1%. Частка номерів II категорії в Україні – 12,2%, а в області – 13,7%. Частка номерів III категорії в Україні – 7,1%, а в області – 16,3% [43].

Це свідчить про те, що в досліджуваному регіоні засоби розміщування орієнтуються на вітчизняних туристів із середнім та трохи вищим за середній рівнем достатку. У 2020 р. загальна кількість гостей у колективних засобах розміщування в Хмельницькій області скоротилась на 30 434 осіб порівняно з 2015 р. Усе більшою популярністю за аналізований період користуються колективні засоби розміщування фізичних осіб – підприємців, чисельність гостей яких зросла на 3 837 осіб. Водночас удвічі довшою є середня тривалість перебування в засобах розміщування, представлених юридичними особами.

Готельне господарство створює велику кількість робочих місць. Структура працівників складається зі штатних, позаштатних та неоплачуваних працівників (власники, засновники підприємства та члени їх сімей). У колективних засобах розміщування, представлених фізичними особами – підприємцями в 2020 р., працевлаштовано на 11,6% менше осіб, ніж у 2015 р. Така динаміка спостерігалася на фоні скорочення працевлаштованих юридичними особами (на 14,8%), що має бути підґрунтям для підтримки розвитку малого бізнесу в готельному господарстві. Структурні підрозділи сфери сервісу колективних засобів розміщення включають: перукарні, пункти прокату, пральні, сауни (лазні), плавальні басейни, тенісні корти, тренажерні зали, інші спортивні споруди, автостоянки, заклади громадського харчування (ресторан, кафе, бар), заклади торгівлі (магазин, кіоск тощо), інші об'єкти інфраструктури.

Впровадження нових екскурсійних маршрутів, пошук ефективних форм поєднання різних видів туризму (наприклад, екологічного туризму з природо-пізнавальним, сільським і мисливським та ін.) сприятиме подальшому розвитку туризму на Хмельниччині. Особливо, у тренді сільський, де туристи можуть попрацювати на фермі, пасти худобу та

чухати теля за вухом. Робота, від якої більшість селян хотіли б втекти, стала бажаною екзотикою для мешканців мегаполісів [19].

Сільський туризм є доволі розвинутим сегментом туристичної індустрії області: агроготелі переважно розташовані у Кам'янці-Подільському, Новоушицькому та Шепетівському районах.

За даними офіційної статистики, у 2015 р. агросадиб в області уже було шість, а в 2019 і 2020 рр. їх залишилось п'ять. Відповідно, на 55 зросла кількість розміщених осіб (до 4357). Середня місткість садиб за 2015–2020 рр. зросла від 20,8 до 23,8 місць, а в Україні цей показник становив усього 12,6– 12,7 місць [27]. Ці показники могли б бути значно кращими, проте пандемія COVID 19 зменшила усі туристичні потоки.

Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизного податку й аналогічних платежів) зросли на 166,3 тис. грн., при цьому питома вага регіонального показника у загальному по країні зросла від 3,3% до 4%. Важливим напрямом активізації сфери діяльності агроосель є передусім налагодження каналів взаємодії та залучення фірм-посередників для комплексного освоєння природного й історико-культурного потенціалу найпривабливіших туристичних зон району.

Успішний розвиток сільського туризму призведе до збільшення потоку відвідувачів села або місцевості і поступово втягне у сферу обслуговування туристів із числа безробітних місцевих жителів. Окрім осіб, безпосередньо задіяних в обслуговуванні туристів, зиск отримують також представники цілої низки суміжних видів бізнесу: громадського харчування, транспорту, будівництва, торгівлі тощо.

Більшість готелів, мотелів, кемпінгів, санаторіїв, баз відпочинку та туристичних баз будувались за проектами, що сьогодні не відповідають міжнародним стандартам. Мережа їх активно формувалась у період масового туризму з інтенсивною експлуатацією та несвоєчасними капітальним і поточним ремонтами, що призвело до значного зносу цих будівель та оснащення.

Отже, незважаючи на поживлення сфери туризму в Україні та Хмельниччині в допандемічний період, існуюча інфраструктура туризму ще не відповідає вимогам міжнародних стандартів. Низька інвестиційна активність у галузі гостинності, невідповідність світовим стандартам якості послуг, невідповідність ціни та якості не дає змоги повною мірою розкрити готельний потенціал країни.

Умовами реалізації готельного потенціалу в Україні та Хмельницькій області можуть бути ефективна політика розвитку масового туризму; розробка стратегій розвитку готельного господарства України та Хмельницької області; зміни законодавства про землекористування; зміни до правил видачі дозволів підприємствам суміжних галузей для залучення інвестицій у відкриття нових об'єктів масового туризму; сприяння створенню додаткових робочих місць; поліпшення стану визначних пам'яток; сприяння залученню інвестицій та стимулювання будівництва і реконструкції колективних засобів розміщування; гармонізація національних стандартів та узгодження їх зі світовими; зміцнення позитивного іміджу України та формування ефективної маркетингової стратегії на світовому ринку; комфорт і безпека туристів під час приїзду та перебування в Україні.

Створення вище вказаних умов дасть змогу перетворити вітчизняну готельну індустрію на високорентабельну і конкурентоспроможну галузь економіки. Звичайно, реалізувати усі зазначені вище аспекти ми зможемо лише після перемоги у війні над Росією.

2.2. Розвиток ресторанного та кафе-барного бізнесу в контексті туристичного сектора.

Важливу роль в забезпеченні дозвілля, відпочинку та створення можливостей для відновлення сил та здоров'я відіграє індустрія туризму, де сфера ресторанного господарства займає чільне місце в системі задоволення потреб та бажань споживачів. Поширення загрози COVID-19

змінити умови функціонування як ресторанного бізнесу, так і індустрії туризму. Підприємства обох сфер стикнулися із заборонами здійснювати діяльність, тимчасовим закриттям, необхідністю звільнення цінного та кваліфікованого персоналу.

Як у цілому світі, так і в Україні, багато підприємств ресторанного господарства змушені були припинити свою діяльність. Виживати в складних умовах пандемії, зниження доходів населення, ризиків та невизначеностей, зумовило необхідність підприємства як ресторанного господарства, так і туристичної галузі, адаптуватись до нових реалій господарювання, визначати нові способи здійснення діяльності, реалізовувати новітні механізми взаємодії зі споживачами, все частіше застосовуючи нові технології. Саме в часи пандемії трендом ресторанного господарства стала – доставка їжі. Більшість людей боялися споживати їжу в закладах громадського харчування.

Не зважаючи, на те, що Україна знаходилась у стані війни з Росією з 2014 р. на більшості території країни заклади харчування розвивалися та удосконалювали свої послуги.

Ресторанне господарство – це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності щодо надання послуг відносно задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього. Ресторанне господарство сприяє економії суспільної праці, матеріальних ресурсів, а також збільшенню вільного часу відвідувачів.

На підприємствах ресторанного господарства, завдяки механізації виробництва, витрати праці на приготування їжі та організацію її споживання у 4-5 разів менші, ніж у домашніх умовах. На приготування обіду в розрахунку на одну людину в домашніх умовах витрачається в середньому від 40 до 50 хв. (з урахуванням придбання продуктів), у той час як на підприємствах ресторанного господарства – 10-12 хв. [50].

Сучасний етап розвитку ресторанного бізнесу визначається потребами людей в отриманні комплексних послуг з організації

харчування, що в умовах їх споживання у ресторанах, кафе, барах вимагає поєднання споживання матеріальних і духовних благ. Задоволення таких потреб – це функція одночасно економічна й соціальна. Від того, як вона виконується, залежить здоров'я, працездатність, настрій, рівень життя людей. Ресторанне господарство органічно інтегрувалось в комплекс індустрії туризму, адже при обслуговуванні туристів саме закладам ресторанного господарства надається важлива роль забезпечення однієї з основних потреб людини – у якісному харчуванні.

В останні до пандемії роки ресторанне господарство розвивалось стрімкими темпами, як в Україні, так і в світі. Зростала не лише чисельність закладів ресторанного господарства, розвивались якісні показники сфери: якість страв, обслуговування відвідувачів; з'явилися нові формати закладів та нові послуги, суттєво розширилось та видозмінилось меню багатьох ресторанних закладів. Динамічний розвиток кількісних та якісних показників функціонування ресторанного господарства став відображенням зміни споживчих уподобань, підвищення якості життя населення, підвищення ролі та місця індустрії розваг в житті сучасного споживача.

В той час коли більшість рестораторів бідкалися про низькі доходи через пандемію COVID 19 сталася нова критична ситуація, котра вдарила по усіх закладах ресторанного господарства, а саме повномасштабне вторгнення Росії на територію України. Значна частина закладів закрилися, через те, що знаходились на окупованих територіях, у зонах обстрілів. Порівняно з лютим 2022 р. ринок скоротився щонайменше на чверть [40].

Проте є заклади, котрі адаптувалися під умови військового часу їх умовно можна поділити на дві великі групи:

Перша – це всілякі МАФи, які купили дизельні генератори та можуть якимось працювати. Це кав'ярні, кіоски з шаурмою, точки продажу алкоголю. У мікрорайонах такі точки особливо виділяються у темний час доби: це єдина світла пляма на околицях, тож там завжди багатолюдно.

Друга – це молодіжні бари із мінімальною кухнею. Тут все непогано: відсутність світла тільки підвищує продаж алкоголю – у темряві люди більше п'ють. Та й готувати не потрібно – достатньо горішків, нарізки та салатів. Якщо бар знаходиться в підвалі, це додатковий плюс: його можна не залишати під час повітряної тривоги.

Непросто доводиться звичайним міським ресторанам, які мають закриватися під час повітряної тривоги. Щоправда, багато хто не закривається, залишаючи це рішення за клієнтом.

А ось найважче зараз сімейним ресторанам у торгових центрах – тут падіння становить до 90%. Генератор у цьому випадку нічого не змінить, адже навіть якби торгові центри не закривалися, до ресторану посередині торговельного центру при відключенні електрики довелося б діставатись у абсолютній темряві.

Проте наразі ситуація з електроенергією стабілізувалась, однак, не зникла проблема повітряних тривог. Варто віддати належне, українським бізнесменам, навіть, в таких умовах ресторанне господарство продовжує функціонувати. В основному це звичайно стосується західних територій країни. Чим ближче до лінії фронту, тим менше можливостей для функціонування закладів харчування.

В туристичних центрах підприємства харчування забезпечують залучення до обороту та до місцевих бюджетів грошових надходжень від надання послуг мешканцям інших регіонів нашої держави та закордонних туристів. Завдяки цьому відбуваються переміщення грошових мас між регіонами та країнами. До того ж, необхідність постійного задоволення потреб у їжі в межах тимчасового проживання призводить до певних трансформацій у структурі витрат населення. Переорієнтація витрат з купівлі продукції на послуги призводить до мобілізації заощаджень населення.

Ресторані заклади вносять доволі потужний вклад у досягнення суспільних цілей розвитку туризму. Соціальне навантаження на

ресторанне господарство полягає також у можливості більш легких комунікацій для людей з різних регіонів чи країн, адже атмосфера в ресторанах сприяє взаєморозумінню, налагодженню корисних ділових та дружніх міжособистісних контактів. Заклади ресторанного господарства обслуговують різноманітний контингент туристів: вітчизняних та іноземних, організованих і туристів-індивідуалів. Відповідно вони сприяють активізації розвитку всіх видів туризму, створюють умови для «експорту» туристичних і супутніх послуг, а також валютних надходжень [44].

Значна частка доходів отримується ресторанним господарством не лише від внутрішнього, а і від міжнародного туризму, що суттєво активізує динаміку валютних надходжень до країни, вихід ресторанних підприємств на міжнародні ринки створює додаткові умови для експортування послуг і зростання їх доходності.

Зазвичай туристам пропонується комплексне обслуговування, що включає пропозицію зі сніданку, обіду і вечері, а також організацію дозвілля, інших послуг. Отож, організація відпочинку та надання розважальних послуг також можна вважати пріоритетними функціями закладів ресторанного господарства. Слід відзначити таку особливість функціонування ресторанних закладів, як поєднання в межах однієї послуги операцій з виробництва, продажу та реалізації (організація споживання) продукції.

Сучасні заклади ресторанного господарства диференціюють методи, і прийоми обслуговування для різних категорій споживачів. Так, особливістю організованих туристичних груп є попередня оплата послуг харчування. У той же час, організовані групи можуть додатково придбати обрані ними ресторанны послуги або продукцію. Задоволенню потреб цієї групи споживачів сприяє розосередженість закладів ресторанного господарства, що дозволяє обирати для отримання послуги ті ресторанны господарства, які їм підходять за рівнем та якістю обслуговування.

Неорганізовані туристи (індивідуальні) часто не обмежуються лише стандартним набором основних послуг з організації харчування, потребуючи додаткових послуг. До таких найчастіше відноситься обслуговування у готельних номерах, спеціальне упакування страв для споживання за межами ресторану, придбання максимально готових напівфабрикатів тощо. Можливість задоволення ресторанными закладами споживацьких потреб в межах курортних комплексів багато у чому залежить від категорії підприємства розміщення (готелі, пансіонати, санаторії, кемпінги), до зони обслуговування яких можна віднести рестораний заклад. Також чинниками впливу є такі фактори, як сезонність, знаходження в межах близької досяжності інших закладів харчування, певні маркетингові особливості [10].

Отож, курортні ресторани заклади, основними споживачами яких є переважно туристи, відрізняються певними особливостями в організації роботи.

За періодичністю надання послуг їх поділяють на сезонні та цілорічні; за організацію діяльності – на закриті, відкриті та змішаного типу; за асортиментною політикою – заклади «фірмової» страви (чебуречна, пельменна тощо) та заклади харчування універсальної пропозиції (більшість ресторанів, кафе і барів, з незначними особливостями); за формою обслуговування – повне і часткове самообслуговування, класичне ресторанне обслуговування.

Розглянемо більш докладно форми організації закладів ресторанного господарства. Більшість підприємств різних типів і категорій використовують відкриту форму обслуговування, тобто ними вільно користуються всі бажаючі отримати послугу з харчування.

Можливість залучення туристів залежить в таких господарствах від репутації, асортиментної політики, якості та швидкості обслуговування, зручності розташування, тобто відкриті заклади харчування є вільними операторами конкурентного ринку. Підприємства, що надають послуги

організованого відпочинку туристів, тобто відомчі, профспілкові та комерційні санаторії, профілакторії, будинки відпочинку, частіше послуговуються закритою формою організації діяльності закладів харчування. Згідно прийнятого в закладі розміщення розпорядку дня, туристам надається повністю або, на його вибір, частково, комплекс харчування, зазвичай три- або чотириразове впродовж дня, однак в обмежені часові періоди.

Найбільш зручною формою організації діяльності закладів ресторанного господарства є змішана, тобто така, що органічно поєднує характерні особливості відкритої і закритої форми. Така форма є зручною для туристів різних категорій, адже організовані групи мають можливість гарантовано отримати повноцінне харчування за розкладом, а неорганізовані туристи мають можливість самостійної організації власного харчування залежно від уподобань та інших чинників вибору.

Основу матеріально-технічної бази ресторанного господарства складають заклади ресторанного господарства, які представляють собою організаційно-структурні одиниці у даній сфері, які здійснюють виробничо-торговельну діяльність: виробляють, продають і організовують споживання продукції власного виробництва і куплених товарів, організовують дозвілля споживачів. Мережа торговельних об'єктів ресторанного господарства включає: стаціонарні підприємства, які влаштовані в капітальних будівлях (ресторани, кафе, їдальні, буфети, бари тощо); дрібно роздрібні, які організовані в некапітальних спорудах (міні-бари, міні-кафе тощо) і пересувні пункти харчування (виїзні буфети та ін.) [23].

У 2010-2020 роках в Україні загалом кількість закладів із тимчасового розміщування зменшилась із 10113 в 2010 році до 8419 в 2020 році. При цьому, найстрімкіше зниження спостерігалось в 2012 році. В наступні роки кількість закладів зросла. І в 2013-2020 роках зростання та

зменшення їх кількості було незначним, сформувалась відносно стабільна мережа.

На противагу окресленому, діяльність закладів із забезпечення стравами та напоями в Україні в 2010- 2020 роках розвивалась стрімкішими темпами. Пропозиція послуг ресторанної сфери стала більш різноманітною – від доставки страв додому до організації свят та шоу із організацією споживання. В суспільстві з'явилась тенденція до заміни приготування їжі її придбанням, прагненням вивільнити час від рутинних домашніх обов'язків, поєднати споживання страв з цікавим проведенням часу, що стало важливим фактором розвитку ресторанного господарства.

Протягом досліджуваного періоду тільки в 2011 році число таких закладів суттєво скоротилось. в наступні роки, їх кількість поступово зростала, розвинувши мережу із 33186 од. в 2011 році до 63329 в 2020 році [43].

Тобто, завдяки сприятливій кон'юктурі ринку кількість підприємств ресторанного господарства зросла майже в 2 рази. Скорочення кількості підприємств ресторанного господарства відбулося, в основному, у кризовий період, що зумовило закриття, в першу чергу, дрібних закладів ресторанного господарства з невисоким оборотом і низькою прибутковістю. Натомість, починаючи з 2014 р. все більше розпочинали стартапи середнього бізнесу ресторанної справи, тобто відкривалися об'єкти – великі ресторани на 200-400 і більше посадкових місць, часто з декількома залами, що надавали клієнтам можливість організації бенкетів та/або конференцій.

Розвиток ресторанного господарства характеризує зростання забезпеченості населення. В середньому на 10 тис. мешканців України припадає 15 закладів ресторанного господарства. При цьому, в Закарпатській, Івано-франківській, Київській, Одеській, Полтавській, Сумській та Хмельницькій областях показник перевищує середнє по

Україні, проте ще не досягає середньоєвропейського рівня в 32 об'єкти на 10 тис. мешканців.

Варто зазначити, що в найбільш привабливих для туристів місцях та містах України кількість закладів ресторанного господарства зростає швидшими темпами та забезпеченість на 10 тис. мешканців суттєво перевищує середнє значення. Привабливість туристичних зон, можливість відвідати цікаві місця, підсилюється можливістю отримати нові враження від відвідин закладів харчування нових форматів, з оригінальним меню та розважальною програмою.

На якість обслуговування споживачів, комплексність задоволення їх потреб значною мірою впливає тип підприємства ресторанного господарства, який визначає вид підприємства з характерними особливостями кулінарної продукції і номенклатури послуг, що надаються споживачам.

Основним призначенням кафе є відпочинок клієнтів, тому велике значення приділяється зовнішньому оформленню залу, використанню декоративних елементів, колірному вирішенню планування. Зазвичай в кафе застосовуються меблі легких конструкцій, однак певні санітарні вимоги висуваються до столів, які повинні мати поліефірне покриття.

Щодо посуду, який використовується в цих закладах, то певних регламентацій не існує, на вибір власника і в залежності від загального інтер'єрного рішення може використовуватися, фаянсовий, скляний, керамічний, фарфоровий посуд.

За асортиментом пропонованої продукції кафе поділяють на кафе-кондитерські, кав'ярні, молочні кафе, кафе-морозиво тощо, за контингентом споживачів – виділяють в окремі групи молодіжні, дитячі кафе, за методом обслуговування вирізняють кафе самообслуговування та кафе класичного обслуговування (офіціантами) [23].

Останніми роками популярність набирають екзотичні типи кафе, де акцент робиться на незвичній для закладів харчування атрибутиці – котяче

кафе, комп'ютерне кафе тощо. У 2012 році другими за розповсюдженням серед закладів ресторанного господарства у були їдальні. У кризовому 2013 році їх кількість зросла, особливо у курортних центрах, але самі заклади ставали меншими за розмірами. Аналогічна ситуація спостерігалась і на Хмельниччині.

Починаючи з наступного року їх кількість почала різко скорочуватись і станом на кінець 2020 року кількість їдальнь орієнтовно становить 1056 одиниць на 11040 посадкових місць. Як бачимо, тенденція до зменшення кількості їдальнь компенсувалась збільшенням розповсюдження формату кафе, оскільки він дозволяє привносити елементи святковості та розважальності в повсякденність прийняття їжі. Їдальні є загальнодоступними підприємствами ресторанного господарства або такими, що обслуговують певний контингент споживачів. Їдальні вирізняють масовість надання послуг для різних груп споживачів. Зазвичай відвідувачам пропонуються на вибір доволі велика кількість різноманітних готових страв відповідно до меню, яке розробляється відповідно до рекомендацій дієтологів і міняється залежно від днів тижня. Також існують мережі спеціалізованих їдальнь, де приготування їжі орієнтується на спеціально розроблені для різних груп раціони харчування.

Окремою послугою їдальнь є реалізація виготовленої підприємством кулінарної продукції – булочок, пиріжків, салатів, кулінарних виробів. Оформлення залів їдальнь зазвичай відповідає традиціям мінімалізму і визначаються лише необхідною доцільністю. Однак можуть використовуватися певні декоративні елементи, що дозволяє створювати єдність стилю.

Декоративне оформлення їдальнь більше розповсюджене в спеціалізованих, зокрема у навчальних, закладах. Санітарні вимоги до меблів такі ж, як і в кафе, столи мають мати гігієнічні покриття, меблі зазвичай легких конструкцій. У загальнодоступних та відомчих їдальнях передбачені вестибюлі і гардеробні для зручності відвідувачів, обов'язкова

наявність туалетних кімнат. За асортиментом продукції їдальні поділяють на дієтичні та загального типу.

Також використовують поділ за категоріями споживачів (шкільні, студентські, робочі, лікарняні тощо), за місцем розташування. У загальнодоступних їдальнях зазвичай обслуговуються місцеві мешканці або приїжджі, переважно методом самообслуговування з попередньою (перед вживанням страв) чи подальшою (після споживання) оплатою. Порядок роботи службових їдальнь регламентується адміністрацією відповідних організацій. Завданням дієтичних (лікарняних) їдальнь є обслуговування особливої категорії споживачів, які потребують певних обмежень у харчуванні. Зазвичай в дієтичних їдальнях відвідувачам пропонується не менше п'яти основних дієт, в загальнодоступних їдальнях рекомендується організація трьох основних дієт [58].

Наступні за поширенням є бари. Бар – це специфічне підприємство ресторанного господарства, до мети діяльності якого не входить забезпечення клієнтів повноцінним харчування. Зазвичай бари вирізняються і в інтер'єрному плані, адже центральним елементом, який власне, і надав назву цим закладам, є барна стійка висотою до 1,2 м, за якою знаходиться робоче місце бармена. У барах реалізуються алкогольні, слабоалкогольні і безалкогольні напої, окремі закуски, які не потребують складної кулінарної обробки в межах закладу, десерти, кондитерські вироби, солодощі. Обслуговування здійснюється в основному кваліфікованим барменом, який на своєму робочому місці відповідає за приготування та реалізацію готових напоїв та коктейлів власного приготування, яке здійснюється в присутності споживача.

Бари частіше, ніж столові і кафе, використовують в інтер'єрах декоративні елементи або тематичні композиції. Щодо столів, вимогою залишається забезпечення санітарних норм, натомість решта меблів зазвичай підбираються в єдиному стилі і можуть варіювати від легких конструкцій до масивних м'яких меблів з підлокітниками. Посуд зазвичай

використовується вищої категорії – фарфоровий, кришталевий, мельхіоровий.

За асортиментом і способом приготування і презентації бари, як і кафе, поділяють на молочні, коктейльні, пивні тощо, а за специфікою обслуговування виділяють нічні бари (клуби), відео-, вар'єте-бар та інші [50].

Найвищий рівень обслуговування споживачів забезпечують ресторани. Ресторани пропонують клієнтам більш широкий та різноманітний асортимент страв власного приготування порівняно з іншими закладами харчування.

Особливо цінними для відвідувачів є національні чи фірмові страви, які зазвичай репрезентуються шеф-кухарем або власником закладу. Меню може бути будь-яким, відрізнятися великим розмаїттям закусок, перших і гарячих страв, десертів, напоїв. Зазвичай для скорішого приготування страв, що користуються найвищим попитом, кухарі ресторанів заздалегідь підготовлюють напівфабрикати, які зберігаються в належних, визначених відповідними нормативними актами, умовах до моменту їх замовлення, після чого вони підлягають завершенню і поданню.

Фірмові дорогі страви готуються лише після їх замовлення, що дещо збільшує час між замовленням та подачею їх замовнику. Проте така система приготування страв дозволяє диференційовано підходити до замовлень і найкращим чином забезпечує своєчасність їх представлення клієнту.

Як правило, клієнтам пропонуються обіди та вечері, останніми роками все більш широкого розповсюдження набувають пропозиції бізнес-ланчів, які багатьом відвідувачам можуть замінити повноцінний домашній сніданок. Під час обслуговування конференцій та інших масових заходів, що супроводжуються масовою концентрацією клієнтів в одному місці на тривалий відрізок часу, зазвичай пропонують повний раціон харчування, що включає сніданок, обід і вечерю. Така ж послуга доволі популярна і в

ресторанах, розташованих на територіях вокзалів, аеропортів, готелів, однак здебільшого там відвідувачі не замовляють повний раціон, а можуть обрати з нього необхідні компоненти в залежності від часу доби.

Часто ресторани перебирають на себе організацію банкетів, що передбачає одночасне замовлення великої кількості різних асортиментних позицій. Серед додаткових, але не надто розповсюджених в сучасних умовах послуг, відмітимо послугу офіціанта поза межами закладу, доставка ресторанних страв і напівфабрикатів за місцем замовлення, бронювання місць тощо [59].

Широке розповсюдження в курортних зонах набувають етнографічні ресторани, які дозволяють туристам краще ознайомитись з історико-етнографічними, національними традиціями, культурною спадщиною, природними та іншими особливостями місця їх тимчасового перебування. В таких ресторанах атмосферу створюють завдяки інтер'єрним особливостям, етнографічним елементам в одязі персоналу, музичному супроводу, відповідному асортименту напоїв та страв, що робить етнографічні ресторанами популярними серед туристів.

Таким чином, протягом досліджуваного періоду в Україні спостерігались доволі позитивні тенденції збільшення кількості об'єктів та зростання обороту ресторанного господарства. Лідерами розвитку ресторанного бізнесу є такі центри туризму на Хмельниччині, як міста Хмельницький, Кам'янець-Подільський, Сатанів.

Якщо в 2020 році кількість закладів ресторанного господарства та задоволеність населення залишались на «докризовому» рівні, то в 2021 році такі показники прогноуються на нижчому рівні. Підприємства, що «не пережили» пандемії здебільшого припинили свою діяльність саме в 2021 році. Більшість закладів ресторанного господарства змушені були переглянути свою стратегію із напрямку розвитку в напрямок виживання у скрутних умовах.

Сучасні реалії, які характеризуються розвитком кризових явищ, пов'язаних із поширенням загрози COVID-19, зниженням купівельної спроможності населення, розвитком енергетичних проблем як в Україні, так і в світі, зумовлюють необхідність пошуку нових шляхів забезпечення функціонування підприємств ресторанного господарства внутрішнього і зовнішнього характеру.

Основними напрямками внутрішнього забезпечення виживання та розвитку підприємств ресторанного господарства в індустрії туризму вважаємо наступними:

1. Запровадження інновацій.

2. Оновлення технологій та цифровізація в сфері ресторанного господарства можуть бути наслідком впровадження інновацій в ресторанній сфері.

Не зважаючи на всі існуючі «внутрішні» можливості для розвитку, ресторанний бізнес зараз особливо потребує підтримки ззовні. Зокрема, важливу роль в забезпеченні виживання підприємств ресторанного бізнесу більшості європейських країн відіграла державна фінансова підтримка. Українські підприємства ресторанного господарства потребують адресної фінансової допомоги, податкових пільг та створення сприятливих умов кредитування, як і в провідних країнах світу.

Можна із впевненістю сказати, що ресторанний бізнес в Україні, сьогодні, переживає надзвичайно складні часи. Проте не може не тішити, що навіть в умовах воєнного стану ресторанний бізнес на Хмельниччині продовжує функціонувати. Більше того значна частина закладів ресторанного господарства, не лише залишилася на ринку, а здійснює активну волонтерську роботу. ЗРГ годують переселенців, допомагають ЗСУ, готуючи на постійній основі різноманітні смаколики. Таким чином люди отримують послуги й надалі, а підприємці – сплачують до бюджету податки.

Українські бізнесмени ще ті відчайдухи, адже підтримують бізнес не лише у існуючих закладах, але і відкривають нові. Так, у Хмельницькому у 2022 р. відкрилось десять нових закладів, які почали роботу в умовах воєнного стану. Серед них – глінтвейня, кав'ярня, паб, ресторан, заклади швидкого харчування та інші.

На Хмельниччині більшість закладів ресторанного господарства працюють у звичному режимі. Звичайно є проблеми із постачанням продуктів, ресторатори скорочують та переробляють меню; піднімають ціни на деякі позиції тощо. Однак, зазначають, що споживачі стали менш вибагливі у їжі. У багатьох ресторанах з'явилася нова позиція у меню – комплексні обіди. Зникнення з меню морепродуктів на кількість відвідувачів аж ніяк не повпливала. Серед найчастіших замовлень в українських ресторанах нині – борщ та паляниця.

РОЗДІЛ 3. ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ РЕГІОНУ

3.1. Значення транспортної інфраструктури у розвитку туризму.

Аналіз дефініцій поняття «транспортна інфраструктура» дозволив визначити її як сукупність транспортних шляхів, вузлів, об'єктів з обслуговування пасажирських і вантажних перевезень, об'єктів технічного обслуговування та ремонту, які забезпечують функціонування всіх видів транспорту.

Транспортну інфраструктуру також визначають як сполучну ланку в економічних процесах виробництва, розподілу, обміну та споживання, впорядковуючи матеріальні потоки і впливаючи на значну частину витрат на виробництво та реалізацію, забезпечуючи, тим самим, стійке зростання галузі економіки [17].

У класичній загальноекономічній концепції транспортна інфраструктура як така не розглядалась, оскільки в науковий вжиток даний термін увійшов набагато пізніше, у другій половині ХХ століття. У рамках класичної та неокласичної парадигм це питання вирішувалось у ключі міркувань М. Блауга про прибутковість капіталу у країнах із розвиненою транспортною інфраструктурою. «У відсутності розвиненої інфраструктури – автомобільних доріг, залізничних колій, гаваней, доків, гребель та енергетичних установок – потенційно високий прибуток з капіталу бідних країнах отримати неможливо». Тобто слід розуміти, що інфраструктурний розвиток країн дозволяє збільшувати віддачу капіталу, вкладеного у економічний розвиток.

В період реалізації інфраструктурних проектів відмічається позитивний ріст не лише у будівельній галузі, але і у суміжних галузях. Якщо держава збільшує інвестиції приблизно на 10% в інфраструктурні проекти, то це позначається на підвищенні продуктивності капіталу в приватному секторі на 3-5%. Розвиток транспортної інфраструктури має не

лише короткостроковий, але й довготерміновий ефект. У довгостроковій перспективі інвестиції в інфраструктуру впливають на макроекономічну динаміку регіону через різні канали. За рахунок підвищення доступності ринку збуту знижуються тимчасові та матеріальні витрати на перевезення вантажів, що сприятливо впливає на конкурентоспроможність товарів. Підвищенням транспортної доступності зумовлює мобільність робочої сили, додатковий стрибок споживчого попиту на вироблену місцевими товаровиробниками продукцію [36].

Ключовим завданням транспортної інфраструктури у туристичному сервісі є створення комплексних умов для вільного пересування туристів – споживачів послуг та їх доступу до рекреаційних ресурсів та дестинацій.

Транспорт – це галузь господарства, яка має значний вплив на розвиток усіх галузей виробництва, невиробничої сфери, на умови життя і діяльності людей. На сьогоднішній день транспорт є невід’ємною частиною нашого життя. Під час планування свого відпочинку, подорожі для туриста одним із факторів є транспортна доступність відпочинку. Саме тому фактор транспорту є важливий у туризмі, бо рівень розвитку транспортної інфраструктури визначає транспортну доступність до населених пунктів та туристичних об’єктів, формує просторову зв’язаність території, зумовлюючи ступінь соціально-економічного розвитку регіону.

Транспортна галузь на початку XXI ст. не задовольняє у повній мірі потреби національної економіки та населення в перевезеннях у цілому та у сфері туризму зокрема. Рівень безпеки, показники ефективності перевезень пасажирів і вантажів, енергоефективності, техногенного навантаження на навколишнє природне середовище не відповідають нинішнім реальним вимогам.

Одним із важливих параметрів, що на світовому рівні відображає якість та рівень розвитку транспортної інфраструктури, є Індекс глобальної конкурентоспроможності, одним із контрольних показників якого є показник «Інфраструктура». За результатами щорічної оцінки, яка

проводиться в рамках Всесвітнього економічного форуму, Україна останні роки займала досить непогані позиції саме за показником якості інфраструктури [20].

Зокрема, як свідчать дослідження останніх чотирьох років за рівнем розвитку інфраструктури в цілому Україна трохи втратила власні позиції, опустившись в рейтингу з 75 у 2014/2015 рр. до 57 у 2019/2020 рр. У передвоєнний період, станом на 2021 рік за якістю доріг Україна займала 103 місце в глобальному рейтингу серед 141 країни. За якістю залізничної інфраструктури піднялась на 4 позиції упродовж 2014-2020 рр. і займає 95 місце; за якістю інфраструктури повітряного транспорту – 96 місце (зростання на 11 позиції); за якістю портової інфраструктури – 29 місце (опустилась на 4 позиції) [54].

Внаслідок російської агресії було пошкоджено близько 33% інфраструктури по всій країні: 305 мостів, 19 аеропортів, 110 залізничних станцій та 24 тис. км доріг. За попередніми оцінками, загальний обсяг втрат інфраструктури в Україні склав \$35,3 млрд, і ця цифра збільшується щодня.

У перші тижні війни російські війська здійснювали масовані обстріли авіаційної інфраструктури. Всього з 35 аеродромів було пошкоджено 19, зокрема 12 цивільних і 7 аеродромів подвійного призначення. Сума втрат, за попередніми оцінками Київської школи економіки, становить \$2,14 млрд.

Згодом, цілями активних військових атак стали об'єкти залізничної інфраструктури, зокрема електричні підстанції. В цілому за період повномасштабної агресії Росії було пошкоджено або втрачено контроль над 6 тис. км колій залізниці. За даними Мінінфраструктури, попередній огляд стану доріг у деокупованих регіонах показує, що в середньому постраждали приблизно 10% доріг від їх загальної кількості в областях, де відбувались бойові дії.

Українська портова інфраструктура теж зазнала суттєвих пошкоджень та збитків. Київська школа економіки оцінила загальні прямі збитки портової інфраструктури та дотичних до неї підприємств у \$496 млн. Також з 13 українських портів 4 тимчасово знаходяться під російською окупацією, а саме Маріуполь, Бердянськ, Скадовськ та Херсон. Все цінне майно в них з великою ймовірністю вже розкрадене окупантами. Однак вони все ж тримали порти працюючими, щоб мати можливість вивезти українське зерно до Росії та інших країн.

Водночас, під контролем України залишаються найбільші порти (Миколаїв, Ольвія, Одеса, Чорноморськ, Південний), але їх повноцінній роботі перешкоджає Росія. Це завдає величезних збитків бізнесу, адже до війни більш ніж половина всього українського експорту та 90% експорту зерна перевозилася морським шляхом. Частина річки Дніпро, яка є головною внутрішньою водною артерією України, також блокується в Херсонській та Запорізькій областях. Нещодавно запущена реформа відновлення внутрішніх водних шляхів, нажаль, знаходиться на паузі [52].

Слід зазначити, що всі вищезазначені цифри є лише попередніми оцінками. Точно обрахувати розмір збитків можливо тільки після завершення активних бойових дій, коли експерти матимуть безпосередній доступ до об'єктів, щоб оцінити їх технічний стан.

3.2. Транспортна інфраструктура Хмельницької області.

На сучасному етапі розвитку туризму головним аспектом функціонування рекреаційних територій є створення комфортних умов перебування для туристів під час відпочинку. Тому виникає потреба у відповідному облаштуванні даних місць інфраструктурними комплексами. Ефективність ведення господарсько-рекреаційної діяльності на рекреаційних територіях пов'язана з використанням природно-рекреаційних ресурсів та елементів благоустрою (інженерно-технічне облаштування, соціально-побутова інфраструктура) та шляхів сполучення.

Транспортна доступність є однією з визначальних показників відвідуваності об'єктів рекреаційного призначення [38].

Хмельницька область належить до невеликих областей України. Проте має великий природо ресурсний та історико-культурний потенціал для розвитку туристичної галузі. Хмельницька область поділяється на 20 адміністративних районів, різних за площею, чисельністю населення, кількістю поселень, соціально-економічним розвитком тощо.

Важливе геополітичне значення має розташування Хмельницької області на транспортних шляхах, що зв'язують основні промислові райони України (Столичний, Харківський, Придніпров'я, Донбас) і Росії, а також чорноморські порти із західноукраїнськими областями та країнами Центральної і Західної Європи. З півночі на південь область перетинають залізниця і автошляхи, які дають вихід на Білорусь та країни Балтії, Молдову і країни Південно-Східної Європи.

Аналізуючи туристичну систему та її елементи, які включають у себе засоби харчування та тимчасового розміщення, туристичних операторів та їхніх агентів, об'єкти відпочинку та розваг, фінансові установи, неможливо не відзначити транспорт як найважливіший елемент.

Транспортні послуги є одними з видів послуг в туризмі і, відповідно, невід'ємною частиною туристичних послуг. Для перевезення туристів під час подорожі можуть бути використані різні види транспорту: авіаційний, автомобільний, залізничний, водний. Кожен з них має певні особливості щодо умов використання в туристських перевезеннях, що відіб'ється на організаційних умовах туру і, насамкінець, на якості туристичних послуг.

Кожний із зазначених вище видів транспорту має свої переваги та недоліки. Водний транспорт має переваги: можливість міжконтинентальних перевезень, низька вартість перевезень; недоліки: низька швидкість перевезень, залежність від погодних умов. Залізничний транспорт – має переваги: велика пропускна здатність, відносно низька вартість, незалежність від погодних умов; недоліки: великі витрати на

підтримку інфраструктури, державна монополія. Повітряний транспорт – має переваги: максимально швидке подолання маршруту, значна безпека; недоліки: велика собівартість перевезень, дорогі тарифи на послуги перевезення, обмежена географічна доступність. Автомобільний транспорт – має переваги: велика доступність, гнучкість маршруту, великий вибір перевізників; недоліки: екологічне навантаження, висока собівартість перевезення [26].

Провідне місце серед видів транспорту за величиною перевезень у Хмельницькій області займає автомобільний. Експлуатаційна довжина автомобільних шляхів складає понад 7 тисяч кілометрів. Через область проходять міжнародна автомобільна дорога Стрий – Тернопіль – Кіровоград – Знам'янка (через Вінницю) та національна автомобільна дорога Житомир – Чернівці.

Найважливіші магістралі перетинають область з заходу на схід (Тернопіль – Підволочиськ – Хмельницький – Летичів – Вінниця) і з півночі на південь (Шепетівка – Хмельницький – Кам'янець-Подільський – Чернівці). Вони забезпечують міжобласні і внутрішньобласні зв'язки. Крім того, перевезення в межах області здійснюються автомобільними дорогами обласного значення. Серед них найважливішими є: Кам'янець-Подільський – Чемерівці – Сатанів – Хмельницький; Скала-Подільська – Дунаївці – Нова Ушиця; Острог – Славута – Полонне; Хмельницький – Старокостянтинів – Старий Остропіль та ін. Автомобільний транспорт має найважливіше значення для розвитку туризму в області [11].

Хмельницький сьогодні є важливим залізничним транспортним вузлом та має сполучення з європейською залізничною мережею. Займає важливе місце у вантажо- і пасажироперевезеннях і у внутрішньообласних і транзитних. Область розташована в зоні діяльності Південно-Західної залізниці, на її території функціонує понад 45 залізничних станцій. Найбільшими залізничними вузлами в області є станції Шепетівка та Гречани, яка розташована у Хмельницькому. Обласний центр має зручне

залізничне сполучення з європейськими столицями: Прагою, Братиславою, Варшавою, Будапештом, Белградом.

Довжина залізниць в області – 740 км, а щільність залізничної мережі становить 35 км на 1 тис.км² території (по Україні – 37,6 км). Найбільша щільність залізниць – в центральній і північній частинах області, найменша – в південній. Найважливіші залізниці Київ – Хмельницький – Львів і Київ – Козятин – Шепетівка – Здолбунів (електрифікована) перетинають область зі сходу на захід, а Шепетівка – Хмельницький – Кам'янець-Подільський – Чернівці – із півночі на південь. Залізничний транспорт має важливе значення для розвитку туризму в області. Важливу роль для розвитку туризму має зручне залізничне сполучення між Хмельницьким та Києвом, Львовом, Чернівцями та більшість обласних центрів України [11].

Авіаційний транспорт використовується для перевезень пасажирів. Хмельницький мав сполучення з Києвом, Львовом, Вінницею, Одесою, Сімферополем та іншими містами. Хмельницький аеропорт мав можливість забезпечувати виконання міжнародних авіаперевезень. Тут діє пункт пропуску через державний кордон України, проте сьогодні він практично не працює. На сьогоднішній день аеропорт тимчасово не працює. Тому авіаційний транспорт в області не виконує важливої ролі у розвитку туризму, проте у перспективі має виконувати головну роль.

З початком військових дій на території України два провідні аеропорти Хмельниччини Старокостянтинівський та Хмельницький зазнали значних пошкоджень від повітряних обстрілів. Для відновлення їх роботи необхідні значні кошти. До того ж розпочинати дані роботи варто лише після завершення військових дій.

Найвищий та високий індекс транспортної комунікативності характерний для Хмельницького, Шепетівського, Кам'янець-Подільського та Старокостянтинівського району. Саме у цих районах найкраще розвинута туристична галузь. Проте у Городоцькому, Летичівському

районах, де є багато цікавих туристичних об'єктів, індекс транспортної комунікативності низький, що не дозволяє цим ресурсам розвиватися. Звичайно це не єдиний стримуючий фактор, проте його роль суттєва [11].

Село Жванець, що знаходиться в Кам'янець-Подільському районі, є знаним туристичним об'єктом. Село увійшло в історію завдяки відомій битві полків Богдана Хмельницького з польським військом у роки національно-визвольної війни XVII ст. Про ті часи нагадують залишки фортеці. Крім того, цей населений пункт лежить на міжнародній трасі Васьковичі-Порубне і граничить з Чернівецькою областю, і це слугує додатковим стимулом для його туристичного розвитку. Село включено у кілька екскурсійних маршрутів.

Розвиток транспорту і туризму – тісно пов'язаний і взаємозумовлений процес. Загальноприйнятим є факт, що сучасний туризм досягнув значного рівня розвитку багато в чому завдяки використанню транспорту. Саме розвиток автомобільного і авіаційного видів транспорту зробили великий вплив на розвиток туризму, прискоривши його розвиток.

Розвиток транспорту та туризму тісно взаємопов'язані та слугують додатковими стимулами розвитку. Ці світові тенденції стосуються і Хмельницької області зокрема. Розвиток транспортної мережі Хмельницької області має додатковий вплив на розвиток туризму області:

1) Розвиток транспортної мережі збільшує можливості подорожуючих

2) Туризм перебуває в сильній залежності від стану і функціонування транспортної системи, адже на сьогоднішній день все більш важливим є швидкість та комфорт пересування туристів.

3) Удосконалення якості пасажирських транспортних перевезень (швидкості, безпеки, комфорту, економічності) позитивно впливає на розвиток туризму.

4) Розвиток туризму збільшує пасажиропотік. Адже туризм вважається одним з головних факторів, які визначають попит на пасажирські перевезення.

5) Туризм не зважаючи на економічні кризи являється галуззю економіки з позитивною динамікою. Тому, коли туризм розвивається, збільшуються надходження від туристичної подорожі, це є стимулом для роботи пасажирського транспорту [28].

Отже, транспорт є однією з галузей індустрії туризму. Розвиток транспорту і туризму – тісно пов'язаний і взаємозалежний процес. У Хмельницькій області транспорт розвинутий добре. Присутні майже всі його види. Було прораховано індекс комунікативності районів області. Хмельницький, Шепетівський, Кам'янець-Подільський та Старокостянтинівський райони мають високий індекс комунікативності. Завдяки транспортній доступності саме міста з найвищим індексом комунікативності будуть своєрідними центрами приваблення туристів. Хмельниччина є одним з перспективних туристичних регіонів України. Необхідною умовою для ефективного розвитку туризму є покращення надання існуючих туристичних послуг та впровадження нових, покращення інфраструктури, зокрема транспортної та вдосконалення системи інформаційного-рекламного забезпечення.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження ми дійшли висновків, що Хмельницька область володіє цілком достатнім та по-своєму унікальним туристичним потенціалом. Туристична індустрія Хмельниччини має суттєві переваги для розвитку. Перш за все, завдяки вдалому географічному розташуванню область має зручну транспортну інфраструктуру. Таке транзитне положення можна і варто використати для розвитку туризму вихідного дня. По-друге, область має репутацію екодружнього регіону, адже Хмельниччина відома великою кількістю зелених насаджень та визнана одним з найбільш безпечних, найчистіших і найкомфортніших регіонів України. По-третє, у області активно розвивається доступний (значно дешевший, ніж у інших областей-лідерів туристичного ринку Західного регіону України) подієвий та гастрономічний види туризму (подільська, європейська, грузинська, польська, єврейська кухні).

У теоретичному розділі роботи було проаналізовано зміст поняття туристичної інфраструктури, оцінено туристичний потенціал регіону та основні риси туристичного продукту. В результаті було встановлено, що регіон має достатній потенціал для розвитку туризму, особливо в галузі екотуризму (зеленого та сільського), гастрономічного та культурно-пізнавального туризму.

У розділі, присвяченому аналізу та оцінці сучасного стану туристичної інфраструктури Хмельницького регіону, було досліджено готельну та ресторанну інфраструктуру, її різноманітність та доступність для туристів. Виявлено, що область має достатню кількість закладів розміщення та харчування, проте дещо не вистачає закладів для елітного контингенту споживачів.

У заключному розділі було розглянуто особливості функціонування транспортної інфраструктури Хмельницького регіону. Виявлено, що для розвитку туризму область має досить гарні умови щодо транспортного

сполучення, особливо це стосується залізничного транспорту. Варто також зазначити, що є проблема із повітряним транспортом, а якщо врахувати, що даний вид транспорту дуже популярний у XXI ст. то це дійсно проблема, котру необхідно вирішити для збільшення турпотків.

Отже, розвиток туристичної інфраструктури регіону має досить високий рівень, проте його варто покращити шляхом реалізації заходів, що передбачають промоцію туристичного потенціалу області, у тому числі організацію та проведення промотурів; представлення туристичного потенціалу області на спеціалізованих всеукраїнських та міжнародних туристичних заходах, виготовлення та поширення рекламно-інформаційної продукції, організацію та проведення обласних фестивалів, виставок, форумів, конференцій; впровадження інноваційних методів просування туристичного потенціалу області тощо.

Звичайно, повномасштабне вторгнення Росії на територію України 24 лютого 2022 року завдало великої шкоди повноцінному функціонуванню усіх галузей економіки, зокрема, інфраструктурі туризму. Однак, усі українці продовжують боротися за свою незалежність та вірять у перемогу нашої Батьківщини. Після завершення війни Україна загалом та Хмельниччина зокрема будуть досить привабливими дестинаціями для туристів з усього світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженова С. Е. Сучасний стан туристичної галузі в Хмельницькій області. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету І. Огієнка. Економічні науки*. 2013. Вип. 8. С. 314-315.
2. Баженова С. Е., Пологовська Ю. Ю., Канцур І. Г. Розвиток готельно-ресторанного бізнесу в умовах сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1280/1234> (дата звернення – 25.10.2022).
3. Бець М. Т., Брунець Б. Р. Принципи формування туристичної інфраструктури. *Географія та туризм*. 2012. № 21. С. 8-16.
4. Бойко О. В. Комплексний збалансований розвиток туристської інфраструктури. *Економічний простір*. 2016. № 109. С. 72-84.
5. Бошота Н. В. Вплив транспортної інфраструктури на туристичне підприємництво країни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2018. Т. 29. № 3. С. 58-63.
6. Бошота Н. В., Папп В. В. Туристична інфраструктура та її роль у розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2017. № 2 (50). С. 117-122.
7. Брунець Б. Р. Структурна побудова туристичної інфраструктури. *Географія та туризм*. 2010. № 9. С. 54-58.
8. Бутко М. П., Алешугіна Н. О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України. *Ефективна економіка*. 2009. № 3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_3_36 (дата звернення – 05.05.2023).
9. Буторіна В. Б. Сучасні тенденції діяльності підприємств туристичної сфери України та Хмельницької області. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2016. № 19. С. 57-60.

10. Гаталяк О. Особливості організації харчування в різних видах туризму. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gatalyak3.htm (дата звернення – 02.11.2022).
11. Долинська О. О. Транспортна комунікативність як фактор розвитку туризму Хмельницької області. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2017/2017_3_1/jrn/pdf/32.pdf (дата звернення – 09.01.2023).
12. Долинська О. Особливості туризму Хмельницької області. URL: <https://visnyk-geo.knu.ua/wp-content/uploads/2017/09/27-66-67.pdf40>
13. ДУ «ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ ОЦКПХ МОЗ» СИ «КНМЕЛНУТСЬКИЙ ОСДС МОН». URL: <https://xn--d1agleic5aql.xn> (дата звернення – 12.02.2023).
14. Економічна статистика / Туризм. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, за видами туризму (2000 – 2019 рр.). Головне управління статистики у Хмельницькій області. URL: http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/statinf/tur/tp_r.htm (дата звернення – 13.03.2023).
15. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / [авт.-уклад. В. А. Смолій, В. К. Федорченко, В. І. Цибух]. Київ: Слово, 2006. 372 с.
16. Жар Г. О. Сільський зелений туризм на Хмельниччині: все тільки починається? URL: <https://zhar.org.ua/silskyj-zelenyj-turyzm-na-hmelnichchyni-vse-tilky-pochynayetsya/> (дата звернення – 06.04.2023).
17. Жовтяк Г. А. Теоретико-методичні підходи до визначення поняття «транспортна інфраструктура регіону». URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=792> (дата звернення – 09.02.2023).
18. Закон України Про внесення змін до Закону України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15#Text> (дата звернення – 04.09.2022).

19. Зелені маршрути Хмельниччини: як розбудувати село за допомогою туризму. URL:
https://ye.ua/podorozhi/50137_Zeleni_marshruti_Hmelnichchini_yak_ro_zbuduvati_selo_za_dopomogoyi_turizmu.html (дата звернення – 07.02.2023).
20. Індекс глобальної конкурентоспроможності як показник соціально-економічного розвитку регіонів України. URL:
https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/44718/4/Indeks_hlobal_konkurent_o_2020_58-66.pdf (дата звернення – 22.10.2022).
21. Інфраструктура туризму: конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладачі: О. В. Поступна, Н. А. Леоненко. Харків: НУЦЗУ, 2020. 233 с. URL:
http://nncv.nuczu.edu.ua/images/topmenu/kafedry/kafedra-menedzhmenta/Lekcii/INFRASTRUKTURA_TURIZMU_KONSPEKT_LEKCIJ.pdf (дата звернення – 16.12.2022).
22. Кіптенко В. К., Маденко О. В. Перспективні напрями сталого розвитку туризму у Хмельницькій області. *Географія та туризм*. 2013. № 25. С. 167-174.
23. Класифікація закладів ресторанного господарства. URL:
<https://studfile.net/preview/10021993/page:9/> (дата звернення – 04.10.2022).
24. Ключкович Н. В. Історія та сучасний стан розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Східноєвропейський історичний вісник*. 2017. № 2. С. 93-97.
25. Ковтуник І. І. Туристична інфраструктура та її складові елементи. *Вісник Кам'янець-Подільського національного університету ім. Івана Огієнка. Економічні науки*. 2014. № 9. С. 380-382.
26. Коржилов Л. І. Система транспорту в туризмі. Ключові елементи та їх проблематика. URL: <http://www.market->

- infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/5.pdf (дата звернення – 11.11.2022).
27. Корнев Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 1. С. 174-180.
28. Корсак Р. В. Організація транспортних послуг. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/> (дата звернення – 08.04.2023).
29. Костюк О. М. Туристичні ресурси і розробка туру Хмельницькою областю. URL: <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/> (дата звернення – 03.01.2023).
30. Кошарний В. О. Загальна характеристика поняття «туристична інфраструктура». *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 96-99.
31. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2005. № 21. С. 118-124.
32. Кузик С. П. Географія туризму: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 271 с.
33. Кузьминчук Н. В., Доля Д. Г. Методический подход к оценке эффективности деятельности банка методом таксономического анализа. *БизнесИнформ*. 2009. № 6. С. 66-69.
34. Куканова А. М. Інвестиції в інфраструктуру туризму. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2004. № 12. С. 120-123.
35. Куценко В. О., Решетняк А. І. Природно-інфраструктурний потенціал туристичного бізнесу та шляхи його ефективного використання. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2011. № 2. С. 55-61.
36. Макроекономіка: базовий курс. Навчальний посібник / І. Й. Малий, І. Ф. Радіонова, Т. Ф. Куценко, Н. В. Федірко. URL: https://kneu.edu.ua/userfiles/Faculty_of_Economics_and_Administration/kmdu%20fetau/Publications/PosD196bnik_52012817_0329.pdf (дата звернення – 09.11.2022).

37. Масюк Ю. П. Особливості розвитку придорожньої туристичної інфраструктури в Україні за сучасних умов. *Вісник Львівського університету. Серія: Географічна*. 2013. Вип. 42. С. 250-257.
38. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні. URL: <https://repo.knmu.edu.ua/bitstream/123456789/17694/> (дата звернення – 19.12.2022).
39. Музиченко-Козловська О. В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 47-52.
40. Наносова О. Ресторани під час війни – це психологічний захист. URL: <https://kp.ua/ua/economics/a658958-olha-nasonova-restorani-pid-chas-vijni-tse-psikholohichnij-pritulok> (дата звернення – 04.09.2022).
41. Никитюк Т. Л., Асютіна С. В. Інфраструктурне забезпечення туристичного ринку. *Економічні науки. Серія: Економічна теорія та економічна історія*. 2014. Вип. 11. С. 113-122.
42. Новикова В. І. Рекреаційна інфраструктура : суть поняття, види, методи дослідження. *Географія в інформаційному суспільстві: зб. наук, праць*. Київ: ВЛГ «Обрії», 2008. Т. IV. С. 163-165.
43. Опря Б. О. Проблеми реалізації туристичного та історичного потенціалу Хмельниччини. *Гілея: науковий вісник*. 2019. № 150. С. 99-102.
44. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства. URL: https://pidru4niki.com/1584072023485/turizm/organizatsiya_obsługovuvannya_u_zakladah_restorannogo_gospodarstva (дата звернення – 09.11.2022).
45. Оробейко Е.С., Шредер Н.Г. Організація обслуговування: ресторани і бари URL: <https://tourism-book.com/pbooks/book-60/ua/chapter-2317/> (дата звернення – 01.03.2023).

- 46.Офіційний сайт Державного управління статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення – 14.02.2023).
- 47.Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <https://mtu.gov.ua> (дата звернення – 09.12.2022).
- 48.Перспективи розвитку туризму Хмельницької області. URL: <http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/> (дата звернення – 02.02.2023).
- 49.Програма розвитку туризму у Хмельницькій області на 2013 – 2015 роки : затверджено Рішенням обласної ради від 19 червня 2013 року.
- 50.Ресторанне господарство його місце в індустрії гостинності. URL: <https://elektronnij-posibnik.webnode.com.ua/konspekt-uroku/> (дата звернення – 07.03.2023).
- 51.Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. *Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління*. 2013. № 754. С. 68-74.
- 52.Січкач Д. Нові та старі виклики. Як тримається інфраструктура під час війни. URL: <https://eba.com.ua/novi-ta-stari-vyklyky-yak-trymayetsya-ukrayinska-infrastruktura-pid-chas-vijny/> (дата звернення – 04.12.2022).
- 53.Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.
- 54.Транспортна інфраструктура в системі туристичного потенціалу. URL: <https://dspace.megu.edu.ua:8443/jspui/bitstream/> (дата звернення – 22.11.2022).
- 55.Трегубов О. С. Формування інфраструктури туризму як умова вдосконалення діяльності підприємств туристичної сфери. *Ефективна економіка*. 2013. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_9_34 (дата звернення – 03.03.2023).

56. Туризм и гостиничное хозяйство. / под ред. А. Д. Чудновского.
Москва: Юркнига, 2005. 448 с.
57. Туристична діяльність. Нормативна база / упор. О. М. Роїна. Київ:
КНТ, 2005. 448 с.
58. Характеристика їдальні як типу підприємства ресторанного
господарства. URL:
https://pidru4niki.com/1628041443425/turizm/harakteristika_yidalni_tipu_pidpriyemstva_restorannogo_gospodarstva (дата звернення –
08.01.2023).
59. Характеристика ресторану. URL:
https://studwood.net/2187716/marketing/harakteristika_restoranu (дата
звернення – 13.10.2022).
60. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник.
Чернівці: Книги-XXI, 2003. 596 с.