

Табенська О.І.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри бізнесу та сфери обслуговування
Вінницький національний аграрний університет

Tabenska Oksana

Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at the Department Business and Service Areas
Vinnitsia National Agrarian University

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ У МІСТІ ВІННИЦІ: СУЧАСНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CITY OF VINNITSIA: PRESENT AND PROSPECTS

У статті проаналізовані механізми візуалізації бренду міста Вінниці, а саме: місто ідей, місто можливостей, місто подорожей, місто комфорту, досліджено екскурсії, які проводять професійні гіді Комунального підприємства «Офіс туризму міста Вінниці» та успішні випускники «Школи гідів та амбасадорів Вінниці». Також досліджено парки та сквери міста Вінниці та проекти створення нових зон для екологічного відпочинку, з використанням потенціалу водних артерій. Розглянуто очікувані результати втілення «Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року», діяльність найбільшого в Україні Туристичного хабу, а також особливості функціонування Вінницької асоціації гостинності «Хліб Сіль». Зазначено, що індустрія туризму і гостинності – це сукупність готельно-ресторанних і транспортних засобів, об'єктів харчування, а також розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків.

Ключові слова: візуалізація бренду міста, парки та сквери, Стратегії розвитку туризму міста Вінниці, стратегії розвитку, готелі, ресторани, туристична сфера, озеро, пляж, заліснені території, мотузковий парк, спортивні майданчики, прокат човнів та катамаранів.

The article analyzes the mechanisms of visualization of the Vinnytsia city brand, namely: the city of ideas, the city of opportunities, the city of travel, the city of comfort, excursions conducted by professional guides of the Communal Enterprise "Vinnytsia City Tourism Office" and successful graduates of the "School of Guides and Ambassadors of Vinnytsia". In the study, the parks and squares of the city of Vinnytsia and the projects of creating new zones for ecological recreation, using the potential of water arteries, were analyzed. The expected results of the implementation of the "Tourism Development Strategy of the City of Vinnytsia until 2030", the activities of the largest Tourist Hub in Ukraine, as well as the peculiarities of the operation of the Vinnytsia Hospitality Association "Hlib Sil" were considered. "Strategy for the development of the city of Vinnytsia until 2030" is aimed at improving the living conditions of both city residents and guests, tourists, and investors through the improvement of the business and investment climate, its cultural attractiveness, the quality of the urban environment and the system of providing market and non-market services. The basis for the Strategy was the competitive advantages of the city, as well as the opportunities that open up due to changes in its external environment. Implementation of the Strategy assumes that within the framework of a strategic partnership of government, community and business, each partner can find their place, their interests and participate in the development of the city. It is noted that the tourism and hospitality industry is a combination of hotels, restaurants and vehicles, catering facilities, as well as entertainment, educational, medical, sports, business, and religious centers. The main advantages of strategic planning and management for tourism business entities are that the strategy: makes it possible to determine the main directions and ways of achieving goals for the activation of development and ensuring survival in the long term, concentrating efforts on obvious priorities; is a way of establishing interaction with the external environment.

Keywords: city brand visualization, parks and squares, Vinnytsia city tourism development strategies, development strategies, hotels, restaurants, tourism sphere, lake, beach, wooded areas, rope park, sports grounds, boat and catamaran rental.

Постановка проблеми. На сучасному етапі проблемі економічного районування належить особливе місце в теорії регіональної організації праці. План розвитку економічного району складається із трьох взаємопов'язаних елементів: концепції розвитку, стра-

тегічної програми і оперативних планів, які в сукупності складають одне ціле і пов'язані між собою. Одним із елементів економічного розвитку певного регіону є сприятливий інвестиційний клімат та створення прозорих умов для ведення бізнесу.

В дослідженні, вважаємо за необхідне, проаналізувати напрями розвитку туризму, види туризму, які визначені у «Програмі розвитку туризму у Вінницькій області на 2020–2027 роки». Однією з основних галузей, що впливає на загальний стан і тенденції світової економіки є сфера туризму, розвиток якої сприяє підвищенню рівня зайнятості, диверсифікації економіки, збереженню і розвитку культурного потенціалу, збереженню екологічно безпечного навколишнього середовища, а також підвищує рівень інноваційності національної економіки, сприяє гармонізації відносин між різними регіонами тощо. Саме тому важливо, у сучасному глобалізованому світі, зосередити увагу на розвитку туристичної галузі регіону.

Туристична галузь набуває все більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери у Вінницькій області. Розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності може стати важливим чинником для підвищення якості життя в області, створення додаткових робочих місць, наповнення місцевого бюджету та підвищення авторитету області як на внутрішньому, так і міжнародному туристичних ринках [1].

Заслужує на увагу позитивний досвід, який розвивають у місті Вінниці. Створений та впроваджений в діяльність готельно-ресторанних комплексів «Вінницький стандарт гостинності» є універсальним, і його має змогу застосовувати будь-який власник підприємства, чи працівник закладу, хто створює комфортні умови перебування клієнта в закладі, так чи інакше взаємодіє з гостями, а саме: розповідає, презентує унікальні локальні страви, пригощає, розміщує в готельних номерах та хостелах, організовує екскурсійні програми, надає приміщення для проведення ділових зустрічей, форумів, семінарів та нарад тощо.

Зауважимо, що стратегії розвитку туризму у Вінницькій області та трансформація проектної моделі взаємовідносин у туристично-рекреаційному кластері «Вінниччина» також актуальні на сучасному етапі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зарубіжний досвід свідчить, що ефективний розвиток територій можливий за умови створення інтегрованих структур. Особливу увагу необхідно звернути на діяльність туристично-рекреаційних кластерів. Об'єднання у кластерні мережі дозволяє використати інноваційний потенціал регіону, удосконалити якість туристичних послуг.

Варто зазначити, що сфера туризму, як елемент міжнародної торгівлі послугами, аналізуючи кризові моменти, планує і створює нові можливості для диверсифікації бізнесу. Ефективне існування сфери туризму неможливе без підприємств готельного й ресторанного господарства, які сприяють задоволенню таких першочергових потреб туристів, як проживання й харчування. В Україні, в галузі туризму існують певні проблеми, які обмежують позитивну трансформацію даного виду діяльності у зв'язку з воєнним станом.

Перевагами кластерної моделі у туристичній галузі є: спільне використання ресурсів, узгодження стратегії і тактики бізнес-діяльності, реалізація спільних маркетингових та рекламних заходів, участь у туристичних виставках і ярмарках, розроблення та просування туристичного бренду регіонів, розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності.

«Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2021–2027 роки» аналізує види туризму, проблеми та перспективи його розвитку [1]; «Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року» [2]; дослідження Топ – 5 Парків і скверів міста Вінниці [3]; елементи та механізми діяльності Вінницького стандарту гостинності: програма посилення конкурентоспроможності туристичної індустрії Вінниці [4]; Брендбук. Візуалізація міста Вінниці визначена у [5]; шляхи впровадження інновацій у регіональний розвиток туризму і гостинності досліджують Бортников Є.Г., Сидорук А.В., Кириченко Н.В. [6]; діяльність найбільшого Вінницького туристичного абу в Україні [7]; особливості проведення екскурсій у місті Вінниці проаналізовано в дослідженні [8]; ефективну діяльність для підготовки гідів «Школи гідів та амбасадорів Вінниці» досліджено у [9] джерелі; практику стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні аналізували також Трохимець О.І., Шелеметьєва Т.В. [10].

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є провести дослідження механізмів візуалізації бренду міста Вінниці, а саме визначення понять: «місто ідей», «місто можливостей», «місто подорожей», «місто комфорту», ознайомитися з екскурсіями, які проводять професійні гіді Комунального підприємства «Офіс туризму міста Вінниці» та успішні випускники «Школи гідів та амбасадорів Вінниці».

Необхідно проаналізувати комфортні для мешканців міста та гостей, парки та сквери, величчя перспекти міста Вінниці та проекти створення нових зон для екологічного відпочинку, з використанням потенціалу водних артерій.

Запропоновано розглянути очікувані результати втілення «Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року», діяльність найбільшого в Україні Туристичного хабу, а також особливості функціонування Вінницької асоціації гостинності «Хліб Сіль».

Виклад основного матеріалу дослідження. Варто визначити, що індустрія туризму і гостинності – це сукупність готельно-ресторанних і транспортних засобів, об'єктів харчування, а також розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків створена для ефективного розвитку регіонів.

«Стратегія розвитку міста Вінниці до 2030 року» скерована на покращення умов життя як мешканців міста, так і гостей, туристів, інвесторів через поліпшення бізнес та інвестиційного клімату, його культурної привабливості, якості міського середовища та системи надання ринкових і неринкових слуг.

Основою для Стратегії стали конкурентні переваги міста, а також можливості, які відкриваються через зміни в його зовнішньому оточенні. Реалізація Стратегії передбачає, що в рамках стратегічного партнерства влади, громади та бізнесу кожен партнер може знайти своє місце, свої інтереси та долучитися до розвитку міста [2].

Парки та паркові зони. Рослинність міста над Бугом властива для лісостепу, яка характеризується наявністю значної кількості парків та зелених зон, придатних для дозвілля та активного відпочинку вінничан і гостей міста. Особливою популярністю користується Центральний міський парк імені М. Леонтовича, територія якого придатна для тихого відпочинку і прогулянок, так і проведення культурно-масових заходів.

Ще однією популярною зеленою зоною для відпочинку та дозвілля є пам'ятка садово-паркового мистецтва місцевого значення, найбільший парк Вінниці Вишеньський парк, де розташовуються озеро, пляж, заліснені території, мотузковий парк, спортивні майданчики, прокат човнів та катамаранів. Великою прогулянковою і спортивною зоною є лісопарк, який складається з двох лісових масивів, озер Гуральня і Соцького.

Зеленими оазами у місті є також парк обласної психоневрологічної лікарні імені акад. О.Ющенка з панорамою на річку Південний Буг, меморіальний парк біля музею-садиби Миколи Пирогова, ботанічний сад «Поділля» – парк – пам'ятка садово-паркового мистецтва загально-державного значення, сад літературно-меморіального музею М.Коцюбинського, П'ятничанський парк родини Грохольських, парк Вінницького національного медичного університету ім. М.І.Пирогова.

Схема парків та скверів міста Вінниці відображена на (рис. 1.).

Унікальною зеленою зоною є острів Кемпа, який розташувався у центрі міста посеред Південного Бугу. Кемпа з плином часу перетворилася на ізольовану заповідну зону [3].

Вінниця, як частина Подільського регіону досить успішно створює та започатковує успішні проекти, які сприяють відродженню та розвитку економіки регіону та туризму, зокрема. Необхідно зазначити, що проблеми, які виникають в Україні та світі відображені і в соціально-економічному розвитку регіонів. Подолання кризових, пандемічних явищ, негативних впливів війни та воєнного стану потребує консолідації зусиль для подолання негативних наслідків.

Для подальшого нарощування інвестиційної привабливості регіону Вінницька міська рада затвердила «Маркетингову стратегію міста», яку також було розроблено за участі Проекту «ПРОМІС». Її активне впровадження за рахунок комплексного підходу до створення бренду даної території, промоції Вінницької міської об'єднаної територіальної громади, ефективного розвитку туризму та готельно-рестораногої справи передбачено ще у 2021 році і в майбутньому.

Проект «Вінницький стандарт гостинності» є елементом затвердженої «Стратегії розвитку туризму до 2030 року», яку також розроблено за сприяння Проекту «ПРОМІС», і він став черговим етапом успішного зростання найкомфортнішого міста України [4].

Вінниця – місто ідей. Місто, де комфорт і затишок створюють унікальну атмосферу для народження нових ідей. Великих та маленьких, справ усього життя та планів на вікенд. Тут легко зібратися з думками – сховатися від стресу й одночасно долучитися до великого історичного та природного джерела натхнення.

Місто можливостей. Тут багато молоді – вона заряджає місто енергією та створює потужне інтелектуальне середовище, де хочеться сміливо думати і творити. Змінюватися, пробувати, експериментувати та ризикувати. Тут народжуються проекти та стартапи, тут легко розпочати власну справу, тут можливо все!

Місто комфорту. Розвинута інфраструктура, зручна транспортна система, мальовничі парки, сквери та водойми, затишні дворики та новітні забудови, атмосферні кав'ярні, модерні ресторани та сучасні ТРЦ – усе це перетворює Вінницю на місто, де хочеться залишитися, де з'являється бажання жити і працювати з новою силою.



Рис. 1. Парки та сквери міста Вінниці

Джерело: сформовано автором на основі [3]

Місто подорожей. Нове цікаве життя можна починати не з понеділка, а з подорожі у Вінницю. Виринати з минулого та пірнати у майбутнє, спускатися до підземель та підійматися на дзвіницю, гуляти центральними площами на зазирати до затишних двориків, відвідувати унікальні музеї та милуватися оригінальними фонтанами, насолоджуватися урбаністичною естетикою та раювати у природних оазах.

Візуалізація бренду міста Вінниці відображена на (рис. 2.).

Індустрія туризму і гостинності охоплює найрізноманітніші підприємства, діяльність яких полягає в організації та покращенні якості обслуговування клієнтів, збільшення пропозиції сервісних можливостей та удосконалення вже існуючих. Це дає змогу зазначити, що індустрія туризму і гостинності – це сукупність готельно-ресторанних і транспортних засобів, об'єктів харчування, а також розважальних, пізнавальних, лікувальних, спортивних, ділових, релігійних осередків, які забезпечують тур операторську та турагенську діяльність та надають туристично-екскурсійні послуги.

Все вище зазначене, дає змогу визначити, що шляхами використання інноваційних технологій у регіональному розвитку туризму і гостинності є впровадження до об'єктів регіональної інноваційної політики різних видів інновацій під чітким керівництвом її суб'єктних одиниць.

Створення нових продуктів і послуг з удосконаленнями споживчими властивостями, успішна їх реалізація на внутрішньому та зовнішніх ринках, підвищення ступеня збалансованості організаційно-економічного бізнес-середовища, раціональність використання інвестиційних, кадрових, матеріально-технічних, маркетингових ресурсів формують інноваційну модель розвитку туристичної індустрії й індустрії гостинності регіону [6].

Застосування інноваційних процесів у господарській діяльності закладів готельно-ресторанного біз-

несу створює сприятливі умови для ефективного розвитку туристичної сфери загалом. Відпочинок туристів передбачає повноцінне харчування та проживання в належних умовах, сприяє духовному та фізичному відновленню подорожуючих.

Гостинність – це дотримання господарями загальноприйнятих правил частування при прийомі гостей. Туристичний же сервіс, як вид професійної діяльності, ґрунтується на наданні подорожуючим найголовнішого – комфортного помешкання, якісного харчування й надання інших культурно-побутових послуг.

Досить ефективною на сучасному етапі є діяльність найбільшого в Україні Туристичного хабу, що створений у місті Вінниці (рис. 3.).

Крім того, в приміщенні туристичного хабу створено зали для проведення конференцій, лекцій та інших навчальних заходів з туризму. На першому поверсі запланована затишна кав'ярня та магазин сувенірів. На другому поверсі побудовано офіси, де працюватимуть чиновники з департаменту туризму. Третій поверх переобладнано під коворкінг, а також місця для роботи турфірм та стартапів у сфері туризму [7].

«Їж, Пий, Подорожуй!». Цей тур, розроблений спільно з Вінницькою асоціацією гостинності «Хліб-Сіль» – гастроподорож до трьох країн, які формували вінницьку кухню, без віз та перельотів. Ви не лише дізнаєтеся про гастрономічні особливості їх кухонь, а й зможете скуштувати коронні страви кожної з них! Найкращі заклади міста та унікальною вінницькою гостинністю пригощатимуть вас частуваннями польської, єврейської та сучасної української кухні.

А під час трансферу між ними гідеса розповість про гастрономічні сліди польської та єврейської культур в історії Вінниці, смачні секрети кухні Поділля та про те, як і чому вони стали єдиним цілим. На вас чекає ідеальний мікс: смачна їжа, міцна випивка та цікаві розповіді, тож вирушайте у подорож та пізнайте Вінницю на смак [8].

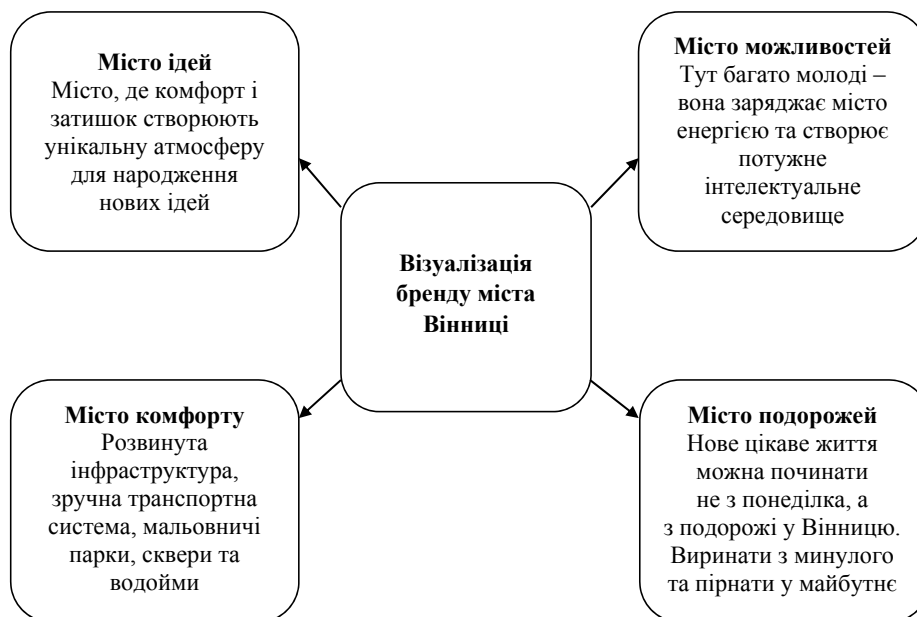


Рис. 2. Візуалізація бренду міста Вінниці

Джерело: сформовано автором за даними [5]

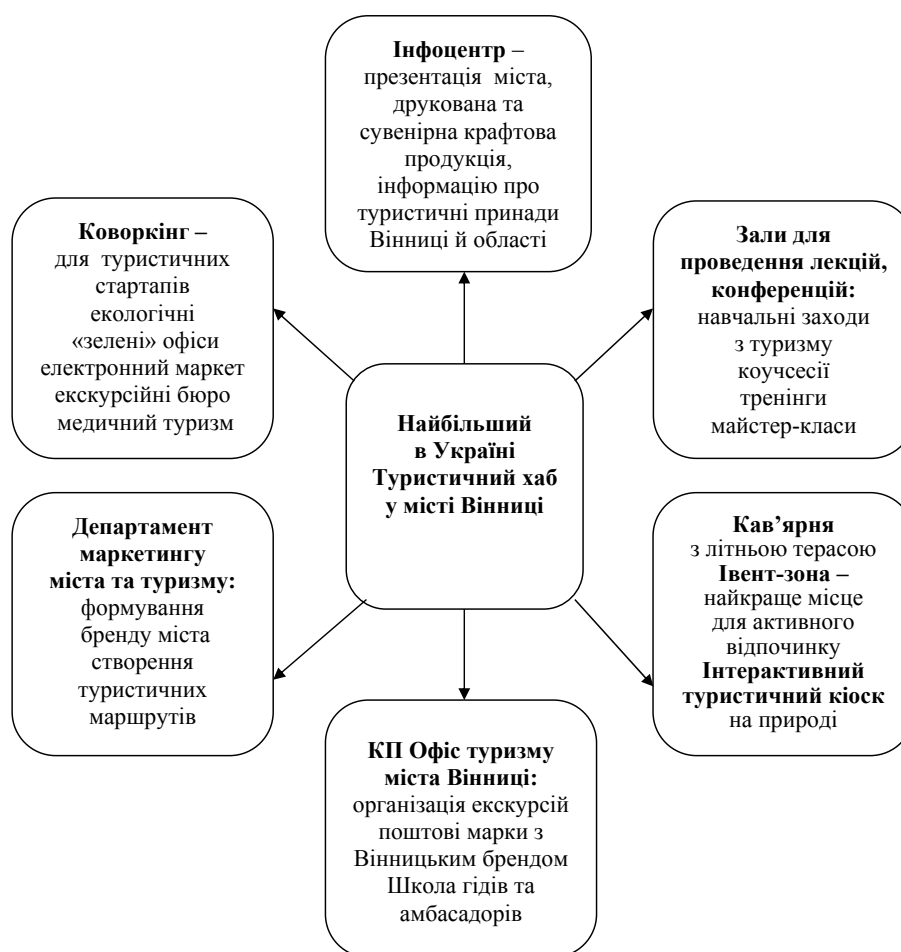


Рис. 3. Діяльність найбільшого в Україні туристичного хабу

Джерело: сформовано автором за даними [7]

Вінниччина – сучасний регіон, економіка якого динамічно розвивається та має низку ринкових переваг: тривалі промислові традиції, розвинута інженерна і транспортна інфраструктура, потужна освітня база, наукові школи, які працюють у сфері інформаційних технологій, інженерії, медицини.

Розвиток суспільних сфер вимагає створення рівних умов для усіх людей. Особливо це стосується людей з обмеженими фізичними можливостями. Обладнані пандусами та поручнями магазини та інші заклади, широкі двері та додаткові зручності дозволяють таким людям без перешкод пересуватися та користуватися послугами. Саме тому у даному напрямку активно розвивається і туристична сфера – готелі стають все зручнішими для користування людьми з інвалідністю.

Отже, радимо відвідати місто Вінницю. Зазначимо, що у 2021 році у місті та області з'явилися нові туристичні родзинки, а саме: туристичний автобус-кабріолет «BusPas», нові гастророзчинки з вишнею у закладах «Вінницького стандарту гостинності», нові формати заходів у «Національному музеї-садибі М.І. Пирогова», незвичні екскурсії містом та його околицями. Екскурсії у місті Вінниці за видом транспорту відображені на (рис. 4.).

Необхідно зазначити, що Сертифікати з гідівської справи отримали 17 випускників «Школи гідів та амбасадорів Вінниці», а одній з випускниць запропонували

роботу в КП «Офісі туризму Вінниці». Загалом це було 3 місяці інтенсивної підготовки та навчання від 33 професійних спікерів.

Учасниками «Школи» були студенти, вчителі, гідеси, які бажали підвищити свою професійну кваліфікацію, вінничани за народженням та покликом серця. Навчальна програма курсів була насиченою і багатовекторною: історія, архітектура, культура, урбаністика і модернізація, археологія і містобудування, європейська Україна та інтеркультурна Вінниця, туристичне блогерство, релігієзнавство тощо.

А практична частина складалася з тренінгів першої медичної допомоги, акторської майстерності, психології, ділової української мови та англійської мови професійного спрямування, досліджень малих річок, відвідувань музеїв, а також демонстраційних турів від знаних вінницьких гідес.

Варто відзначити й ентузіазм та інтерес учасників та учасниць «Школи гідів», адже вони не відпускали спікерів допізна і ходили на додаткові активності поза навчанням [8].

Основними перевагами стратегічного планування та управління для суб'єктів туристичного бізнесу є те, що стратегія: дає змогу визначити основні напрями та шляхи досягнення цілей щодо активізації розвитку і забезпечення виживання в довгостроковій перспективі, концентруючи зусилля на очевидних пріоритетах;



Рис. 4. Екскурсії у місті Вінниці за видом транспорту

Джерело: сформовано автором за даними [8]

є способом встановлення взаємодії з зовнішнім середовищем.

Стратегія розвитку туристичних регіонів повинна бути інструментом зовнішньої і внутрішньої промоції регіону, який би демонстрував перспективи регіону; організації майбутньої діяльності регіональних органів влади, забезпечення інтеграції, все сторонності та єдності політики органів регіональної влади.

Тільки ефективна взаємодія влади, бізнесу і громади, активна участь наукової, туристичної, спортивної та екологічної громадськості міста, молоді. Представників біз-

несу та інших зацікавлених сторін розробленні й реалізації стратегії допоможе правильно розставити пріоритети, підвищити якість і актуальність управлінських рішень.

Важливим аспектом у виробленні стратегії розвитку туризму в регіоні може стати високий коефіцієнт присутності громадської думки, яка повинна бути ключовою під час формування стратегічного бачення, місії, стратегічних і операційних цілей [9].

Очікувані результати втілення Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року відображені на (рис. 5.).



Рис. 5. Очікувані результати втілення Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року

Джерело: сформовано автором за даними [2]

Висновки. У статті проаналізовані механізми візуалізації бренду міста Вінниці, а саме: місто ідей, місто можливостей, місто подорожей, місто комфорту, екскурсії, які проводять професійні гіді Комунального підприємства «Офіс туризму міста Вінниці» та успішні випускники «Школи гідів та амбасадорів Вінниці».

В дослідженні проаналізовано парки та сквери міста Вінниці та проекти створення нових зон для екологічного відпочинку, з використанням потенціалу

водних артерій. Розглянуто очікувані результати втілення «Стратегії розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року», діяльність найбільшого в Україні Туристичного хабу, а також особливості функціонування Вінницької асоціації гостинності «Хліб Сіль».

Представників бізнесу та інших зацікавлених сторін розробленні й реалізації стратегії допоможе правильно розставити пріоритети, підвищить якість і актуальність управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Програма розвитку туризму у Вінницькій області на 2020–2027 роки. Департамент міжнародного співробітництва та регіонального розвитку облдержадміністрації. URL: <http://www.dmsrr.gov.ua/uploads/ekonomichna%20sytuatsiya/programu/%d0%9f%d1%80%d0%be%d0%b3%d0%b0%d0%bc%d0%b8%20%d0%9c%d0%a1%202021-2027.pdf> (дата звернення: 26.01.2025).
2. «Стратегія розвитку туризму міста Вінниці до 2030 року». URL: <https://2021.vmr.gov.ua/Branches/Lists/Tourism/ShowContent.aspx?ID=45> (дата звернення 22.01.2025).
3. Топ-5 Парків і скверів міста Вінниці. URL: <https://vinnytsia-future.com.ua/uk/eternal-top-5-parkiv-i-skveriv-u-vinnyczi> (дата звернення 22.01.2025).
4. Вінницький стандарт гостинності: програма посилення конкурентоспроможності туристичної індустрії Вінниці. URL: <https://stina.org.ua/vinnytskyj-standart-gostynnosti-programa-posylennya-konkurentospromozhnosti-turystychnoyi-industriyi-vinnytsi/> (дата звернення: 2.02.2025).
5. Брендбук. Візуалізація міста Вінниці. Департамент маркетингу міста та туризму Вінницької міської ради. URL: <https://vinnytsia.city/wp-content/uploads/2020/07/Brendbuk-4.pdf> (дата звернення 22.01.2025).
6. Бортников Є.Г., Сидорук А.В., Кириченко Н.В. Шляхи впровадження інновацій у регіональний розвиток туризму і гостинності. *Економіка та суспільство*. 2020. № 40. С. 1–6. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1500> (дата звернення 22.01.2025).
7. Вінницький туристичний хаб. URL: <https://vn.20minut.ua/Podii/vinnitskiy-turistichniy-hab-mayzhe-gotoviy-yaki-poslugi-tam-mozhna-bud-11514570.html> (дата звернення 22.01.2025).
8. Екскурсії у місті Вінниці. URL: <https://vinnytsia.city/ekskursiyi/> (дата звернення 22.01.2025).
9. Сертифікати з гідівської справи отримали 17 випускників «Школи гідів та амбасадорів Вінниці». URL: <https://vitatv.com.ua/misto/17-vypusknikiv-otrymaly-sertyfikaty-shkoly> (дата звернення 25.01.2025).
10. Трохимець О.І., Шелеметєва Т.В. Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні. *Держава та регіони*. 2018. № 4. С. 70–78. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2018/4_2018/11.pdf (дата звернення 24.01.2025).

References:

1. Prohrama rozvytku turyzmu u Vinnytskii oblasti na 2021–2027 roky [Tourism development program in Vinnytsia region for 2021–2027]. Departament mizhnarodnoho spivrobotnytstva ta rehionalnoho rozvytku oblderzhadministratsii Available at: <http://www.dmsrr.gov.ua/uploads/ekonomichna%20sytuat-siya/programu/%d0%9f%d1%80%d0%be%d0%b3%d0%b0%d0%bc%d0%b8%20%d0%9c%d0%a1%202021-2027.pdf> (in Ukrainian)
2. Stratehiia rozvytku turyzmu mista Vinnytsi do 2030 roku [Tourism development strategy of the city of Vinnytsia until 2030]. Available at: <https://2021.vmr.gov.ua/Branches/Lists/Tourism/ShowContent.aspx?ID=45> (in Ukrainian)
3. Top-5 Parkiv i skveriv mista Vinnytsi [Top 5 parks and squares of the city of Vinnytsia]. Available at: <https://vinnytsia-future.com.ua/uk/eternal-top-5-parkiv-i-skveriv-u-vinnyczi> (in Ukrainian)
4. Vinnytskyi standart hostynnosti: prohrama posylennia konkurentospromozhnosti turystychnoi industrii Vinnytsi [Vinnytsia standard of hospitality: a program to strengthen the competitiveness of the Vinnytsia tourism industry]. Available at: <https://stina.org.ua/vinnytskyj-standart-gostynnosti-programa-posylennya-konkurentospromozhnosti-turystychnoyi-industriyi-vinnytsi/> (in Ukrainian)
5. Brendbuk. Vizualizatsiia mista Vinnytsi. Departament marketynhu mista ta turyzmu Vinnytskoi miskoi rady [Brandbook. Visualization of the city of Vinnytsia]. Available at <https://stina.org.ua/vinnytskyj-standart-gostynnosti-programa-posylennya-konkurentospromozhnosti-turystychnoyi-industriyi-vinnytsi/> (in Ukrainian)
6. Bortnykov Ye. H., Sydoruk A. V., Kyrychenko N. V. (2020), Shliakhy vprovadzhennia innovatsii u rehionalnyi rozvytok turyzmu i hostynnosti [Ways of implementing innovations in the regional development of tourism and hospitality]. *Ekonomika ta suspilstvo – Economy and society*, no. 40. Available at: <https://economy-and-society.in.ua/index.php/journal/article/view/1500> (in Ukrainian)
7. Vinnytskyi turystychnyi khab [Vinnytsia tourist hub]. Available at: <https://vn.20minut.ua/Podii/vinnitskiy-turistichniy-hab-mayzhe-gotoviy-yaki-poslugi-tam-mozhna-bud-11514570.html> (in Ukrainian)
8. Ekskursii u misti Vinnytsi [Excursions in the city of Vinnytsia]. Available at: <https://vinnytsia.city/ekskursiyi/> (in Ukrainian)
9. Sertyfikaty z hidivskoi spravy otrymaly 17 vypusknikiv “Shkoly hidiv ta ambasadoriv Vinnytsi” [17 graduates of the "School of Guides and Ambassadors of Vinnytsia" received certificates in the field of guiding]. Available at: <https://vitatv.com.ua/misto/17-vypusknikiv-otrymaly-sertyfikaty-shkoly> (in Ukrainian)
10. Trokhymets O. I., Shelemetieva T. V. (2018), Praktyka stratehichnoho planuvannia v systemi upravlinnia rozvytkom turyzmu v Ukraini [The practice of strategic planning in the management system of tourism development in Ukraine]. *Derzhava ta rehiony – State and regions*, no. 4. Available at: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2018/4_2018/11.pdf (in Ukrainian)