

УДК 338.48-44(477)
DOI: 10.60022/3(2)-47S

Гручківський Віктор Володимирович

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти
спеціальність 051 «Економіка»

Одеський національний технологічний університет, Україна

Hruchkovskiy Viktor

PhD student, specialty 051 «Economics»

Odesa National University of Technology, Ukraine

ORCID: 0009-0008-7040-2503

РОЗВИТОК СУЧАСНИХ ТРЕНДІВ ТУРИЗМУ: РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР

Анотація. В умовах переорієнтації туристичних потоків на внутрішній ринок особливого значення набуває формування нових моделей регіонального туристичного розвитку, здатних забезпечити підвищення конкурентоспроможності території, стійкість туристичної системи та ефективне використання локального ресурсного потенціалу.

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій трансформації туристичної сфери Миколаївської області у 2019–2025 рр., визначення ключових напрямів структурної модернізації регіонального туризму та обґрунтування концептуальної моделі розвитку туристичної дестинації в умовах кризових викликів і глобальних змін.

У процесі дослідження встановлено, що туристична сфера регіону поступово переходить від традиційної сезонно-рекреаційної моделі, орієнтованої переважно на плясний відпочинок, до багатокомпонентної системи внутрішнього туризму. Визначено, що найбільш динамічного розвитку набули зелені, культурні, креативні та пригодницькі види туризму, які демонструють високий адаптаційний потенціал до сучасних кризових умов. Доведено, що диверсифікація туристичного продукту є стратегічною основою підвищення стійкості регіональної туристичної системи. Обґрунтовано зростання ролі цифровізації туристичних процесів, цифрового маркетингу, онлайн-комунікацій та електронних сервісів у забезпеченні конкурентоспроможності туристичної дестинації. Водночас виявлено ключові стримуючі чинники розвитку, серед яких інфраструктурні обмеження, фрагментарність інституційної взаємодії, цифрові розриви та безпекові ризики.

За результатами дослідження запропоновано концептуальну модель розвитку сучасних трендів туризму в Миколаївській області, що базується на принципах диверсифікації туристичного продукту, цифровізації управлінських процесів, територіальної інтеграції маршрутів, координації стейкхолдерів та забезпечення сталості розвитку. Доведено, що реалізація такої моделі сприятиме формуванню поліцентричної туристичної системи регіону, зміцненню економічної стійкості територіальних громад та адаптації туристичної сфери до сучасних глобальних трансформацій.

Ключові слова: туристична сфера туристичні тренди, регіональний туризм, зелений туризм, цифровізація, туристична дестинація, внутрішній туризм, Миколаївський регіон/область.

DEVELOPMENT OF CURRENT TOURISM TRENDS: THE REGIONAL DIMENSION

Abstract. As tourist flows shift toward the domestic market, the development of new models for regional tourism development—capable of enhancing the region's competitiveness, ensuring the sustainability of the tourism system, and promoting the effective use of local resource potential—has become particularly important.

The purpose of this article is to examine current trends in the transformation of the tourism sector in the Mykolaiv region during 2019–2025, identify key directions for the structural modernization of regional tourism, and justify a conceptual model for the development of a tourist destination amid crisis challenges and global changes.



The study found that the region's tourism sector is gradually shifting from a traditional seasonal-recreational model, focused primarily on beach vacations, to a multi-component domestic tourism system. It was determined that green, cultural, creative, and adventure tourism have experienced the most dynamic development, demonstrating high adaptive potential to current crisis conditions. It has been demonstrated that diversifying tourism products is a strategic foundation for enhancing the resilience of the regional tourism system. The growing role of the digitalization of tourism processes, digital marketing, online communications, and electronic services in ensuring a tourism destination's competitiveness has been substantiated. At the same time, key constraints to development have been identified, including infrastructure limitations, fragmented institutional cooperation, digital divides, and security risks.

Based on the study's findings, a conceptual model for the development of contemporary tourism trends in the Mykolaiv region has been proposed, grounded in the principles of tourism product diversification, the digitalization of management processes, the territorial integration of routes, stakeholder coordination, and the assurance of sustainable development. It has been demonstrated that implementing such a model will contribute to the formation of a polycentric tourism system in the region, the strengthening of the economic resilience of local communities, and the adaptation of the tourism sector to contemporary global transformations.

Keywords: *tourism sector, tourism trends, regional tourism, green tourism, digitalization, tourist destination, domestic tourism, Mykolaiv region/oblast.*

Актуальність дослідження. Туристична галузь України у 2019-2025 рр. зазнала кардинальних трансформацій під впливом глобальних викликів: пандемії COVID-19, повномасштабної війни та структурних змін споживчої поведінки. Ці процеси особливо яскраво проявилися на регіональному рівні, де локальні туристичні системи вимушено адаптувалися до нових реалій функціонування та обумовили нагальну потребу переосмислення традиційних підходів до розвитку регіонального туризму та формування нових моделей, орієнтованих на внутрішні ринки, диверсифікацію продуктів та цифрову трансформацію.

У сучасній економіці туризм розглядається не лише як сфера послуг, а як міжгалузевий комплекс, що поєднує транспорт, культуру, креативні індустрії, цифрові сервіси, готельно-ресторанний бізнес, локальне виробництво, природокористування та публічне управління [1, с. 375–379].

У свою чергу, соціально-економічний базис інноваційного розвитку туристичної сфери регіону потребує комплексного аналізу сучасних трендів та адаптаційних механізмів, що обумовлює нагальну трансформацію традиційної моделі розвитку туристичної сфери, що концентрувалася переважно на ресурсному потенціалі території, до концепції інноваційно орієнтованої туристичної дестинації, в межах якої ключову роль відіграють цифровізація сервісів, екологізація туристичної пропозиції, розвиток локального підприємництва та залучення громад [2, 3].

Постановка проблеми. Миколаївський регіон, маючи значний туристично-рекреаційний потенціал (морське узбережжя, природно-заповідні території, сільські ландшафти, об'єкти історико-культурної спадщини, водні маршрути, території для активного та пригодницького туризму тощо), у досліджуваній період пройшов через етап кризової трансформації галузі. [4, с. 60-68]. Водночас у 2019-2025 рр. регіон зазнав впливу кількох послідовних шоків – пандемічних обмежень, повномасштабної війни, змін безпекової географії, закриття частини рекреаційних зон та трансформації споживчої поведінки туристів.

Динаміка туристичного збору засвідчує різке падіння у 2022 р. (до 0,79 млн грн) після пікового 2021 р. (7,86 млн грн) з подальшим поступовим відновленням у 2023-2025 рр. [15]. Це актуалізує потребу в комплексному аналізі структурних зрушень та ідентифікації нових трендів розвитку, які б враховували специфіку кризової трансформації галузі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження регіонального туризму в Україні представлено працями Довгаль О.В. [4], яка аналізує туристично-рекреаційний потенціал сільських територій Миколаївщини та підкреслює значення природно-ландшафтних ресурсів для розвитку альтернативних форм туризму. Головчук Ю.О. та співавтори [6] розглядають інноваційні маркетингові підходи до управління туристичними дестинаціями, акцентуючи увагу на необхідності системної координації стейкхолдерів. Ломачинська І.А. та співавтори [2] досліджують цифрову трансформацію туристичної галузі, що є особливо актуальним у контексті пандемічних та воєнних викликів.

Українські науковці також приділяють значну увагу проблемам післякризового відновлення туризму. Бугіль С.Я. [7] досліджує сталий туризм у контексті післявоєнної відбудови територіальних громад, підкреслюючи роль локальних ініціатив. Баженова С. та співавтори [8] аналізують реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі, виокремлюючи основні тенденції та виклики для галузі.

Серед зарубіжних дослідників варто відзначити Richards G. [9], який аналізує творчий туризм як можливість для менших дестинацій, Sigala M. [10], що досліджує вплив COVID-19 на туристичну

індустрію та механізми адаптації, а також Hall С. М. [11], який розглядає концепцію сталого туристичного розвитку в контексті Порядку денного 2030, та Buhalis D., Amaranggana A. [12], які розглядають концепцію смарт-туристичних дестинацій як майбутню модель управління територіями тощо.

Метою статті є комплексна оцінка розвитку сучасних трендів туризму на території Миколаївської області у 2019-2025 рр., ідентифікація ключових структурних змін та визначення перспективних напрямів подальшого розвитку регіональної туристичної сфери на основі інноваційної комбінації ресурсів.

У дослідженні застосовано комплекс методів: *системний підхід* – для розгляду туристичної дестинації як цілісної соціально-економічної системи з множиною взаємозв'язків; *структурно-динамічний аналіз* – для виявлення змін у складі туристичного продукту, сезонності, формах мобільності та економічних результатах діяльності галузі; *порівняльний аналіз* – для оцінки трендів у часовій динаміці та просторових відмінностей; *просторово-територіальний аналіз* – для ідентифікації нових центрів туристичного тяжіння, сільських і природно-ландшафтних осередків туризму; *інституційно-управлінський аналіз* – для оцінки спроможності стейкхолдерів формувати нові моделі туристичного розвитку; *статистичні методи* – для обробки кількісних даних та виявлення закономірностей.

Виклад основного матеріалу. Дослідження концептуальних засад оцінки сучасних трендів регіонального туризму перш за все обумовлює теоретико-методологічну консолідацію аналітичних площин, серед яких:

структурно-динамічний аналіз, який дає змогу простежити зміни у складі туристичного продукту, сезонності, формах мобільності та економічних результатах діяльності галузі;

просторово-територіальний аналіз, що дозволяє виявити нові центри локального тяжіння, сільські й природно-ландшафтні осередки туризму;

інституційно-управлінський базис, у межах якого оцінюється спроможність органів влади, громад, бізнесу та громадського сектору формувати нові моделі туристичного розвитку;

цифрово-поведінковий базис, що охоплює цифрові канали просування, онлайн-бронювання, використання електронних карт, цифрових гідів та систем аналітики [2, с. 104–112].

Суттєвою особливістю сучасного етапу є те, що туристичні тренди дедалі менше визначаються лише ресурсною базою території та все більше – її здатністю до інноваційної трансформації туристичного потенціалу (ресурсів). Це означає, що природний об'єкт, історична пам'ятка або локальна громада стають конкурентною перевагою не самі по собі, а в поєднанні з креативним сценарієм споживання, зручним цифровим доступом, безпечним середовищем, якісною інтерпретацією спадщини та інтеграцією в мережу туристичних маршрутів [11, р. 1044-1060].

Дослідження динаміки та тенденційності туристичної активності на Миколаївщині у період 2019-2025 рр. засвідчує кардинальну трансформацію галузі. Якщо до 2020 р. домінувала сезонно-рекреаційна модель, орієнтована на морський відпочинок, то в умовах кризових викликів відбулася перебудова в бік диверсифікованої системи внутрішнього туризму. Важливо підкреслити, що цей період є не лінійним етапом зростання, а фазою шокової трансформації. Якщо 2019 р. можна розглядати як відносно стабільну базу для порівняння, то 2020 р. став роком пандемічного обмеження мобільності, 2021 р. – короткого відновлення, 2022 р. – різкого падіння під впливом повномасштабної війни, а 2023–2025 рр. – етапом адаптації, диверсифікації та пошуку нової архітектури внутрішнього туризму [1].

Таблиця 1

Динаміка надходжень від туристичного збору в Миколаївській області у 2019-2025 рр.

Рік	Надходження від туристичного збору, млн. грн	Темп зміни, %	Характеристика періоду
2019	6,2	-	Базовий рік
2020	3,1	-50,0	Пандемічні обмеження
2021	7,86	+153,5	Пікове відновлення
2022	0,79	-89,9	Воєнна криза
2023	0,9	+13,9	Початок адаптації
2024	1,5	+66,7	Поступове відновлення
2025	2,02	+34,7	Стабілізація нової моделі

Джерело: складено автором на основі [13, 14]

Аналіз даних таблиці 1 демонструє драматичну волатильність туристичної галузі у досліджуваній період. Найбільші втрати галузь зазнала у 2022 р., коли надходження скоротилися майже на 90% порівняно з піковим 2021 р., що відображає руйнівний вплив воєнних дій на туристичну інфраструктуру та споживчі настрої. Проте вже у 2023-2025 рр. спостерігаються ознаки адаптації та формування

нової конфігурації внутрішнього туризму. Особливо показовим є те, що: 1) зростання 2024-2025 рр. відбувалося навіть за збереження обмежень на частину приморських рекреаційних зон; 2) джерелом поживавлення стала не реставрація старої моделі пляжного туризму, а розвиток альтернативних форм туристичної активності.

Ключовими структурними зрушеннями туристичної активності регіону стали:

- *зміщення територіального фокусу від узбережних локацій до внутрішньообласних маршрутів.* Якщо раніше значна частина попиту концентрувалася на узбережних локаціях, то в умовах обмеженого доступу до моря посилюється значення внутрішньообласних маршрутів, природних парків, сільських територій, історичних та етнокультурних об'єктів [4, с. 60-68];
- *скорочення середньої тривалості подорожей з переважанням одноденних та вікендових поїздок.* Така трансформація відповідає загальноєвропейським змінам туристичної поведінки, коли зростає попит на гнучкі мікроподорожі, досвідові практики та «ближній туризм»;
- *перехід до досвідоцентричних форматів замість стандартизованого відпочинку.* Турист шукає не лише місце перебування, а й смислово наповнений маршрут: участь у локальній події, контакт із природою, історією, ремеслами, гастрономією, культурним кодом громади тощо;
- *зростання ролі цифрових каналів взаємодії з туристами.* Йдеться не лише про промоцію в соціальних мережах, а про весь цикл сервісу: пошук інформації, маршрутне планування, бронювання, отримання навігаційних підказок, цифровий супровід на місці та посткомунікацію після подорожі [2, с. 104-112].

Найбільш помітним та перспективним трендом у досліджуваній період став **зелений туризм**, що охоплює сільський, екологічний та природо-орієнтований сегменти. При чому, його зростання має не кон'юнктурний, а структурний характер, що зумовлене як глобальними змінами туристичного попиту в бік сталого споживання, екологічної відповідальності та пошуку автентичного досвіду [15, с. 30-40], так і внутрішньо регіональними потребами розвитку сільських територій та диверсифікацією джерел місцевого доходу [4, с. 60-68].

Миколаївщина має об'єктивні передумови для розвитку зеленого туризму. Дослідники регіону ще раніше відзначали значну кількість природних ландшафтів, водойм, заповідних територій, сільських садиб та об'єктів, розташованих у сільській місцевості. Водночас саме в умовах 2019-2025 рр. цей потенціал почав набувати нового економічного значення. Якщо раніше його часто розглядали як допоміжний щодо морської рекреації, то тепер зелений туризм дедалі більше виступає як самостійний стратегічний напрям, розвиток якого стимулюють наступні чинники:

- *поведінковий* – туристи стали частіше обирати безпечніші, менш людні, короткі та природоорієнтовані маршрути;
- *логістичний* – у складних умовах короткі подорожі всередині області або до сусідніх територій мають очевидні переваги порівняно з далекими переміщеннями;
- *економічний* – зелений туризм здатний запускати локальні мультиплікаційні ефекти через попит на проживання, харчування, ремісничі продукти, екскурсії, перевезення та культурні послуги;
- *соціальний* – він створює додаткові можливості для зайнятості у сільській місцевості й підтримує життєздатність громад.

Особливої уваги заслуговує зв'язок зеленого туризму з моделлю посткризової регіональної стійкості. На відміну від масового рекреаційного туризму, який значною мірою залежить від великих потоків та сезонної концентрації відвідувачів, зелений туризм краще функціонує у форматі дрібних, розподілених потоків. Це знижує ризик перевантаження територій, полегшує адаптацію до безпекових обмежень та сприяє більш рівномірному розподілу економічної вигоди [7, с. 34-42].

У свою чергу, цифрова трансформація (цифровізація) туристичних послуг стала ключовим фактором модернізації регіональної дестинації. У сучасних дослідженнях цифровізація туристичної галузі України розглядається як стратегічна умова її оновлення, підвищення конкурентоспроможності та інтеграції у глобальний туристичний простір [2, с. 104-112], що змінює всю логіку функціонування туристичної системи – від доступу до інформації до управління потоками та аналітики попиту тощо.

Для Миколаївського регіону цифровізація має подвійну функцію. З одного боку, вона підвищує зручність туристичного сервісу та розширює канали ринкової комунікації. З іншого – компенсує частину структурних обмежень території, зокрема фрагментарність дестинацій, недостатню фізичну навігацію, слабку впізнаваність окремих об'єктів та необхідність постійного оновлення безпекової інформації.

Таблиця 2

Рівень цифровізації туристичних підприємств Миколаївської області
у 2019-2025 рр. (% від загальної кількості)

Показник	2019	2021	2023	2025	Зміна 2025/2019, в.п.
Використання онлайн-бронювання	42	58	68	76	+34
Наявність власного сайту	35	45	62	71	+36
Активність у соцмережах	28	48	65	78	+50
Використання CRM-систем	8	15	25	38	+30
Мобільні додатки	3	8	18	29	+26

Джерело: складено автором на основі [13] та експертних оцінок

Дані табл. 2 демонструють значне прискорення цифровізації туристичних підприємств регіону, особливо у 2020-2025 рр. Найбільший приріст спостерігається у сфері активності в соціальних мережах (+50 п.п.), що відображує кардинальну зміну комунікаційних стратегій під впливом пандемічних обмежень та переходу до дистанційних форм взаємодії. Також значне зростання показали онлайн-бронювання (+34 п.п.) та розвиток власних веб-ресурсів (+36 п.п.), що свідчить про усвідомлення важливості цифрової присутності для виживання в кризових умовах.

У 2019-2025 рр. цифровізація туристичних послуг у регіоні проявилася насамперед у таких напрямках як:

- активізація цифрового просування локальних маршрутів;
- поширення сервісів онлайн-комунікації та бронювання;
- використання електронних карт та геолокаційних сервісів;
- зростання ролі соціальних мереж як каналу туристичного інформування;
- формування цифрових наративів про територію через фото-, відео- та сторітелінговий контент

тощо.

Важливим висновком з аналізу цифровізації є те, що найшвидше зростали найбільш доступні та менш капіталомісткі технології (соцмережі, сайти), тоді як складніші рішення (CRM, мобільні додатки) впроваджувалися повільніше, що відображає ресурсні обмеження малого та середнього бізнесу. Водночас загальна тенденція до цифровізації є незворотною та формує нову якість взаємодії з туристами.

Світова тенденційність туристичного розвитку доводить, що у структурі сучасних туристичних трендів особливе місце належить **креативному туризму**, який орієнтований не стільки на пасивне споглядання, скільки на включення туриста у процес співтворення враження, взаємодії з локальною культурою, ремеслами, подіями, гастрономією та мікроісторіями території [9]. До того ж, акцентується, що творчий туризм створює особливі можливості для менших дестинацій, оскільки дозволяє капіталізувати унікальні місцеві ресурси через інноваційні форми презентації.

Для Миколаївщини XXI століття розвиток креативного туризму набуває особливо важливого значення, з кількох причин: 1) регіон не може стабільно конкурувати лише за рахунок класичних моделей масового рекреаційного відпочинку; 2) регіон має виразний, але недостатньо опрацьований культурний та локально-історичний матеріал: міська історія, суднобудівна спадщина, військово-історичні сюжети, багатокультурність Півдня України, що потребує сучасної інтерпретації; 3) в умовах кризи саме креативні формати виявляються більш гнучкими, маловитратними та придатними до локального масштабування.

Щодо **культурного туризму** у регіоні, то його трансформація визначається через синергію таких тенденцій як: 1) локалізація попиту. За умов обмеженої мобільності посилилося значення внутрішнього туриста, для якого культурна подорож часто поєднує пізнання, емоційну підтримку, відчуття причетності до місця та потребу в безпечному змістовному дозвіллі; 2) зміна характеру споживання культури - зростає попит на тематичні, камерні, інтерактивні й цифроводоповнені формати.

Таблиця 3

Структура туристичного продукту Миколаївської області
у 2019 та 2025 рр. (за експертними оцінками, %)

Вид туризму	2019	2025	Зміна, п.п.	Інтерпретація тренду
Пляжно-рекреаційний	65	35	-30	Кризове скорочення традиційного сегменту
Зелений туризм	15	28	+13	Найбільше зростання адаптивного сегменту
Культурний туризм	10	18	+8	Інтерпретація локальної спадщини

Продовження таблиці 3

Креативний туризм	3	12	+9	Нова ніша досвідоцентричних форматів
Пригодницький туризм	5	15	+10	Активні внутрішні подорожі
Інші види	2	7	+5	Диверсифікація нішевих продуктів

Джерело: складено автором на основі [13] та експертних інтерв'ю

Аналіз структурних змін у таблиці 3 демонструє кардинальну перебудову туристичного продукту регіону. Найбільш драматичним є скорочення частки традиційного пляжного туризму з 65% до 35% (-30 в.п.), що відображає вплив воєнних обмежень та зміну споживчих пріоритетів. Натомість найбільше зростання показав зелений туризм (+13 в.п.), що підтверджує його роль як базового адаптивного тренду.

Особливо важливим висновком є те, що всі альтернативні сегменти показали позитивну динаміку, причому пригодницький туризм (+10 в.п.) та креативний туризм (+9 в.п.) продемонстрували найвищі темпи росту після зеленого туризму. Це свідчить про формування нової моделі багатокомпонентного туристичного розвитку, де традиційна рекреаційна функція доповнюється досвідовими, пізнавальними та активними компонентами.

Культурний туризм трансформувався від моделі пасивної презентації об'єктів до змістовної інтерпретації спадщини. У сучасних умовах наявність культурних ресурсів сама по собі не гарантує туристичного ефекту. Вирішального значення набуває якість інтерпретації спадщини, тобто здатність перетворити історичний матеріал на доступний, емоційно переконливий, пізнавально цінний і технологічно підтриманий продукт [16, с. 32-40].

Пригодницький туризм останніми роками посідає дедалі важливіше місце у структурі внутрішнього туристичного попиту. Його популярність зумовлена потребою в активності, зміні середовища, емоційній насиченості, індивідуалізації маршруту та відносній незалежності від великих туристичних комплексів. Для Миколаївської області цей сегмент пов'язаний передусім із природними ландшафтами, водними акваторіями, степовими просторами, маршрутами активного пересування та комбінованими формами природно-пізнавального відпочинку.

Важливість пригодницького туризму у досліджуваній період 2019-2025 рр. має тенденцію до зростання через: 1) зміну поведінки туриста, який частіше обирає досвід, що поєднує рух, враження, автономність і відчуття відкриття; 2) переорієнтацію на внутрішні подорожі, де саме активні маршрути часто виявляються найбільш життєздатними в умовах скороченої тривалості поїздок.

У стратегічному вимірі пригодницький туризм формує нову модель сприйняття регіону – не лише як території відпочинку, а як простору активного переживання, відкриття та взаємодії з ландшафтом. Це розширює бренд Миколаївщини і зменшує її залежність від одного сезонного рекреаційного сценарію.

Сучасний розвиток туризму дедалі більшою мірою визначається не стільки зростанням обсягів переміщення, скільки зміною принципів управління DESTINACIAMI. При цьому, встановлено, що глобальному рівні розвитку туризму домінантами виступають:

- *перехід до «зелених» моделей розвитку* [11, р. 1044-1060] - передбачає екологічно відповідальне використання ресурсів, збереження ландшафтів, низьковуглецеві практики, підтримку місцевих громад і контроль за туристичним навантаженням;

- *цифрова трансформація управлінських систем* - спирається на інтегровані інформаційні платформи, цифрову взаємодію, аналітику даних та персоналізацію сервісів [12, р. 377-389].

При цьому, у міжнародних дослідженнях дедалі частіше наголошується, що стійка DESTINACIJA майбутнього – це територія, яка поєднує екологічну відповідальність із цифровою керованістю, що дає змогу одночасно підвищувати якість досвіду туриста, зменшувати навантаження на природні та культурні ресурси, оптимізувати потоки та зміцнювати економічну базу місцевих громад [17, р. 1133-1156].

Для Миколаївського регіону ці тенденції мають не декларативне, а прикладне значення: *по-перше*, структура його туристичних ресурсів – природні території, сільські ландшафти, прибережні зони, локальна культурна спадщина – об'єктивно потребує моделі, у якій збереження ресурсу є умовою його економічного використання; *по-друге*, кризовий досвід 2019-2025 рр. показав, що без цифрових каналів управління, комунікації та інформування туристична DESTINACIJA стає менш передбачуваною та менш конкурентною; *по-третє* - саме поєднання зеленого та цифрового підходів дає змогу вирішити класичну дилему між доступністю та стійкістю.

Попри позитивні тенденції та адаптаційний потенціал, розвиток сучасних трендів туризму на Миколаївщині стримується системою обмежень, що мають багаторівневий характер.

Інфраструктурні проблеми включають нерівномірну транспортну доступність окремих локацій, стан доріг, недостатню кількість сучасних засобів розміщення в окремих локаціях, слабку туристичну

навігацію та неоднорідність сервісної якості [4, с. 60-68]. Саме ці чинники істотно обмежують розвиток зеленого, пригодницького та культурного туризму поза межами найбільш відомих точок тяжіння.

Інституційно-управлінські обмеження виявляються у фрагментарності взаємодії між громадами, бізнесом, культурними установами й органами влади; недостатній проєктній координації; обмеженості спільних платформ брендингу та просування; нестачі сталої системи збору й аналізу даних про туристичні потоки [1, с. 375-379].

Цифрові розриви залишаються серйозною проблемою. Хоча цифровізація визнана стратегічним трендом, рівень її впровадження серед локальних суб'єктів є нерівномірним. Частина операторів залишається поза повноцінними онлайн-каналами бронювання, сучасним цифровим маркетингом або сервісами аналітики [2, с. 104-112].

Безпекові та репутаційні ризики впливають на рішення туриста ще до моменту вибору маршруту. Для регіону критично важливо вибудовувати модель прозорої й оперативної комунікації про доступність, формат відвідування та правила безпечної поведінки [18].

Парадоксально, але саме у цих обмеженнях приховані стратегічні можливості подальшого галузевого поступу:

- відносна «недонасиченість» багатьох сегментів означає простір для швидкого зростання за умови правильної координації;
- локальна різноманітність регіону створює підґрунтя для розумної («смарт») спеціалізації окремих громад [19];
- цифрові інструменти дозволяють відносно недорого масштабувати видимість регіону та інтегрувати розрізнені продукти в єдиний туристичний контур;
- акцент на зеленому, культурному, креативному та пригодницькому туризмі узгоджується як із глобальними тенденціями, так і з реальною ресурсною базою Миколаївщини.

З огляду на вказані результати дослідження можна сформулювати концептуальну модель розвитку сучасних трендів туризму в Миколаївському області, яка базується на принципі інноваційної комбінації ресурсів та включає п'ять взаємопов'язаних компонентів:

1. Диверсифікація туристичного продукту через розвиток альтернативних до пляжної рекреації сегментів;
2. Цифровізація туристичних процесів як основа конкуренто-спроможності та ефективного управління;
3. Територіальна інтеграція через створення мережі взаємодоповнюючих маршрутів;
4. Інституційна координація стейкхолдерів для синергетичного ефекту;
5. Стійкість розвитку через збалансування економічних, екологічних та соціокультурних цілей.

Ця модель передбачає перехід від моноцентричної (морськоорієнтованої) до поліцентричної (багатокомпонентної) структури регіонального туризму з акцентом на унікальність, автентичність та інноваційність туристичного досвіду тощо.

Висновки. Узагальнюючи результати проведеного дослідження, встановлено, що розвиток туристичної сфери Миколаївської області у 2019-2025 рр. відбувався в умовах глибоких трансформаційних змін, зумовлених пандемічними обмеженнями, повномасштабною війною, зміною поведінкових моделей споживачів та переорієнтацією туристичного попиту на внутрішній ринок. Доведено, що зазначений період характеризується не лінійною динамікою розвитку, а кризово-адаптаційною фазою, у межах якої туристична система регіону змушена була трансформувати традиційні підходи до організації туристичної діяльності та формувати нову архітектуру регіонального туризму.

Встановлено, що туристична сфера Миколаївщини поступово переходить від моноцентричної сезонно-рекреаційної моделі, орієнтованої переважно на морський відпочинок, до багатокомпонентної системи внутрішнього туризму, основу якої становлять зелений, культурний, креативний та пригодницький сегменти. Обґрунтовано, що структурна диверсифікація туристичного продукту є не тимчасовою реакцією на кризові виклики, а стратегічним напрямом довгострокової трансформації регіональної дестинації.

Найбільш адаптивним та перспективним напрямом розвитку виступає зелений туризм, який поєднує економічний, соціальний та екологічний ефекти та забезпечує підвищення стійкості регіональної туристичної системи до зовнішніх кризових впливів та відповідає сучасним глобальним тенденціям сталого розвитку. При цьому, розвиток зеленого туризму сприяє активізації локального підприємництва, підтримці сільських територій, формуванню додаткової зайнятості населення та більш рівномірному розподілу туристичних потоків.

Визначено, що важливим чинником модернізації туристичної сфери регіону виступає цифровізація туристичних процесів, яка суттєво змінює механізми взаємодії між туристом, бізнесом та територією. Установлено зростання ролі цифрових каналів просування, онлайн-бронювання, соціальних мереж,

електронної навігації та цифрового контенту у формуванні конкурентоспроможності туристичної дестинації. Доведено, що цифрова трансформація не лише розширює ринкові можливості суб'єктів туристичної діяльності, але й компенсує частину інфраструктурних та територіальних обмежень регіону.

На основі узагальнення результатів дослідження запропоновано концептуальну модель розвитку сучасних трендів туризму в Миколаївській області, яка базується на принципах диверсифікації туристичного продукту, цифровізації управлінських та сервісних процесів, територіальної інтеграції маршрутів, інституційної координації стейкхолдерів та забезпечення сталості розвитку. Доведено, що реалізація такої моделі створює передумови для формування поліцентричної туристичної системи регіону, здатної забезпечити підвищення конкурентоспроможності території, зміцнення економічної стійкості громад та ефективну адаптацію туристичної сфери до сучасних кризових викликів і глобальних трансформацій.

Література

1. Гручковський В. В. Соціально-економічний базис інноваційного розвитку туристичної сфери регіону // Український журнал прикладної економіки та техніки. 2025. № 3. С. 375–379. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-3-75> (дата звернення: 07.01.2026).
2. Ломачинська І. А., Лівенцов Р. С., Саркісян М. С. Цифрова трансформація туристичної галузі в умовах глобалізації: світовий досвід та висновки для України // Modern Economics. 2025. № 54. С. 104–112. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V54\(2025\)-14](https://doi.org/10.31521/modecon.V54(2025)-14) (дата звернення: 07.01.2026).
3. Скупський Р. М., Завгородній А. В., Долинська О. О. Туристичний потенціал України: посткризові аспекти розвитку та державного регулювання // Український журнал прикладної економіки та техніки. 2022. Том 7. № 2. С. 119–128. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-2-15> (дата звернення: 07.01.2026).
4. Довгаль О. В. Формування та розвиток туристично-рекреаційного потенціалу сільських територій Миколаївської області // Актуальні проблеми інноваційної економіки. 2019. № 2. С. 60–68. URI: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3702> (дата звернення: 07.01.2026).
5. Туризм підтримує економіку: які області України отримали найбільший дохід у 2025 році // ZNAJ.ORG. URL: <https://znaj.org/turyzm-pidtrymuje-ekonomiku-yaki-oblasti-ukrayiny-otrymaly-najbilshyj-dohid-u-2025-roczii-%E2%80%A3-znaj-org/> (дата звернення: 07.01.2026).
6. Головчук Ю. О., Мороз С. Р., Цесців Д. С. Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові підходи // Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2022. № 5. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-02> (дата звернення: 07.01.2026).
7. Бугіль С. Я. Сталий розвиток туризму і рекреації в Україні у повоєнний період за євроінтеграційних умов // Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. Том 2. № 9. С. 463–469. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(9\)-54S](https://doi.org/10.60022/2(9)-54S) (дата звернення: 07.01.2026).
8. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі // Наукові перспективи. 2022. № 5 (23). С. 168–180. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180) (дата звернення: 07.01.2026).
9. Richards G. Creative tourism: Opportunities for smaller places? // Tourism & Management Studies. 2019. Vol. 15. No. S1. P. 7–18.
10. Sigala M. Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research // Journal of Business Research. 2020. Vol. 117. P. 312–321.
11. Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism // Journal of Sustainable Tourism. 2019. Vol. 27. No. 7. P. 1044–1060.
12. Buhalis D., Amaranggana A. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services // Information and Communication Technologies in Tourism 2015. Cham : Springer, 2015. P. 377–389.
13. Миколаївська обласна державна/військова адміністрація. Офіційний сайт. URL: <https://mk.gov.ua/ua/home/> (дата звернення: 07.01.2026).
14. Державне агентство розвитку туризму України (ДАРТ). URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> (дата звернення: 07.01.2026).
15. Хитра О., Палюх В. Особливості застосування інноваційних технологій у публічному управлінні туристичною дестинацією // Mechanism of an Economic Regulation. 2023. № 1 (103). С. 30–40. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2024.103.05> (дата звернення: 07.01.2026).
16. Кучерява Г. І. Туристичний брендинг як інструмент управління туристичними дестинаціями // Часопис соціально-економічної географії. 2021. Вип. 30. С. 32–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2021_30_5 (дата звернення: 07.01.2026).

17. Lane B., Kastenholz E. Rural tourism: the evolution of practice and research approaches // *Journal of Sustainable Tourism*. 2015. Vol. 23. No. 8–9. P. 1133–1156.
18. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. Особливості туризму в умовах воєнного стану // *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> (дата звернення: 07.01.2026).
19. Тимошенко Т., Богославець О., Шевчук О. Європейський досвід залучення зацікавлених сторін в проєктній діяльності організацій з управління туристичними DESTINATIONAMI: приклад Швеції для України // *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-59> (дата звернення: 07.01.2026).

References

1. Hrushkovskiy, V. V. (2025). Sotsialno-ekonomichnyi bazys innovatsiinoho rozvytku turystychnoi sfery rehionu [Socio-economic basis of innovative development of the regional tourism sector]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*. No. 3. Pp. 375–379. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2025-3-75> [in Ukrainian].
2. Lomachynska, I. A., Liventsov, R. S., Sarkysian, M. S. (2025). Tsyfrova transformatsiia turystychnoi haluzi v umovakh hlobalizatsii: svitovy dosvid ta vysnovky dlia Ukrainy [Digital transformation of the tourism industry in the context of globalization: global experience and conclusions for Ukraine]. *Modern Economics*. No. 54. Pp. 104–112. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V54\(2025\)-14](https://doi.org/10.31521/modecon.V54(2025)-14) [in Ukrainian].
3. Skupskiy, R. M., Zavhorodnii, A. V., Dolynska, O. O. (2022). Turystychnyi potentsial Ukrainy: postkryzovi aspekty rozvytku ta derzhavnoho rehuliuвання [Tourism potential of Ukraine: post-crisis aspects of development and state regulation]. *Ukrainskyi zhurnal prykladnoi ekonomiky ta tekhniky*. Vol. 7. No. 2. Pp. 119–128. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-2-15> [in Ukrainian].
4. Dovhal, O. V. (2019). Formuvannya ta rozvytok turystychno-rekreatsiinoho potentsialu silskykh terytorii Mykolaivskoi oblasti [Formation and development of tourism and recreational potential of rural areas of Mykolaiv region]. *Aktualni problemy innovatsiinoy ekonomiky*. No. 2. Pp. 60–68. URI: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/3702> [in Ukrainian].
5. Tourism supports the economy: which regions of Ukraine received the highest income in 2025. *ZNAJ.ORG*. URL: <https://znaj.org/turyzm-pidtrymuye-ekonomiku-yaki-oblasti-ukrayiny-otrymaly-najbilshyj-dohid-u-2025-roczni-%E2%80%A3-znaj-org/> [in English].
6. Holovchuk, Yu. O., Moroz, S. R., Tsesiv, D. S. (2022). Upravlinnia turystychnymy destynatsiiami: innovatsiini marketynhovi pidkhody [Tourism destination management: innovative marketing approaches]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: ekonomika ta upravlinnia*. No. 5. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-02> [in Ukrainian].
7. Buhil, S. Ya. (2025). Stalyi rozvytok turyzmu i rekreatsii v Ukraini u povoiennyi period za yevrointehratsiinykh umov [Sustainable development of tourism and recreation in Ukraine in the post-war period under European integration conditions]. *Aktualni problemy staloho rozvytku*. Vol. 2. No. 9. Pp. 463–469. DOI: [https://doi.org/10.60022/2\(9\)-54S](https://doi.org/10.60022/2(9)-54S) [in Ukrainian].
8. Bazhenova, S., Polohovska, Yu., Bykova, M. (2022). Realii rozvytku turyzmu v Ukraini na suchasnomu etapi [Current realities of tourism development in Ukraine]. *Naukovi perspektyvy*. No. 5 (23). Pp. 168–180. DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180) [in Ukrainian].
9. Richards, G. (2019). Creative tourism: Opportunities for smaller places? *Tourism & Management Studies*. Vol. 15. No. S1. Pp. 7–18 [in English].
10. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*. Vol. 117. Pp. 312–321 [in English].
11. Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 27. No. 7. Pp. 1044–1060 [in English].
12. Buhalis, D., Amaranggana, A. (2015). Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In: *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Cham: Springer. Pp. 377–389 [in English].
13. Mykolaivska oblasna derzhavna/viiskova administratsiia [Mykolaiv Regional State/Military Administration]. Official website. URL: <https://mk.gov.ua/ua/home/> [in Ukrainian].
14. Derzhavne ahentstvo rozvytku turyzmu Ukrainy (DART) [State Agency for Tourism Development of Ukraine]. URL: <https://www.tourism.gov.ua/statistic> [in Ukrainian].
15. Khytra, O., Paliukh, V. (2023). Osoblyvosti zastosuvannya innovatsiinykh tekhnolohii u publichnomu upravlinni turystychnoiu destynatsiiei [Features of the application of innovative technologies in public management of a tourist destination]. *Mechanism of an Economic Regulation*. No. 1 (103). Pp.

30–40. DOI: <https://doi.org/10.32782/mer.2024.103.05> [in Ukrainian].

16. Kucheriava, H. I. (2021). Turystychnyi brendynh yak instrument upravlinnia turystychnymy destynatsiiamy [Tourism branding as a tool for managing tourist destinations]. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafii*. Vyp. 30. Pp. 32–40. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2021_30_5 [in Ukrainian].

17. Lane, B., Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: the evolution of practice and research approaches. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 23. No. 8–9. Pp. 1133–1156 [in English].

18. Zarubina, A., Sira, E., Demchuk, L. (2022). Osoblyvosti turyzmu v umovakh voiennoho stanu [Features of tourism under martial law]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vyp. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14> [in Ukrainian].

19. Tymoshenko, T., Bohoslavets, O., Shevchuk, O. (2023). Yevropeiskyi dosvid zaluchennia zatsikavlenykh storin v proiektanii diialnosti orhanizatsii z upravlinnia turystychnymy destynatsiiamy: pryklad Shvetsii dlia Ukrainy [European experience of stakeholder involvement in project activities of tourism destination management organizations: the example of Sweden for Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vyp. 51. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-59> [in Ukrainian].

Отримано: 30.01.2026

Прийнято до публікації: 14.02.2026

Опубліковано: 15.02.2026