

Шифр: Ясне сонечко

**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ В
УМОВАХ ПОДОЛАННЯ НАСЛІДКІВ COVID-19**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТУРИЗМ ЯК ПРОВІДНА ГАЛУЗЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ.....	6
1.1. Поняття індустрії туризму: його місце та роль в економіці держави.....	6
1.2. Основні етапи розвитку туризму в країні	8
1.3. Особливості розвитку вітчизняного туризму в умовах пандемії COVID-19	13
РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	16
2.1. Компаративний аналіз туристичної галузі України та країн ЄС	16
2.2. Аналіз туристичної галузі Одеської області.....	18
2.3. Стратегічний аналіз розвитку туризму в Одеській області	22
РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ПЕРІОД ДО 2030 РОКУ	26
3.1. Перспективи та рекомендації розвитку туристичного потенціалу області..	26
3.2. Створення продукту в'їзного туризму «Перлина у моря... Про що мовчать таємниці...».....	28
ВИСНОВКИ.....	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	33
ДОДАТКИ.....	35

ВСТУП

На сьогоднішній день туристичний бізнес є динамічною та досить прибутковою галуззю економіки та має високий потенціал розвитку. Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери в Україні, стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Пріоритетний напрям розвитку в'їзного та внутрішнього туризму є важливим чинником для підвищення рівня життя в Україні, створення додаткових робочих місць, поповнення фінансових запасів держави та підвищення її авторитету на міжнародній арені. Одним з найбільш перспективних регіонів України є Одеська область. Цей регіон пропонує широкий спектр екскурсійних послуг, пляжний, оздоровчий, винно-гастрономічний та інші види туризму, безліч цікавих розважальних заходів, різні історичні пам'ятки та багато іншого. Але, на жаль, потенціал цього справді багатого туристичного регіону ще не повністю вивчений. Таким чином, у туристичному секторі Одеської області накопичився ряд проблем, які потребують вирішення. З метою збереження різноманітності та цілісності туристичних ресурсів, їх раціонального використання, охорони культурної спадщини та навколишнього середовища - організація та розвиток сучасного туризму повинні бути узгоджені з сучасними принципами територіального планування. Підняття питань щодо покращення потенційного розвитку туристичного регіону Одеси стало основною причиною вибору теми дослідження. **Актуальність дослідження** обумовлена вивченням та аналізом проблем туристичної діяльності в Одеській області та розробкою конкретних пропозицій щодо їх вирішення, які також можуть бути застосовані в інших регіонах України. Розгляд питань, пов'язаних з цією темою, має як теоретичне, так і практичне значення.

Мета дослідження полягає у формуванні перспектив розвитку Одеської області як туристичного регіону в умовах подолання наслідків COVID-19.

Для досягнення наміченої мети у роботі були визначені та вирішені такі **завдання**:

- висвітлити теоретичні засади сутності туризму як галузі національної економіки;
- дослідити тенденції та визначити проблемні зони розвитку туризму в Україні;
- надати пропозиції та рекомендації щодо розвитку туристичного потенціалу Одеського регіону.

Предметом дослідження даної роботи являється стратегічне планування розвитку туристичної галузі Одеської області. Об'єктом дослідження даної роботи виступає сучасний стан туристичної інфраструктури регіону.

Теоретичною і методологічною основою послужили класичні і сучасні дослідження вітчизняних і зарубіжних авторів в області вивчення питань туризму. В роботі використовувалися матеріали законодавчих актів, пов'язані з регулюванням в туристській галузі. Інформаційну базу дослідження склали довідкові матеріали, статистичні дані Державного комітету статистики України.

В даній роботі використані такі **методи дослідження** як діалектичний метод наукового пізнання та загальнонаукові методи пізнання: метод аналізу та синтезу (дослідження сутності туризму як галузі економіки); порівняльний аналіз (аналіз розвитку туристичної галузі України та країн ЄС), методи узагальнення даних; статистичний аналіз. У процесі дослідження використано структурний аналіз (для аналізу змін в розвитку туризму в Одеській області).

Структурно дослідження складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Так, перший розділ присвячено теоретично-методологічним основам та особливостям розвитку вітчизняного туризму. В другому розділі роботи передбачено аналіз ринку туристичних послуг в Україні та інших країнах світу. Окрім того, в другому розділі представлено стратегічний аналіз туристичної галузі Одеської області. Третій розділ дослідження присвячено рекомендаціям та пропозиціям щодо розвитку потенціалу регіону та розробці нового туристичного продукту.

РОЗДІЛ 1. ТУРИЗМ ЯК ПРОВІДНА ГАЛУЗЬ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

1.1. Поняття індустрії туризму: його місце та роль в економіці держави

Одним із проявів глобалізації є розвиток міжнародного ринку послуг. Під впливом розгортання певних процесів глобалізації та інтеграції в сучасній світовій економіці ця тенденція характерна майже для всіх країн. Як показує практика, сектор послуг є однією з найбільш швидкозростаючих і найважливіших складових світової економіки. Наприклад, у розвинутих країнах світу, частка послуг у структурі ВВП перевищує 70%, в яких зайнято понад 60% робочої сили економічної галузі.

Сучасна туристична індустрія - це галузь світової економіки, яка прогресує швидко і має великі перспективи розвитку майже в усіх країнах світу. Її можна розглядати як самостійну господарську діяльність та міжгалузевий комплекс. Сьогодні туризм став явищем, яке охопило майже третину населення світу. Більше того, з початку XXI століття, за рівнем прибутку туризм по праву посідає третє місце серед провідних галузей світової економіки.

У 2019 році Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) зареєструвала 1,5 мільярда міжнародних туристичних поїздок по всьому світу, що на 4% більше, ніж у 2018 році [22]. Експерти ВТО наголошують, що 2019 рік став десятим роком поспіль з позитивною динамікою зростання, який спостерігався в світовому туризмі до падіння 2020 року.

Туризм досі є важливим сектором економіки, особливо на фоні нинішньої глобальної невизначеності. У той же час, це вимагає відповідального управління поточним зростанням, щоб максимально використовувати можливості, які туризм може запропонувати людям у всьому світі.

У багатьох країнах і регіонах, туризм - основне джерело доходу. Щороку, надходження від туристичних поїздок по всьому світу перевищує 500 млрд. дол. США. Найбільші прибутки отримують країни Європи та США.

Економічні функції туризму включають перш за все економічні вигоди, які він приносить. Таким чином, туризм стимулює розвиток елементів інфраструктури - готелів, ресторанів, торгівельних підприємств тощо. Це призводить до збільшення прибуткової частини бюджету за рахунок податків, які можуть бути прямими (візовий збір, митниця) або непрямими (збільшення заробітної плати співробітників призводить до збільшення прибуткового податку, який вони сплачують в бюджет держави) [8, с. 63]. Крім того, що зазначалося вище, туризм має широкі можливості для залучення іноземної валюти і різних видів інвестицій. Не менш важливими економічними функціями туризму є диверсифікація економіки; створення секторів економіки, які обслуговують туристичний сектор; забезпечення зростання доходів та підвищення добробуту нації. Вплив туризму на економічний розвиток також відбивається в зростанні ділової активності та розширенні виробництва товарів і послуг, в результаті чого збільшується реальний попит від іноземних і місцевих туристів.

З економічної точки зору привабливість туризму як сектора послуг полягає в більш швидкій окупності вкладених коштів та отриманні доходу у вільно конвертованій валюті. У багатьох країнах туризм є однією з трьох провідних галузей держави, що швидко розвивається та має важливе соціальне і економічне значення, оскільки галузь призводить до: збільшення місцевих доходів; створення нових робочих місць; розвитку галузей, які пов'язані з виробництвом туристичних послуг; розвитку соціальної і виробничої інфраструктури туристичних центрів; забезпечення підвищення рівня життя місцевого населення; збільшення фінансових надходжень держави.

Але позитивний вплив туризму на економіку держави відбувається лише в тому випадку, якщо він розвивається з усіх боків, тобто не перетворює економіку країни в економіку послуг. Іншими словами, економічна

ефективність туризму означає, що він повинен розвиватися в державі паралельно і з іншими секторами соціально-економічного комплексу. У багатьох країнах світу туризм є однією з ключових галузей, забезпечуючи 20-45% валового національного доходу, а дохід від іноземного туризму є основним джерелом прибутковості. Таким чином, індустрія туризму не тільки переводить значну частину свого прибутку в бюджети розвинених туристичних країн, але також є надзвичайно перспективною і, безсумнівно, може бути одним з основних джерел доходів для інших країн.

1.2. Основні етапи розвитку туризму в країні

Туризм в Україні – продукт достатньо тривалого історичного та культурного розвитку. Бажання пізнавати історію та культуру своєї держави, подорожувати новими, раніше не відомими місцями, відкривати нові шляхи - виникало у людей ще в найдавніші епохи становлення людства. З часом, людські бажання сформулювали саме таку галузь як туризм. Україна має вигідне географічне положення, що саме і стало причиною зростання інтересу місцевого населення як до земель своєї батьківщини, так і до сусідніх країн ще з найдавніших часів.

Період переходу до сталого розвитку характеризується зміною філософії виробництва туристичного продукту, світогляд якого є цінностями та критеріями гуманізму та екологічності, забезпечуючи тим самим стійкий та збалансований економічний розвиток туризму та відпочинку. Логіку змін у туристичному секторі послуг можна визначити як індивідуалізацію потреб - розширення попиту - диверсифікацію пропозиції, остаточний розвиток так званого диференційованого туризму в безпечному середовищі та якісне обслуговування. Узагальнену систематику розвитку туризму, яка базується на дослідженнях зарубіжних та вітчизняних вчених, можна подати наступним чином (табл. 1.1).

Таблиця 1.1.

Система розвитку туризму

Фаза	Назва історичного етапу	Періоди (роки)
I	Ранній історичний	до 1850
II	Початковий	1850 – 1914
III	Зростання	1914 – 1939
IV	Масове зростання та формування туристичної індустрії	1939 - 1992
V	Перехід до сталого розвитку (сучасний)	1992 - ...

Джерело: складено автором на основі [17, с. 23].

Відповідно до даної періодизації, в історичному розвитку туристичної індустрії розглядають п'ять етапів. Перший етап – до XIX ст. – передісторія туризму. Другий етап – XIX ст. – початок XX ст. – елітарний туризм, зародження спеціалізованих підприємств з виробництва туристичних послуг. Третій етап – початок XX ст. – до Другої світової війни – становлення соціального туризму. Четвертий етап – після Другої світової війни – до часів незалежності України – становлення масового туризму. П'ятий етап – сучасні часи – масовий туризм, формування туристичної індустрії як міжгалузевого комплексу з виробництва товарів та послуг для туризму.

Перша письмова згадка про український туризм відноситься до Стародавньої Греції. У той час на північному узбережжі Чорного моря було створено кілька міських колоній, головними з яких були Тіра (нині Білгород - Дністровський) та Ольвія (Миколаївська область), які використовувались в медичних та оздоровчих цілях [15]. Під час становлення та розвитку Київської Русі на початку XIX ст. - купців та паломників можна вважати своєрідними туристами. На той час найбільш відвідуваними районами були Візантія, арабські країни та Західна Європа.

Таким чином, на першому етапі (до 1850 р.) туризм використовувався у освітніх цілях. У цей період, галузь характеризується кількома прикладами використання екскурсій, екскурсій, поїздок, насамперед з навчальною метою - для збору наукових, географічних та місцевих знань. В цей час організовуються перші туристичні гуртки та клуби. Щодо рекреаційної діяльності, то перші

згадки про родовища лікувальних вод припадають на XVI ст. Наприкінці XVI ст. на Заході України було побудовано примітивний лікувальний комплекс. Перші державні заходи щодо досліджень мінеральних джерел та їх використання з лікувальними цілями проводились за ініціативою Петра I у 1717 р. У другій половині XVIII ст. в Україні починається активний розвиток курортних районів і вже на початок XIX ст. припадає офіційне відкриття таких курортів, як Немирів (1814 р.), Трускавець (1827 р.), Одеські грязьові курорти (1830 р.), Саки (1828 р.) та ін. [11].

На другому етапі (1850 – 1917 рр.) на перший план виходять підприємницькі концепції. З розвитком капіталізму інфраструктура туризму швидко розвивається, створюються ресторани, готелі, транспортна мережа. Починає формуватися ринок туризму, на якому виділяються два основні сегменти: елітний туризм та рекреаційно-екскурсійний туризм інтелігенції. Значну роль у розвитку внутрішнього туризму відіграло Російське товариство туристів (РТТ), створене в 1895 р. та мало свої відділення в Києві, Харкові, Полтаві, Одесі та інших містах [2]. У 1867 р. почало функціонувати Одеське бальнеологічне товариство, де розроблялись методики використання лікувальних факторів, а наприкінці XIX ст. було розроблено проекти законів «Про санітарну і гірську охорону лікувальних місцевостей» та «Про охорону курортів» [1]. До Першої світової війни більшість курортів України знаходились у приватному та державному підпорядкуванні.

Третій етап (1914 – 1939 рр.) в розвитку українського туризму пов'язаний з радянським періодом. Цей етап характеризується домінуванням ідеологічної функції туризму та екскурсій над економікою. Націоналізуючи переважну більшість галузей суспільного виробництва, більшовицький уряд прийняв новий підхід до туризму, який почав перебувати під опікою держави. Радянська влада приділяла велику увагу екскурсійній справі, оскільки екскурсія була одним із засобів ідеологічної роботи серед населення. Однією з перших організацій, що займалася туризмом та екскурсіями, став позашкільний відділ Народного комісаріату (Наркомпрос), який був створений у 1917 р., а в 1918 р.

з'явилося Бюро шкільних екскурсій Наркомпросу. З 1925 р. на території Криму почав функціонувати перший в Україні Всесоюзний санаторний піонерський табір «Артек» [3].

Більшість істориків вважає період 1918 - 1929 рр. «Золотим десятиліттям» розвитку місцевого туризму та екскурсійної діяльності. В наступні десять років швидко розвивались організаційні форми туристичної діяльності, поширювався самодіяльний масовий туризм. Так, у 1926 р. в Україні було створено акціонерне туристичне товариство «Укртурс», діяльність якого була повністю спрямована на ідеологізацію населення [15]. Туризм та дозвілля на заході України, яке було розділено між Польщею, Румунією та Чехословаччиною, розвивалися по-іншому. Найкраще ця галузь була розвинена на Галичині, яка належала до земель Польщі. Тут функціонувало багато курортів, які отримали європейське визнання (Трускавець, Моршин, Черче). Більшість курортів були у приватній власності.

Четвертий етап (1945 – 1992 рр.) розвитку індустрії туризму та відпочинку розпочався з катастрофічних втрат, завданих Україні Другою світовою війною. Економіка туризму зазнала величезних збитків, більшість туристичних баз було зруйновано. Прагнення населення до традиційних занять у мирний час, включаючи туризм, зменшилось. Усі матеріальні та інтелектуальні ресурси були мобілізовані для відновлення нормального функціонування життя суспільства. Лише у післявоєнний період, починаючи з 1950-х років, спостерігаються ознаки пожвавлення туристичного руху із зростанням матеріальної бази внутрішнього туризму. Так, якщо в 1951 р. туристичні бази України відвідало 13 811 туристів, а в екскурсіях взяли участь понад 58 тис. осіб, то в 1959 р. кількість туристів зросла до 49 тис., а кількість екскурсантів до 418 тис. За той же період кількість туристичних та екскурсійних баз зросла з 9 до 18 [18].

З приєднанням Закарпаття до України розпочалось масштабне будівництво нових курортів: Карпати (1948 р.), Верховина (1958 р.), Гірська Тиса (1958 р.) та ін. Таким чином, були створені нові туристичні підприємства

для надання туристичних послуг, і тенденція туристичного руху поступово починала зростати.

П'ятий етап (з 1992 р.) характеризується пріоритетом адміністративно-регулятивної концепції розвитку туризму. Ця концепція забезпечила швидке зростання соціального туризму, але не могла забезпечити підвищення якості туристичних послуг, що з роками значно відставало від світових норм. Спроби заохотити розвиток туризму за допомогою адміністративних заходів викликали певні суперечки. Однак цей етап туристичної історії радянських часів називають періодом розквіту туризму. Зростання туристичного сектору в цей період пояснюється такими факторами: сприятлива міжнародна ситуація, збільшення купівельної спроможності населення, збільшення тривалості відпусток, вдосконалення транспортних засобів та туристичних послуг.

Незалежна Україна вийшла на туристичний ринок у 1993 році як незалежний партнер на Варшавському туристичному ярмарку та в туристичному салоні. Того ж року вона підписала понад 300 контрактів, орієнтованих переважно на прийом туристів у країні. Основою відродження галузі стали створення Державного комітету з туризму, розробка законодавчих актів, регулюючих туристичну діяльність, ліцензування підприємств, організовано перший в Україні Міжнародний туристичний салон «Україна-94». Всі ці заходи сприяли підйому сфери туризму в Україні і вже у 1994 році кількість туристів, що відвідали нашу країну, у чотири рази перевищила рівень 1992 р. Але туристичні ресурси сьогодні використовуються далеко не в повному обсязі. Дослідження науковців свідчать про те, що одночасна ємність природних ресурсів України з врахуванням можливого навантаження та екологічних вимог складає близько 50 млн. чоловік, в той час як рівень використання внутрішніх туристично-рекреаційних ресурсів України фактично дорівнює 7-9% [20].

1.3. Особливості розвитку вітчизняного туризму в умовах пандемії COVID-19

Епідемія коронавірусу COVID-19 є найбільшим випробуванням, з яким зіткнувся світ після Другої світової війни. Вірус з'явився в Азії наприкінці 2019 року, поширившись на всі континенти, крім Антарктиди. 13 травня у всьому світі було підтверджено 4,17 млн. випадків коронавірусу та 287 000 смертей. Перший випадок захворювання на COVID-19 в Україні був зафіксований 3 березня 2020 року. Хвороба швидко розповсюджувалась та станом на 12 травня в країні вже було підтверджено 16023 випадки та 425 смертей.

Після фінансової кризи 2007-2008 років туристичний бізнес швидко зростав. Прогнози на 2020 рік були досить хорошими, але так звана «епідемія» розвіяла всі очікування всього за 2 місяці. За даними BBC, очікується, що у 2020 році попит на подорожі в Північній Америці впаде на 5%, у Європі - 10%, а в решті світу - на 25%.

Якщо говорити про Європу, то за місяць туристична галузь втратила близько 1 млрд євро. Станом на березень 2020 року кожна друга компанія скасувала майже всі, якщо не всі, поїздки до ЄС у 2020 році. За даними державних установ, скасування броньованих турів в пік епідемії сягнуло 90%. Зрозуміло, що найбільше постраждав авіабізнес світу. Адже польоти були зупинені спочатку до Китаю, а потім до всієї Європи. 20 квітня 2020 року через епідемію 100% усіх міжнародних напрямків ввели обмеження на в'їзд, всі рейси скасовано та всі авіаквитки анульовано. За даними IATA, авіабізнес скоротився на 19% [21]. Що стосується України, то уряд наразі не підрахував туристичні втрати, але вже очевидно, що із закриттям кордонів вони значно підвищились в порівнянні з минулими роками.

Поряд із виїзним туризмом значних втрат зазнав і внутрішній туризм. Загалом, втрати української туристичної галузі оцінюються у понад 1,5 мільярда доларів. США. Пізній початок курортно-рекреаційного сезону внаслідок впровадження обмежувальних заходів також створив кумулятивний

ефект, який негативно вплинув як на індустрію відпочинку та подорожей, так і на супутні галузі – готельно-ресторанний бізнес, транспорт (пасажирські перевезення), роздрібну торгівлю, індустрію розваг та діяльність установ культури. Окрім того, сфера туризму Українських Карпат цього року вже постраждала від низького попиту на гірськолижний відпочинок внаслідок аномально теплої зими.

З метою запобігання державами поширенню COVID-19, падіння доходів громадян внаслідок економічної кризи та рецесії потенційно зумовлюють зростання попиту на відпочинок в межах України. Внутрішній туризм є головним рушієм збереження та активізації галузі. Слід також розглянути можливість залучення туристів із сусідніх країн, зокрема Республіки Молдова та Білорусі, для яких візит в Україну має певні переваги: матеріально-технічна доступність, відсутність мовних бар'єрів, встановлені маршрути тощо.

На нашу думку, спектр туристичних послуг під час кризи характеризується тим, що споживачам надається пріоритет з точки зору вибору коротших періодів відпочинку, переважання індивідуальних подорожей (автотуризм) та індивідуального розміщення, оздоровчого, морського та сільського туризму. Очікується, що коронарна криза призведе до тривалих змін в уподобаннях споживачів, прискорюючи впровадження онлайн-технологій, приділяючи більшу увагу гігієні та здоровому способу життя, активнішому використанню безготівкових та безконтактних методів оплати та засобів адресної доставки. З іншої точки зору, схильність туристів до використання нелегальних та напівлегальних курортних помешкань буде залежати від готовності прийняття споживачами ризику ймовірного інфікування. А отже, санітарно-гігієнічні умови та можливість дистанціювання під час проживання та відпочинку будуть важливими чинниками конкуренції за споживача у туристичних сезонах наступних років.

На заваді залученню споживачів може стати також бажання надавачів туристичних послуг компенсувати втрати частини сезону за рахунок підвищення цін, зменшення якості сервісу та витрат на облаштування об'єктів

відпочинку. Утім вдалою така тактика може бути лише для бізнесів, які демонструватимуть високий рівень протиепідемічного захисту. З урахуванням зазначених ризиків та очікуваних уподобань туристів має будуватися й підтримка розвитку туризму як на центральному, так і на місцевому рівнях.

РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Компаративний аналіз туристичної галузі України та країн ЄС

Станом на початок 2020 р. з п'яти туристичних регіонів, виділених у світовому міжнародному туризмі UNWTO, європейський туристичний регіон посідає перші позиції з точки зору надходження туристичних потоків та доходів [1]. Очевидно, що у регіоні добре налагоджені економічні, культурні та етнічні зв'язки. В даний час на європейський регіон припадає 52% міжнародних прибуттів, а частка доходів від туризму становить близько 42%.

Серед десяти країн світу з найбільшими обсягами міжнародного туризму та найбільшими доходами від нього - 7 країн європейського регіону (Іспанія, Франція, Італія, Німеччина, Великобританія, Росія та Туреччина), 5 з яких є членами Європейського Союзу. Франція є найбільш відвідуваною туристичною країною в Європі та світі. У 2018 році його відвідало близько 90 мільйонів іноземних туристів. Це пов'язано з природним і культурним різноманіттям країни та стабільною економічною та політичною ситуацією. Найбільш інтенсивними є туристичні обміни з Німеччиною та Великобританією, а Бельгія, Італія, Швейцарія, Іспанія та Нідерланди також є активними постачальниками французьких туристів. Європейський туристичний регіон розділений на 4 субрегіони. Це Південно-, Північно- та Західноєвропейський туристичний субрегіон, а також Центрально-східноєвропейський туристичний субрегіон. За даними COT, Південна Європа має найбільший дохід від туризму - 36% від усього регіону. Найбільш привабливими країнами тут є Іспанія, Греція, Португалія, Туреччина та Хорватія.

На жаль, глобальний спалах та подальше оголошення пандемії COVID-19 спричинили небачену кризу для туристичного сектору світової економіки. Оцінки ОЕСР щодо впливу COVID-19 вказують на 45% зниження міжнародного туризму в 2020 році. Водночас відзначимо, що сценарії запуску

туристичного сезону протягом 2020 року вже сьогодні дозволяють стверджувати про реалізацію ефекту відкладеного попиту на основні туристичні напрямки після поступового відкриття кордонів, яке ми спостерігаємо з липня 2020 р.. Чималу роль в даному процесі відіграли так звані «віртуальні подорожі», які були реалізовані за допомогою сучасних інформаційних технологій рядом туристичних DESTINAЦІЙ та екскурсійних об'єктів.

Попри всі негаразди багато країн пов'язують свої майбутні успіхи з туризмом як основною галуззю гостинності. Результати нашого дослідження доводять, що туристичний бізнес у багатьох країнах забезпечує значний фундамент для ВВП країни. Це галузь, яка створює та розвиває нові напрямки роботи.

В таблиці 2.1 наведемо дані стосовно ролі туристичного бізнесу в формуванні ВВП та створенні робочих місць в країнах Європейського Союзу на початок 2020 р.

Таблиця 2.1.

Роль туристичного бізнесу в формуванні ВВП та створенні робочих місць в країнах Європейського Союзу на початок 2020 р.

Країни	Роль туризму в ВВП, %			Зайнятість у сфері туризму, %		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Греція	19,1	20,0	20,6	11,8	12,2	12,7
Португалія	17,7	17,9	19,1	7,1	7,8	8,1
Австрія	15,2	15,2	15,4	8,5	8,6	8,7
Естонія	15,5	15,4	15,2	4,1	4,0	4,0
Болгарія	11,2	11,5	11,7	2,8	2,9	2,9
Франція	9,3	9,4	9,5	4,4	4,5	4,6
Угорщина	8,0	8,3	8,5	4,5	4,7	4,9
Україна	5,4	5,6	5,4	1,3	1,3	1,3
Бельгія	5,4	5,4	5,3	2,4	2,4	2,4
Нідерланди	5,2	5,0	5,0	5,6	5,6	5,6
Польща	4,4	4,5	4,5	1,9	2,0	2,0

Джерело: створено автором на основі [14 с. 13[]

З цієї таблиці ми бачимо, що внесок туристичного сектору у ВВП України становить 5,4%, що набагато менше за внесок у сектор ВВП більшості інших

країн ЄС. Звичайно, це набагато менше, ніж внесок у розвиток ВВП України, сфер і галузей таких як промисловість, аграрний сектор, торгівля, транспорт, але він все ще є досить значним, порівняно з іншими видами економічної діяльності. На жаль, розвиток туристичного бізнесу в Україні обтяжений комплексом складних соціальних, економічних, політичних та інфраструктурних проблем. Серед основних політичних факторів, які зараз мають значний вплив на розвиток ринку туристичних послуг, причому негативний вплив, можемо виділити ситуацію з коронавірусом COVID-19, воєнні дії, що наразі відбуваються на території України, та мобілізацію. Комплексність та складність цих проблем вимагає посилення ролі країни у забезпеченні розвитку туризму. Безпосередній вплив країни на розвиток туристичного бізнесу забезпечується такими методами, як державне регулювання (постійно) та програмно-цільовим методом (на терміновій основі).

2.2. Аналіз туристичної галузі Одеської області

Туристичні та рекреаційні можливості Одеської області здатні забезпечити низку функцій, які можуть стати основою для розвитку різних типів туристичної діяльності. Різноманітність туристичних ресурсів в Одеській області приваблює широку цільову групу - від молоді до людей похилого віку. Найпоширенішими видами туризму в Одеській області є пляжний, оздоровчий, активний, культурний, винний та гастрономічний туризм. Існують також такі види відпочинку, як екологічний та етнографічний. У Додатку А наведено центри перелічених видів туризму та їх ресурсне забезпечення.

Одним із показників розвитку туризму в тій чи іншій місцевості може бути обсяг туристичного потоку, який кількісно відображає фактичне перебування туристів у районі. У 2020 році в Одеській області було зареєстровано понад 3,3 млн. туристів, з яких близько 2,6 млн. прибули з 23 областей України, а понад 700 тисяч були іноземними туристами із деяких країн світу (зокрема, Молдова, Білорусь). ТОП областей України, жителі яких

приїжджали в Одеську область у 2019 році: Київська – 25%, Миколаївська – 12%, Вінницька – 11%, Дніпропетровська – 6% (рис. 2.1.).

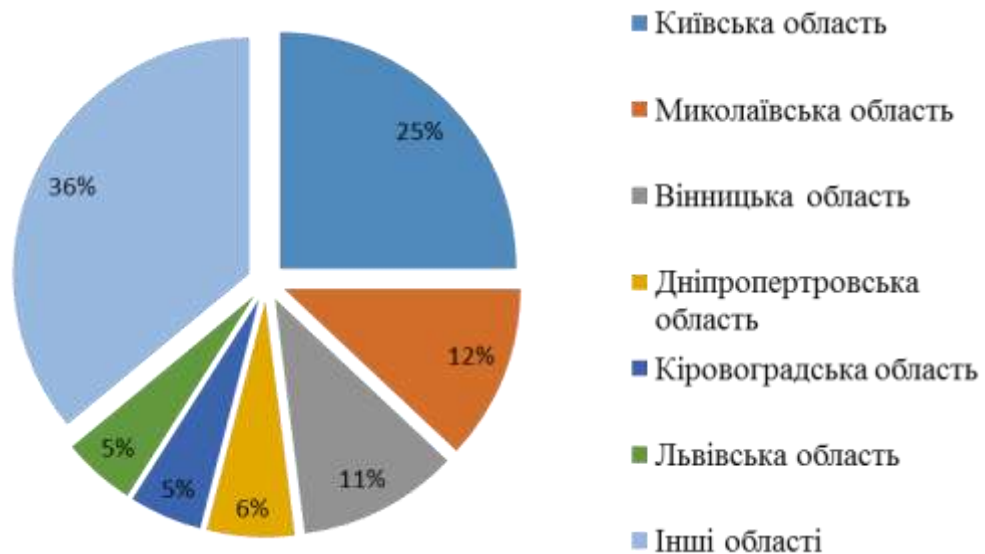


Рис. 2.1. ТОП областей України, жителі яких відвідали Одеську область у 2020 р. (за даними ТО «Країна ЮА»)

Що стосується сезонності, то найпопулярнішим був серпень. Цього місяця було зареєстровано понад 600 тис. українських (без урахування жителів Одеської області) та понад 110 тис. іноземних туристів. Грудень був найменш привабливим для подорожі. За цей період було зареєстровано близько 80 тис. українських та 40 тис. іноземних відвідувачів [6].

Можна припустити, що такий розподіл українських туристів пов'язаний із рівнем життя регіонів, з яких вони прибули в Одеську область. По-перше, рівень доходів громадян даного регіону, а також те, чи зможе людина гідно відпочити у місті чи регіоні постійного проживання. Розподіл іноземних туристів в основному пов'язаний з тим, що країни, з яких приїхало більшість відпочиваючих, знаходяться близько до України (Білорусь та Росія), Молдова та Одеська область узагалі мають спільний кордон).

Якщо проаналізувати туристичну інфраструктуру регіону, можна сказати, що регіон достатньо забезпечений закладами розміщення, як готелями, так і

засобами розміщення спеціалізованого типу. За даними Державної служби статистики України [9], Одеська область в Україні посідає перше місце за кількістю закладів колективного розміщення, поряд із такими лідерами, як Запорізька та Львівська області.

Аналізуючи статистичні дані, не дивно, що готелі, курорти, пансіонати та інші помешкання за останні роки переповнені. Незважаючи на збільшення кількості відпочиваючих в Одесі та Одеській області, кількість житлових приміщень і, відповідно, кількість місць в них зменшується. Держава повинна стежити за цією ситуацією та вживати заходів для її покращення. Адже туристичний регіон Одеси приваблює туристів не лише влітку, а й взимку.

Важливим елементом інфраструктури будь-якої території є забезпеченість туристичними підприємствами. За даними Державної служби статистики України [6], кількість туристичних організацій в Одеській області на початок 2020 року становила 264 підприємства, тобто 7,6% від загальної кількості туристичних організацій в Україні (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Суб'єкти туристичної діяльності Одеської області

	Кількість суб'єктів туристичної діяльності, усього	У тому числі		
		туроператори	турагенти	суб'єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність
На 01.01.2018 р.				
Україна	3182	500	2547	135
Одеська область	245	24	200	21
На 01.01.2019 р.				
Україна	3506	552	2803	151
Одеська область	268	30	222	16
На 01.01.2020 р.				
Україна	3469	498	2802	169
Одеська область	264	20	220	24

Джерело: складено автором на основі [6].

Проаналізувавши дані за три роки, ми бачимо, що кількість туристичних організацій в Одеській області суттєво не змінилася. Загалом туристична інфраструктура Одеської області заслуговує на досить хороший рейтинг,

оскільки область містить усі елементи, що дозволяють повноцінно та комфортно відпочивати туристам з будь-якими потребами. Однак слід зазначити, що розвиток ринку туристичних послуг в Одеській області обмежений низкою проблем. Окрім факторів безпеки та політичної ситуації в Україні, низка складних факторів перешкоджає повноцінному розвитку туризму, особливо в боротьбі за іноземних туристів.

В Одеській області та в цілому в Україні важливим фактором, що стримує розвиток туризму, є мовний бар'єр. Якщо іноземець у готелі все ще може спілкуватися з місцевим населенням, то в закладах громадського харчування, магазинах або на вулиці, не кожен зможе допомогти іноземному туристу. Крім того, ми можемо виділити надзвичайно складне орієнтування по місцевості для в'їзних туристів, що пов'язано з повною відсутністю вказівників іноземною мовою. Це ускладнює комфортне перебування іноземних туристів, які хочуть приїхати на власному автомобілі та вільно пересуватися містом.

Наявність інформаційних центрів також сигналізує про те, що туристична галузь виходить на новий, вищий рівень. В даний час в Одесі є чотири інформаційні центри, як приватні, так і державні. Це майже вдвічі менше, ніж в інших туристичних дестинаціях України. Однак їх наявність свідчить про те, що вони правильно трактують стратегію інформаційного забезпечення туристичного сектору в Одеській області.

Враховуючи те, що Одеська область має достатньо туристично-рекреаційних ресурсів та досить гарну туристичну інфраструктуру, усіх цих проблем та недоліків регіону можна уникнути. Крім того, слід не тільки покращити умови для комфортного проживання різних категорій туристів, але також слід звернути увагу на створення позитивного іміджу району. Цього можна досягти не лише модернізуючи інфраструктурні елементи туризму в регіоні або покращивши сучасні умови для відпочинку, а й за допомогою маркетингу території.

Для залучення туристів до Одеської області доцільно об'єднати зусилля маркетологів, дизайнерів, ІТ-спеціалістів, журналістів, копірайтерів та ін. Їх спільна діяльність повинна бути спрямована на вирішення таких завдань, як:

- створення туристичного порталу про Одесу на різних іноземних мовах, який буде позиціонувати туристичний регіон як важливий туристичний та культурний об'єкт;
- створення позитивного віртуального образу Чорноморського регіону, привабливого для туристів усього світу;
- розвиток ділового морського туризму;
- анонс туристичних заходів в Одеській області різними мовами;
- гідне представництво та просування регіону у світовому інформаційному просторі;
- залучення великої кількості туристів не лише до Одеси, а й до Одеської області;
- інформація та партнерство з відомими міжнародними туристичними порталами [16].

Створення позитивного іміджу регіону є досить складним і тривалим процесом, але кінцева мета варта того, щоб докласти багато зусиль та фінансових ресурсів. Якщо підійти до цього процесу відповідально, результати не тільки виправдають очікування, а й зможуть навіть перевершити їх.

2.3. Стратегічний аналіз розвитку туризму в Одеській області

Одеська область має сприятливі природно-кліматичні умови, курорти та рекреаційні ресурси. Для Одеської області характерна наявність природних цілющих джерел: мінеральних вод; пелоїди (лікувальні грязі), ропа лиманів та озер; морське узбережжя; природні об'єкти та комплекси з сприятливими кліматичними умовами для лікування, реабілітації та медичної реабілітації. Клімат регіону сприятливий для курортів та дозвілля. Лікувальними водними об'єктами в регіоні є відомі пелоїдні родовища Куяльницького та

Хаджибейського лиманів, а також родовища мінеральних вод Одеське, Куяльницьке, Чорноморське. 6 березня 2019 року набув чинності Закон «Про оголошення природних територій Куяльницького лиману Одеської області курортом державного значення», що дозволить забезпечити належну охорону і сталий розвиток території курорту [10]. На сьогоднішній день розроблено дорожню карту, стратегічний портфель проектів та схему перспективного розвитку курорту «Куяльник».

Туристичний та екскурсійний потенціал регіону визначається також багатьма пам'ятниками різних епох, а також відомими історико-культурними заповідниками, пам'ятниками та музеями. Це всесвітньо відомий Одеський національний академічний театр опери та балету, знамениті Потьомкінські сходи, місто Вилкове, фортеця XII - XV сторіч в місті Білгороді-Дністровському, розкопки античних міст Тіри і Ніконії, пам'ятники культової архітектури в містах Одесі, Ізмаїлі, Рені, Кілії та багато іншого. Близько 4500 пам'яток культурної спадщини та 12 міст області включені до списку історичних населених місць в Україні. Понад 100 об'єктів культурної спадщини мають статус пам'яток національного значення, які створили імідж Одеської області як однієї з найвідоміших та найпопулярніших, завдяки своїй оригінальності місць, які відвідують туристи та відпочиваючі. 16 вересня 2019 року Центр світової спадщини ЮНЕСКО офіційно підтвердив включення «Тири - Білгород (Аккерман) - дороги від Чорного до Балтійського моря» до попереднього списку ЮНЕСКО. [22]

Подальшому розвитку туристичної галузі в Одеському туристичному регіоні заважають:

- недосконалість законодавчої та нормативної бази у сфері туризму;
- недостатній рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- недостатня кількість житлових приміщень, переважно 3-4-і 5-зіркові готелі, що відповідають міжнародним стандартам та вимогам сертифікації;
- невідповідний стан багатьох туристичних визначних пам'яток, історико-культурних пам'яток та музеїв перешкоджає зростанню туристичних

відвідувань регіону та створенню нових туристичних маршрутів;

- недостатня забезпеченість професійними кадрами в галузі туризму.

Напрямок стратегічного розвитку туристичної галузі Одеської області полягає у тому, щоб зробити конкурентоспроможну, високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, яка зможе стати вагомим чинником прискорення соціально-економічного розвитку області, підвищення якості життя населення, гармонійного розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі.

Основними стратегічними цілями є:

- орієнтація транспортної інфраструктури на обслуговування туристичних потоків;
- підвищення якості та конкурентоспроможності туристичного продукту;
- раціональне використання рекреаційних та туристичних можливостей регіону;
- розвиток регіональної інформаційної інфраструктури для відпочинку та туризму.

За результатами стратегічного дослідження щодо розвитку туристичної діяльності в регіоні, виявлені існуючі конкурентні переваги, які варто закладати в основу створення, конкурентоспроможних та особливо вигідних регіональних туристичних продуктів, а також послуг, що лежать в основі привабливості Одеської області; потенційно слабкі конкурентні позиції, по яких область значно програє іншим структурним підрозділам у сфері туризму України та країнам світу; можливості та загрози, які представлені у якості SWOT-аналізу конкурентоспроможності Одеської області щодо розвитку туристичної діяльності (Додаток Б).

Узагальнююча SWOT-матриця для вибору оптимальних стратегій розвитку Одеського туристичного регіону на внутрішньому та міжнародному ринку, наведена у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

Узагальнююча SWOT-матриця розвитку Одеського регіону

		Можливості	Загрози
		$\sum X_o = 39$	$\sum X_t = 38$
Сильні сторони	$\sum X_s = 41$	$C_i M$ $X_{so} = 41 * 39 = 1599$	$C_i 3$ $\sum X_{st} = 41 * 38 = 1558$
Слабкі сторони	$\sum X_w = 34$	$C_{li} M$ $X_{wo} = 34 * 39 = 1326$	$C_{li} M$ $X_{wt} = 34 * 38 = 1292$

Згідно з результатами розрахунків, найбільше значення взаємодії відображене в полі взаємодії сильних сторін та можливостей, де кумулятивна оцінка становить 1599 балів. Отже, можливості та сильні сторони мають більш важливе значення в створенні стратегічного плану розвитку туристичного потенціалу Одеського регіону, в порівнянні з слабкими сторонами та загрозами.

Оскільки туризм є економічним сектором, який передбачає зміцнення та просування унікальних характеристик та факторів району на зовнішніх ринках та зосереджується на задоволенні потреб учасників зовнішнього ринку, його слід вважати важливим елементом зовнішньоекономічного потенціалу Одеського регіону. Однак необхідною умовою створення та ефективного просування високорентабельних туристичних продуктів є сегментація споживчого ринку та позиціонування певних видів туризму та туристичних продуктів відповідно до характеристик виділених ринкових ніш.

РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ НА ПЕРІОД ДО 2030 РОКУ

3.1. Перспективи та рекомендації розвитку туристичного потенціалу області

Південна частина України - одне з таких місць, що має значні ресурси та трудовий потенціал для розвитку всіх видів туризму. На мій погляд, питання розвитку туризму в Одеській області надзвичайно важливі, оскільки вони орієнтовані як на зовнішній, так і на внутрішній соціально-економічний розвиток.

Незважаючи на те, що Одеська область роками активно розвиває сферу туризму, проблеми зберігаються і тісно пов'язані з політикою та економікою країни. Туристична галузь, активізуючи свою діяльність, яка напрямлена на зовнішніх споживачів, майже повністю ліквідувала внутрішній попит, що спричинило низку проблем та відсутність інших можливостей. Крім цієї проблеми є й інші. Таким чином, потенціал унікальних рекреаційних ресурсів у південній частині України недостатньо використовується. Наприклад, мул з Куяльницького лиману, який у світі визнаний мірою якості сульфідів, експортується до провідних країн світу. За своїми цілющими властивостями цей лиман знаходиться на одному рівні з Мертвим морем в Ізраїлі, але лікування в Мертвому морі в десятки разів дорожче, ніж у Куяльнику. Тим не менше, вітчизняний курорт розвивається повільними темпами.

Ринкові процеси останніх років призвели до того, що берегова рекреаційна зона перетворилася з місця відпочинку населення в місце розваг біля моря. Це породило низку конфліктних ситуацій між населенням і орендарями пляжів і потребує врегулювання. За прогнозами Світової Туристичної Організації саме рекреаційний туризм на узбережжі морів стане провідним і південь України має для цього всі природні передумови, тому їх треба використати на повну силу.

Протягом останніх п'яти років туризм активно розвивався в межах єврорегіону «Нижній-Дунай», за участю залучення представників трьох держав – України, Румунії і Молдови [10]. Їх метою є встановлення та розвиток прямих відносин між туроператорами, розробка єдиного плану майбутнього туризму в регіоні.

Одеській області раціонально розвивати зелений і бізнес-туризм. Регіон привабливий для туристів з величезним природним потенціалом у Дунайському регіоні, наявністю пам'яток історії та культури, що дозволяє розвивати різні форми туризму, в тому числі спеціалізовані - рибальство та мисливство. Найбільшою перешкодою є стан інфраструктури, а саме відсутність комфортних готелів та послуг, неякісні дороги.

Є перспективи розвитку археологічного туризму, який базується на таких об'єктах, як: катакомби, Білгород-Дністровська та Ізмаїльська фортеці, Ольвія, Березань, острів Зміїний тощо. Наприклад, нещодавно близько 50 уламків стародавніх грецьких амфор і ваз, датованих початком V століття до нашої ери та III-IV століттям нашої ери, надійшли в Одеський археологічний музей. Цінності були знайдені на узбережжі острова Зміїний, де раніше знаходився храм Ахілла. Серед знахідок також є і середньовічне турецьке судно. Біля села Роксолани відкрили стародавнє поселення, де під час розкопок знайшли вазу, якій 2500 років. Наприклад, Єгипет пропонує екзотичний туристичний маршрут – підводну подорож до палацу Клеопатри на дні Середземного моря, в Україні це може бути храм Ахілла.

Південна частина України - це багатонаціональний регіон, населений представниками багатьох різних народів зі своєю культурою, архітектурою, веденням господарства та звичаями. Його також можна використовувати ширше, розробивши туристичні маршрути по німецьким, гагаузьким, болгарським та українським селищам.

Водночас відзначимо, що ефективний розвиток сфери відпочинку та туризму можливий лише за допомогою раціонального поєднання державного та регіонального управління, оскільки регіональне управління є носієм

державності: здійснюючи єдину національну політику дозвілля та туризму, регіони пристосовують її до своїх особливостей - природних, соціальних, а забезпечуючи інтереси комплексного розвитку власне регіональної туристичної системи, гармонійно ув'язують її структуру з загальнонаціональною туристичною політикою.

Сучасний механізм управління має виходити з чіткого розмежування владних функцій і правової компетенції між усіма рівнями територіальної системи на основі децентралізації та демократизації системи управління, розширення самостійності й підвищення відповідальності кожної ланки господарської системи, реалізації норм раціонального природокористування, зміцнення просторової інтеграції економіки України на основі поєднання економічних інтересів взаємодіючих сторін, досягнення між державними та регіональними інтересами.

3.2. Створення продукту в'їзного туризму «Перлина у моря... Про що мовчать таємниці...»

Створення продукту в'їзного туризму «Перлина у моря... Про що мовчать таємниці...» в контексті нашого дослідження є елементом розвитку туристичного сектору Одеської області.

Одним з головних етапів організації туристичної послуги є розробка програмного забезпечення туристського продукту. Програма туристичного продукту є щоденним розпорядком, який призначений для реалізації мети подорожі, здійснює функції ознайомлення та заочним представленням даного туристичного маршруту з потенційним споживачем – туристом.

В даному підрозділі, представлена розробка нового туристичного продукту, основною метою якого є ознайомлення іноземних туристів з територією та культурною спадщиною Півдня України, а саме з Одеським регіоном. Подорож має пізнавально-відпочинковий характер, так як однією з особливостей даного туру є поєднання пляжного відпочинку на березі Чорного

моря та ознайомлення з визначними місцями та історичною спадщиною області.

Даний туристичний продукт може реалізовуватись в нинішніх умовах, зі збереженням соціальної дистанції та дотримання маскового режиму. Програма туру орієнтована на ознайомлення туристів з архітектурною та історичною спадщиною Одеси, здійснюючи прогулянки та екскурсії в основному на свіжому повітрі. Відвідування музеїв та галерей передбачено програмою туру за попереднім набором групи туристів до 10 осіб та може бути здійснене за особистим бажанням у вільний від основних екскурсій час.

Даний туристичний маршрут розроблений для іноземних туристів, які приїжджають до Одеси, а також для внутрішнього туриста та незалежно від вікової групи, а також їх інтересів. Тому, користувачами даної туристичної послуги можуть стати як діти, люди, що досягли пенсійного віку та ін.

Тривалість: 8 днів

Вид транспорту: Літак, автобус.

База розміщення: готель «Стелла Резиденція».

Розгорнута програма туру наведена в Додатку В.

Як підсумок відзначимо, що розроблений туристичний маршрут цікавими місцями морської столиці туризму в Україні є привабливим та володіє потенціалом щодо реалізації. При цьому відзначимо, що саме розробка цікавих туристичних маршрутів по відомим туристичним місцям Одеси зможе привернути увагу як іноземних туристів та заохотити їх до приїзду на Південь України, так і внутрішніх туристів із метою розвитку саме інсайдингового туризму.

ВИСНОВКИ

В результаті виконаної роботи з'ясовано поняття туристичної індустрії взагалі, етапи формування і реалізації туристичної галузі на території України. Проаналізовано сучасний стан та перспективи розвитку туризму в Одеському регіоні. Виділено проблеми розвитку туристичної індустрії та надано рекомендації щодо їх усунення.

Основними тезами дослідження таким чином стали такі:

- Україна виходить на міжнародний ринок туристичних послуг, але темпи розвитку туристичної галузі країни є досить повільними, що заважає вступу країни у світове туристичне середовище. Причин декілька, основними з них є: неповна правова сфера, неадекватно розвинена туристична інфраструктура, ігнорування туристичного потенціалу окремих районів України, низький рівень використання маркетингових інструментів бізнесом у туристичній галузі;

- одним із найбільш перспективних туристичних регіонів України є Одеська область. Одещина може запропонувати туристам широкий вибір екскурсійних послуг, пляжний, оздоровчий, винно-гастрономічний та інші види туризму, достатньо велику кількість цікавих розважальних заходів та фестивалів, різноманіття історичних та культурних пам'яток.

Проаналізувавши туристично-ресурсний потенціал та туристичну інфраструктуру Одеської області, можна справді сказати, що цей регіон, незважаючи на багато проблем та недоліків, має великі перспективи для подальшого розвитку туризму.

Аналіз даних Державної служби статистики України про туристичну інфраструктуру Одеської області дозволив встановити, що Одеська область посідає перше місце в Україні за кількістю закладів розміщення - 13% від загальної кількості по всій країні. Статистика також показує, що кількість підприємств, які займаються туристичною діяльністю в Одеській області на кінець 2019 року становила 264 підприємства, тобто 7,6% від загальної

кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні;

- світовий досвід показує, що розвиток туризму повинен супроводжуватися зусиллями держави щодо просування внутрішніх туристичних програм. Таким чином, розвиток туризму в Одеській області визначається програмними документами, в яких туризм та відпочинок охоплюються стратегічними національними пріоритетами.

Звичайно, туристична галузь Одеської області має низку проблемних питань, які потребують вирішення. Для підвищення ефективності використання туристичного потенціалу Одеської області необхідний комплексний та професійний підхід як туристичного бізнесу, так і держави в цілому. На зовнішні фактори впливати важко, але їх необхідно враховувати при виборі подальшої стратегії розвитку.

З огляду на величезний потенціал та фінансову підтримку Європейського Союзу, Одеський туристичний регіон має всі шанси зайняти гідне місце на світовому ринку туристичних послуг.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної галузі Одеської області на наступні десять років, насамперед слід підкреслити, що сучасний туризм - це сфера економіки та суспільства в цілому, яка певною мірою інтегрує майже всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Цей фактор повинен бути головним фактором у розробці нового державного підходу до туризму як галузі, основний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний та соціальний план Одеського туристичного регіону та України в цілому, стимулювати багато важливих галузей економіки та зміцнити новий позитивний імідж України на світовій арені.

Тому, для вирішення питань покращення становища туризму в Одеському регіоні, потрібно розробити план дій, що забезпечить досягнення заданої мети. Головні стратегічні напрямки подальшого розвитку такі: інвестувати фінансові кошти в покращення екологічної ситуації та якості рекреаційних природних ресурсів; для збільшення коефіцієнту завантаження в

курортних закладах та закладах розміщення, велику увагу приділити використанню готельних підприємств та їхньому значенню, а оздоровчі та лікувальні послуги зосередити в курортних санаторіях; для залучення більшої кількості туристів постійно займатися розробкою нових туристичних маршрутів а також удосконаленням вже існуючих; з метою покращення якості побутових послуг для туристів та відпочиваючих слід розширити мережу навчальних закладів з підготовки гідів, екскурсоводів, барменів, кухарів, готельних працівників, перекладачів та інших; почати ширше розвивати напрями сільського та зеленого туризму, з більшим використанням унікальних місцевих природних ресурсів, фольклору, побуту, історичної спадщини; призупинити використання рекреаційних зон не за основних напрямом їхнього призначення; поживавити залучення внутрішніх та іноземних інвестицій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Волков А. І. Комплексний аналіз туристичної привабливості територій Одеської області (з використанням ГІС). / А.І. Волков // Культура народів Причорномор'я. - 2017. - №252. - С. 131-134.
2. Гаврилишин І. П. Туризм України: проблеми і перспективи. / І.П. Гаврилишин. –К., 2015. – 311 с.
3. Герасименко В. Г. Методичка визначення кількісних показників регіонального ринку туристичних послуг. / В.Г. Герасименко, В.Я. Павлоцький // Регіональна економіка. - 2018. - №2. - С. 157-163.
4. Горун В. В. Територіальна організація рекреаційних умов і ресурсів Одеської області. / В.В. Горун // Вісник соціально-економічних досліджень. Геополітика і екогео-динаміка регіонів. - 2014. - Т. 10. - Вип. 2. - С. 473-482.
5. Державна програма розвитку туризму в Україні до 2027 року. – Київ, 2017.
6. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Воронкова Л. П. Історія туризму та гостинності: збірник // Л. П. Воронкова – М.: Гранд. Фаїр-Прес, 20016. – 672 с.
8. Квартальнов В. А. Теорія та практика туризму / В.А. Квартальнов. – М.: Фінанси та статистика, 2016. – 672 с.
9. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: навч. посібн. / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2017. – 300 с.
10. Концепція розвитку туризму в м. Одесі на 2019-2027 роки. Рішення Одеської міської ради від 4 липня 2019 р. №1395. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.misto.odessa.ua>
11. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібн. / за ред. І. М. Школи. – Чернівці: ЧТЕІ КНЕУ, 2016. – 662 с.

12. Михайлова Ю. В. Пасажирські перевезення: навч. посібн. / Ю.В. Михайлова. - Одеса: ОНМУ, 2016. - 325 с.
13. Нездойминов С. Г. Туристичний потік – фактор конкурентоспроможності регіону. / С.Г. Нездойминов. – К., 2016. – 110 с.
14. Перерва П. Г. Маркетинг туристичної діяльності: конспект лекцій. / П.Г. Перерва. - Харків : НТУ «ХП», 2020. - 32 с.
15. Сапрунова В. Б. Туризм: еволюція, структура, маркетинг // В. Б. Сапрунова. – М. :Ось-89, 2017. – 159 с.
16. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області на період до 2027 року. Рішення Одеської обласної ради від 9 листопада 2017 р. №347. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.misto.odessa.ua>
17. Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку // за ред. Ткаченко Т. І., Костіна О. М., Рачко В. І. та ін. – Тернопіль: Терно-граф, 2018. – 976 с.
18. Устименко Л. І. Історія туризму: навч. посібн. // Л. І. Устименко – К.: Альтер-прес, 2005. – 320 с.
19. Федорченко В. К. Історія туризму в Україні: навч. посібн. // В.К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. Вища школа, 2017. - 195 с.
20. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. посібн. / І.М. Школа. – Чернівці: Книги – XXI, 2015. – 596 с.
21. COVID-19: UNWTO Calls on tourism to be part of recovery plans [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unwto.org/news/covid-19-unwto-calls-on-tourism-to-be-part-of-recovery-plans>.
22. UNWTO Tourism statistics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://unwto.org>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Таблиця А1.

Види туризму в Одеській області

Вид туризму	Ресурсне забезпечення	Центри розміщення
Пляжний	Піщані пляжі морського та лиманного походження, довжиною понад 300 км.	м. Одеса, Комінтернівський, Овідіопольський, Білгород-Дністровський, Татарбунарський та Кілійський райони.
Лікувально-оздоровчий	Лікувальні грязі, ропи лиманного походження, мінеральні води, наявність спеціалізованих закладів розміщення (санаторії, профілакторії, пансіонати тощо)	Куяльницький лиман, м. Одеса, Іллічівськ та Южне, Білгород-Дністровський та Овідіопольський райони
Спортивний	Сталактитові печери, велика кількість водойм (море, річки, озера), висоти, що підходять для заняття мотобайкінгом, наявність велослужбок.	м. Вилкове, м. Одеса (Жевахова гора, Одіноцька печера), Кодимський та Котовський райони (Подольська височина)
Культурно-пізнавальний	Історичні пам'ятки світового значення, архітектурні пам'ятки, велика кількість музеїв різного напрямку, урочища та ландшафти заповідного типу.	м. Одеса, Білгород – Дністровський, Кілія. Болград, Ізмаїл, с. Нова та Стара Некрасівка
Винно-гастрономічний	Наявність великих винзаводів, сироварні, різноманітні закладів харчування, винно – гастрономічні фестивалі.	С. Шабо (винзавод «Шабо», Європейська сироварня), м. Одеса, Кілійський район (Козяча ферма), м. Вилкове, с. Криничне («Колоніст»)
Екологічний	Території природно-заповідного фонду, екологічні господарства, ферми, садиби тощо	Кілійський район (Козяча ферма), господарство Фрумушика-нова, м. Татарбунари, Розділянський район («Тихі острови», природний комплекс «Рідна природа»), Савранський ліс
Етнографічний	Пам'ятки архітектури, музейні експозиції, архівні матеріали, мальовничі природні місця для ознайомлення з місцевою культурою та історією.	с. Усатово (Козацьке кладовище), с. Нерубайське (Великий етнографічний музей), Цвинтар Сотникової Січі

Джерело: складено автором на основі [4 с. 15]

ДОДАТОК Б

Таблиця Б1

SWOT-аналіз Одеської області щодо розвитку туристичної діяльності

Можливості:	Бал	Загрози:	Бал
- Інвестиційна привабливість сфери туризму;	5	Виникнення труднощів в організації санаторно-курортного обслуговування туристів;	4
- Модернізація та реконструкція існуючої матеріально-технічної бази туризму;	5	Відсутність системи соціального туризму;	4
-Впровадження заходів щодо активного розвитку ділового туризму;	3	Відсутність системи підготовки екскурсів на загальнодержавному рівні;	4
- Вихід на нові туристичні ринки;	5	Високі податки у сфері туризму;	4
- Залучення додаткових груп туристів;	5	Відсутність системи постійних статистичних спостережень в туризмі;	4
- Розробка нових туристичних продуктів, оновлення програм існуючих турів, досягнення розмаїтості у пропозиціях турів;	5	Слабке позиціонування регіонального турпродукту на зовнішніх туристичних ринках;	5
- Створення центрів туристичної інформації з обслуговування туристів;	3	Відсутність реєстру підприємств готельного та ресторанного господарства;	3
- Покращення стану зон відпочинку на морському узбережжі	5	Екологічна криза;	5
- Створення науково-технологічної та інформаційної бази культурно-історичних визначних пам'яток.	3	Світова фінансова криза.	5
Сума балів	39	Сума балів	38
Сильні сторони	Бал	Слабкі сторони	Бал
Вдале економіко-географічне розташування;	5	Труднощі з організацією морського туризму;	3
Унікальні природньо-кліматичні умови;	5	Незадовільний екологічний стан;	5
Значна кількість культурно-історичних пам'яток;	5	Невідповідність ціни та якості послуг, які надаються туристичними підприємствами;	4
Розвинута транспортна мережа;	5	Нерозвиненість туристичної та загальної інфраструктури області;	4
Збільшення за останні роки кількості засобів розміщення;	5	Зменшення частки іноземного туристичного потоку;	5
Наявність значної кількості туристичних ліцензованих фірм;	4	Недостатнє охоплення туристів екскурсійними послугами;	4
Розвиток різних видів туризму (міжнародного та внутрішнього)	5	Відсутність задовільного фінансування діяльності державою;	5
Ділова активність місцевого населення;	3	Низький рівень сфери обслуговування туристичної діяльності;	5
Імідж Одеси як столиці гумору.	4	Значні недоліки в організації роботи ліцензіатів з туризму.	4
Сума балів	41	Сума балів	34

ДОДАТОК В

Програма продукту в'їзного та внутрішнього туризму «Перлина у моря...

Про що мовчать таємниці»

1 день. Одеса	
10:00.	Зустріч туристів. Проводиться в аеропорті «Міжнародний аеропорт Одеса» на автобусному паркінгу. Під час зустрічі, туристичному гіді необхідно зустріти всіх туристів, що прилетіли до міста, відмітити та розмістити їх в салоні автобуса, а також проконтролювати доставлення їх багажу до багажного відділення автобуса, доставити туристів до готелю, в якому будуть проживати туристи наступні 8 днів, згідно до розробленої програми туру.
11:00	Приїзд до готелю, заселення. Елітний SPA готель «Стелла Резиденція» розташований на самому березі Чорного моря, в курортній зоні на 10-й станції Великого Фонтану. Готель пропонує своїм гостям розміститися в комфортабельних номерах різного рівня комфортності, оснащених італійськими меблями, індивідуальною системою клімат-контролю, супутниковим телебаченням, міні-баром, міні-сейфом, електронною системою ключів і безкоштовним доступом до Wi-Fi. У вартість номера всіх категорій входить - відвідування тренажерного залу і групових занять у спортзалі, відвідування фінської сауни і римської парної, басейну, в т. ч. користування шезлонгами на літній терасі, Wi-Fi інтернет. Крім того, до послуг відпочиваючих цілодобовий ресторан, в якому подають вишукані страви європейської та одеської кухні, Luxury Wellness SPA центр, тренажерний зал, басейн, сауна, джакузі і дитячий ігровий майданчик. Також на території готелю є розкішна тераса з видом на море, що створює неповторну романтичну атмосферу. Вільний день, відпочинок на пляжі. Харчування в готелі здійснюється за обраною туристом концепцією харчування. Нічліг в готелі.
2 день. Одеса	
07:00	Сніданок в готелі. Після сніданку – зустріч та знайомство з готельним гідом. Під час зустрічі, туристи познайомляться з гідом, який закріплений за ними, дізнаються про цікаві місця в Одесі та зможуть замовити додаткові екскурсії. Під час всього туру, саме гід контролює безпеку туристів та повідомляє гостей про зміни, які можуть відбуватися під час їх відпочинку.
14:00	Оглядова екскурсія містом. В ході цієї екскурсії, туристи побачать більше 40 пам'яток історичного міста, прогуляються старовинними вулицями: Дерибасівською, Пушкінською, Рішельєвською та Ланжеронівською. Познайомляться з шедевром архітектури і зодчества – Театром опери та балету, а також з історичними будівлями, в яких розташовані археологічний і морський музеї; зможуть пройтися по затишному Приморському бульвару, де розташована міська Дума, палац графа Воронцова з колонадою, пам'ятник герцогу де Рішельє і знамениті Потьомкінські сходи, які є парадним входом на Приморський бульвар з боку моря. Після закінчення основної частини екскурсії, погляду туристів відкриється чудова панорама з видом на морський вокзал (з одного боку) і знаменита Катерининська площа (з іншого боку). Оглядова екскурсія по місту завершується морською прогулянкою на катері, під час якої можливо помилуватися містом з морської сторони та зробити безліч чудових фотографій. Вільний час після екскурсії та самостійне повернення до готелю.
18:00	Вечеря та вечірні розважальні шоу-програми на території готелю. Нічліг в готелі.
3 день. Одеса	
07:00	Сніданок в готелі. В першій половині дня, туристам надається вільний час для самостійних прогулянок та відпочинку на морі
14:00	Відвідування одеського дельфінарію «Немо». Одеський цілорічний дельфінарій «Немо» – найкраще місце відпочинку для всієї родини у самому центрі міста біля моря. Кожен день, окрім понеділка, у дельфінарії проходить 3 вистави, а по суботах можливо відвідати дивовижні нічні вистави: світлове лазерне шоу, акробати, русалки, феєрверки на воді та неповторні дельфіни, морські котики та морські леви. Влітку шоу-програма

	<p>проходе просто неба – свіжий бриз із узбережжя накриє легкою прохолодою крізь промені сонця. А взимку морські друзі порадують туристів у теплому залі під великим куполом. До речі, до свят у дельфінарії завжди готується особлива програма – аніматори, музики і танцівники розважають гостей разом з улюбленими морськими артистами та дарують позитивні емоції усьому залу. Відвідавши Одеський дельфінарій, можна побачити не тільки денну або нічну виставу, але і сфотографуватися, поплавати та поспілкуватися з дельфінами під водою, і поспостерігати за двома маленькими дельфінятами, що народилися в 2013 році. Також можливо відвідати океанаріум та побачити багато яскравих прісноводних, морських та океанічних видів риб зі всіх куточків землі, а також екзотичних тваринок нашої планети.</p> <p>Вільний вечір, прогулянки містом. Нічліг в готелі</p>
4 день. Одеса	
07:00	Сніданок в готелі.
08:00	<p>Збір групи та виїзд на екскурсію до центру культури вина «Шабо». У «Центрі культури вина Шабо» тема культури вина розкрита всебічно і з великою емоційною силою. Тривалість екскурсії з дегустацією – близько 3-х годин, гостей супроводжують високопрофесійні гіді. Екскурсійні програми захоплюючі і різноманітні. Тут все дихає історією, тут все надирає сучасністю. Цінителі благородних напоїв, відвідавши чудові старовинні об'єкти – двохсотрічні Королівський, Хересний, двох'ярусний підвали, підземні винні сховища та ін., мають можливість познайомитися з історією вина і самобутністю теруару Шабо.</p> <p>Нікого не залишать байдужими величні архітектурні комплекси, унікальні об'єкти сучасного мистецтва, незвичайні експозиції ландшафтного дизайну, розташовані на території «Центру культури вина Шабо»: єдиний в Україні пам'ятник виноградної лози, арт-ансамбль «Трилогія виноградної лози», галерея Shabo Art Centre, мультимедійна скульптура Фонтан Діоніса, музейний лабіринт, грузинський марані, два музейних кінозали, альпійська гірка, музей «Шабо» та ін.</p> <p>У виноробів компанії «Шабо» немає секретів від споживачів. Тому перед гостями «Центру культури вина Шабо» відкриті двері всіх підрозділів підприємства: сучасне відділення з прийому та переробки винограду, гігантське підземне виноховище, відділення елітних вин Shabo, оснащене обладнання нового покоління; потужний комплекс коньяків, бренді та виноградної горілки Shabo, Будинок ігристих вин Shabo. І все це – в безпосередній близькості від виноградників теруару Шабо.</p> <p>Для зручності гостей в Шабо відкритий фірмовий бутик, в якому представлений весь асортимент Shabo – більше 80 найменувань продукції найвищої якості, тут же можна придбати сувеніри. Поруч з «Центром культури вина Шабо» розташувався затишний ресторан «Шабський двір», де гідним супроводом до будь-якої страви виступають тихі та ігристі вина, бренді, коньяки та виноградна горілка Shabo.</p>
15:00	Повернення на територію готелю. Вільний час для відпочинку
17:00	<p>Факультативна екскурсія в Катакомби Одеси. Одеські катакомби – феномен овіяний безліччю загадок і легенд. Це підземні ходи різного походження та призначення. Більшу частину Одеських катакомб складають старовинні шахти-каменоломні (~ 95%) з яких добували камінь для будівництва міста. Також до Одеських катакомб відносять дренажні тунелі, «міни» – старовинні погребі різного призначення, військові бункери, всілякі таємничі підземні ходи і справжні природні печери. Розібратися в переплетенні підземних порожнин різного походження, складно часом навіть самим одеситам. Підземелля зберігають в собі цікаві сліди минулих епох життя міста. Та й саме перебування в катакомбах несе враження, які не можливо забути.</p>
21:00	Повернення до готелю. Нічліг в готелі.
5 день. Одеса	
07:00	Сніданок в готелі
08:00	Збір групи та виїзд у Білгород-Дністровський.
10:00	Оглядова екскурсія. За своє 2500-річне існування місто Білгород-Дністровський здобуло величну історію, пережило багато історичних епох, його численні назви свідчать про часте пересування та зміну населення, але берега швидкого Дністра завжди були густо заселені. Історія м. Білгород-Дністровського починається з кінця VI ст. до н.е., коли

	<p>вихідці з малоазійського міста Мілета на західному березі річки Дністер заснували місто Офіуссу – Тіру. Залишки стародавньої Тіри, які розташовані на місці нинішнього Білгорода-Дністровського є унікальною пам'яткою історії та культури. У XII ст. Білгород входить до складу Галицько-Волинського князівства, з 1214 року – під владою Угорського королівства. В кінці XIV ст. місто входить до складу Молдавської держави та іменується як Четатя-Албе. Він стає її головним портом і столицею південних провінцій Молдавії. До цього часу завершується і будівництво потужної фортеці – однієї з видатних і цікавих пам'яток оборонного зодчества середньовіччя. Будівництво такої фортифікаційної споруди було пов'язано, перш за все, з політичною нестабільністю в краї.</p> <p>Сьогодні Білгород-Дністровська фортеця – це пам'ятка національного значення, приваблива для численних туристів, тут проводяться пісенні фестивалі, стіни фортеці “штурмують” в театралізованих виставах, можна взяти участь і в лицарських поєдинках.</p>
16:00	Повернення в Одесу. Вільний час.
19:00	Екскурсія з дегустацією в Музей коньячної справи Шустова. Музей коньячної справи Шустова розташований в історичній частині Одеси – в старовинних підвалах Одеського коньячного заводу. Під час екскурсії, туристи ознайомляться з одним з найбільших коньячних Будинків України, де досвідчені фахівці посвятають в таємницю створення шляхетного напою і допоможуть досягнути науку його дегустації. Туристи отримають незабутню подорож у часі і доторкнуться до “частці ангелів” при відвідуванні цехів витримки і купажування коньячних спиртів, для них відкриється завіса таємниці народження коньяку та невідомі історії Старої Одеси.
22:00	Повернення в готель. Нічліг в готелі.
6 день. Одеса	
07:00	Сніданок в готелі
08:00	Збір групи та виїзд в Болград. На туристів очікує оглядова екскурсія українською Бессарабією та відвідування механи «Балканські Ястія». Під час екскурсії по виробництву, яку веде сам засновник – Сергій Русев, туристи можуть ознайомитися з процесом створення м'ясних делікатесів та прийняти участь в одному з етапів. На гостей чекає цікава та пізнавальна розповідь, дегустація 8-10 видів сиров'ялених продуктів з вином, виготовлених по балканським старовинним рецептам, дегустація спецій і домашніх лікерів. Після дегустації, справжнє болгарське застілля – обід із традиційних страв: Курбан-кюфта, м'ясні страви, приготовані в присутності гостей на Скарі (грилі), бринза овеча, Лютениця (аджика) власного приготування, традиційна болгарська домашня випічка відразу з печі, вино, квас або узвар. Під час обіду гості дізнаються про традиційні болгарські блюда, а також про особливості болгарської кухні.
14:00	Переїзд на завод Bolgrad winery. За більш ніж 17 років роботи винороби зуміли створити натуральне вино найвищої якості, яке поєднує різноманітність виноградних лоз та багатство виноробних традицій краю. Ми познайомимось з первинним виноробством та системою контролю якості продукції, та відвідаємо цех розливу вина в пляшки та лабораторію. Після екскурсії на гостей чекає дегустація сухих, напівсолодких та десертних вин.
17:00	Виїзд в Одесу.
21:00	Орієнтовний час прибуття в Одесу. Вільний час. Нічліг в готелі.
7 день. Одеса	
Вільний день для шопінгу, прогулянок містом та відпочинку на морі.	
8 день. Одеса	
07:00	Сніданок. Вільний час.
12:00	Виселення з готелю. Збір туристів та трансфер до Міжнародного аеропорту Одеси.