

НАПРЯМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ ОДЕСЬКОГО РАЙОНУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

О. М. СОЛОВЙОВА, канд. екон. наук

Інститут соціально-економічної трансформації, м. Київ, Україна

М.І. БАШИНСЬКА, канд. екон. наук, доцент,

Міжнародний європейський університет, м.Київ, Україна

Туризм є складовою економічного розвитку регіонів України, утворює окрему галузь економіки держави, а також здійснює прямий вплив на якісну та кількісну складові соціального розквіту суспільного життя населення. Завдяки географічному положенню, сукупності виняткових пам'яток культури, своєму історичному розвитку, Україна має великий потенціал щодо позиціонування галузі туризму на конкурентному рівні серед багатьох провідних країн світу.

Одеська область посідає третє місце за розвитком туристичної галузі в Україні. В 2021 році, в порівнянні з 2020 роком розміри туристичного збору в до державного бюджету підвищились на 86,8% та на 20%, в порівнянні з 2019 роком [1]. Останні два роки характеризуються стриманістю в розвитку туристичного бізнесу: під заборону опинились ряд послуг, які раніше надавались. Це призупинило процес розвитку туристичної галузі та втрати економічних очікувань відносно неї.

Зміст перспектив модернізації туристичного бізнесу Одеської області вимагає зусиль в напрямку його відновлення з причини відсутності поступовості. Утримання його на конкурентоспроможному міжнародному рівні зобов'язує проведення аналізу досвіду роботи туристичної галузі передових країн у відповідному напрямку за останні роки та адаптації відповідних послуг в Одеському регіоні. Модернізація туристичної сфери вимагає капіталовкладень, які стандартно використовувались з попереднього туристичного сезону. Відсутність в більшій мірі останнього в 2022 році вимагає допомоги з боку держави.

При плануванні розвитку туризму Одеського району на наступні роки необхідно враховувати наявність протягом певного періоду деяких обмежуючих факторів, які раніше були об'єктом уваги туристів, таких як - можливість використання морських пляжів, купання в морі тощо. Це, звичайно, стримує розвиток туристичної галузі, але й провокує до розвитку – пошуку нових напрямків пропозиції послуг та залучення уваги туристів, розширення туристичних послуг від баз відпочинку, що мають закриті території з наявністю власних басейнів, часткова робота (з причини введення комендантського часу) нічних клубів.

Актуальними можливостями піднесення туристичної галузі Одеського регіону є розвиток лікувально-оздоровчих послуг [2]. Наявність лікувальних властивостей ресурсів досліджуваного регіону, краєвиди та свіже повітря – складають комплекс лікувальних послуг для багатьох вітчизняних та

зарубіжних туристів, потребуючих спокою, відновлення та оздоровлення в нелегкі часи для України та адаптації в динамічному світі [3-4].

З нашої точки зору, напрями модернізації туризму Одеського регіону повинні вміщувати в собі відновлення санаторно-курортних закладів; розробку програм щодо реабілітації хворих, організації культурних та ознайомчих програм, демонстраційно – інформаційних проектів, розвиток онлайн туризму тощо. Має місце кооперація галузей виробництва та послуг з туристичною як на вітчизняному, так і міжнародному рівнях, з метою утворення нових видів інформаційно-оздоровчого обслуговування. Туризм Одеського регіону може бути частиною загального туристичного міжнародного маршруту із зупинкою для оздоровлення, наприклад грязелікуванням, екскурсійною прогулянкою, комбінованих програм, які включають, наприклад, суміщення навчання з оздоровленням тощо.

Література:

1. Минулого року Одещина заробила на туристах понад 28 мільйонів. URL: <https://izbirkom.org.ua/news/ekonomika-9/2022/minulogo-roku-odeshina-zarobila-na-turistah-ponad-28-miljoniv/> (дата звернення: 26.01.2022).

2. Ісаченко І. Мінус сезон. Шукаємо плюси для майбутнього міст Одеської області. URL: <https://pragmatika.media/ru/minus-sezon-shukaemo-pljusi-dlja-majbutnogo-mist-odeskoi-oblasti/> (дата звернення: 27.01.2022).

3. Popova, O., Koval, V., Mikhno, I., Tarasov, I., Asaulenko, N., Filipishyna, L. Assessments of national tourism development in terms of sustainability and inclusiveness. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*. 2020. №29 (2). С. 377-386. <https://doi.org/10.15421/112033> (дата звернення: 27.01.2022).

4. Коваль В.В., Замлинська О.В., Коломієць О.Г. Маркетингова діяльність в управлінні конкурентною поведінкою суб'єктів ринку туристичних послуг. *Інфраструктура ринку* 2017. Вип. 9. С. 59-65.