

Міністерство освіти і науки України  
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Факультет геології, географії, рекреації і туризму

Кафедра фізичної географії та картографії

*До захисту допущено  
кафедрою фізичної географії та картографії  
протокол № \_\_\_\_\_ від \_\_\_\_\_*

завідувач кафедри \_\_\_\_\_ *Анатолій БАЙНАЗАРОВ*

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

Кваліфікаційна робота  
здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти

**РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ**

Спеціальність (спеціалізація)      106. Географія

Освітня програма                      Географія рекреації та туризму

Виконавець                      \_\_\_\_\_ Валентин ШАПОВАЛЕНКО

Науковий керівник \_\_\_\_\_ Людмила КЛЮЧКО

Харків – 2025

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ КРИЗИ	6
1.1. Сутність туристичного сектору	6
1.2. Особливості функціонування туристичного сектору	11
1.3. Вплив кризових явищ на туристичний ринок	14
1.4. Досвід інших країн у відновленні туризму після криз	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ В УМОВАХ ВІЙНИ	26
2.1. Загальна характеристика туристичної інфраструктури Одеського регіону	26
2.2. Динаміка туристичних потоків та інвестицій	36
РОЗДІЛ 3 ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУ- РИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ	62
3.1. SWOT–аналіз туристичного сектору Одеського регіону в умо- вах війни	62
3.2. PEST–аналіз впливу зовнішнього середовища на туристичний сектор Одеської області	66
3.3. Практичні рекомендації щодо відновлення туризму в Одесько- му регіоні	70
3.4. Розробка веломаршруту «Вилкове–Кілія–Ізмаїл»	75
ВИСНОВКИ .....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	87

## ВСТУП

Туристичний сектор є важливим складником національної економіки, який забезпечує робочі місця, наповнює місцеві бюджети та стимулює розвиток інфраструктури. Однак в умовах глобальної нестабільності ця галузь стає найбільш вразливою до зовнішніх загроз. Якщо пандемія COVID–19 стала першим системним викликом, то повномасштабна війна змусила повністю переглянути принципи функціонування індустрії гостинності.

Одеська область, як ключовий туристично–рекреаційний центр Півдня України, опинилася в епіцентрі цих трансформацій. З одного боку, регіон втратив традиційний пляжний сезон через мінну небезпеку та закриття кордонів для іноземців. З іншого боку, відбулася переорієнтація на внутрішнього споживача, розвиток короткострокового відпочинку та формування нових нішевих продуктів. Дослідження механізмів адаптації галузі, пошук шляхів її відновлення з урахуванням безпекових ризиків та міжнародного досвіду є критично важливим завданням для повоєнної відбудови економіки регіону.

Теоретичні основи функціонування туристичного сектору та його складових висвітлені у працях таких вітчизняних вчених, як М. П. Мальська, О. О. Любіцева, Ю. А. Бондаренко, В. Г. Гуляєва та ін. Питання кризового менеджменту та класифікації загроз розглядаються у звітах UNWTO та роботах закордонних дослідників (наприклад, модель Н. Лейпера). Водночас, специфіка функціонування туристичного сектору саме приморського регіону в умовах затяжного воєнного конфлікту та гібридних загроз потребує додаткового системного вивчення.

**Метою дослідження** є комплексний аналіз сучасного стану, виявлення структурних трансформацій та обґрунтування стратегічних напрямів відновлення туристичного сектору Одеської області в умовах війни з урахуванням міжнародного досвіду.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

1. Розкрити сутність та ієрархічну структуру туристичного сектору як об'єкта управління;
2. Визначити особливості впливу кризових явищ (економічних, безпекових, екологічних) на туристичну індустрію;
3. Проаналізувати міжнародний досвід відновлення туризму в країнах, що пережили військові конфлікти (Ізраїль, Хорватія, В'єтнам, Кіпр);
4. Характеризувати стан туристичної інфраструктури Одеської області та зміни в логістиці в умовах воєнного стану;
5. Проаналізувати динаміку туристичних потоків, кількість ночівель та обсяги податкових надходжень (туристичного збору) за період 2020–2025 рр.;
6. Здійснити SWOT та PEST–аналіз туристичного сектору регіону для виявлення ключових проблем та перспектив;
7. Розробити практичні рекомендації щодо відновлення галузі, включаючи продуктову диверсифікацію та інструменти цифровізації;
8. Обґрунтувати доцільність та розробити паспорт веломаршруту «Вилкове–Кілія–Ізмаїл» як інструменту розвитку безпечного туризму в Придунав'ї

**Об'єктом дослідження** є процеси функціонування та розвитку туристичного сектору регіону.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних, організаційних та практичних аспектів адаптації та відновлення туристичного сектору Одеської області в умовах війни.

У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи: системно–структурний (для уточнення понятійного апарату), порівняльний (для аналізу міжнародного досвіду), статистичний (для оцінки динаміки туристичних по–

токів і податкових надходжень), SWOT та PEST–аналіз (для оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища), картографічний метод (при розробці веломаршруту).

Інформаційну базу дослідження склали законодавчі акти України («Про туризм»), офіційні дані Державної служби статистики, звітність Державної податкової служби в Одеській області, матеріали UNWTO, аналітичні звіти (EY Ukraine, Locator.ua), а також результати власних досліджень авторів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці конкретних механізмів адаптації туристичного бізнесу до умов війни. Запропоновані рекомендації щодо створення кластера реабілітаційного туризму, впровадження протоколів безпеки, цифровізації сплати туристичного збору та розроблений веломаршрут «Вилкове–Кілія–Ізмаїл» можуть бути використані органами місцевого самоврядування та суб'єктами туристичної діяльності для стратегічного планування та розширення асортименту послуг.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку джерел.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ КРИЗИ

### 1.1. Сутність туристичного сектору

Значний внесок у дослідження особливостей розвитку індустрії туризму в Україні та світі зробили В. В. Вечерський, Г. Г. Тараненко, І. І. Дворська, І. Більо, Ю. Ткачук, В. Г. Гуляєва, Т. В. Рассохіна, В. І. Голодяєва, А. Ю. Парфіненко, М. П. Мальська, О. О. Любіцева та Ю. А. Бондаренко. Безліч аспектів туристичної галузі вже були описані цими авторами, вирішене широке коло питань різного характеру [55].

Незважаючи на розмаїття авторів та їх опрацьованих робіт, що присвячені туристичній галузі, комплексного та системного дослідження функціонування туристичного сектору як окремого явища в умовах затяжного військового конфлікту залишається недостатньо розвиненим напрямком. Дані роботи фокусуються здебільшого на загальних кризових явищах чи розглядають туристичний сектор з економічної точки зору. Як результат, це призводить до відсутності систематичного планування та організації діяльності туристичного сектору

Ю. А. Бондаренко зазначає, що термін «туристичний сектор» використовують як узагальнюючу економічну категорію, що охоплює будь-які форми туристичної діяльності, пов'язані з виробництвом, споживанням та обслуговуванням туристичного продукту [55]. Тобто це поняття трактується як вбудована частинка національної економіки, що стимулює розвиток суміжних галузей – культури, розваг, транспорту, готельно–ресторанного господарства.

Згідно із Законом України «Про туризм», туристична індустрія представлена сукупністю різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [60].

Однак, окрему увагу варто приділити роботам М.П.Мальської, О.О.Любіцевої, що розглядають поняття «туристична індустрія».

М.П. Мальська дотримується законодавчого визначення індустрії туризму та відносить до неї: організаторів туризму (туроператори і туристичні агенти), перевізників, готелі та інші підприємства системи розміщення, підприємства громадського харчування, заклади системи розваг, підприємства банківської сфери, страхового бізнесу тощо [66]. Трактуючи М.П. Мальської підкреслює міжсекторальний характер туристичного сектору за рахунок залучення послуг фінансового та страхового характеру.

О.О. Любіцева визначає індустрію туризму як міжгалузевий господарський комплекс, що спеціалізується на створенні турпродукту, здатного задовольняти специфічні потреби населення у проведенні дозвілля у подорожі шляхом виробництва та реалізації товарів і послуг туристичного призначення [79]. В свою чергу, О.О. Любіцева визначає комплекс туристичної індустрії, що також сформований за рахунок міжгалузевої діяльності. Але наголошує, про необхідність унікальності при формуванні туристичного продукту та задоволення специфічних потреб туристів.

Європейські фахівці усю систему підприємництва в туризмі поділяють на дві частини: туристична індустрія та індустрія гостинності. До туристичної індустрії вони відносять, крім туроператорів і турагентів, ще й індустрію розваг, транспорт та екскурсійно–просвітні організації, а до індустрії гостинності – готельне та ресторанне господарство, а також індустрію побутових послуг і зв'язку [66].

Фахівці з країн, що розвиваються, класифікують дослідження туристичного сектору на рівні аналізу Meso – Micro – Macro[40]:

- ✓ основна частина досліджень почалася з рівня підприємств (мезорівень);
- ✓ відбулося поширення до рівня індивідуального підприємця (мікрорівень);

- ✓ в результаті розширилися до макрорівня – суспільне та політичне середовище.

На нашу думку, європейська наука пропонує бінарну класифікацію підприємницької діяльності, виділяючи дві окремі, але взаємодоповнюючі сфери: безпосередньо туристичну індустрію та індустрію гостинності. Такий підхід є важливим для точнішого аналізу регулювання, оскільки він враховує унікальні економічні, управлінські та маркетингові особливості кожної зі складових. Тобто в цьому випадку відбувається побудова концептуальної моделі функціонування туристичного сектору.

Водночас у країнах, що розвиваються, науковці (на відміну від європейських колег) акцентують увагу на іншому аспекті. Вони наголошують, що підприємницька діяльність у туристичному секторі насичена практичним досвідом, проте відчувається значний брак теоретичних підходів [40].

*Туристичний сектор* розглядають за просторовою ознакою. Лейпер Н. запропонував концепцію, що описує систематичну сутність туристичного сектору [35]. Ця модель складена з 3 ключових компонентів:

1. Туристичний регіон (TGR): місце відправлення – звідти починаються туристичні поїздки. Вона включає ринки, що стимулюють попит на туристичні послуги та напрямки
2. Туристичний регіон (TDR): місце, де відбувається туристична діяльність. Регіон туристичних атракцій, що відповідає очікуванням туристів.
3. Регіон транзитного маршруту (TRR): територія, через яку подорожують туристи, щоб дістатися до місця призначення. Охоплюються інфраструктура, що сприяє пересуванню туристів [35].

Потрібно наголосити на тому, що поняття «туристичний сектор», «туристична сфера», «туристична індустрія», «сфера туристичної діяльності», «індустрія гостинності», «рекреаційно–туристичний комплекс» часто використовуються як синоніми та взаємозамінні терміни. Але варто

розглянути цей синонімічний ряд більш детально та виокремити особливості.

*Туристична сфера* – середовище для формування державної політики в сфері туризму, яка поєднує соціальні, правові організаційні, економічні складові [16]. В даному випадку, це поняття ширше, ніж туристичний сектор, бо містить не лише господарюючих суб'єктів, а сформована з інституційної, управлінської та ресурсних баз туризму.

Щодо туристичної індустрії, варто зазначити, що цей термін використовується як економічний еквівалент поняття «туристичний сектор», особливо в статистичних і управлінських документах.

Що стосується туристичної галузі, то її тлумачення характеризується як діяльність, що безпосередньо забезпечує розвиток туризму та суміжних сфер [87].

На відміну від «індустрії», поняття «галузь» застосовується в секторальній структурі економіки. Тобто, *туристична галузь* – сектор національної економіки, що відповідає «туристичному сектору». Себто, його можна вважати майже як повний синонім.

*Сфера туристичної діяльності* – комплекс видів діяльності, пов'язані із організацією подорожей, обслуговуванням туристів та створенням туристичного продукту [87].

Цей термін охоплює функціональний та практичний виміри діяльності: менеджмент, послуги, обслуговування, маркетинг.

Рекреаційно–туристичний комплекс – це територіально–галузева структура туризму, що включає природні ресурси, кадри, інфраструктуру та установи [16]. Його доцільно розглядати як структурно–просторовий аналог поняття «туристичний сектор» на регіональному рівні.

Туристична діяльність – сукупність дій, пов'язаних зі створенням, просуванням і реалізацією туристичного продукту [16]. Це базове поняття

описує практичний аспект функціонування туристичного сектору, тобто його операційний рівень. Туристичний сектор, відповідно, інтегрує сукупність усіх цих видів діяльності.

Індустрія гостинності – частина туристичного сектору, що охоплює готельні, ресторани, транспортні та анімаційні послуги [16]. Вона виступає тим компонентом сектору, який забезпечує «людський» вимір туризму: сервіс, комфорт, враження.

Сфера послуг у туризмі – операційна підсистема туристичного сектору, орієнтована на споживача [87]. Вона становить прикладний вимір сектору, який безпосередньо формує споживчу вартість туристичного продукту.

Узагальнений синонімічний ряд виглядає наступним чином:

Туристичний сектор = туристична сфера, туристична індустрія, туристична галузь, сфера туристичної діяльності, туристично–рекреаційний комплекс, індустрія гостинності, система туризму, економіка туризму.

Якщо систематизувати, можна визначити ієрархію за обсягом поняття:

*Таблиця 1*

**Ієрархія за обсягом поняття (1–й рівень – найширший; 5– найвужчий)**

(побудовано за [90])

Рівень	Поняття	Зміст
1	Туристична сфера	Найширше, включає політику, ресурси, інфраструктуру
2	Туристичний сектор/галузь	Економічна підсистема, що виробляє й реалізує туристичний продукт
3	Туристична індустрія	Сукупність підприємств і установ у межах сектора
4	Сфера туристичної діяльності	Практичний рівень організації послуг
5	Індустрія гостинності/рекреаційно–туристичний комплекс	Функціональні або територіальні підсистеми сектора

Для цілей наукового дослідження авторами було обрано комплексний підхід. Це найбільш ефективний підхід для формування термінологічного

апарату, що стосується туристичного сектору. За ним відбувається інтеграція загальноприйнятних визначень з більш виокремленою науковою класифікацією європейського дослідження. Це зроблено з метою врахування відмінностей в національних та міжнародних підходах до класифікації, управління та функціонування туристичного сектору. Може виступати, як функціональний синонім «туристичного сектору».

Також особливістю використання комплексного підходу є застосування не тільки для уточнення понять або структурних компонентів туристичного сектору, це також допомагає пропонувати розробку більш гнучких моделей управління в умовах кризи.

Тобто, на фоні затяжної війни, появи гібридних загроз, соціально–економічних адаптацій – туристичний сектор отримує нові виклики. За рахунок такого комплексного підходу, для туристичної індустрії відкриваються можливості інноваційних методів управління.

## **1.2. Особливості функціонування туристичного сектору**

Спираючись на наведену ієрархію (Табл. 1), об'єктом даного дослідження є туристичний сектор (2–й рівень) як комплексна соціально–економічна підсистема регіону. Водночас, практичне функціонування туристичного сектору та формування туристичного продукту забезпечується саме туристичною індустрією (3–й рівень).

Індустрія туризму виступає своєрідним «виробничим ядром» та матеріально–технічною базою для всього сектору. Саме сукупність підприємств індустрії (готелів, туроператорів, перевізників) генерує економічні показники сектору, створює робочі місця та формує пропозицію для туриста. Тому для глибокого аналізу стану туристичного сектору Одещини, особливо в кризових умовах, необхідно детально розглянути структуру його базової складової – туристичної індустрії.

Структурну будову індустрії туризму, що включає як спеціалізовані, так і суміжні підприємства, наочно відображено на рисунку нижче.

Буде подано авторами у вигляді схеми нижче.



Рис. 1.1. Структура індустрії туризму (розроблено авторами за даними [62])

Окрім спеціалізованих туристичних підприємств, обслуговуванням мандрівників займаються також суб'єкти господарювання, які можуть функціонувати і без туристичного потоку, проте за умови розташування у туристичних центрах значно розширюють спектр своєї діяльності. До таких належать таксопарки, заклади харчування (ресторани, кафе), а також підприємства сфери дозвілля та культури (спортклуби, музеї, театри, зоопарки, казино, виставкові й конгресові зали тощо) [62].

Варто зазначити, що в умовах нестабільного економічного середовища туристичні підприємства, як і будь-який інший бізнес, стикаються з низкою викликів. Джерелами підвищеної складності менеджменту в туризмі є:

- ✓ Високий ступінь невизначеності ринкової ситуації;
- ✓ Сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги;
- ✓ Посилення конкуренції в туристичному бізнесі;
- ✓ Брак фінансових (зокрема оборотних) ресурсів тощо [72].

З огляду на це, туристичне підприємство не може обмежуватися лише поточним плануванням та оперативним управлінням. Виникає нагальна необхідність стратегічного планування, яке має втілитися в конкретну програму дій, що уточнює цілі та засоби реалізації обраного шляху розвитку [72]. Саме необхідність адаптації до змін перетворює туристичний сектор на своєрідний інноваційний майданчик, адже компанії змушені постійно функціонувати в умовах змінних зовнішніх та внутрішніх загроз — від політичних криз до глобальних форс-мажорів, таких як пандемія COVID-19 чи природні катастрофи [79].

Не менш важливим чинником є державне регулювання взаємодії з приватним сектором. Концептуально державне регулювання туристичної сфери в Україні здійснюється переважно у трьох напрямках: законодавчому, адміністративному та економічному. Кожен з них реалізується через діяльність відповідних органів державної влади, що виконують багатофункціональні завдання [79]. Тобто держава формує правову базу та інструменти управління, що дозволяє координувати розвиток інфраструктури та має на меті забезпечення балансу між попитом і пропозицією.

Також вагомим є вплив міжнародних організацій на розвиток галузі. Зокрема, відбувається об'єднання знань задля підвищення кваліфікації персоналу та покращення якості послуг. Галузеві інституції у взаємодії з UNWTO (Всесвітньою туристичною організацією) проводять роботу зі збору

статистики, створення тренінгових програм та надають експертну оцінку туристичній діяльності. Як результат, бізнес отримує доступ до прогнозів, досліджень ринку та можливість використання кращих практик міжнародних стандартів, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності туризму держав-членів [44]. При цьому ключовим напрямом співпраці є кризове управління та формування стійкості, оскільки UNWTO розробляє системні плани реагування на надзвичайні події.

Окрему увагу варто приділяти цифровій трансформації та інноваціям в індустрії. Спостерігається активне впровадження сервісів мобільних бронювань та VR-турів, що в сукупності підвищує ефективність маркетингової діяльності та точність прогнозування попиту на основі персоналізованих запитів користувачів.

Отже, характеризуючи особливості функціонування туристичного сектору, слід зазначити, що він є єдиною екосистемою взаємопов'язаних гравців: від готелів до місцевих громад та наукових інститутів. Усі вони спільно здатні адаптувати галузь до сучасних реалій. Це стає можливим завдяки оперативному реагуванню учасників ринку, активній цифровізації процесів та персоналізації послуг, що в кінцевому підсумку забезпечує конкурентоспроможність національного туристичного продукту.

### **1.3. Вплив кризових явищ на туристичний сектор**

Туристична індустрія в умовах глобалізаційних процесів функціонує при постійній взаємодії зі значною кількістю зовнішніх факторів, посеред яких найбільш яскраво виступають кризові явища. Потрібно сказати, що слово «криза» походить від грецького слова «krisis», що означає рішення або поворотний момент [24]. Однак більшість криз, з якими стикається туристична галузь, мають непередбачений характер появи.

За типологією UNWTO, можна класифікувати 5 типів криз, що мають вплив на туристичний сектор [7]:

- ✓ *екологічні кризи* – події, що пов’язані напряду з природними катастрофами. Це можуть бути: землетруси, цунамі, виверження вулканів, урагани, лісові пожежі, посухи та інші. Доволі часто події екологічного характеру призводять до фізичного знищення об’єктів туристичної інфраструктури. Крім того, екологічні кризи мають негативний вплив на транспортну доступність та спричиняють перебої у забезпеченні базових послуг, що у довгостроковій перспективі призводить до значних іміджевих втрат для туристичної дестинації;
- ✓ *економічні кризи* – події, що впливають на купівельну спроможність туристів. Це можуть бути: банківські кризи, валютні коливання, зміни цін на паливо або глобальна рецесія. Ефект від цього проявляється в скороченні загальної кількості подорожей, зменшується тривалість перебування в туристичній локації, але зростає попит на більш бюджетні тури та відбувається розвиток внутрішнього туризму в країнах;
- ✓ *технологічні кризи* – явища, що пов’язані з транспортними катастрофами залізничного, морського та авіаційного сполучення. Внаслідок збоїв інформаційних систем, що спричинені хакерськими атаками відбуваються інциденти в готельному господарстві або в критичній інфраструктурі. Підсумком таких обставин може бути локальний або міжнародний вплив криз на туристичний імідж країни або бренду;
- ✓ *суспільно–політичні кризи* представлені: війнами, збройними конфліктами, громадськими заворушеннями, що виникають внаслідок порушення прав людини, формуються через політичну нестабільність починаючи з локального рівня та переходячи до регіонального масштабу. Особливу небезпеку становлять терористичні акти. Вважається, що після низки атак у Європі уряди та країни призначення тепер краще усвідомлюють небезпеку та вкладають більше ресурсів у свої плани запобігання та відновлення. Сподіваємося, що в майбутньому

пункти призначення будуть краще підготовлені до боротьби з терористичними ситуаціями та ефективного реагування [65]. Такі фактори спроможні кардинально змінити карту туристичних потоків. Спостерігаються масові скасування турів, закриваються ринки та знижується довіра до регіону на роки вперед;

- ✓ *медичні кризи* – епідемії та пандемії, зокрема: SARS, COVID–19, Ebola, H1N1, можуть спричинити найбільш негативні наслідки для туристичної індустрії. Це простежується через закриття кордонів, введення карантинних обмежень. В туристів починається формування страху зараження і це призводить до переміни поведінкових моделей.

COVID–19 надзвичайно вплинув на життя людей через кризу здоров'я. Пандемія спровокувала найгіршу глобальну кризу та найбільший виклик, з яким світ зіткнувся після Другої світової війни. Пандемія є безпрецедентною за своїм глобальним охопленням і впливом. Спалах COVID–19 став однією з найзначніших пандемій після іспанського грипу [61].

Для наочної ілюстрації зазначених викликів, нижче наведено діаграми, що базуються на опитуваннях експертів ООН Туризм за січень та травень 2025 року, де визначено ключові загрози, що мають безпосередній вплив на міжнародний туристичний сектор [42].

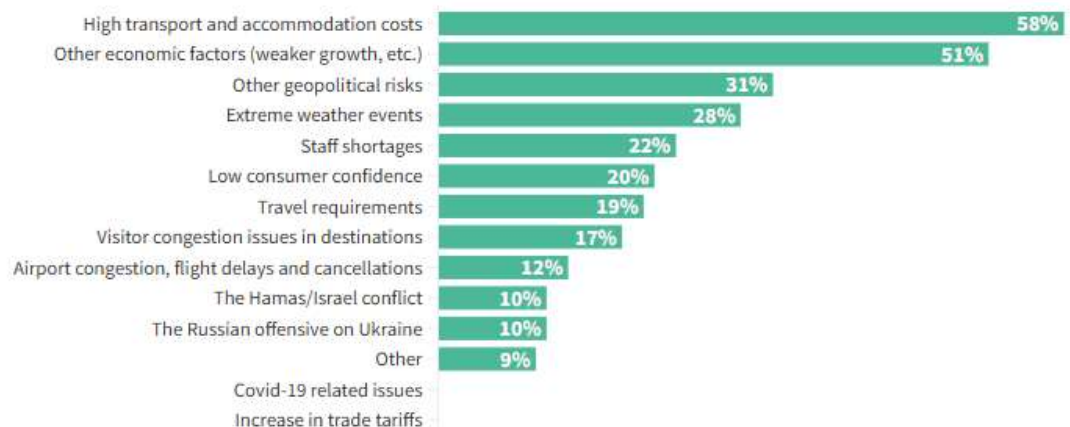
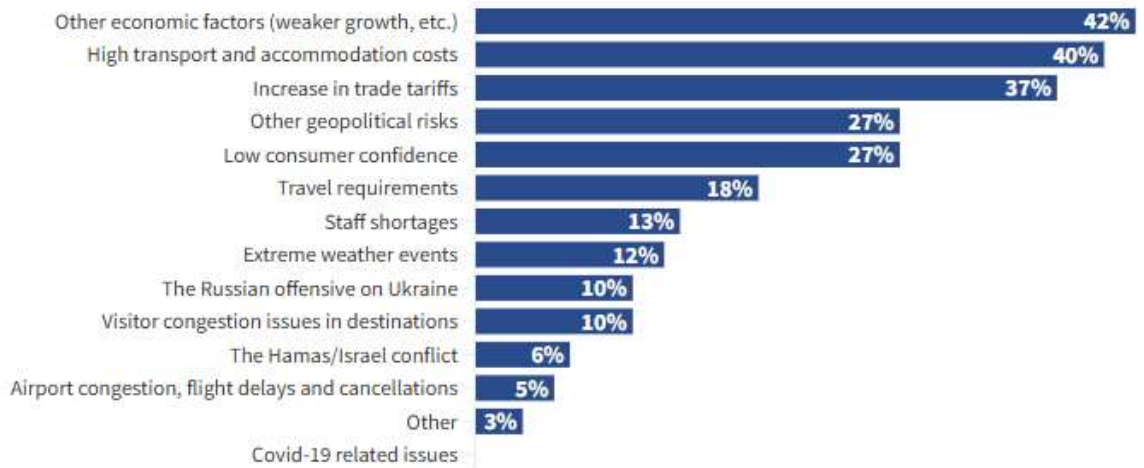


Рис.1.2. Результати опитування групи експертів ООН з туризму у січні 2025 р. [42]



Source: May 2025 Survey of the UN Tourism Panel of Experts. Graph shows percentage of experts mentioning each factor. Data as collected by UN Tourism, May 2025. Published: 27/05/2025

Рис.1.3. Результати опитування групи експертів ООН з туризму у травні 2025 р. [42]

Згідно з даними опитуваннями, ключовими кризовими явищами, що мають прямий вплив зазначаються економічні та геополітичні чинники. Найбільше згадується висока вартість транспорту та розміщення (58% в січні, 40% в травні) та інші економічні фактори, що пов'язані зі слабким економічним зростанням (51% і 42%). Пригадані чинники сутнісно знижують доступність подорожей для широкого верства населення.

Наступною за згадуванням йдуть геополітичні ризики (31% і 27%), що включають політичну нестабільність в різних регіонах світу. Це відображає невизначеність і обережність туристів.

Доволі важливим чинником можуть бути екстремальні погодні явища (28% і 12%). Це свідчить, що глобальні кліматичні зміни поступово збільшують вплив на туризм, більша загроза для регіонів де туристичний сектор має сезонну спеціалізацію.

Окремої уваги заслуговують операційні виклики галузі: гострий кадровий дефіцит, зумовлений міграцією та мобілізацією, а також ускладнення логістики. Надмірне навантаження на діючі транспортні коридори призводить до збоїв у роботі транзитних вузлів та аеропортів сусідніх країн, що провокує затримки рейсів і, як наслідок, знижує загальну якість туристичного досвіду.

Вагомим чинником дестабілізації залишаються загрози, пов'язані з військовими конфліктами – війна росії проти України, конфлікт ХАМАС–Ізраїль–Іран. В списку вони присутні на рівні показників  $> 10\%$ . Тобто засвідчується про значний, але при цьому не домінуючий вплив на глобальний туризм. Пов'язана така думка з все ж таки, локалізованим характером конфліктів та адаптацією туристичного сектору.

З приводу медичних криз, найбільшою загрозою була пандемія COVID–19. Тепер більше не розглядається, як основна загроза. Це говорить про те, що туристичний сектор поступово відновлює впевненість та переходить в нову постпандемію фазу нормалізації.

Тобто, за класифікацією UNWTO можна зробити остаточний висновок, що найбільший вплив на туристичний сектор мають наступні типи криз: економічні, суспільно–політичні та зростає вплив екологічних криз.

Для тематики наукового дослідження та вивчення туристичного сектору Одеського регіону, найбільшу увагу потрібно приділяти кризі суспільно–політичного характеру в категорії збройних агресій, міжнародних конфліктів або військових втручань.

#### **1.4. Досвід інших країн у відновленні туристичного сектору після військових конфліктів.**

Туристичний сектор України та Одеського регіону зокрема переживає безпрецедентно складний період. Ця криза зумовлена систематичними та зростаючими за масштабом атаками армії РФ по об'єктах інфраструктури, в тому числі й туристичної, а також непоправною шкодою, якої зазнають природно–рекреаційні ресурси. Важливо зазначити, що вплив війни в Україні має не локальний, а щонайменше регіональний та макроекономічний характер, оскільки були критично порушені усталені транспортно–логістичні зв'язки, а значна частка населення була змушена виїхати в більш безпечні регіони або за кордон. Як наслідок, цей вплив відчутний і в країнах Європи: зростання цін на енергоносії та загальна інфляція в ЄС призвели до

здорожчання транспортних послуг і проживання. Окрім того, безпекові ризики в Чорноморському басейні та психологічний фактор близькості фронту негативно позначилися на туристичній привабливості сусідніх держав, насамперед Польщі, Румунії, Молдови, Словаччини та країн Балтії, де фіксувався спад в'їзного туризму через побоювання іноземних мандрівників щодо загальної безпекової ситуації в регіоні Східної Європи.

Водночас війна – це не тільки стагнуючий фактор, але й специфічний інструмент, який відкриває чимало можливостей. І вже сьогодні простежуються певні зміни: формується новий сегмент іноземних гостей, які відвідують Україну навіть в умовах воєнного стану, прагнучи на власні очі побачити унікальність української культури та землі [70].

Повністю спустошений потенціал туристичного сектору в регіонах центральної, східної та південної України. Замість розвитку внутрішнього туризму спостерігалась багатомільйонна міграція населення всередині держави, а масовий виїзд громадян України за кордон не пов'язаний із туристичною метою [57].

На шляху повоєнного відновлення сфери туризму в Україні доцільно також врахувати досвід інших країн, які теж були у кризових ситуаціях, економіка яких, і сфера туризму зокрема, була зруйнована через війну, і тепер успішно розвиваються, насамперед у сфері туризму [56].

Найбільш близьким прикладом через протікання наразі військового конфлікту є досвід Ізраїлю. Починаючи з моменту утворення держави у 1948 році

Ізраїль постійно перебуває в стані війни проти Палестини. Ізраїльсько–палестинський конфлікт триває десятиліттями – за спірні території [22].

Частка туризму в економіці Ізраїлю складає 6,2%. Найпопулярнішими видами туризму є: паломництво, медичний туризм, культурний. У 2019 році країну відвідали майже 4,5 млн. туристів [22].

Якщо брати до уваги події після 7 жовтня 2023 року відновлення туристичного сектору виглядало наступним чином:

По–перше, почався процес невідкладної допомоги евакуйованим та процес підтримки готелів. Завдяки діям Міністерства туризму готелі були оперативно переведені на прийом внутрішньо–переміщених осіб. Понад 125 000 евакуйованих знайшли тимчасовий прихисток у 50 000 кімнатах, а готелям було виплачено близько 3,2 млрд шекелів для покриття витрат на проживання та субсидії через Національний інститут страхування на суму ще 2 млрд шекелів [12].

По–друге, відбулася оцінка втрат і падіння туристичного потоків. Внаслідок бойових дій та закриття повітряного простору над країною показник іноземних прибуттів впав більш ніж на 90%. Збитки становили 3,4 млрд\$ в період з жовтня 2023 до травня 2025 року [12].



Рис.1.4. Відновлення роботи екскурсійних маршрутів через державні субсидії м. Тель–Авів, червень 2024 [81]

Наступним пунктом став План відновлення. В березні 2024 року Міністерство туризму Ізраїлю затвердило програму з реставрації та модернізації готельного фонду на 175 млн шекелів та додаткові 10 млн шекелів на промоцію внутрішнього туризму. Ці кошти пішли на відновлення номерного фонду, модернізацію сервісу й інфраструктури, а також на створення комбінованих культурно–спадкових і еко–турпакетів для стимулювання попиту всередині країни [81].

Завдяки таким комплексним заходам державного управління показує стійкість та повільне повернення до туристичного життя.

Доволі цікавим прикладом повоєнного відновлення є В'єтнам. Війна В'єтнаму зі Сполученими Штатами тривала майже 20 років, з 1955 по 1975 рік, в результаті чого загинуло понад 58 000 американців і в багато разів більше в'єтнамців [1].

В наші дні, поля битв у В'єтнамі є місцями паломництва для ветеранів з обох сторін, що воювали там. Також цей регіон доволі привабливий для туристів, що зацікавлені у військовому туризмі.



Рис.1.5. Уламки американського танка, виставлені на військовій базі Кхесань, В'єтнам [1]

Завдяки спрощенню візових режимів та процесу цифровізації В'єтнаму вдалося в 2024 році відновити туристичний сектор після пандемії COVID-19 на 98%. Тобто, в 2024 році В'єтнам відвідало понад 17,5 мільйона іноземних туристів, що наближається до рекордних 18 мільйонів, встановлених у 2019 році до пандемії [1].

Сам процес відновлення туристичного сектору В'єтнаму включав п'ять етапів.

Починаючи з 1975 по 1985 роки, після завершення війни туристична індустрія не мала ні інфраструктуру, ані логістику. Фокус держави перебував на відновленні політичного та економічного стану.

Лише через десять років, з 1986 року і до початку 90-х років, туризм став значним в економіці В'єтнаму[1].

Після ухвалення політики «Оновлення» було дозволено залучати приватний і закордонний капітал в будівництво готелів та туристичних об'єктів [1].

Ще одним позитивним чинником розвитку туристичного сектору послугувала нормалізація відносин з США та вступ до регіональних організацій. Як результат, почався справжній туристичний бум, бо американські ветерани війни повернулися та почали розвивати явище «військового туризму».

Тобто, якщо підсумувати, то ключовими висновками формування туристичного ринку стали:

- ✓ Політичний курс «Оновлення» – це дозволило запуснути міжнародні інвестиції в країну, зокрема в туристичну індустрію;
- ✓ Відбулася нормалізація відносин з США з подальшим вступом країни до регіональних організацій позитивно вплинуло на зростання кількості;
- ✓ Реформи візової політики та цифровізація зробили В'єтнам одним із лідерів регіонального відновлення туристичного сектору.

Важливо також пригадати досвід відновлення туристичного сектору Хорватії.



Рис.1.6. м. Дубровнік, Хорватія [66]

Туризм у Хорватії фактично припинився у 1990–х роках під час громадянської війни (1991–1995 рр.). Після цього почалася масштабна піар–кампанія країни та її раніше невідомих туристичних «родзинок»: Хорватія має понад 1000 своїх островів, 66 з яких заселені. Завдяки таким географічним особливостям країна приваблює туристів, які раніше знали лише грецькі острови. Хорватські пляжі почали отримувати «блакитний прапор» за екологічність і чистоту. Сплеск туристів сильно вплинув на економіку Хорватії.

Туристичний сезон в країні триває з початку червня до кінця вересня, коли заповнюваність готелів досягає 100% [66].

Близько 10 мільйонів гостей на рік приносять значний дохід і створюють близько 15 % ВВП Хорватії. Це допомогло збільшити інвестиції у розбудову прибережних готелів та інфраструктури, ресторанів та пристаней для яхт. За даними Хорватського бюро статистики, до пандемії коронавірусу доходи країни від туризму росли на 11% щорічно [66].

Приділити увагу варто й острівній державі, що знаходиться в Середземному морі – Кіпр.



Рис. 1.6. «Блакитні» пляжі Кіпру [66]

Країна відома доволі розвиненою туристичною інфраструктурою та великою кількістю пляжів.

Кіпр став незалежною від Великобританії державою в 1960 році. У наступні роки на острові відбувся міжетнічний конфлікт між грецькими та турецькими громадами. У 1964 році там розмістився миротворчий контингент ООН і була проведена демаркаційна лінія, яка ділить Кіпр на Самопроголошену Турецьку Республіку Північного Кіпру, що підтримується Туреччиною та прийняту в ЄС південну частину острова в 2004 році.

У 2018 році курортний острів отримав рекордну кількість туристів – 3,8 млн. при населенні в 1,22 млн. жителів. Доля туризму в економіці країни складає близько 18%. У 2021 році приріст турпоточка в пікові місяці складав до 300% порівняно із 2020 роком [66].

Підсумовуючи, зазначимо, що ключовим фактором успіху для відновлення туристичного сектору, враховучи досвід країн, які пережили військово–політичні кризи чи перебувають ще в них та успішно адаптували туристичний сектор до нових реалій, можуть бути: відновлення інфраструктури, підтримка держави, міжнародних спонсорів, активна участь місцевих громад, використання культурної спадщини, введення активної

цифровізації туристичного сектору. В сукупності це може допомогти доволі швидко відновити туристичний сектор в нашій країні також.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

### 2.1. Загальна характеристика туристичної інфраструктури Одеської області

Туристична інфраструктура вважається ключовою складовою розвитку економіки в регіонах із вираженим туристсько–рекреаційним потенціалом, зокрема в Одеській області. Регіон має необхідну матеріально–технічну базу, яка впливає на конкурентоспроможність туристичного сектору, формує його імідж та визначає якість туристичного досвіду.

Одеська область традиційно вважається одним із головних туристично–рекреаційних центрів України. Її привабливість базується на поєднанні природно–кліматичних ресурсів, багатій історико–культурної спадщини, розвиненої транспортної системи та самобутньої гастрономічної культури. До війни регіон щороку приймав мільйони відпочивальників із України та з–за кордону. Починаючи з 2022 року, туристичний сектор області зазнав суттєвого спаду, але у 2024–2025 роках спостерігаються ознаки поступового відновлення внутрішнього туризму, переорієнтації на безпечні локації, розвиваються локальні сервіси і нових форм розміщення. Військові дії суттєво вплинули на місткість ринку. У програмі соціально–економічного розвитку області зазначається, що до 2022 р. туристичний сектор залишався одним із ключових джерел доходів, однак після початку повномасштабної війни кількість іноземних туристів різко скоротилась. Частину готелів, хостелів та пансіонатів перепрофілювали під житло для внутрішньо переміщених осіб, що звузило пропозицію туристичних місць, і водночас спонукало власників переорієнтовуватися на внутрішній туризм, екологічні та культурно–історичні маршрути [77]. 2025 року влада області визначила пріоритетами: модернізацію та розширення туристично–рекреаційної інфраструктури, залучення інвестицій через електронну інвестиційну

платформу й онлайн–систему туристичної інформації задля моніторингу туристичних потоків [77].

Особлива увага приділяється адаптації інфраструктури до потреб інклюзивності. Це включає підтримку санаторіїв та курортів, які забезпечують оздоровлення захисників та громадян, що постраждали від бойових дій.

Мережа закладів розміщення в Одеському регіоні налічує понад 1300 об'єктів розміщення різного типу [58].

Одеська ОВА включила розвиток готельної та рекреаційної інфраструктури до середньострокового плану 2025–2027, в якому є картки інвестиційних проектів і заходи з відновлення туристичного фонду. Це дає юридично–організаційний каркас для залучення інвестицій і реконструкцій[76].

Основна концентрація готельної інфраструктури– місто Одеса, а також курортні зони: Сергіївка, Кароліно–Бугаз, Грибівка, Коблеве, Затока. За прогнозами компанії EY Ukraine, готельна база в Україні у 2025 році збільшиться на ~ 1 400 нових номерів, з яких приблизно 300 номерів планується у Одесі [89]. Також є проекти реконструкцій закладів розміщення, список буде наведений нижче: Рекреаційний комплекс «Бриз», готель «Пасаж», Апартаментний комплекс «Primorsky Residence», Готельно–оздоровчий комплекс з яхт–клубом «Парус», Апартаментний комплекс «Times».

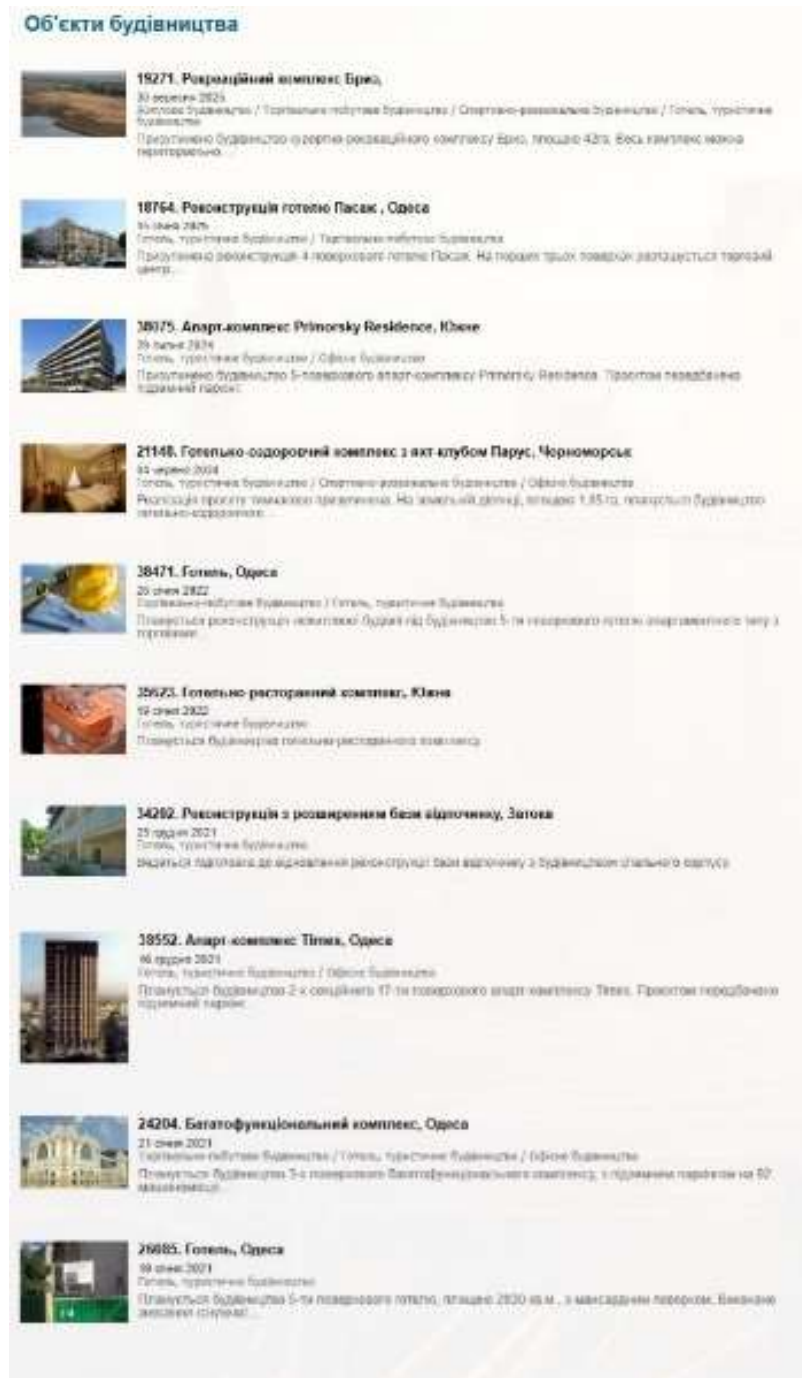


Рис.2.1. Об'єкти будівництва категорія туристичне будівництво [18]

В області функціонують заклади різного профілю: загальнооздоровчі, дитячі, а також спеціалізовані центри з бальнео– та фізіотерапією. Більшість із них працюють на базі природних курортів, зокрема у Затоці (де вже формуються пропозиції на 2025 рік). Однак цей ринок є сезонним і потребує маркетингового оновлення для залучення клієнтів у міжсезоння [89].

У структурі готельного господарства кількісно переважають малі форми: невеликі сімейні готелі, гостьові будинки та апарт-готелі. Географічно розвиток інфраструктури є нерівномірним:

- ✓ Нові об'єкти готельної інфраструктури з'являються переважно в Одесі та курортній смузі «Чорноморськ–Кароліно–Бугаз–Затока»;
- ✓ Північні та північно–західні райони області характеризуються низькою інвестиційною привабливістю та застарілою матеріальною базою.

Отже, на сучасному етапі в регіоні спостерігається поляризація сервісу.

З одного боку реконструкція та запуск готелів преміум–рівня, з іншого – активне розростання приватного сектору (Грибівка, Сергіївка, Білгород–Дністровський).

Невіддільною складовою інфраструктури гостинності є мережа закладів харчування, що робить гастрономічний туризм одним із провідних та найбільш розвинених видів туризму в Одеській області.

Багатство місцевої кухні та високий рівень сервісу формують потужну пропозицію для туристів. Спираючись на дані сервісу [Locator.ua](http://Locator.ua) та аналіз популярних запитів, структуру закладів громадського харчування в Одесі можна розподілити на такі основні категорії [27]:

Заклади регіональної та локальної кухні. Ресторани та кафе, що спеціалізуються на одеській, бессарабській та українській кухнях, які є головним магнітом для гастротуристів.

Заклади рекреаційного типу. Об'єкти, орієнтовані на неспішний відпочинок, зокрема ресторани з літніми терасами та видом на море, що є особливо актуальним у курортний сезон.

Заклади ділового та швидкого харчування. Категорія, що покриває попит на «бізнес–ланчі» та обслуговує ділових туристів, а також сервіси доставки їжі, які набули популярності як зручна опція для гостей апарт-готелів.

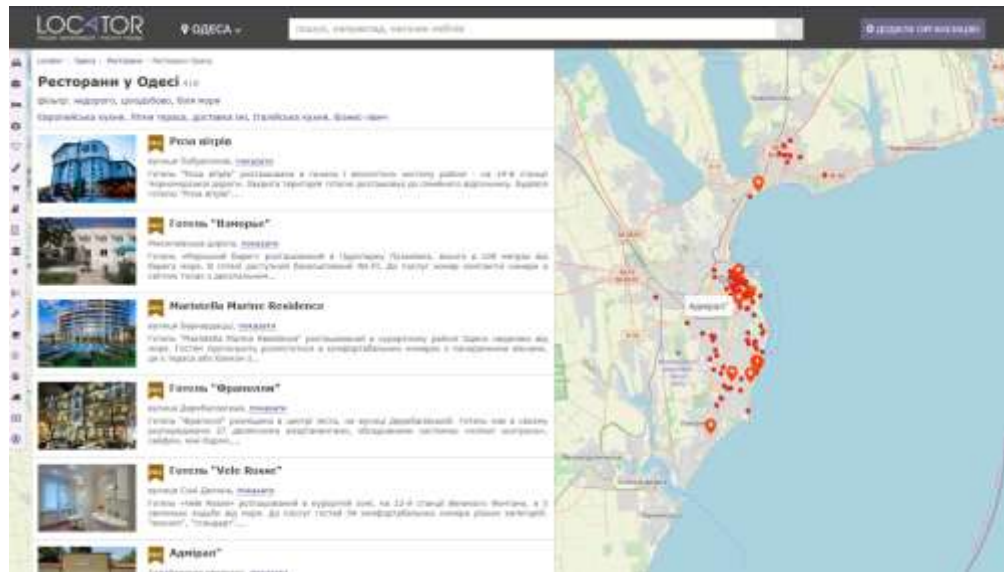


Рис 2.2. Фрагмент з сайту Locator.ua, що відображає місцезположення основних закладів гастрономічного туризму [27]

Основні зони концентрації – центр Одеси (Дерибасівська, Приморський бульвар), Аркадія та південне узбережжя (Шабо, Затока, Кароліно–Бугаз).

У центрі міста сформувався осередок класичної гастрономії з понад 400 ресторанами й кафе, де популяризуються одеські страви та місцеві вина. Аркадія виконує функцію молодіжного й розважального гастрокластера, орієнтованого на поєднання пляжного відпочинку з сучасними форматами харчування.

Південний напрям зосереджений на винно–гастрономічному туризмі – особливо в Шабо, де діє Центр культури вина і дегустаційні маршрути [100]. Схожу інфраструктуру можна ще побачити в: Криничному (Виноробня «Колоніст»), Фрумушика–Нова, Вилкове [28].

У курортних районах, зокрема в Затоці, Сергіївка, Аркадії, інфраструктура харчування розширюється: пляжні бари, заклади з панорамними видами, ресторани на березі, кафе з морською кухнею.

Села Бесарабії пропонують гастроетнографічні атракції: вареники з сиром і виноградом, мамалига, домашні ковбаси. Туристи можуть обідати у садибах, дегустувати виноградні та баштанні культури.

Проте сервісні та якісні стандарти в закладах харчування значно варіюються, особливо у менш туристичних населених пунктах – іноді меню обмежене, обладнання потребує оновлення [42].

Станом на 2025 рік спостерігається системний розвиток гастрономічного туризму в регіоні. Зростає частка закладів, що працюють із місцевими продуктами, активно розвивається культура винних подорожей, а ресторанний сектор дедалі частіше впроваджує принципи екологічної сталості та «zero waste». Поряд із класичними ресторанами з'являються нові креативні формати: кулінарні студії, гастрошколи, інтерактивні дегустації та фермерські маркети. Значну роль у популяризації гастрономічної Одещини відіграють цифрові платформи (такі як GastroOdesa, Visit Odesa Region), що інтегрують бронювання, маршрути та рекомендації, роблячи туристичний досвід більш доступним. [41].

Попри воєнні обмеження, транспортна система регіону залишається найбільш розвиненою серед інших південних регіонів.

Транспортна доступність регіону покращується завдяки реалізації державних та міжнародних інфраструктурних проектів. Окрему увагу приділено стратегічній трасі М–15 (Одеса – Рені). Її реконструкція здійснюється за фінансової підтримки Європейського інвестиційного банку в розмірі 134 млн євро, що сприятиме повноцінному відновленню цієї важливої транспортної артерії, яка сполучає Україну з країнами ЄС.

Паралельно триває модернізація магістралей М–05 (Одеса – Київ) та Т–16–06 (Одеса – Білгород–Дністровський – Затока). Важливим етапом у плані відновлення області на 2025–2027 рр. передбачено будівництво мосту через Дунай між селами Орлівка (Одещина) та Ісакча (Румунія). Це дозволить

інтегрувати дороги регіону до транс'європейської мережі та значно підвищити транзитний і туристичний потенціал [76].

Знаковим об'єктом став міст через канал Кофа на автодорозі Т-16-07 «Ізмаїл – Кілія – Вилкове», капітальний ремонт якого завершено у червні 2025 року. Відновлення переправи, яка раніше перебувала в аварійному стані, дозволило скоротити шлях між Кілією та Ізмаїлом зі 140 км (об'їзд) до 40 км [79].

Окрім логістичної користі для місцевого населення та економії бюджетних коштів (понад 60 млн грн), цей проект має критичне значення для розвитку туристичної галузі. Скорочення часу в дорозі та покращення якості покриття суттєво спрощує доступ до туристичних магнітів Придунав'я, зокрема до міста Вилкове. Це робить віддалені рекреаційні локації більш привабливими для туроператорів, дозволяє формувати комфортні маршрути вихідного дня та збільшує потік індивідуальних автомандрівників.

В Одесі до сезону 2025 року забезпечено стабільну роботу міського громадського транспорту. Окрім цього, запущено сезонні автобусні рейси до ключових рекреаційних зон: Затоки, Чорноморська, Кароліно–Бугазу та Білгорода–Дністровського.

Водночас залишається актуальною проблема транспортної доступності віддалених курортів (Катранка, Курортне, Лебедівка, Рибаківка). Сполучення з цими локаціями є недостатньо ефективним через нерегулярність рейсів, незадовільний стан дорожнього покриття на під'їзних шляхах або складну логістику, що значно збільшує час у дорозі.

Позитивним фактором є розвиток міжнародного залізничного сполучення, що сприяє активізації транскордонного туризму. Зокрема, у 2025 році відновлено рух пасажирського потяга за маршрутом Кишинів – Одеса. Внутрішнє сполучення з іншими обласними центрами також функціонує регулярно.

но, проте вартість квитків має тенденцію до зростання, що зумовлено підвищенням цін на пальне та енергоносії.

Наразі аеропорти України закриті для комерційних рейсів через дію правового режиму воєнного стану. Попри вимушену зупинку польотів, Одеський аеропорт зберігає потужний інфраструктурний потенціал для майбутнього відновлення. Ще у 2020–2021 роках тут було введено в експлуатацію новий пасажирський термінал та злітно–посадкову смугу довжиною 2,8 км. Ця модернізована база є основою для подальших планів розвитку, які передбачають створення логістичного складу, митного терміналу, бізнес–центру та паркінгу [85].

Окремим перспективним напрямом залишається водний туризм у дельті Дунаю. Попри загальну складну ситуацію, туристи продовжують цікавитися маршрутами до Вилкового. Наразі виокремлюють чотири основні водні екскурсії, фінальною точкою яких є «нульовий кілометр» – місце впадіння Дунаю в Чорне море [90]:

- 1) «Нульовий кілометр»;
- 2) «Екологічна стежка Лебединка»;
- 3) «Заповідне узмор'я»;
- 4) «Нова земля».

Варто наголосити, що організація цих турів відбувається з суворим дотриманням безпекових вимог та обмежень, зумовлених режимом воєнного стану.

Безпекова ситуація суттєво вплинула і на морський відпочинок. Через мінну небезпеку в акваторії Чорного моря та на узбережжі більшість пляжів у 2025 році залишалися закритими. Доступ для купання було відкрито лише на окремих локаціях, які пройшли перевірку: це спеціальні зони на пляжах «Дельфін» та «Малий фонтан» в Одесі, а також ділянка в с. Приморське. При цьому діють жорсткі правила: під час повітряної тривоги або шторму відвідувачі зобов'язані негайно залишити територію.

Урядовий план відновлення регіону визначає розмінування узбережжя та прилеглих територій пріоритетним завданням для безпеки туристів і відновлення повноцінної роботи галузі [77].

Важливим чинником комфорту туристів залишається наявність супутньої інфраструктури, зокрема паркувальних зон. У пікові періоди (особливо у вихідні та святкові дні) в районах Аркадії, Ланжерону та Затоки спостерігається критичний дефіцит паркомісць. Наявні майданчики не справляються з навантаженням, що призводить до хаотичного паркування та заторів. Для вирішення цієї проблеми у стратегічному проекті «Одеса 5Т» передбачено залучення інвестицій у будівництво багаторівневих паркінгів та впровадження автоматизованої системи управління паркуванням як бізнес-проекту [85].

Паралельно відбувається диверсифікація інфраструктури за рахунок велотуризму. У громадах Дністровського лиману реалізується проект будівництва 6-кілометрової набережної з велодоріжкою, що з'єднає села Маяки та Лобойківку. Це дозволить створити новий рекреаційний маршрут і підвищити туристичну привабливість лиману [78].

Розважальна інфраструктура області є фундаментом для розвитку подієвого та фестивального туризму, який має виражений сезонний характер. У літній період основне навантаження припадає на клуби, аквапарки, концертні майданчики та відкриті простори. Ключовими локаціями, що формують туристичний потік, залишаються Аркадія, пляжі «Ланжерон» та «Отрада», аквапарк «Посейдон» (Затока), «Коблево AquaPark», дельфінарій Nemo, а також історичні магніти – Потьомкінські сходи, Одеський театр опери та балету і Білгород–Дністровська фортеця.

Літній сезон 2025 року підтвердив статус регіону як центру подієвого туризму. Інфраструктура активно використовувалася для проведення масштабних заходів. Поряд із гастрономічним ODESA BEER FESTIVAL, культурна програма включала концерти популярних виконавців, вечори класичної

музики, виступи гумористичного проекту «Дизель Шоу». Важливою подією став традиційний Вишиванковий фестиваль, фіналом якого було урочисте підняття національного прапора на Потьомкінських сходах [28]. Такі заходи не лише розважають, а й стимулюють внутрішній туризм.

Окремо варто відзначити адаптивність великих івент-брендів. Одеський міжнародний кінофестиваль був успішно проведений, хоча з міркувань безпеки локацію тимчасово змінили на Київ. Захід зібрав близько сотні фільмів та визначив переможців, що дозволило зберегти репутацію та безперервність існування бренду [101].

Кульмінацією сезону став ювілейний фестиваль «Одесі 610». У травні 2025 року, до 610-річчя першої згадки про Хаджибей, відбувся масштабний арт-фестиваль. З 17 до 21 травня місто перетворилося на майданчик для виставок, перформансів, історичних квестів та благодійних акцій на підтримку ЗСУ. Головною локацією став простір Національної спілки художників на вул. Торговій, де нове покоління митців переосмислювало історію міста. Фестиваль засвідчив, що навіть в умовах війни Одеса залишається потужним культурним центром [101].

Водночас, умови воєнного стану суттєво трансформували функціонування галузі, спричинивши низку обмежень [96]:

Більшість музеїв згорнули постійні експозиції та перемістили фонди у сховища, що звужує можливості пізнавального туризму.

Сектор гостинності та обслуговування (HoReCa) зіткнувся з гострим дефіцитом персоналу через мобілізацію та міграцію, що створює ризики зниження якості сервісу.

Попри складнощі, триває активний процес відновлення культурної спадщини. У 2025 році було залучено 33,5 млн євро (зокрема грантова допомога від Італії) на реставрацію шести архітектурних пам'яток національного зна-

чення в Одесі. Для отримання цього фінансування місцева влада працює над оперативним затвердженням програм охорони спадщини [23].

Таким чином, попри безпекові виклики та сезонність, регіон зберігає широкий спектр послуг – від екскурсійних до розважальних, підтверджуючи свій потенціал для цілорічного туристичного циклу.

## **2.2. Динаміка туристичних потоків та податкових надходжень**

Попри діючий воєнний стан, літній сезон 2025 року в Одеській області продемонстрував помітне пожвавлення туризму. Для забезпечення актуальності дослідження, основний акцент зроблено на аналізі показників поточного 2025 року (станом на жовтень). Вибір цього періоду зумовлений тим, що активний туристичний сезон (травень–вересень) вже завершено, що дозволяє сформулювати об'єктивні висновки щодо ефективності функціонування інфраструктури в умовах воєнного стану. Показники 2024 року використовуються як порівняльна база для виявлення динаміки змін у порівнянні з попереднім роком зростання підтверджується як на локальному (туристичний збір м. Одеса – 9,120,000 грн станом на 1 жовтня 2025,  $\approx 25\%$ ), так і на національному рівні (податкові надходження від туризму за січень–червень 2025 – 1,613 млрд грн,  $\approx 30\%$  до 2024). При цьому структура потоку змістилась у бік внутрішніх відпочивальників: за оцінками, 80–90% гостей у 2025 році – українці, що частково пояснюється недоступністю альтернативних напрямків (зокрема курортів Азовського узбережжя). Для порівняння: у 2024 році Одеса відвідало близько 4 млн осіб (з них  $\approx 350$  тис. іноземців) [35].

Про збільшення кількості відпочивальників свідчить зростання суми туристичного збору. При ставці 35 гривень за добу [90], за десять місяців 2025 року до бюджету надійшло 16 млн грн. Для порівняння, за весь 2024 рік сума надходжень становила 11,8 млн грн.

Щодо місцевих бюджетів Одеського регіону, то за даними Державної податкової служби України в Одеській області протягом січня–жовтня 2025 року надійшло 10,4 млн. грн. туристичного збору [77]. З 10,4 млн грн надходжень за січень–жовтень 2025 року: фізичні особи сплатили близько 6,8 млн грн, юридичні особи –приблизно 3,6 млн грн[78].

Основними платниками збору залишаються: готелі, бази відпочинку, так і фізичні особи–власники приватного житла, що здається в оренду туристам. Доволі поширене явище, де податківці проводять зустрічі з представниками готельного бізнесу щодо адміністрування турзбору та обговорення деталей роботи податкових агентів [78].

Потрібно звернути увагу на потенційні напрямки використання й значення коштів для розвитку туристичного сектору:

Кошти, отримані від турзбору, заплановані на пляжну інфраструктуру (рятувальні пости, туалети, відпочинкові зони), капітальні ремонти, інформаційні стенди, освітлення, охорону пляжів.

Частина коштів вже витрачають на організацію промоційних заходів, зустрічей бізнес–сектору і готельного бізнесу з податковими відомствами (для покращення адміністрування), що вказує на прагнення підвищити ефективність зборів [77].

Сильні сезонні сплески (серпень та інші літні місяці) показують, що турзбір є дуже чутливим до туристичного сезону – це важливо брати до уваги при плануванні витрат чи прогнозуванні.

Це стало можливо завдяки процесам цифровізації, тобто за рахунок активного використання єдиних реєстрів та онлайн–сервісів відбувається етап виходу ринку з «тіні». Але варто наголосити, що досі частина сектору оренди житла досі залишається в «тіні», це в свою чергу створює ліміти для подальшого зростання надходжень до місцевих бюджетів регіону [78].

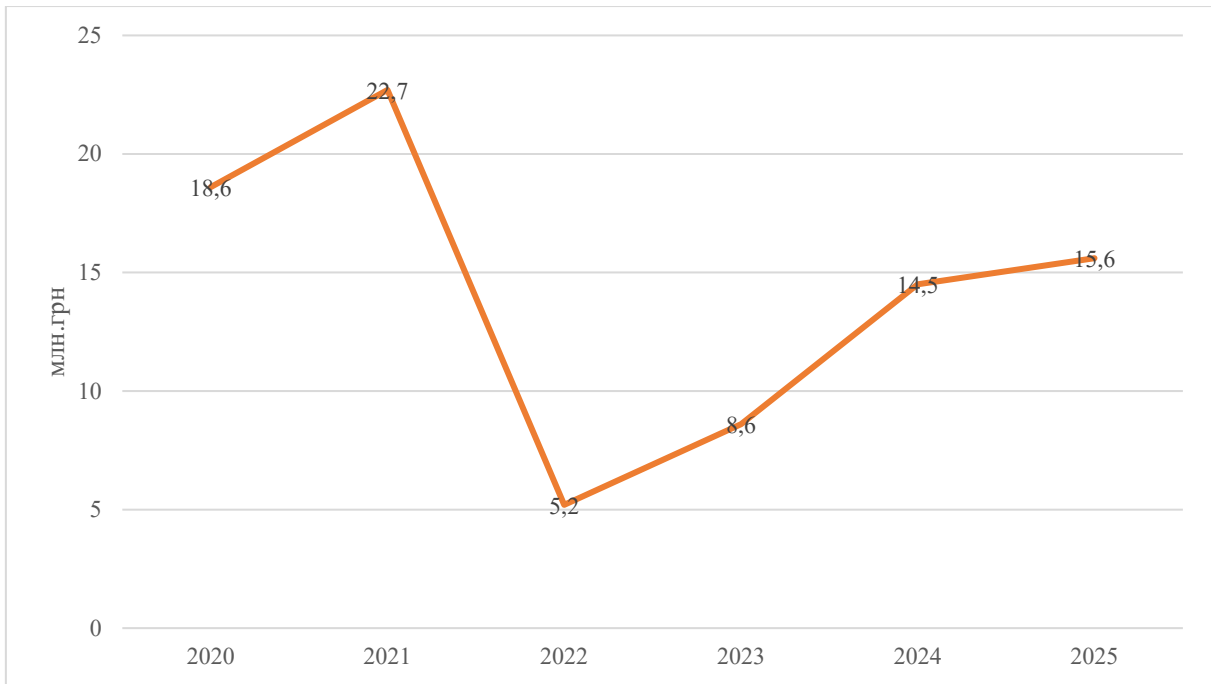


Рис.2.3. Динаміка надходжень туристичних зборів до бюджету Одеської області 2020–2025 (зроблено авторами за даними [78])

Аналіз ретроспективи розвитку туристичної галузі Одеської області доцільно розпочати з 2020 року, який став періодом безпрецедентних викликів глобального масштабу. Внаслідок поширення гострої респіраторної хвороби COVID–19 та запровадження Кабінетом Міністрів України жорстких карантинних обмежень (постанови щодо встановлення карантину та запровадження посиленіх протиепідемічних заходів), індустрія гостинності регіону зазнала шокового скорочення [88]. Обмежувальні заходи включали не лише закриття державних кордонів, що повністю зупинило в'їзний туризм, а й серію локдаунів, які паралізували діяльність закладів розміщення та громадського харчування.

Прямим наслідком адміністративних заборон та різкого падіння платоспроможного попиту стала дестабілізація механізму функціонування суб'єктів туристичної діяльності. Готелі, санаторно–курортні комплекси та приватні бази відпочинку в рекреаційних зонах (Затока, Кароліно–Бугаз, Одеса) опинилися в ситуації невизначеності. Значна частина малого та середнього бізнесу була змушена призупинити діяльність або працювати з мінімальним завантаженням, що не покривало навіть операційних витрат на утримання

фондів. Це спровокувало скорочення кількості робочих місць у секторі HoReCa та зниження загальної кількості наданих ліжко–місць.

Кінцевим фінансовим індикатором цих деструктивних процесів стало обвальне падіння податкових надходжень, зокрема туристичного збору. Згідно з фіскальною звітністю, Одеська область, яка традиційно є донором туристичного бюджету країни, зафіксувала критичне зниження надходжень порівняно з докризовим 2019 роком. Таким чином, у 2020 році чітко простежується прямий макроекономічний ланцюг: епідеміологічні обмеження призвели до стагнації сектору послуг, що, своєю чергою, спричинило дефіцит місцевих бюджетів розвитку [67].

*2021 рік* ознаменувався поступовим виходом галузі з кризи та поживленням економічної активності, що підтверджується зростанням показника туристичного збору до 22,7 млн грн [77]. Таке «оживлення» стало можливим завдяки дії комплексу екзогенних та ендогенних факторів. Головним зовнішнім каталізатором виступила переорієнтація туристичних потоків. Ускладнений перетин кордонів із країнами ЄС та популярними світовими курортами стимулював ефект імпортозаміщення: український споживач масово переорієнтувався на внутрішній ринок, зокрема на чорноморське узбережжя.

На мікрорівні бізнес продемонстрував високу адаптивність, імплементуючи нові стандарти роботи:

- ✓ Для мінімізації фізичних контактів готелі та ресторани активно впроваджували QR–меню, системи онлайн–чекіну та безконтактної оплати, що з вимушеного заходу перетворилося на стандарт сервісу.
- ✓ Враховуючи нестабільність епідеміологічної ситуації, туроператори відмовилися від жорстких умов бронювання на користь гнучких тарифів та короткострокових турів (формат «short stay»), що відповідало запиту клієнтів на спонтанні подорожі.

- ✓ Наявність санітарно–гігієнічних сертифікатів та дотримання протоколів безпеки стали ключовими конкурентними перевагами.

В результаті, 2021 рік дозволив галузі частково компенсувати збитки попереднього періоду, сформувавши фінансову «подушку безпеки» перед майбутніми викликами.

Початок повномасштабного вторгнення РФ у лютому 2022 року став фактором форс–мажорного впливу, який докорінно змінив ландшафт туристичної індустрії. Галузь зазнала миттєвого паралічу, а її пріоритети змістилися з отримання прибутку на забезпечення гуманітарних потреб.

Ключові трансформації 2022 року характеризувалися такими негативними тенденціями:

Руйнування логістики та безпеки: Закриття повітряного простору («закрите небо») та блокада портів повністю зупинили в'їзний та діловий туризм. Критичним ударом для рекреаційного потенціалу Одещини стало мінуння акваторії Чорного моря та узбережжя, що де–факто ліквідувало пляжний туризм як основний продукт регіону [60].

Мільйони українців були змушені залишити домівки. Внутрішні переміщення територією області набули виключно евакуаційного або транзитного характеру. Туристична інфраструктура (готелі, хостели) оперативно змінила цільове призначення, перетворившись на прихистки для внутрішньо переміщених осіб (ВПО), представників міжнародних місій та преси.

Ринок функціонував на межі рентабельності. Сегмент іноземного туризму показав нульову динаміку через високі ризики для життя.

Як наслідок, надходження від туристичного збору впали до історичного мінімуму, що відображало реальний стан галузі, яка працювала в режимі виживання.

*2023 рік* став переломним моментом, коли бізнес почав виходити зі стану шоку та шукати шляхи адаптації до умов затяжної війни. Показник туристичного збору склав 8,65 млн грн, що, попри низьку базу порівняння, сигналізувало про запуск відновлювальних процесів.

Драйвером позитивного тренду стала зміна споживчої психології. Населення, яке залишилося в Україні, почало повертатися до споживання рекреаційних послуг як інструменту психологічного розвантаження та боротьби зі стресом. У відповідь на це ринок запропонував нові формати:

Інфраструктурна альтернатива морю: Розуміючи неможливість доступу до пляжів, готелі інвестували кошти в розбудову зон відпочинку на закритих територіях (басейни, спа-комплекси, солярії). Наявність басейну стала головним ціноутворюючим фактором сезону [78].

При виборі місця відпочинку пріоритет змістився на локації з облаштованими укриттями та бомбосховищами. Це призвело до часткового перерозподілу туристичних потоків у більш безпечні віддалені райони області (Бессарабія, Подунав'я), де почав розвиватися екологічний та гастрономічний туризм.

Онлайн-платформи інтегрували інформацію про карту укриттів та актуальний стан повітряних тривог, що стало невіддільною частиною клієнтського сервісу.

*2024 рік* засвідчив якісний стрибок основних показників галузі. Сума туристичного збору зросла до 14,52 млн грн, що на 68% перевищило результати попереднього року. Таке зростання стало наслідком синергії зусиль бізнесу та місцевої влади.

Ключовими факторами успіху стали:

Детінізація та фіскальна дисципліна. Тобто, місцеві органи влади активізували роботу з виявлення та реєстрації суб'єктів господарювання, особли-

во у приватному секторі. Це дозволило легалізувати значну частину доходів, які раніше перебували в «тіні» [62].

Повернення подієвого туризму: Регіон почав відновлювати проведення культурних та гастрономічних заходів (фестивалі їжі, винні тури), що створило додаткові точки тяжіння для туристів поза межами пляжного сезону.

Маркетингова стратегія: Рекламні кампанії змістили акцент з «морського відпочинку» на образ Одеси як «гастрономічної та культурної столиці», що дозволило залучати гостей цілий рік.

Поточний *2025 рік* демонструє закріплення позитивної динаміки та перехід до сталого розвитку в умовах воєнного стану. За оперативними даними за січень–серпень, надходження туристичного збору вже сягнули 10,4 млн грн, а прогнозний показник на кінець року оцінюється у 15,6 млн грн.

Аналіз структури ринку 2025 року дозволяє виокремити такі тенденції:

Рекордні показники серпня (3,2 млн грн збору) свідчать про повернення до традиційної моделі споживання, коли пік активності припадає на кінець літа.

У структурі платників збору близько 60–65% становлять фізичні особи–підприємці (ФОП). Це свідчить про те, що малий бізнес виявився більш гнучким та стійким до кризових явищ, аніж великі готельні мережі.

Відбувається якісна трансформація продукту. Замість масового туризму активно розвиваються нішеві напрямки: реабілітаційний туризм (для військових та їх родин), винні дороги (Шабо, Болград) та історико–культурні маршрути.

Підсумовуючи аналіз 2020–2025 років, можна стверджувати, що туристична індустрія Одеської області продемонструвала високу резистентність. Вона пройшла складний шлях еволюції: від повного локдауну та воєнного

шоку до формування нової, адаптивної моделі функціонування, яка базується на безпеці, гнучкості сервісу та диверсифікації туристичного продукту.

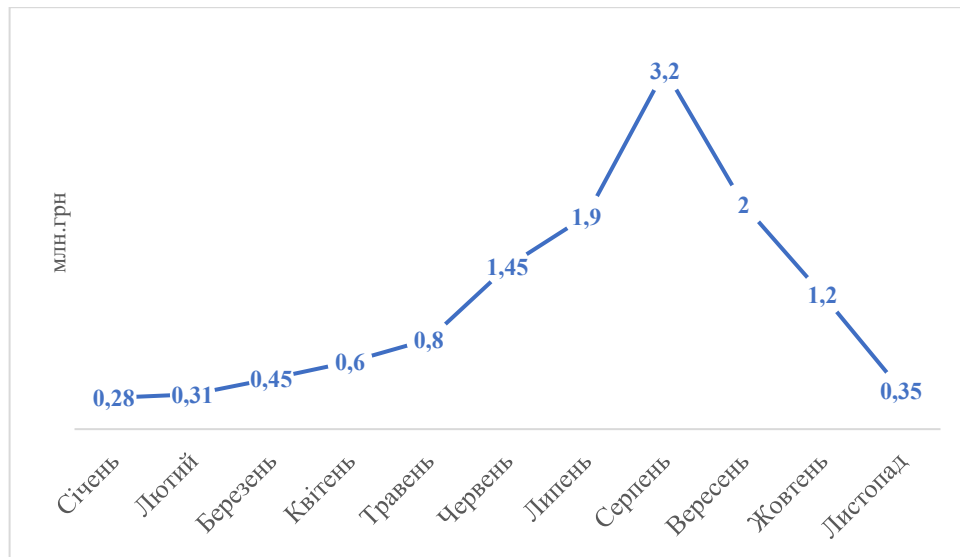


Рис.2.4. Сезонна динаміка туристичного збору в 2025 році (зроблено авторами за даними [78])

Умовно можна виокремити декілька фази сезонної динаміки:

- ✓ січень–лютий: надходження є мінімальними і практично стагнують (0,28–0,31 млн грн). Ці значення, ймовірно, формуються за рахунок сталого, але невеликого потоку, пов'язаного з бізнес–туризмом або «нішевіми» напрямками. Ця фаза є підготовчим етапом, коли великі інфраструктурні роботи вже мають бути сплановані та розпочаті.
- ✓ березень– травень: початок поступового наростання активності (0,45–0,80 млн грн). Зростання у квітні та травні пояснюється передсезонною підготовкою об'єктів розміщення та збільшенням кількості внутрішніх поїздок, зокрема під час святкових вікендів; травень, з його 0,80 млн грн, є останнім реальним часом для завершення всіх критичних капітальних робіт перед масовим напливом туристів.
- ✓ червень–серпень – цей період характеризується різким стрибком і кульмінацією надходжень. Стрибок у червні (1,45 млн грн) сигналізує про початок масового туристичного сезону. Липень (1,90 млн грн) та особливо серпень (3,20 млн грн) представляють собою традиційний

курортний пік, коли надходження сягають максимальних значень і генерують основну частину річного бюджету від збору. Надходження у серпні є в 11,4 рази вищими, ніж у січні, підкреслюючи критичну важливість цих місяців.

Ключовою проблемою адміністрування місцевих бюджетів у туристичних регіонах є часовий розрив (касовий розрив) між потребою у капітальних інвестиціях та фактичним надходженням коштів від туристичного збору.

Інфраструктурні об'єкти (паркувальні зони, громадські вбиральні, рятувальні пости, пляжний благоустрій) повинні бути повністю готові до початку сезону (до 1 червня), щоб гарантувати безпеку та комфорт відвідувачів. Проте пік податкових надходжень припадає на липень–серпень, що створює дисбаланс.

У зв'язку з цим, бюджети громад вимагають випереджального планування. Фінансування підготовчих робіт у I та II кварталах має здійснюватися за рахунок акумульованих залишків попереднього року або коштів загального фонду. Очікування поточних надходжень літнього сезону для фінансування цих робіт є ризикованим, оскільки кошти надійдуть надто пізно, коли інфраструктура вже має експлуатуватися.

Таким чином, необхідно запровадити механізм авансового фінансування: забезпечити підготовку критично важливих елементів інфраструктури до старту сезону, використовуючи подальші високі надходження пікових місяців для компенсації цих витрат та наповнення бюджету розвитку.

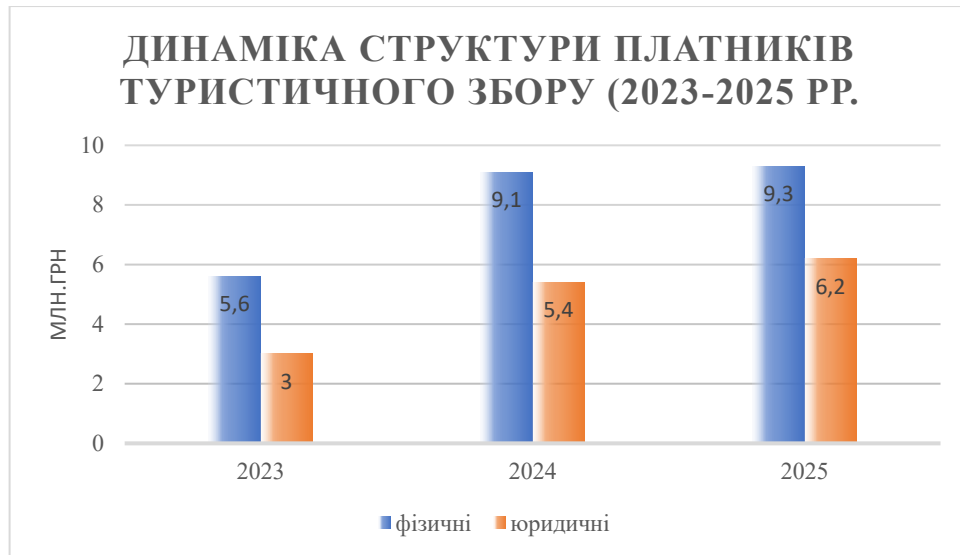


Рис.2.5. Динаміка структури платників туристичного збору (2023–2025 рр)  
(зроблено авторами за даними [78])

Структура платників туристичного збору, як правило, поділяється на дві основні категорії: фізичні особи–підприємці (ФОП) та юридичні особи.

Статистичні дані свідчать про те, що у кількісному вимірі домінуючу позицію займають саме фізичні особи. Стабільна частка цього сегмента, яка у багатьох громадах регіону коливається в межах 63–65% від загальної кількості облікованих суб'єктів, вказує на те, що база туристичного збору значною мірою спирається на малий та мікробізнес. До цієї категорії належать власники приватних апартаментів, невеликих баз відпочинку, гостьових будинків, міні–готелів та приватних садиб, що надають послуги з тимчасового проживання. Специфіка цього сегмента полягає у «ефекті масштабу»: хоча кожен окремий транзакційний платіж від одного суб'єкта може бути незначним у грошовому вимірі, саме їхня кількісна перевага та масовість забезпечують широку та стабільну базу надходжень, особливо у курортних зонах сільського типу.

Роль юридичних осіб у формуванні бюджету До категорії юридичних осіб входять великі системні гравці туристичної індустрії – готельні комплекси, санаторії, пансіонати, реабілітаційні центри. Незважаючи на те, що кількісна частка юридичних платників є значно меншою, ніж фізичних осіб, їхній

фінансовий внесок у перерахунку на одного суб'єкта (питома вага у доходах) є суттєво вищим. Ця фінансова ефективність пояснюється наступними факторами:

- ✓ Цінова політика та вартість послуг. Готелі та санаторії, як правило, працюють у середньому та високому цінових сегментах, надаючи ширший спектр послуг з доданою вартістю. Вони встановлюють вищі тарифи за проживання, що, при прив'язці ставки збору до мінімальної зарплати або вартості проживання, забезпечує стабільний фіскальний потік.
- ✓ Тривалість періодів експлуатації (коефіцієнт завантаження). На відміну від сезонних приватних садиб, які працюють 3–4 місяці на рік, великі об'єкти мають можливості для цілорічного функціонування. Завдяки розвитку MICE-туризму (конференц-сервіс), корпоративним контрактам та медичним програмам, юридичні особи забезпечують надходження коштів навіть у низький сезон. Саме тому вони виступають гарантантами стабільності бюджету [61].

Адміністративні виклики та ризики «тінізації» Існуюча структура розподілу платників створює опосередковані адміністративні ризики, які можуть призводити до недоотримання коштів місцевими бюджетами. Найбільший фіскальний ризик пов'язаний саме з високою часткою фізичних платників у структурі ринку. Якщо адміністрація громади не вибудує ефективну модель комунікації та контролю з цим сегментом, значна частина фінансового потоку може залишатися в «тіньовому секторі».

Основними причинами цього явища виступають:

- ✓ Недостатня поінформованість, тобто частина дрібних власників не повністю усвідомлює свій статус податкового агента або не знає алгоритму нарахування збору.

- ✓ Процедурні складнощі – процес звітності та необхідність фізичного відвідування адміністративних установ демотивує підприємців.
- ✓ Обмежені кадрові ресурси громад часто не дозволяють провести повну інвентаризацію всіх місць розміщення.

Аналіз територіального розподілу надходжень туристичного збору виявляє суттєві відмінності у джерелах, обсягах та підходах до адміністрування між великими міськими центрами та спеціалізованими курортними громадами.

Великі міські центри (на прикладі м. Одеса) виступають стабільними генераторами найбільшої частки туристичного збору. Їхній успіх обумовлений диверсифікованою структурою потоку:

- ✓ Наявність розвиненої мережі готелів категорії 4–5 зірок гарантує високі чеки та стабільні відрахування.
- ✓ Міста є центрами ділового, культурного та подієвого туризму. Конференції, бізнес-форуми та культурні заходи підтримують потік відвідувачів упродовж року, нівелюючи фактор сезонності. Надходження тут є рівномірними, прогнозованими та менш залежними від погодних умов.

Курортні територіальні громади (Затока, Кароліно–Бугаз, Сергіївка, Коблеве) демонструють іншу модель. Вони забезпечують значний обсяг коштів, проте ці надходження мають критично високу залежність від літнього сезону (червень–серпень). Дохідна частина бюджетів таких громад має стрибкоподібний характер: стрімке зростання під час піку та майже повна відсутність надходжень у міжсезоння. Крім того, адміністрування у курортних зонах ускладнене розпорошеністю об'єктів. Якщо міста використовують централізовані ІТ-рішення для обліку мережевих готелів, то курортні громади часто страждають від кадрового дефіциту та неможливості проконтролювати тисячі дрібних приватних садиб, що підвищує ризики фіскальних втрат.

Оцінка ситуації на Одещині є комплексною. З одного боку, те, що область суттєво випереджає середні темпи відновлення по країні (+68% проти +23%), є безумовним позитивом та індикатором високого потенціалу. З іншого боку, історично сформована залежність регіону від пляжного сезону зумовлює вище коливання фінансових показників порівняно з іншими областями.

Отримані надвисокі показники, ймовірно, сконцентровані у короткому проміжку літніх місяців, що робить регіональну економіку чутливою до зовнішніх безпекових та кліматичних факторів. Отже, хоча поточні темпи відновлення є вражаючими, для забезпечення довгострокової фінансової сталості критично важливим завданням є розвиток цілорічних туристичних продуктів – культурного, гастрономічного та ділового туризму.

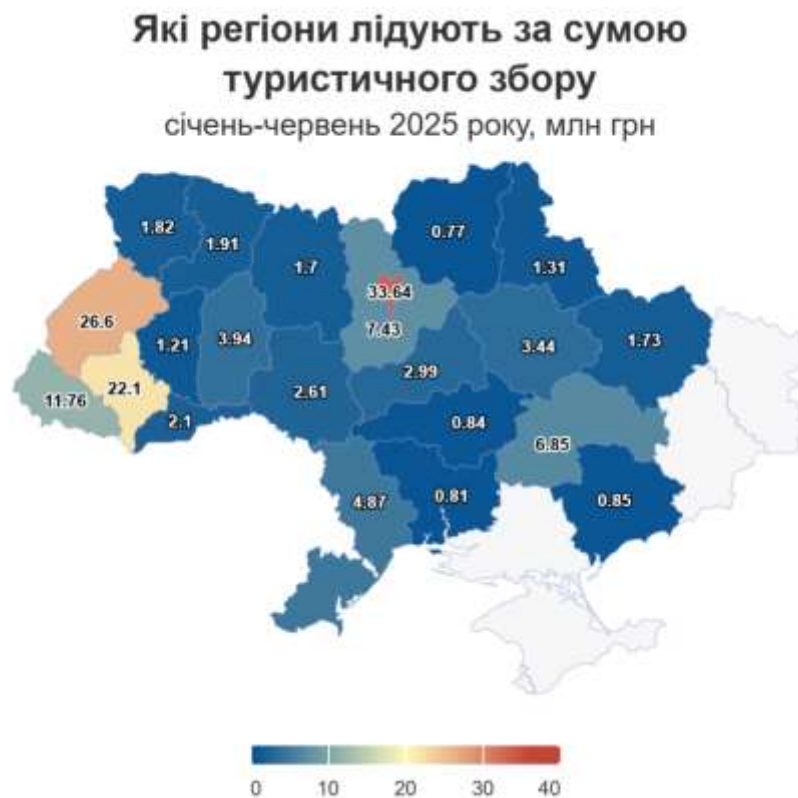


Рис.2.7 Показник туристичного збору [93]

Поточна ситуація та інвестиційний клімат Попри позитивні загальнонаціональні тенденції, Одеський туристичний збір у першому півріччі 2025 року все ще суттєво відстає від довоєнних показників. За даними ДПС України, місцеві бюджети країни сумарно отримали рекордні 142,6 млн грн (що на

третину більше, ніж торік), проте Одеса, яка у 2021 році посідала друге місце за надходженнями, через безпекову ситуацію втратила майже половину обсягу збору [93].

Водночас регіон зберігає високу ділову привабливість. У 2024 році Одеська область посіла третє місце серед регіонів України за активністю іноземних інвесторів. Згідно з даними Єдиного державного реєстру, в області було зареєстровано 122 нові компанії з іноземними власниками (11% від загальноукраїнської кількості). Хоча загальна динаміка по країні є низхідною (спад на 24,2% до 2023 року), лідерство Києва, Львівщини та Одещини свідчить про концентрацію ділової активності саме в цих центрах [93].

Наявність стабільних надходжень до місцевих бюджетів (зокрема від іноземного бізнесу та туризму) формує фінансову основу для розвитку інфраструктури. Акумуляовані кошти дозволяють фінансувати облаштування пляжів, ремонт доріг та покращення сервісних зон. Це запускає позитивний циклічний процес: якісна інфраструктура підсилює туристичну привабливість регіону, що, своєю чергою, забезпечує подальше зростання надходжень.

Показовим прикладом такої динаміки став 2024 рік, коли на Одещині було зафіксовано стрімке зростання туристичного збору на рівні +68%. Цей результат не є випадковим, а став наслідком синергії низки ключових передумов. Для детального аналізу ці чинники доцільно класифікувати за двома напрямками:

- ✓ Стимули попиту (фактори, що мотивують туриста їхати в регіон).
- ✓ Покращення інфраструктури та адміністрування (фактори, що забезпечують якість послуг та фіскальну дисципліну).

Основною рушійною силою відновлення туристичного попиту є структурна переорієнтація потоків. В умовах обмежень на міжнародні подорожі та підвищених вимог до безпеки, внутрішній туризм трансформувалася у безаль-

тернативний сегмент ринку, ставши фінансово доступнішою та логістично прогнозованою опцією. Одеський регіон, як традиційний центр рекреації, отримав вигоду від ефекту заміщення: українці, які раніше обирали закордонні курорти, сфокусувалися на Чорноморському узбережжі. Цей тренд зберігається навіть з урахуванням потенційних загроз, що свідчить про низьку еластичність попиту в умовах обмеженої пропозиції.

Значна частина зростання бюджетних надходжень пояснюється поліпшенням адміністрування та детінізацією галузі. Запровадження суворішого моніторингу та інтенсифікація реєстрації податкових агентів (зокрема, у приватному секторі) призвели до легалізації частини фінансового обороту. Це гарантує, що фактичні доходи від надання послуг розміщення коректно відображаються у фіскальній звітності, що безпосередньо корелює зі збільшенням обсягів сплаченого туристичного збору.

Капітальні інвестиції в логістику мають прямий вплив на розширення ринку. Ремонт та модернізація стратегічних магістралей (зокрема траси М–15 Одеса–Рені) суттєво покращили транспортну доступність регіону для автотуристів. Зниження логістичних бар'єрів та скорочення часу в дорозі безпосередньо сприяє підвищенню частоти візитів (зростання частки турів вихідного дня) та розширенню географії в'їзного потоку.

Стрімке відновлення сектору відбувається на тлі високої волатильності зовнішнього середовища. Для забезпечення стабільності необхідно враховувати низку системних ризиків:

Стійкість ринку перебуває під постійним тиском воєнних загроз. Будь-яка ескалація ситуації в регіоні здатна призвести до стрімкої дестабілізації попиту та обвалу туристичного потоку до критичних мінімумів. Цей фактор є неконтрольованим з боку бізнесу і вимагає наявності кризових сценаріїв управління.

Кліматичні ризики (фактор сезонності). Висока залежність регіону від пляжного формату робить його вразливим до гідрометеорологічної нестабільності. Останніми роками спостерігаються виражені кліматичні аномалії:

- ✓ Тривалі періоди спеки ( $+35^{\circ}\text{C}$  і вище) у липні створюють ризики для здоров'я туристів похилого віку, знижуючи привабливість регіону для сімейного відпочинку [106].
- ✓ Різде зниження температури морської води (до  $+13\dots+15^{\circ}\text{C}$ ) у розпал сезону через згінні вітри, що фактично паралізує пляжний відпочинок на 5–10 днів [106].
- ✓ Евтрофікація (цвітіння) води та навали медуз у серпні, що суттєво знижує якість рекреаційного досвіду та скорочує ефективну тривалість сезону [106].

Критичною проблемою залишається функціонування нелегального ринку послуг. За експертними оцінками, частка тіньового сегмента в курортних зонах може сягати 40–50%. Невідповідність між кількістю офіційно зареєстрованих ліжко–місць та реальною кількістю пропозицій на платформах онлайн–бронювання (Booking, Airbnb) свідчить про масштабне ухилення від сплати туристичного збору. Це створює недобросовісну конкуренцію для легальних готелів, які несуть повне податкове навантаження [84].

Інфраструктурні обмеження. Зростання потоку нашттовхується на «вузькі місця» урбаністичної інфраструктури. Критично гострими є дефіцит паркувального простору в пікові дати, низька пропускна здатність під'їзних шляхів до популярних локацій, а також зношеність каналізаційних мереж, що не витримують сезонного антропогенного навантаження, створюючи екологічні загрози для акваторії пляжів [84].

Для мінімізації ризиків та забезпечення сталості галузі пропонується впровадження прикладних інструментів, диференційованих за суб'єктами впливу.

Для органів місцевого самоврядування (Адміністративно–безпековий блок)

В умовах обмеженого доступу до публічних реєстрів та дефіциту бюджетів пріоритети мають зміститися з «прозорості заради прозорості» на цільову ефективність:

- ✓ Впровадження цифрового обліку без створення нових реєстрів. Замість коштовних ІТ–систем, рекомендується інтеграція сплати туристичного збору через наявні муніципальні чат–боти або банківські додатки (за аналогією з оплатою паркування). Це дозволить охопити сегмент приватних орендодавців, мінімізуючи бюрократичний бар'єр.
- ✓ Механізм «Цільового звітування». В умовах воєнного стану повна публікація фінансових даних може бути обмежена. Натомість пропонується публікувати квартальні фотозвіти конкретних об'єктів, профінансованих за рахунок турзбору. Наприклад; «За кошти турзбору облаштовано 3 мобільні укриття на пляжі Х та встановлено систему сповіщення». Це формує довіру платника без розкриття чутливих даних.
- ✓ Інвестиції в інфраструктуру подвійного призначення. Відмовитися від суто декоративного благоустрою на користь об'єктів «безпека + комфорт». Кошти фонду розвитку туризму мають спрямовуватися на встановлення автономного освітлення (сонячні панелі) на туристичних маршрутах.

У випадку туристичного бізнесу рекомендації фокусуються на виживанні через кооперацію та енергозалежність:

- ✓ Готелям та ресторанам, розташованим поруч, рекомендовано об'єднувати ресурси для закупівлі потужних промислових генераторів та систем Starlink. Спільне використання критичної інфраструктури зменшує капітальні витрати кожного окремого бізнесу на 30–40%

- ✓ Впровадження єдиного «Протоколу гостинності воєнного часу». Бізнес має спільно з ДСНС розробити та впровадити стандартизовану інструкцію для туриста: карта найближчих укриттів (у радіусі 300 м), алгоритм дій під час тривоги, наявність аптечок критичної допомоги. Це стає головною конкурентною перевагою при залученні клієнта.
- ✓ Комунікація цінності збору. Встановити на рецепціях та в меню QR-коди з інформацією: «Ваші 35 гривень збору сьогодні пішли на закупівлю медикаментів для рятувального поста». Це перетворює податок на донат, що психологічно легше сприймається гостем.

Переорієнтація інвестиційних потоків Для забезпечення сталого розвитку ресурсна підтримка з боку інвесторів та донорів має фокусуватися на стратегічних напрямках із високим коефіцієнтом віддачі. Інвестиційний фокус повинен зміститися з екстенсивного нарощування ліжко-місць на розвиток міжсезонних продуктів. Пріоритетними є проекти гастрономічних маршрутів та винних турів, які гарантують стабільну рентабельність у довгостроковій перспективі незалежно від пляжного сезону. Паралельно критично важливими є точкові інфраструктурні інвестиції у розширення логістичних «вузьких місць»: створення перехоплювальних паркувальних хабів на під'їздах до прибережних зон та модернізація транспортних розв'язок. Ці проекти мають прямий мультиплікативний ефект, оскільки кожна гривня, вкладена в логістику, генерує додатковий дохід у сфері послуг.

Аналіз масиву даних за період 2020–2025 років свідчить про глибоку структурну трансформацію туристичного сектору Одеської області. 2022 рік став точкою біфуркації, коли внаслідок військової агресії та блокади Чорного моря регіон зазнав системного шоку, що призвів до фактичного обнулення традиційної моделі масового пляжного відпочинку.

- ✓ Однак динаміка відновлення 2023–2024 років продемонструвала високу резистентність галузі. Одеська область змогла відновити позиції завдяки трьом чинникам:

- ✓ Обмеження на виїзд за кордон перенаправило платоспроможний попит на внутрішній ринок, повернувши українців до національних локацій.
- ✓ Регіон успішно замінив «море» на «враження». Гастрономічні та подієві ініціативи дозволили залучити нову категорію туристів, які шукають унікальний культурний та гастрономічний досвід, а не лише рекреацію. Це дозволило ефективно подовжити активний сезон.
- ✓ Покращення адміністрування та заходи з легалізації (реєстрація нових податкових агентів) забезпечили виведення частини фінансових потоків із «тіні», що відобразилося у кореляції між зростанням турпотоків та офіційних бюджетних надходжень.

Незважаючи на позитивні тренди, подальший розвиток відбувається в умовах високої волатильності та безпекових ризиків. Для переходу від ситуативного відновлення до системного зростання необхідна реалізація наступних кроків:

На рівні адміністрування потрібний перехід до моделі «сервісної держави». Ключовим завданням є не просто звітність, а впровадження прозорих механізмів цільового використання коштів завдяки запровадженню цифрових технологій.

На рівні інфраструктури – реалізація стратегії «Одещина – цілорічний хаб». Інвестиції мають спрямовуватися на об'єкти, що функціонують 12 місяців на рік: конгрес-центри для ділового туризму, реабілітаційні центри для військових та цивільних, спа-комплекси.

Доцільно буде розглянути цінову політику, яка також відіграє значну роль в формуванні надходжень.

Сезон 2025 року показав, що попри воєнні ризики попит на комфортний відпочинок у Одесі дуже високий. Вартість оренди місця на пляжах помітно зросла, але відвідувачів це не зупиняє [92].

На відміну від популярних пляжів, муніципальні пляжі мають більш стриману цінову політику

Також потрібно наголосити увагу про вартість житла.

Таблиця 3

Актуальні ціни на проживання станом на 15.07.2025 р.

(зроблено авторами за даними [92])

Тип розміщення	Ціна за добу (грн)	Особливості
Хостели, бюджетні кімнати	400 – 600	Базові умови, зазвичай за межами центру
Гостьові будинки, недорогі апартаменти	1 000 – 1 500	Простий комфорт, буває неподалік від моря
Готелі 3***	1 300 – 2 600	Класичні номери, часто зі сніданком
Готелі 4***	2 500 – 3 000	Зручне розташування, додатковий сервіс
Оренда квартири біля моря	2 000 – 4 000	Квартира з ремонтом, обладнана кухня
Преміум-апартаменти, готелі 5*****	5 000 – 8 000 і вище	Басейни, вид на море, високий рівень сервісу

Прямий вплив на житлову цінову політику мають 3 фактора. Перший з них – відстань від моря, чим ближче узбережжя, то вища ціна. Другий фактор – сезон, здебільшого липень і серпень. Третій – наявність додаткових послуг. Це як правило: сніданки, трансфери, паркінги та басейни.

Для бюджетного відпочинку влітку 2025 в Одесі можна знайти варіанти від 400 гривень за місце в хостелі. Комфортні апартаменти або хороший готель середнього класу коштуватимуть у середньому 2 500–3 000 гривень за ніч[akzent].

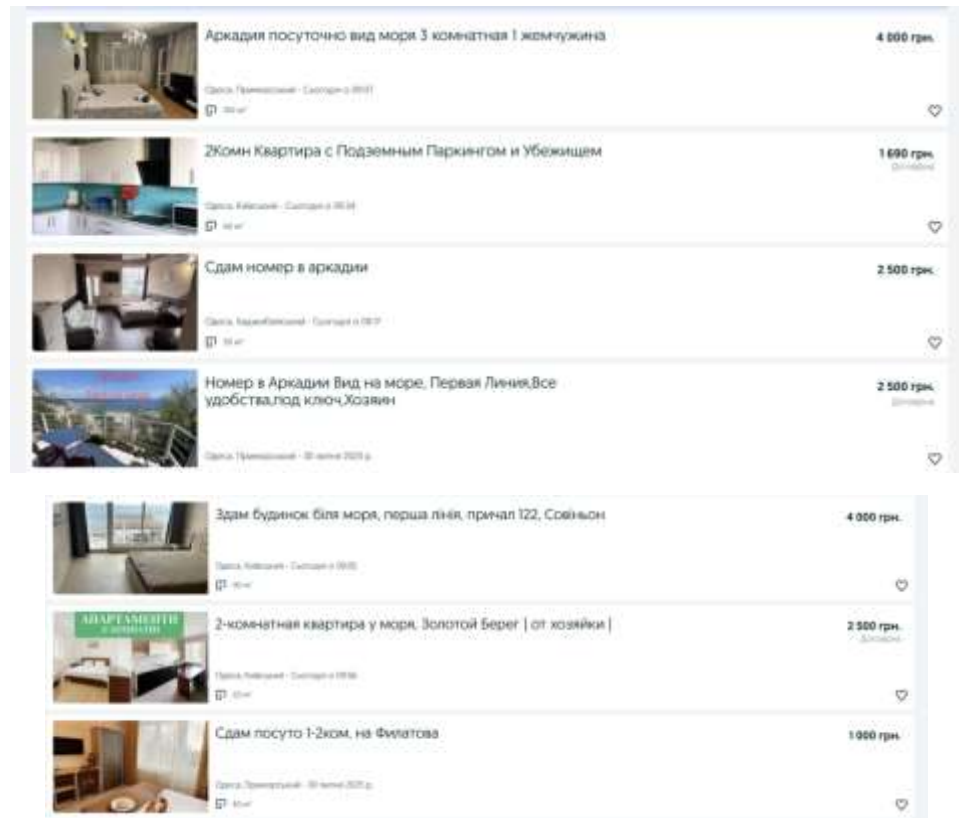


Рис.2.8 Приклади оголошень подової аренди житла за використанням OLX

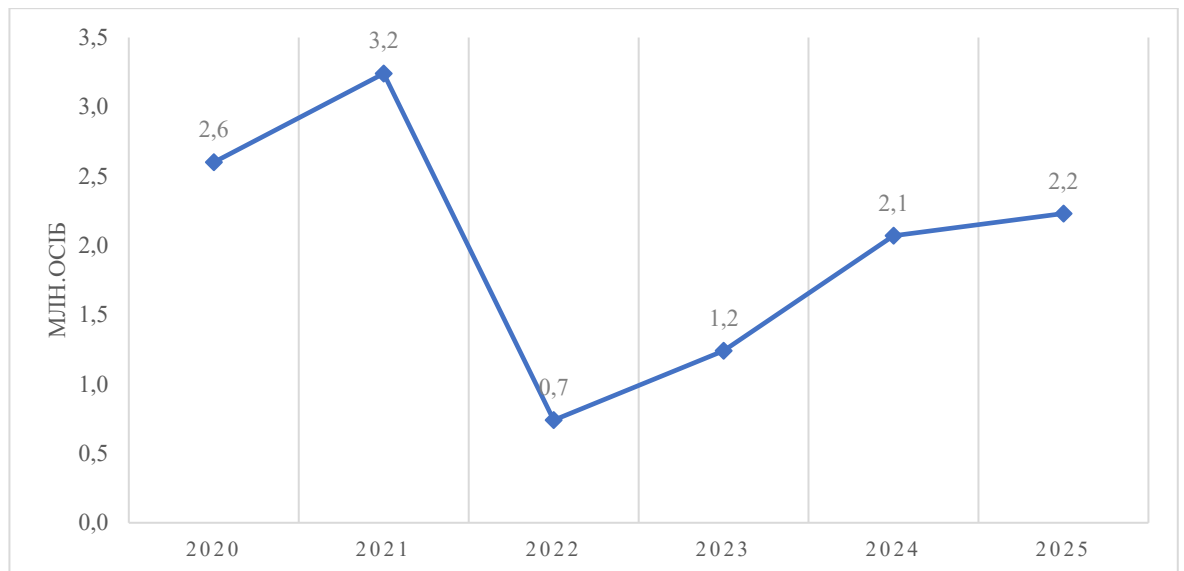


Рис.2.9. Динаміка зміни кількості прибувчих туристів в Одеську область 2020–2025 рр. (зроблено авторами за даними [78])

Аналіз туристичної активності за період 2020–2025 років доцільно проводити, спираючись на оціночні дані загального туристичного потоку (включно із самостійними туристами), оскільки офіційна статистика організованого туризму не відображає реального масштабу відвідування регіону. До поча-

тку системних криз Одеська область стабільно приймала 3–3,2 млн туристів щорічно, будучи лідером внутрішнього ринку.

У 2020 році, внаслідок пандемії COVID–19, загальний туристичний потік скоротився, але завдяки внутрішньому туризму втримався на рівні 2 млн осіб. Це сталося завдяки переорієнтації українців, які не змогли виїхати за кордон. У 2021 році регіон продемонстрував повне відновлення та вихід на пікові показники. Кількість відвідувачів зросла до 3,1 млн осіб (за даними Одеської ОДА). Цей рік став рекордним за останню п'ятирічку, підтвердивши статус Одещини як головної морської рекреаційної зони України.

Початок повномасштабного вторгнення у 2022 році призвів до обвалу туристичного потоку. Традиційний рекреаційний потік (пляжний відпочинок) скоротився на 80–90%. Хоча через область пройшли мільйони транзитних осіб (евакуація), реальний туристичний потік (з метою відпочинку) впав до критичного мінімуму – менше 0,5 млн осіб, що переважно становили короткострокові візити до родичів або ділові поїздки.

Починаючи з 2023 року, фіксується тенденція до повернення масового туриста. Завдяки відносній стабілізації ситуації та адаптації бізнесу (басейни, укриття), у 2023 році регіон відвідало близько 1,2–1,5 млн осіб. У 2024 році цей показник продовжив зростання, сягнувши оціночної позначки у 2–2,2 млн відвідувачів. Такий результат (+40–50% до попереднього року) став можливим завдяки безальтернативності внутрішнього туризму для українців та розвитку нішевих продуктів (гастротуризм, вікенд–тури).

За оперативними даними моніторингу (Big Data мобільних операторів) за січень–серпень 2025 року, туристичний потік демонструє позитивну динаміку, наближаючись до 2,5 млн осіб за підсумками року. Це свідчить про те, що регіон фактично відновив 80% довоєнного обсягу відвідувачів, однак структура цього потоку змінилася: зменшилася тривалість перебування, але зросла частота коротких візитів [78].

Висновки щодо динаміки Таким чином, після падіння у 2022 році, Одеська область демонструє V-подібне відновлення. Повернення до показників у 2+ мільйони туристів підтверджує, що попри безпекові ризики, регіон залишається безальтернативним туристичним хабом Півдня України.

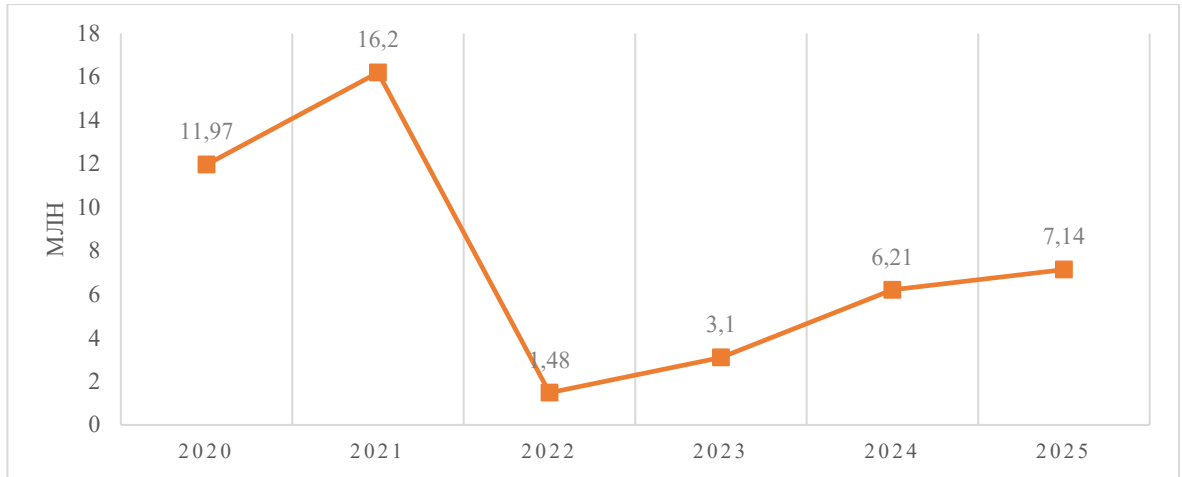


Рис.2.10. Динаміка кількості ночівель в закладах розміщення Одеської області за 2020–2025 рр ( побудовано за даними [78])

У 2020 році, за комплексними оцінками (включно з приватним сектором), було зафіксовано близько 11,97 млн ночівель. Незважаючи на пандемію, цей показник залишався високим завдяки тривалому терміну перебування відпочивальників (у середньому 4,5 доби). Після пом'якшення карантину у 2021 році показник сягнув історичного максимуму – 16,2 млн ночівель, що означало приріст на  $\approx 35\%$ . Це був період, коли українці обирали Одещину для повноцінних відпусток тривалістю 5–7 днів, що забезпечувало максимальне завантаження інфраструктури.

Найбільше падіння відбулося у 2022 році – до 1,48 млн ночівель. Скорочення склало понад 90% порівняно з попереднім роком. Така катастрофічна динаміка пояснюється не лише зменшенням кількості людей, а й зміною мети візиту: регіон відвідували переважно з транзитною метою або для короткострокових ділових поїздок, середня тривалість яких не перевищувала 2 діб.

У 2023 році розпочалося поступове відновлення – обсяг зріс до 3,1 млн ночівель. У 2024 році зафіксовано різкий стрибок до 6,21 млн ночівель, що фактично означає зростання у 2 рази за рік. Це стало наслідком адаптації бізнесу та повернення інтересу до рекреації.

Станом на серпень 2025 року та за прогнозними підсумками року очікується досягнення рівня 7,14 – 7,8 млн ночівель. Хоча цей показник демонструє позитивну динаміку, він все ще становить менше 50% від рівня успішного 2021 року.

Висновки щодо зміни споживчої поведінки Загальна тенденція 2020–2025 років свідчить про суттєве скорочення середньої тривалості перебування туриста:

Якщо у 2020–2021 роках вона становила 4,5–5 ночей (формат довгострокової відпустки),

То у 2024–2025 роках показник знизився до 3–3,2 ночі.

Це пов'язано з безпековими ризиками та економічною невизначеністю: туристи відмовляються від тривалого планування на користь короткотермінових поїздок вихідного дня та мікровідпусток. Таким чином, навіть за умови відновлення потоку людей, кількість оплачених ночівель зростає повільніше, що вимагає від готелів зміни маркетингових стратегій.

В 2020–2025 роках туристичний потік в Одеській області зазнав глибокої трансформації – не тільки через пандемію чи війну, але й завдяки цілим ряду структурних, екологічних, технологічних і маркетингових чинників, які вплинули на кількість ночівель і туристів.

По–перше, економічний тиск, інфляція й девальвація гривні значно знизили платоспроможність внутрішнього туриста, що призвело до збільшення відсотка короткотермінових поїздок і скорочення тривалості відпочинку.

По–друге, демографічні та соціальні зміни –внаслідок масових переміщень, виїзду частини населення за кордон і перепрофілювання кадрів сервісу –послабили не лише попит, але й здатність готельного сектору повноцінно обслуговувати великий потік гостей.

По–третє, проблеми логістики й стан транспортної інфраструктури – тимчасове обмеження роботи аеропорту «Одеса», зниження міжнародного потоку та зменшення кількості чартерів –позначились на зовнішньому туризмі, який не повернувся в повному обсязі до 2024–го. По–четверте, екологічні виклики: як зазначено у «Регіональній доповіді про стан навколишнього середовища Одеської області» від 2021 р., є значні забруднення Чорного моря, осушення земель, абразійно–зсувні процеси на узбережжі [93]. Ці проблеми тимчасово знижували привабливість окремих курортних локацій, особливо в міжсезоння.

По–п’яте, цифровізація ринку туризму –як зазначено в дослідженні «Цифровізація внутрішнього туризму в Україні» (2025) –змінити способи бронювання, збільшила частку онлайн–послуг і одночасно створила розрив між офіційною статистикою і реальним обсягом ринку (адже багато приватних пропозицій бронюються «поза офіційною звітністю») [60].

По–шосте, комунікаційні та маркетингові чинники –у попередні роки регіон був недостатньо промаркований як туристичний бренд, особливо за умов конкуренції з іншими регіонами України. У 2024–му та 2025–му роках через кампанії Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ) та інші ініціативи ситуація почала змінюватись [51].

По–сьоме, активізація громадського та локального туризму –місцеві громади Одещини (Чернігівка, Шабо) отримали грантову підтримку, розвинули агро і гастротуризм; це створює додаткові потоки, які не завжди покриті офіційною статистикою, але підвищують загальну активність ринку. Таким чином, причини змін –багатофакторні: до базових «пандемія/війна» додаються економічна, демографічна, логістична, екологічна, технологічна та маркетингова компоненти.



### 3 РОЗДІЛ

## ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ВІДНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО СЕКТОРУ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

### 3.1. SWOT–аналіз туристичного сектору Одеського регіону в умовах війни.

У другому розділі проведено комплексний аналіз сучасного стану туристичної індустрії Одеської області, яка в період 2020–2025 років зазнала безпрецедентних трансформацій під впливом пандемії COVID–19 та повномасштабної військової агресії. Метою розділу є оцінка адаптивності регіональної інфраструктури, аналіз динаміки туристичних потоків та фінансової ефективності галузі в умовах безпекових обмежень.

Дослідження базується на статистичних даних, звітах профільних департаментів та аналізі ринкових показників. Особливу увагу приділено структурним змінам: переорієнтації на внутрішнього туриста, скороченню середньої тривалості перебування та розвитку нішевих продуктів (гастрономічний, реабілітаційний туризм). Також у розділі ідентифіковано ключові інфраструктурні зрушення, зокрема модернізацію логістичних шляхів (траса М–15, міст через канал Кофа) та адаптацію закладів гостинності до енергетичних викликів. На основі зібраної фактологічної бази проведено SWOT–аналіз, що дозволив систематизувати сильні та слабкі сторони регіону, а також окреслити стратегічні сценарії розвитку.

Узагальнені результати подано у вигляді SWOT–матриці туристичного сектору Одеської області (рис. 3.1).

<p><b>Strengths (сильні сторони)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Висока адаптивність та автономність інфраструктури.</li> <li>2. Збереження інвестиційної привабливості.</li> <li>3. Ефективна модернізація логістичних шляхів.</li> <li>4. Позитивна динаміка легалізації доходів.</li> <li>5. Сформований гастрономічний бренд.</li> </ol>	<p><b>Weaknesses (слабкі сторони)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Гіпертрофована сезонність та касові розриви.</li> <li>2. Трансформація поведінки споживача</li> <li>3. Значна частка тіньового сектору.</li> <li>4. Інфраструктурні обмеження пікових навантажень.</li> <li>5. Територіальна диспропорція розвитку.</li> </ol>
<p><b>Opportunities (можливості)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Розвиток транзитного потенціалу.</li> <li>2. Цифровізація адміністрування зборів.</li> <li>3. Ніша реабілітаційного та MICE-туризму.</li> <li>4. Екологічний та активний туризм.</li> <li>5. Залучення міжнародних грантів.</li> </ol>	<p><b>Threats (загрози)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постійні безпекові та воєнні ризики.</li> <li>2. Кліматичні та екологічні аномалії.</li> <li>3. Тривала логістична ізоляція</li> <li>4. Втрата конкурентоспроможності у майбутньому.</li> </ol>

Рис.3.1. SWOT-аналіз туристичного сектору Одеської області  
(розроблено авторами)

Безумовною конкурентною перевагою регіону виступає висока адаптивність індустрії гостинності. Як свідчить аналіз матеріально-технічної бази, одеський бізнес продемонстрував здатність до швидкої структурної трансформації в умовах кризи. Зокрема, у програмі соціально-економічного розвитку області зазначається, що переорієнтація на внутрішній туризм та екологічні маршрути дозволила компенсувати втрату іноземного потоку.

Підтвердженням інвестиційної стійкості є прогнози компанії EY Ukraine, згідно з якими готельна база Одеси у 2025 році має збільшитися на 300 нових номерів, попри безпекові ризики [89].

Вагомим фактором стабільності є розвинена логістична інфраструктура. На відміну від заблокованого авіасполучення, автомобільні магістралі демонструють позитивну динаміку модернізації. Варто виділити завершення капітального ремонту мосту через канал Кофа, що дозволило скоротити шлях між Кілією та Ізмаїлом зі 140 км до 40 км [79]. Це суттєво покращило доступність віддалених рекреаційних локацій Придунав'я, зокрема міста Вилкове, роблячи їх більш привабливими для туроператорів.

Окремої уваги заслуговує успішна диверсифікація туристичного продукту через гастрономію. Регіон ефективно використовує свій потенціал, формуючи альтернативу пляжному відпочинку. Аналіз даних сервісу Locator.ua підтверджує наявність розвиненої мережі закладів регіональної кухні, які є магнітом для туристів. Центрами тяжіння виступають такі локації, як «Центр культури вина Шабо» та виноробня «Колоніст», що дозволяє залучати платоспроможну аудиторію навіть у міжсезоння.

Водночас, проведене дослідження виявило низку стримуючих факторів. Найгострішою проблемою залишається критична сезонність та касові розриви. Аналіз динаміки туристичного збору за 2025 рік демонструє значну диспропорцію: надходження у серпні (3,2 млн грн) в 11,4 раза перевищують показники січня. Такий фінансовий розрив унеможлиблює рівномірне планування видатків місцевих бюджетів на розвиток інфраструктури.

Ситуація ускладнюється трансформацією споживчої поведінки. Спостерігається стійка тенденція до скорочення середньої тривалості перебування туриста: якщо раніше цей показник становив 4,5–5 діб, то в умовах війни він знизився до 3–3,2 доби. Туристи дедалі частіше відмовляються від довгострокових відпусток на користь коротких поїздок вихідного дня, що зменшує загальну рентабельність закладів розміщення.

Також слід вказати на значну частку тіньового сектору, особливо в курортних зонах. Експертні оцінки свідчать про те, що невідповідність між кі-

лькістю офіційно зареєстрованих місць та реальною пропозицією на платформах бронювання створює недобросовісну конкуренцію для легальних готелів. Домінування фізичних осіб (близько 65%) у структурі платників податків додатково ускладнює адміністрування збору [84].

Серед перспективних напрямків розвитку пріоритетним є поглиблення транскордонного співробітництва. Плани щодо будівництва мосту через Дунай (Орлівка–Ісакча) дозволять інтегрувати дорожню мережу регіону до транс'європейських коридорів, відкриваючи можливості для транзитного туризму. Важливим резервом є розвиток нішевих видів туризму, зокрема екологічного та активного. Проекти будівництва велодоріжок, наприклад, маршрут Маяки–Лобойківка, та організація водних екскурсій у дельті Дунаю («Нульовий кілометр») здатні залучити нову категорію екологічно свідомих відвідувачів [79].

Також значний потенціал має залучення грантових коштів на відновлення культурної спадщини. Прикладом ефективної роботи у цьому напрямку є отримання грантової допомоги від Італії у розмірі 33,5 млн євро на реставрацію пам'яток Одеси, що компенсує дефіцит державного фінансування [23].

Ключовим дестабілізуючим фактором залишаються безпекові ризики. Мінна небезпека в акваторії Чорного моря призвела до того, що більшість пляжів у 2025 році залишалися закритими, а доступ до води був дозволений лише на окремих перевірених локаціях. Це фундаментально змінює сприйняття регіону масовим туристом [93].

Додатковим викликом є екологічні та кліматичні аномалії. Згідно з «Регіональною доповіддю про стан навколишнього середовища», фіксуються проблеми забруднення моря та абразійно–зсувні процеси. Крім того, кліматичні зміни провокують такі явища як «цвітіння» води та навали медуз у пік сезону, що суттєво знижує якість рекреації [106].

Також існує ризик втрати конкурентоспроможності у майбутньому. Нинішнє зростання внутрішнього потоку значною мірою зумовлене безальтернативністю: 80–90% гостей у 2025 році склали українці, які не мали змоги виїхати за кордон. Після відкриття кордонів регіон ризикує зіштовхнутися з відтоком туристів, якщо не забезпечить якісний сервіс та адекватну цінову політику.

### 3.2. PEST–аналіз зовнішнього середовища впливу на туристичний сектор Одеської області

Для формування цілісного уявлення про зовнішні умови, в яких відбувається відновлення туристичної галузі Одеської області, доцільно застосувати інструментарій PEST–аналізу. Даний метод дозволяє детально дослідити чотири групи ключових факторів макросередовища: політико–правові (Political), економічні (Economic), соціокультурні (Social) та технологічні (Technological). В умовах воєнного стану саме ці зовнішні вектори мають вирішальний вплив на можливості бізнесу та поведінку споживачів.



Рис. 3.2. PEST–аналіз впливу навколишнього середовища Одеської області

*Політичне середовище* регіону наразі визначається складним балансом між жорсткими безпековими обмеженнями воєнного часу та новими можливостями, які відкриває міжнародна співпраця.

В умовах, коли державний бюджет України пріоритетно спрямований на оборону, сфера культури та туризму залишилася без належного фінансування. Однак, активна дипломатична робота дозволила знайти альтернативні джерела ресурсів. Отримання історичним центром Одеси охоронного статусу ЮНЕСКО стало ключовим політичним інструментом для залучення донорів. Яскравим доказом ефективності цієї стратегії є рішення уряду Італії надати грантову допомогу в розмірі 33,5 млн євро. Ці кошти будуть спрямовані на реставрацію пам'яток архітектури, що дозволить зберегти туристичну привабливість міста навіть під час війни.



Рис.3.3. Історичний центр міста Одеса [104]

Геополітична ситуація та блокування морських портів змусили державу переорієнтувати логістичні потоки на суходіл. Одеська область, що межує з Румунією та Молдовою, стала стратегічним транзитним вузлом. У планах відновлення області на 2025–2027 роки ключовим проектом є будівництво мосту через Дунай «Орлівка–Ісакча». Це не просто інфраструктурний об'єкт, а політичний крок до інтеграції дорожньої мережі регіону в

транс'європейські коридори, що в майбутньому забезпечить стабільний потік автотуристів з Євросоюзу.

Влада встановила чіткі та суворі правила функціонування туристичних зон. Через мінну небезпеку діє заборона на відвідування більшості пляжів та лісових масивів, що суттєво обмежує можливості для класичного відпочинку.

Водночас, військова адміністрація та місцеве самоврядування демонструють гнучкість: розроблено механізми перевірки та відкриття окремих безпечних зон, як-от пляжі «Дельфін» та «Малий фонтан». Така політика дозволяє легалізувати роботу бізнесу там, де це можливо, знижуючи рівень соціальної напруги.

*Економічна ситуація* в регіоні залишається напруженою, проте бізнес демонструє дивовижну стійкість та здатність до адаптації, що підтверджується статистичними показниками.

Збереження інвестиційної активності. Попри високі військові ризики, іноземний капітал не залишає регіон. У 2024 році Одеська область посіла третє місце в Україні за динамікою реєстрації нових компаній з іноземними власниками – було створено 122 нові підприємства. Це свідчить про те, що інвестори розглядають логістичний та рекреаційний потенціал Одещини як перспективний актив і готуються до активної роботи в період повоєнної відбудови, закладаючи фундамент уже зараз [84].

Туристична галузь поступово відновлює свою платоспроможність. У 2024 році надходження туристичного збору зросли на 68%, а за перші 10 місяців 2025 року місцеві бюджети отримали 16 млн грн. Таке суттєве зростання пояснюється не лише інфляційними процесами, а й системною роботою з легалізації ринку. Підприємці, особливо у приватному секторі, змушені виходити з «тіні» та реєструватися, щоб мати можливість офіційно працювати, бронювати співробітників та отримувати доступ до державних програм підтримки [84].

Державні інвестиції в логістику. Розвиток доріг має прямий економічний ефект для туризму, знижуючи собівартість подорожей.

Реконструкція траси М–15 та капітальний ремонт мосту через канал Кофа дозволили скоротити шлях між Кілією та Ізмаїлом на 100 км. Це робить поїздки до віддалених рекреаційних локацій Бессарабії (наприклад, Вилкове) швидшими та дешевшими, що стимулює внутрішній попит навіть в умовах здорожчання пального [79].

Війна спричинила глибокі зміни в менталітеті українців, що безпосередньо вплинуло на портрет туриста та його вимоги до відпочинку.

Через постійну невизначеність та безпекові загрози люди перестали планувати відпустки на тривалий термін. Статистика показує, що середня тривалість поїздки скоротилася з довоєнних 5 днів до 3–3,2 діб у 2025 році. Відпочинок більше не сприймається як розвага чи гедонізм; він трансформувався у спосіб психологічної реабілітації та необхідного відновлення сил. Туристи шукають короткого перепочинку, щоб зняти стрес і повернутися до роботи.

Закриття кордонів для значної частини населення призвело до того, що внутрішній турист став основним клієнтом галузі – його частка сягає 80–90%. Оскільки альтернатив морському відпочинку за кордоном для багатьох немає, Одеська область акумулює основний попит. Це створює «тепличні» умови для місцевого бізнесу, але водночас вимагає адаптації сервісу під запити та фінансові можливості саме українського споживача.

Галузь гостинності зіткнулася з гострою нестачею персоналу. Масштабна мобілізація чоловіків та виїзд значної частини жінок–фахівців за кордон призвели до кадрового голоду в готелях та ресторанах. Власникам бізнесу доводиться витрачати значні ресурси на пошук та навчання нових працівників без досвіду, що створює ризики для якості сервісу в короткостроковій перспективі.

*Технологічний прогрес* в умовах війни змінив свій напрямок: від маркетингових інструментів до технологій виживання та безпеки.

Загрози енергетичній інфраструктурі зробили автономність головною вимогою ринку. Наявність потужних генераторів, власних свердловин та систем супутникового зв'язку Starlink перетворилася з конкурентної переваги на базову умову існування бізнесу. Туристи при виборі готелю першочергово звертають увагу на гарантію наявності світла та інтернету, що змушує підприємців інвестувати значні кошти в технологічне обладнання [6].

Роль цифрових платформ значно зросла. Сервіси на кшталт GastroOdesa дозволяють об'єднувати розрізнені пропозиції локальних крафтових виробників у єдиний туристичний продукт. Крім того, цифровізація стала інструментом детінізації: використання онлайн-реєстрів та безготівкових оплат спрощує адміністрування податків та робить ринок більш прозорим [6].

Результати PEST-аналізу свідчать про те, що зовнішнє середовище функціонування туристичної галузі Одеської області характеризується високою динамікою та складністю. Негативний тиск безпекових та демографічних факторів частково компенсується ефективною культурною дипломатією, залученням міжнародної допомоги та високою адаптивністю регіональної економіки. Ключовим стратегічним завданням для бізнесу стає перехід від екстенсивної моделі розвитку до інтенсивної, що передбачає впровадження енерго-ефективних технологій, цифровізацію сервісів та орієнтацію на потреби внутрішнього споживача.

### **3.3. Практичні рекомендації щодо відновлення туризму в Одеському регіоні**

В умовах затяжного воєнного конфлікту туристична індустрія Одеської області опинилася перед необхідністю фундаментальної зміни парадигми свого існування. Проведений у попередніх підрозділах аналіз (SWOT та

PEST) засвідчив, що повернення до довоєнної моделі масового пляжного відпочинку в середньостроковій перспективі є неможливим через мінну небезпеку, руйнування інфраструктури та зміну безпекового ландшафту. Відтак, стратегія відновлення не може обмежуватися точковим «латанням дірок»; вона вимагає побудови нової архітектури ринку, яка базуватиметься на принципах резистентності (стійкості), безпеки та гнучкості.

Запропонована стратегія трансформації туристичного сектору Одещини передбачає реалізацію комплексу заходів у трьох ключових площинах: продуктивній, інституційній та інфраструктурній.

*Продуктова трансформація через процеси подолання сезонності.* Критичною вразливістю регіональної економіки туризму, виявленою під час аналізу, є гіпертрофована сезонність. Розрив у доходах між піковим серпнем та зимовими місяцями сягає 11-кратного розміру, що робить бізнес нежиттєздатним без фінансової «подушки» та призводить до сезонного звільнення персоналу. Подолання цього дисбалансу можливе лише через створення та масштабування туристичних продуктів, які не залежать від кліматичних умов та доступу до моря.

- ✓ Створення регіонального кластера реабілітаційного та оздоровчого туризму Одеська область володіє унікальним природно-ресурсним потенціалом (лікувальні грязі лиманів Куяльник, Шаболат, Хаджибей, мінеральні води), який історично використовувався для санаторно-курортного лікування. В умовах війни попит на реабілітаційні послуги зростає в геометричній прогресії.
- ✓ Стратегічним кроком має стати формування державно-приватного партнерства (ДПП) між власниками санаторіїв, готелів та профільними міністерствами (МОЗ, Міністерством у справах ветеранів). Необхідно перепрофілювати частину номерного фонду рекреаційних закладів (зокрема у локаціях Сергіївка, Куяльник) під центри фізичної та психологі-

чної реабілітації для військовослужбовців та цивільних осіб, постраждалих від війни.

- ✓ Для готелів це відкриває можливість залучення грантових коштів на створення безбар'єрного простору (інклюзивність) та закупівлю медичного обладнання.

Такий підхід гарантує закладам стабільне бюджетне замовлення в період міжсезоння (жовтень–квітень), дозволяючи зберігати кваліфікований персонал та підтримувати інфраструктуру в робочому стані цілий рік. Соціальний ефект полягає у поверненні ветеранів до повноцінного життя.

Розвиток МІСЕ–сегменту подвійного призначення Аналіз ділової активності в регіоні (реєстрація нових компаній, візити міжнародних делегацій) свідчить про збереження попиту на проведення офлайн–заходів. Одеса, як логістичний хаб Півдня, залишається місцем зустрічі для міжнародних місій, волонтерських організацій та бізнесу.

- ✓ Готелі категорії 4–5\* повинні переорієнтуватися на надання послуг безпечного конференц–сервісу. Ключовою конкурентною перевагою стає не вид на море, а відповідність стандарту «Business Security»: наявність сертифікованого бомбосховища з автономною вентиляцією та швидкісним інтернетом, енергетична незалежність (генератори 2–го рівня резервування), захищені канали зв'язку.
- ✓ Позиціонування таких готелів як «острівців безпеки» для проведення стратегічних сесій, тренінгів з тактичної медицини, донорських конференцій. Це дозволяє завантажити готелі у будні дні та в «низький» сезон.

Оскільки мінна небезпека в акваторії Чорного моря залишатиметься довгостроковим фактором навіть після завершення бойових дій, необхідна переорієнтація «водного» туризму.

- ✓ Акцент має зміститися на використання рекреаційного потенціалу Тилігульського та Хаджибейського лиманів, а також дельти Дунаю (Вилкове). Ці водойми є безпечними з точки зору мінної загрози та дозволяють розвивати екологічний туризм, каякінг, бердвочинг.
- ✓ Для готелів на узбережжі критично важливим є інвестування у будівництво відкритих басейнів з підігрівом та SPA-комплексів. Як показав досвід 2023–2025 років, наявність басейну стає головним ціноутворюючим фактором і дозволяє утримувати високий чек навіть за умови закритого доступу до пляжу.

*Інституційне оздоровлення – цифровізація та детінізація.* За експертними оцінками, значна частина туристичного ринку Одещини (від 40% до 50% у курортних селищах типу Затоки) перебуває в «тіні». Це створює парадоксальну ситуацію: при високому антропогенному навантаженні на інфраструктуру, громади не отримують достатньо коштів для її відновлення. Вирішення цієї проблеми неможливе виключно адміністративно-каральними методами; необхідна цифрова трансформація фіскальних відносин.

- ✓ Пропоноване рішення – імплементація механізму сплати туристичного збору через популярні цифрові платформи – муніципальні чат-боти (Viber, Telegram) або інтеграцію з банківськими застосунками (Monobank, Приват24).
- ✓ Алгоритм дії – власник житла генерує QR-код для свого об'єкта. Турист при заселенні сканує код і сплачує збір «в один клік» (за аналогією з оплатою паркування). Система автоматично розщеплює платіж і спрямовує його до бюджету відповідної ТГ.
- ✓ Таке спрощення процедури («держава в смартфоні») усуває корупційні ризики та психологічний бар'єр перед «спілкуванням з податковою».

Для стимулювання легалізації необхідно створити економічні преференції для «білого» бізнесу.

Створення на базі обласного туристичного порталу відкритого реєстру верифікованих закладів.

Критерії включення:

- ✓ офіційна реєстрація;
- ✓ регулярна сплата туристичного збору;
- ✓ дотримання протоколів безпеки (наявність укриття).

Тільки учасники реєстру повинні мати доступ до програм державної та донорської підтримки (наприклад, компенсація вартості палива для генераторів, пільгове кредитування «5–7–9%») та промоції на офіційних інформаційних ресурсах області. Таким чином, легальний статус перетворюється з фінансового тягаря на конкурентну перевагу, що відкриває доступ до ресурсів.

Інфраструктура регіону, спроектована в радянський період, не відповідає ні сучасним навантаженням, ні безпековим викликам.

Поняття «безпеки» наразі є розмитим і трактується кожним готелем на власний розсуд, що підриває довіру споживача.

Необхідна розробка та затвердження на рівні обласної військової адміністрації єдиного «Протоколу безпеки». Документ має чітко регламентувати вимоги до укриттів:

- ✓ площа на одну особу;
- ✓ вентиляція;
- ✓ другий вихід;
- ✓ наявність запасів технічної та питної води (мінімум на 48 годин);
- ✓ алгоритми евакуації та інформування гостей.

Заклади, що пройшли аудит на відповідність протоколу, отримують спеціальну візуальну відзнаку (наклейку «Safe Place», цифровий бейдж на

Booking.com). Це стає головним маркером якості для туриста, який обирає місце для відпочинку з сім'єю.

Традиційне позиціонування Одеси як «столиці гумору та пляжів» втратило актуальність і вступає в дисонанс із реаліями війни. Необхідний *ребрендинг*, що відповідає зміненим психологічним потребам українців.

Новий маркетинговий наратив має будуватися навколо ідеї психологічного розвантаження. Одещина має позиціонуватися як місце, де можна на короткий час перепочити, відновити ментальний ресурс та відчутти смак життя. Акцент зміщується з пасивного пляжного відпочинку на гастрономію (проект «Дороги вина та смаку»), культурну спадщину (об'єкти ЮНЕСКО) та контакт з природою.

Враховуючи тренд на скорочення тривалості поїздок, необхідно запропонувати ринку комплексні пакетні рішення:

- ✓ Тур на 48–72 години, що включає логістику, проживання в безпечному готелі та насичену програму (гастро–тур, екскурсія «Одеса незламна», відвідування еко–ферми).
- ✓ Такий продукт знімає з туриста тягар планування та пошуку безпечних локацій, пропонуючи готовий сценарій «перезавантаження» за фіксованою ціною.

Резюмуючи, можна констатувати, що реалізація цієї стратегії дозволить перейти від тактики виживання до активної розбудови потенціалу. Взаємодія державного сектору (прозорі правила, безпека) та приватного капіталу (якість, нові продукти) забезпечить трансформацію туристичної сфери Одеської області. Це створить умови для формування диверсифікованого та інвестиційно привабливого ринку, здатного стати каталізатором економічного відновлення регіону

### 3.4. Розробка веломаршруту «Вилкове–Кілія–Ізмаїл»

Активні форми рекреації, де велосипед виступає ключовим засобом пересування, набувають особливої актуальності в умовах зростання попиту на екологічно сталий туризм. Район Придунав'я Одеської області має значний потенціал для розвитку такого формату діяльності завдяки поєднанню унікальних ландшафтів дельти, наявності історичних поселень та низького рівня транспортного навантаження на місцеву дорожню мережу. У контексті стратегії відновлення туристичного сектору Одещини, розроблення лінійного веломаршруту «Вилкове – Кілія – Ізмаїл» доцільно розглядати не лише як створення окремого екскурсійного продукту, а як комплексний інструмент вирішення стратегічних проблем регіону. Зокрема, впровадження маршруту сприяє нівелюванню територіальних диспропорцій шляхом перерозподілу туристичних потоків углиб регіону, а також частково вирішує проблему сезонності, оскільки велотуризм менш залежний від пляжних умов і може успішно розвиватися у весняний та осінній періоди.

Основною метою розроблення маршруту є формування якісного туристичного продукту, орієнтованого на поєднання природної, історичної та культурної складових Придунав'я

Завдання маршруту

Основні завдання маршруту включають:

- демонстрацію природних особливостей дельти Дунаю та її антропогенно сформованих територій;
- ознайомлення учасників із культурними та історичними особливостями малих міст Придунайського регіону;
- формування альтернативного способу пересування, що сприяє сталому використанню території;
- стимулювання туристів до подальшого самостійного дослідження регіону.

Характеристика веломаршруту

Розроблений маршрут має такі ознаки:

1. *Назва маршруту* – «Вилкове–Кілія–Ізмаїл»
2. *Тип маршруту* – Лінійний, регіональний
3. *За змістом* – природно–пізнавальний та історико–культурний
4. *За місцем проведення* – проходить територією Придунав'я з охопленням населених пунктів Вилкове, Кілія та Ізмаїл;
5. *За способом пересування* – велосипедний (за умови використання власних або орендованих засобів); передбачає чергування активного руху з плановими екскурсійними зупинками.
6. *За складом учасників* – орієнтований на малі організовані групи (до 10 осіб) або індивідуальних туристів. Для досвідчених користувачів велосипеда;
7. *За формою проведення* – лінійний, з фіксованим початком і завершенням;
8. *Протяжність маршруту* – близько 75 км;
9. *Тривалість* – 8–9 годин (один світловий день). Розрахунок включає чистий ходовий час (при середній швидкості 15–17 км/год) та час на екскурсійні огляди, санітарні зупинки й харчування.
10. *Сезонність* – квітень–жовтень (найсприятливіший кліматичний період)
11. *Рівень складності* – середній (вимагає витривалості через дистанцію, але технічно нескладний завдяки рівнинному рельєфу, перепад висот < 20 м).
12. *Покриття доріг* – Комбіноване (асфальт, ґрунтові дороги)
13. *Вимоги до учасників* – достатній рівень фізичної підготовки; навички руку в колоні
14. *Рекомендоване спорядження* – велосипед, шолом, світловідбиваючі елементи (жилет), ремкомплект (камера, насос, мультитул), запас води та індивідуальна аптечка

15. *Безпека та обмеження* – Прикордонна зона – обов’язкова наявність паспорта громадянина України, Резерв + (для чоловіків); заборона зйомки блокпостів та об’єктів критичної інфраструктури, рух дорогами загального користування згідно з ПДР.



Рис.3.4.Ключові точки веломаршруту (Вилкове–Кілія–Ізмаїл)



Рис. 3.5. Канали міста Вилкове [100]

Маршрут бере початок у місті Вилкове, яке виконує функцію стартового організаційного хабу. Саме тут відбувається збір групи, перевірка технічного стану велосипедів та проведення інструктажу з техніки безпеки. У межах стартового блоку реалізується коротка оглядова програма тривалістю до однієї години, що включає ознайомлення з унікальною гідрологічною

мережею міста — системою рукотворних ґриків та специфікою забудови на наливних територіях. Важливою логістичною перевагою стартової точки є наявність пунктів прокату спорядження, що робить маршрут доступним для туристів без власного транспорту, за умови попередньої домовленості про трансфер велосипедів з фінішної точки. [100].

Це забезпечує учасникам можливість ознайомитися з особливостями унікального середовища дельтового міста.

Перший транзитний етап «Вилкове – Кілія», протяжністю близько 28–30 км, пролягає територією, наближеною до буферної зони Дунайського біосферного заповідника. Дорожнє покриття на цьому відрізку переважно асфальтоване, задовільної якості, хоча місцями трапляються пошкоджені ділянки. Низька інтенсивність автомобільного руху забезпечує відносно високий рівень безпеки для пересування велоколон. Ландшафтна специфіка етапу визначається чергуванням водно–болотних угідь та агроценозів (рисових систем), що створює сприятливі умови для спостереження за орнітофауною безпосередньо під час руху.



Рис.3.6. Миколаївська церква та дзвіниця, Кілія [23]

Ключовим рекреаційно–логістичним вузлом маршруту виступає місто Кілія, де передбачена основна зупинка тривалістю 1,5–2 години для відновлення фізичних сил учасників. Екскурсійна складова цього етапу

фокусується на огляді об'єктів історичної спадщини, центральним з яких є Свято–Миколаївська церква (XVII ст.) – унікальний зразок напівпідземної культової архітектури, а також територія колишньої фортеці. З практичної точки зору, зупинка в Кілії є критично важливою для організації харчування та поповнення запасів питної води, оскільки на подальших транзитних ділянках об'єкти сервісної інфраструктури відсутні [23].

Наступний відрізок «Кілія – Ізмаїл» є найбільш тривалим та характеризується зміною ландшафтів на відкриті степові простори, зайняті виноградниками та зерновими культурами. Технічна особливість цієї ділянки полягає у відсутності природного затінення та можливому впливі вітрового навантаження, що слід враховувати при плануванні графіку руху. На під'їздах до міста Ізмаїл інтенсивність транспортного потоку зростає, що вимагає від групи підвищеної уваги та суворого дотримання правил дорожнього руху.



Рис. 3.7 Ізмаїл [29]

Завершується маршрут у місті Ізмаїл, який виступає фінішним туристичним та транспортним центром. Підсумкова частина програми включає огляд знакових пам'яток, таких як Парк–музей «Фортеця» з

діорамою у приміщенні колишньої мечеті XVI століття, Покровський собор та набережна Дунаю. Розвинена транспортна інфраструктура міста, зокрема залізничне сполучення «Дунайський експрес» та мережа автобусних маршрутів, дозволяє зручно організувати від'їзд учасників та завершити тур [29].

Реалізація даного маршруту вимагає ретельного врахування безпекових та організаційних аспектів, особливо в умовах воєнного стану. Оскільки нитка маршруту проходить у межах контрольованого прикордонного району, обов'язковою умовою участі є наявність документів, що посвідчують особу. Також на етапі планування необхідно врахувати розташування найближчих укриттів у населених пунктах по ходу слідування. Інтеграційний потенціал маршруту є високим: він може ефективно поєднуватися з водними екскурсіями дельтою, гастрономічними турами (локальне виноробство та рибна кухня) або розглядатися як перспективна ділянка міжнародного велокоридору, що сприятиме інтеграції туристичного продукту Одещини у загальноєвропейський контекст.

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексне дослідження теоретичних засад та практичних аспектів функціонування туристичного сектору Одеської області в умовах воєнного стану. На основі проведеного аналізу, систематизації статистичних даних та розробки стратегічних рекомендацій зроблено такі висновки:

1. Уточнено сутність та ієрархічну структуру туристичного сектору як об'єкта управління. У ході теоретичного дослідження встановлено, що термінологічна невизначеність ускладнює державне регулювання галузі. Запропоновано авторський комплексний підхід до визначення туристичного сектору, який базується на п'ятирівневій ієрархії понять: від найширшого («туристична сфера») до прикладного («індустрія гостинності»). Визначено, що в умовах кризи найбільш ефективним є розгляд туристичного сектору як економічної підсистеми регіону, що інтегрує діяльність спеціалізованих підприємств (готелі, туроператори) та суміжної інфраструктури (транспорт, культура). Такий підхід дозволив обґрунтувати необхідність застосування гібридних моделей управління, які поєднують безпекові протоколи та економічні стимули.

2. Систематизовано міжнародний досвід відновлення туризму після військових конфліктів та визначено можливості його імплементації в Україні. Аналіз кейсів Ізраїлю, В'єтнаму, Хорватії та Кіпру дозволив виокремити ключові інструменти, релевантні для Одещини:

- ✓ Досвід Ізраїлю – є пріоритетним у частині перепрофілювання готелів під житло для евакуйованих осіб за державної підтримки (субсидії на суму 3,2 млрд шекелів) та впровадження жорстких протоколів безпеки, що дозволяє зберігати функціональність галузі під час активних бойових дій.

- ✓ Досвід В'єтнаму та Хорватії – демонструє ефективність лібералізації візових режимів та активного ребрендингу територій («військовий туризм», екологічні стандарти) у післявоєнний період для повернення в'їзного потоку.
- ✓ Досвід Кіпру – підтверджує важливість інфраструктурних інвестицій та державної підтримки для відновлення туристичного потоку, який може зростати на 300% після стабілізації ситуації.

3. Виявлено та проаналізовано ключові фактори, що трансформували туристичний ринок Одеської області у 2020–2025 роках. Встановлено, що падіння та подальше відновлення галузі зумовлене сукупністю семи груп факторів, серед яких домінуючими є:

- ✓ Безпекові та геополітичні – блокування портів, мінна небезпека узбережжя та закриття повітряного простору призвели до повної зупинки в'їзного іноземного туризму та необхідності переорієнтації на внутрішній ринок.
- ✓ Економічні – зниження платоспроможності населення та інфляція змінили споживчу поведінку – середня тривалість перебування туриста скоротилася з 5 діб (довоєнний рівень) до 3,2 доби у 2025 році, з акцентом на тури вихідного дня.
- ✓ Логістичні – попри закриття аеропорту, модернізація автошляхів (траса М–15, міст через канал Кофа) дозволила покращити доступність південних районів області (Придунав'я), скоротивши шлях на 100 км.
- ✓ Технологічні – енергетична нестабільність зробила автономність закладів (генератори, Starlink) головною конкурентною перевагою та базовою умовою виживання бізнесу.

4. Оцінено сучасний стан туристичного сектору Одещини, який демонструє високу резистентність та V-подібне відновлення. Попри втрату 90% потоку у 2022 році, за результатами 2024–2025 років фіксується стійка позитивна динаміка:

- ✓ Фіскальна ефективність – надходження туристичного збору у 2024 році зросли на 68%, а за 10 місяців 2025 року склали 16 млн грн, що свідчить про ефективність заходів з детінізації та відновлення попиту.
- ✓ Структура потоку – частка внутрішніх туристів сягнула 90%, при цьому загальний потік наближається до 2,5 млн осіб, що становить близько 80% від довоєнного рівня.
- ✓ Інвестиційна активність – Одеська область посідає третє місце в Україні за кількістю нових компаній з іноземним капіталом, а готельний фонд планується розширити на 300 номерів у 2025 році.
- ✓ Інфраструктурна адаптація – бізнес успішно замінив недоступне море створенням зон відпочинку з басейнами, що стало головним ціноутворюючим фактором сезону.

5. На основі проведеного SWOT та PEST-аналізу ідентифіковано стратегічні розриви та точки росту регіону.

- ✓ Слабкі сторони – головною проблемою залишається гіпертрофована сезонність (розрив у доходах між серпнем та січнем сягає 11 разів) та значний тіньовий сектор (40–50% у курортних зонах), що призводить до касових розривів у місцевих бюджетах.
- ✓ Загрози – ключовими ризиками є безпекова нестабільність, кадровий дефіцит через мобілізацію та міграцію, а також екологічні проблеми (цвітіння моря, зсуви).
- ✓ Можливості – PEST-аналіз показав високий потенціал залучення міжнародних ресурсів (грант Італії на 33,5 млн євро для ЮНЕСКО) та розвитку нішевих видів туризму (реабілітаційний, гастрономічний), які не залежать від пляжного сезону.

6. Розроблено стратегію відновлення, що базується на трьох напрямках: безпека, цифровізація та продуктова диверсифікація. Для забезпечення сталого розвитку запропоновано:

- ✓ Впровадити єдиний регіональний «Протокол безпеки» з маркуванням закладів (Safe Place), що гарантують наявність укриттів та автономності.
- ✓ Запровадити цифровий механізм сплати туристичного збору через QR-коди та банківські додатки для охоплення приватного сектору та наповнення бюджетів громад.
- ✓ Створити кластер реабілітаційного туризму на базі санаторіїв (Куяльник, Сергіївка) для оздоровлення ветеранів, що забезпечить завантаження закладів у міжсезоння.

7. Обґрунтовано впровадження регіонального веломаршруту «Вилкове – Кілія – Ізмаїл» як пілотного проекту трансформації туристичного продукту. Розробка саме цього маршруту є стратегічно важливою з огляду на наступне:

- ✓ Безпековий фактор – маршрут проходить територією Придунав'я, де відсутня мінна небезпека (на відміну від морського узбережжя), що робить його доступним та безпечним для туристів.
- ✓ Подолання сезонності – велотуризм не залежить від температури морської води та дозволяє продовжити активний сезон на весняний та осінній періоди (квітень–жовтень).
- ✓ Логістична інтеграція – маршрут використовує переваги відновленої транспортної інфраструктури півдня області та перенаправляє потоки вглиб регіону, знімаючи навантаження з переповненої Одеси.
- ✓ Комплексність – продукт поєднує активний відпочинок з пізнавальним (історичні пам'ятки Кілії та Ізмаїла) та екологічним (Дунайський біосферний заповідник), відповідаючи запиту на «тури вражень».

Таким чином, відновлення туристичного сектору Одеської області потребує відходу від монофункціональної моделі «морського курорту» до створення диверсифікованої, безпечної та технологічної екосистеми, здатної функціонувати в умовах перманентної кризи.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. A Periodization of the Development of Vietnam's Tourism Accommodation since the Open Door Policy. URL: <https://www.researchgate.net/publication/353854421>
2. Barometer of World Tourism (UNWTO). URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
3. Booking.com: The largest selection of hotels, homes, and holidays rentals. URL: <https://www.booking.com/>.
4. Clarity - прозора аналітика. URL: <https://clarity-project.info/>
5. Crisis Management and Governance in Tourism. URL: <https://www.taylorandfrancis.com/books/mono/10.4324/9781003139441>
6. Discover Ukraine : Ukraine - Ukraine Travel Guide. URL: <https://discover-ukraine.info/>.
7. DNU. Tourism and Creative Industries. URL: [https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/2022/materiali/13\\_turizm\\_ta\\_kreat\\_industr.pdf](https://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/2022/materiali/13_turizm_ta_kreat_industr.pdf)
8. Forexite. інструмент прогнозування стратегічного розвитку URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/88441>
9. Global Economic Data, Indicators, Charts & Forecasts. CEIC. URL: <https://www.ceicdata.com/>.
10. Glossary of tourism terms . UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.
11. Hlandata European Seminar. URL: <https://isocarp.org/hlandata/>
12. HNEU. Monograph. URL: [https://hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono\\_final.pdf](https://hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono_final.pdf)
13. Interfax-Ukraine. Італія надасть Україні 32,5 млн євро на відновлення культурної спадщини Одещини - Мінкультури. Інтерфакс-Україна. URL: <https://interfax.com.ua/news/general/1086831.html>.
14. International Monetary Fund. URL: <https://www.imf.org/>

15. Israel's tourism sector incurs \$3.4B in losses. URL: <https://www.jpost.com/business-and-innovation/all-news/article-774119>
16. Landmarks in Ukraine. Kiliya. URL: <https://landmarks.in.ua/oblast/odeska/kilia>
17. Leaflet – an open-source JavaScript library for interactive maps. URL: <https://leafletjs.com/>.
18. Locator.ua – онлайн карта та маркетплейс послуг Одеси та України. URL: <https://od.locator.ua/>.
19. NTO.UA: статистика та аналітика. URL: <https://www.nto.ua/statystyka>
20. Odesa Tourism: New Horizons for 2025 – Odesa Daily. URL: <https://odessadaily.net/en/other/news-1458?>
21. Organisation for Economic Co-operation and Development. URL: <https://www.oecd.org/>
22. Our World in Data. URL: <https://ourworldindata.org/>
23. ResearchGate. Ukraine tourism wartime functioning. URL: <https://www.researchgate.net/publication/366464050>
24. RIBAS Hotels Group. URL: <https://ribashotelsgroup.ua/blog/6313/>
25. Statista - The Statistics Portal. URL: <https://www.statista.com/>.
26. TourismDatasets (UNWTO mirror). URL: <https://tourismdatasets.org/>
27. UkraineIncognita. Вилкове. URL: <https://ukrainaincognita.com/...>
28. Visit Odesa. URL: <https://visit-odesa.com/>
29. Visit Ukraine – Service portal about Ukraine 24/7. URL: <https://visitukraine.today/>.
30. Visit Ukraine – recovery. URL: <https://visitukraine.today/blog/769>
31. World Bank Open Data. URL: <https://data.worldbank.org/>.
32. Your Partner in Virtual Tours and Real Estate Visualization. URL: <https://dovkola.com/>
33. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Розвиток туризму в Україні. URL: <https://journal.eae.com.ua>

34. Барометр світового туризму ООН. Глобальна статистика туризму. URL: <https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>
35. Безкоштовий Wi-Fi у Одесі. Locator.ua – онлайн карта та маркетплейс послуг Одеси та України. URL: <https://od.locator.ua/>.
36. Бунтова Н. В. Перспективи інтеграції України в готельний бізнес. Вісник ОНУ, 2016. с 16-19 URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP\\_meta&C21COM=S&2\\_S21P03=FILA=&2\\_S21STR=Vonu\\_econ\\_2016\\_21\\_4\\_5](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Vonu_econ_2016_21_4_5)
37. Вилкове. Не Венеція і не зовсім українська. Україна Інкогніта. URL: <https://ukrainaincognita.com/odeska-oblast/kiliiskyi-raion/vylkove/vylkove-ne-venetsiya-i-ne-zovsim-ukrainska>
38. Відновлення туризму після війни. URL: <https://susplne.media/articles/561715-vidnovlenna-turizmu-pisla-vijni-aki-perspektivi-dla-ukraini>
39. Відпочинок в Одеській області: де можна купатися, а де категорично заборонено. ГЛАВКОМ. URL: <https://glavcom.ua/country/society/lito-2025-de-na-chornomorskomu-uzberezhzhi-mozhna-kupatisja-a-de-katehorichno-zaboroneno-1062968.html>.
40. Гищук Р.М. Туристичний сектор України в умовах турбулентності: ризики та можливості. URL: [https://tourism.donnu.edu.ua/article/view/zbirnyk\\_xxxii](https://tourism.donnu.edu.ua/article/view/zbirnyk_xxxii)
41. Головний портал Національної академії наук України. URL: <https://www.nas.gov.ua/>.
42. Горчак Р.В. Цифровізація внутрішнього туризму в Україні: стан, ініціативи та аналітика. URL: [https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/184?utm\\_source](https://journals.chdtu.ck.ua/index.php/itsf/article/view/184?utm_source)
43. Гутовська Н.Г. Аналіз стану та перспектив розвитку Одеського туристичного регіону: електронне наукове видання: НУХТ. 2019. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Gutovska-N.-G..pdf>

44. Державна податкова служба України. URL: <https://tax.gov.ua/>
45. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
46. Державне агенство розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/>
47. Дядечко Л. Економіка туристичного бізнесу. URL: [http://tourlib.net/books\\_ukr/dyadechko13.htm](http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko13.htm)
48. Еволюція туризму після війни у В'єтнамі. URL: <https://www.researchgate.net/publication/367049310>
49. Економіко-математичне моделювання індустрії гостинності. URL: <https://economics.kname.edu.ua/index.php/16pdf>
50. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 р. №324/95-ВР. – Відомості Верховної Ради України, 1995 р., №31, с.241-260.
51. Ізмаїл та Аккерман стали одними з найнепрозоріших міст України - Бессарабія INFORM. URL: <https://bessarabiainform.com/2025/05/izmail-ta-akkerman-staly-odnymy-z-nayneprozorishyh-mist-ukrainy/>
52. Кириченко О.В. Вплив кризових явищ на розвиток міжнародного туризму в країнах ЄС. URL: <https://journals-lute.lviv.ua/index.php/economics/article/view/1593>
53. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності. навч. посіб. Чернівці: 2003. 300 с.
54. Кіш Г. В. Постпандемічні туристичні тенденції. URL: [https://www.researchgate.net/publication/353788468\\_SUCASNI\\_TURISTI\\_CNI\\_TENDENCII\\_V\\_POSTPANDEMICNIJ\\_PERIOD](https://www.researchgate.net/publication/353788468_SUCASNI_TURISTI_CNI_TENDENCII_V_POSTPANDEMICNIJ_PERIOD)
55. Кластер: механізми регулювання туристичного потенціалу території. URL: <https://tourism.gov.ua/claster/>
56. Костинець В.В. Розвиток туристичного сектору регіонів України в сучасних умовах. URL: [https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21.topic\\_-Kostynets-V.V.-Kovalenko-Z.S.-Ovsianyuk-K.M..26-35.pdf](https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21.topic_-Kostynets-V.V.-Kovalenko-Z.S.-Ovsianyuk-K.M..26-35.pdf)

57. Кулич І. Б. Туристична індустрія як система. URL: <https://nvngu.in.ua/index.php/en/home/10-english/archive/2015/11-1/986-article-29>
58. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева. – Київ : Альтерпрес, 2002. – 436 с
59. Ляшкевич П. Туризм в Україні: сучасний стан. URL: <http://visnyk-history.knlu.edu.ua/article/view/274892>
60. Магдик Н. Туризм під час війни. URL: [https://ukraine.segodaya.ua/...](https://ukraine.segodaya.ua/)
61. Максимчук О. С. Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної індустрії в Україні. URL: [http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/1\\_shapran.htm](http://www.confcontact.com/2017-ekonomika-i-menedzhment/1_shapran.htm)
62. Механізм державного регулювання туризму. URL: [https://innovatics.knutd.edu.ua/...](https://innovatics.knutd.edu.ua/)
63. Міжнародний досвід відбудови туризму після конфліктів. URL: <https://visitukraine.today/blog/759>
64. Міжнародний інвестиційний бізнес-форум Odesa 5T. Офіційний веб-сайт міста Одеса. URL: <https://omr.gov.ua/ua/business/mejdunarodniyinve-sticionniy-biznes-forum-odessa-5t/>.
65. Міністерство економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/>
66. Міністерство фінансів України. URL: <https://www.minfin.com.ua/>
67. На Одещині відбувся форум «Відновлення та розвиток людського капіталу Одеської області: освіта» - Одеська обласна державна адміністрація. Офіційний веб-сайт. URL: : <https://oda.od.gov.ua/na-odeshhyini-vidbuvsya-forum-vidnovlennya-ta-rozvytok-lyudskogo-kapitalu-odeskoyi-oblasti-osvita/>.
68. Найстаріше місто України – Кілія. Пам'ятки України. URL: <https://landmarks.in.ua/oblast/odeska/kilia>
69. Національна туристична організація України. URL: <https://nto.ua/>

- 70.Новини бізнесу України і світу - The Page (Зе Пейдж). URL: <https://thepage.ua/>.
- 71.Новини й аналітика про Німеччину, Україну, Європу та світ – DW. dw.com. URL: <https://www.dw.com/uk>.
- 72.Новини України та світу. NV.ua. URL: <https://nv.ua/>
- 73.Одеська міська рада. URL: <https://omr.gov.ua/> Одеська ОДА. URL: <https://od.gov.ua/>
- 74.Одеські пляжі відкриті для відпочинку: де безпечно купатися у серпні 2025 - всі останні новини на сьогодні – Inkorr. URL: <https://inkorr.com/vidpocinok-z-ditmi-na-odesini-cini-cikavi-misca-vazlivi-pravila-272712>
- 75.Одеський портал відкритих даних. URL: <https://data.odesa.ua/>
- 76.19 жовтня – Південний бізнес форум. Офіційний веб-сайт міста Одеса. URL: <https://www.omr.gov.ua/ua/announce/235031/>.
- 77.Онлайн путівник по Україні. Туристичний портал про все: Пам'ятки, тури, події. URL: <https://ua.igotoworld.com/>.
- 78.Опендатабот - відкриті дані про компанії, ФОП, суди та нерухомість України. URL: <https://www.opendatabot.ua/>.
- 79.Орлова І. Розробка прогнозів туристичної галузі. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/orlova2.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/orlova2.htm)
- 80.Особливості становлення та розвитку туристичної індустрії в Україні. URL: <https://www.researchgate.net/publication/361235080>
- 81.Особливості формування ризиків у діяльності туристичних підприємств. URL: <https://ppeu.stu.cn.ua/article/view/261504>
- 82.Пестушко В. Український туризм у глобалізації. URL: <https://scholar.google.com/scholar?cluster=14363133086803787009&hl=en&oi=scholar>
- 83.Післявоєнне відновлення Одеси: якою має бути нова туристична стратегія. Головні новини з України сьогодні - Kyiv Post. URL: <https://www.kyivpost.com/uk/post/31741>.

84. Портал «Бюджет для громадян». URL: <https://openbudget.gov.ua/>.
85. Регіональна доповідь про стан навколишнього середовища в Одеській області у 2021 році. URL: [https://mepr.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Regionalna-dopovid-Odeska-ODA-2021.pdf?utm\\_source](https://mepr.gov.ua/wp-content/uploads/2022/10/Regionalna-dopovid-Odeska-ODA-2021.pdf?utm_source)
86. Ринок українського туризму: відновлення галузі у 2024 році. Life.comments.ua. URL: <https://life.comments.ua/ua/article/travels/rinok-ukrainskogo-turizmu-vidnovlennya-galuzi-u-2024-roci-732519.html>
87. Система YouControl – онлайн-сервіс перевірки компаній URL: <https://youcontrol.com.ua/>
88. Січка І.І. Аналіз особливостей та розвитку туристичного ринку України. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/7\\_ukr/27.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/27.pdf)
89. Січка І.І. Сучасні проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної індустрії в Україні. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/27>
90. Словник: туристичний сектор. URL: <https://www.epravda.com.ua/...>
91. Специфіка функціонування туристичної галузі України в умовах воєнного стану. URL: <https://www.researchgate.net/publication/366464050>
92. Суспільне Медіа. URL: <https://suspilne.media/>
93. Туризм в Україні: куди їдуть найбільше. URL: <https://ukranews.com/ua/news/1104806-turyzm-v-ukrayini-vstanovyv-novyj-rekord-nadhodzhennya-vid-turystychnogo-zboru-perevyshhyly>
94. Туризм в умовах повномасштабної війни: куди їхати, який напрям обирати та як планувати свої подорожі – Forbes.ua URL: <https://forbes.ua/lifestyle/turizm-v-umovakh-povnomasshtabnoi-viyni-kudi-ikhati-yakiy-napryam-obirati-ta-yak-planuvati-svoi-podorozhi-20102023-16759>.
95. Туристична галузь Ізраїлю відновлюється завдяки плану реабілітації. URL: <https://mfa.gov.il/israel-rehabilitation-tourism>

96. Туристична галузь Ізраїлю стрімко зростає на тлі воєнної кризи та евакуацій. URL: <https://www.jpost.com/israel-news/article-76490>
97. Туристична індустрія та її особливості. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/tsyhanenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/tsyhanenko.htm)
98. Туристичний сектор: що це таке, визначення та поняття. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/05/15/700429/>
99. Український туризм: опитування туристів. Суспільне культура. URL: <https://suspilne.media/culture/570361-podorozi-pid-cas-vijni-ponad-50-ukrainciv-ne-izdili-v-insi-regioni-z-turisticnou-metou-opituvanna/>
100. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/>
101. Фестиваль «Одесі 610. Intent-press. URL: <https://intent.press/ru/anounces/anonsy-21/2025/festival-odesi-610/>
102. Хильчевський В.Ф. Водні об'єкти України: якість води та рекреація. URL: [https://www.researchgate.net/publication/380418288\\_Vodni\\_ob%27ekti\\_Ukraini\\_akist\\_vodi\\_ta\\_rekreacia\\_Water\\_bodies\\_of\\_Ukraine\\_water\\_quality\\_and\\_recreation](https://www.researchgate.net/publication/380418288_Vodni_ob%27ekti_Ukraini_akist_vodi_ta_rekreacia_Water_bodies_of_Ukraine_water_quality_and_recreation)
103. Центр культури вина «Шабо». Discover.ua – подорожуй, досліджуй, насолоджуйся. URL: <https://discover.ua/locations/centr-culture-shabo>.
104. ЮНЕСКО внесла історичний центр Одеси до списку світової спадщини. НашКиїв.UA. URL: <https://nashkiev.ua/news/yunesko-vnesla-istorichnii-tsentr-odesi-do-spisku-svitovoi-spadschini>.