

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-125>

УДК 338.48:65.012.23(477)

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

BUSINESS PLANNING AS A TOOL FOR STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

Траченко Людмила Анатоліївна

доктор економічних наук,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Навчально-наукового інституту інформаційних технологій
та інноваційного підприємництва;
Одеський національний морський університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5505-1345>

Trachenko Liudmyla

Odesa National University of Maritime

У статті розглянуто теоретичні засади бізнес-планування, його основні функції, місце в системі стратегічного управління туристичними підприємствами в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Визначено чинники впливу на стратегічний розвиток туристичної галузі. Обґрунтовано ключову роль бізнес-плану як орієнтира стратегічного розвитку підприємства. Запропоновано концептуальну модель взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі. Розроблено прикладну модель взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі, яка демонструє логічну послідовність етапів, включаючи зворотні зв'язки та механізм адаптації до змін зовнішнього середовища. Наведено приклад застосування запропонованої концептуальної моделі взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі в Одеському регіоні.

Ключові слова: бізнес-планування, стратегічний розвиток, туристична галузь, концептуальна модель, етапи взаємодії, Одеський регіон.

The article considers the theoretical foundations of business planning, its main functions, and its place in the system of strategic management of tourism enterprises in an unstable external environment. It is proven that business planning ensures the consistency of strategic goals with the resource capabilities of the enterprise and is the basis for making management decisions. It is found that strategic development involves determining long-term goals, competitive advantages, and resource needs of the industry, while business planning ensures the specification of these goals in the form of implemented projects and programs. The factors influencing the strategic development of the tourism industry are determined. The key role of the business plan as a guide for the strategic development of the enterprise is substantiated, which should contain detailed measures taking into account the available resource provision. A conceptual model of interaction between business planning and strategic development of the tourism industry is proposed, which is based on a combination of strategic management, tactical planning, and operational implementation, taking into account the principles of sustainable development and digital transformation. An applied model of interaction between business planning and strategic development of the tourism industry has been developed, which demonstrates a logical sequence of stages, including feedback and a mechanism for adapting to changes in the external environment. The stages of interaction between business planning and strategic development of the tourism industry have been analyzed, with the definition of the main tasks, tools and performance indicators for each of them. It has been proven that the combination of strategic planning and business planning in the tourism industry ensures systemic, adaptive and sustainable development, which is confirmed by scientific research and the practice of regional tourism management. An example of the application of the proposed conceptual model of interaction between business planning and strategic development of the tourism industry in the Odessa region is given, which ensures the effective use of unique recreational potential; coordination of private business initiatives with regional policy; sustainable socio-economic development of the territory.

Keywords: business planning, strategic development, tourism industry, conceptual model, stages of interaction, Odessa region.

Постановка проблеми. Туристична галузь є важливим сектором національної економіки, що забезпечує мультиплікативний ефект розвитку суміжних сфер – транспорту, готельно-ресторанного господарства, торгівлі, культури та рекреації. Водночас функціонування туристичних підприємств відбувається в умовах зростаючої конкуренції, нестабільності попиту, сезонності та підвищеного впливу зовнішніх ризиків [1].

За таких умов особливої актуальності набуває стратегічне управління, спрямоване на забезпечення довгострокової конкурентоспроможності підприємств туристичної галузі. Одним із ключових інструментів реалізації стратегічного управління є бізнес-планування, яке дозволяє комплексно обґрунтувати напрями розвитку підприємства, оцінити ефективність використання ресурсів та мінімізувати ризики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у дослідження питань щодо бізнес-планування та стратегічного розвитку підприємств туристичної галузі зробили такі вчені як С.В. Захарін [1], О. Сенишин [2], З.С. Варналій, Т.Г. Васильців, Р.Л. Лупак, Р.Р. Білик [3], Є.О. Музичка [4], К. А. Горюнова [5], А.А. Вдовічен, О.Г. Вдовічена [6] та інші. С.В. Захарін, вивчає чинники формування туристичного потенціалу України, проблеми його розвитку та інвестиційну привабливість галузі, де бізнес-планування виступає інструментом обґрунтування доцільності підприємницьких рішень у сфері туризму. О. Сенишин акцентує увагу на специфіці туризму як однієї з галузей економіки та дослідженні особливостей процесу, які впливають на успішну діяльність та високу прибутковість підприємств туристичної галузі України. З.С. Варналій, Т.Г. Васильців, Р.Л. Лупак та Р.Р. Білик узагальнюють концептуальні характеристики моделей управління реалізацією бізнес-проектів у підприємстві та процедур розроблення й реалізація програм підвищення конкурентоспроможності бізнесу. Є.О. Музичка досліджує питання розвитку туризму в Україні за рахунок створення ефективного бізнес-планування. К.А. Горюнова пропонує функціонально-логічну модель стратегічного управління розвитком туристичного регіону на засадах сталого розвитку, яка ґрунтується на багатокритеріальному підході. А.А. Вдовічен, О.Г. Вдовічена доводять, що сутність інноваційного підходу у туризмі полягає у створенні стратегічних бізнес-альянсів, активному впровадженні сучасних інформаційних тех-

нологій, застосування нових форм і методів управління.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на наявність значного наукового доробку, більшість досліджень зосереджується на окремих аспектах бізнес-планування, стратегіях, що зумовлює потребу в подальшому комплексному підході до створення механізму їх взаємодії як основи стратегічного розвитку туристичної галузі.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження бізнес-планування як інструменту стратегічного розвитку туристичної галузі та розроблення механізму його застосування для забезпечення сталого функціонування туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Необхідною передумовою результативного управління всіма складовими туристичної діяльності є впровадження системного бізнес-планування. Якісно розроблений і стратегічно зорієнтований бізнес-план виступає ключовим інструментом реалізації підприємницьких цілей. Бізнес-план туристичного підприємства, або проєкт його розвитку є структурованою моделлю започаткування та ведення господарської діяльності, що окреслює початкову стратегічну позицію суб'єкта господарювання та визначає напрями подальшого розвитку [2].

Бізнес-планування розглядається як процес розроблення комплексного документа, що відображає цілі діяльності підприємства, механізми їх досягнення та прогнозні результати функціонування. Він поєднує елементи стратегічного, фінансового та маркетингового планування.

Разом з тим, бізнес-планування забезпечує узгодженість стратегічних цілей із ресурсними можливостями підприємства та є основою прийняття управлінських рішень.

У контексті стратегічного розвитку туристичних підприємств бізнес-планування набуває особливої значущості, оскільки має враховувати нематеріальність туристичних послуг, ключову роль персоналу у створенні сервісної цінності та сезонні коливання попиту [3].

Важливо зосередити увагу на тому, що бізнес-план виконує роль орієнтира стратегічного розвитку підприємства та має включати докладно опрацьовані заходи з урахуванням наявного ресурсного забезпечення. Зазвичай його зміст доповнюється фінансовими розрахунками, що відображають прогнозні показники діяльності або плановий бюджет. Разом

з тим, стратегічне планування, а також підготовка відповідних планів і програм становлять базис для формування системи бізнес-планування в управлінні туристичною діяльністю [4].

Можна стверджувати, що бізнес-планування та стратегічний розвиток туристичної галузі є тісно взаємопов'язаними категоріями, оскільки перше виступає інструментом реалізації другого. Стратегічний розвиток передбачає визначення довгострокових цілей, конкурентних переваг і ресурсних потреб галузі, тоді як бізнес-планування забезпечує конкретизацію цих цілей у формі реалізованих проєктів та програм, що включають фінансові, маркетингові, організаційні та ризикові аспекти.

Зв'язок між бізнес-плануванням і стратегічним розвитком туристичної галузі доцільно розглядати як цілісну систему науково обґрунтованих взаємозалежностей. Бізнес-планування виступає ключовим інструментом стратегічного управління, оскільки забезпечує трансформацію стратегічних цілей галузі в конкретні проєкти туристичних підприємств із чітко визначеними етапами реалізації, ресурсним забезпеченням і прогнозованими результатами. Водночас воно виконує важливу прогностичну та адаптаційну функцію, дозволяючи передбачати зміни ринкового попиту, оцінювати рівень ризиків і коригувати стратегію розвитку відповідно до економічних, соціальних та технологічних змін [5]. Крім того, бізнес-планування забезпечує функціональну

інтеграцію ключових складових стратегічного розвитку, зокрема маркетингу, фінансів, управління персоналом, ризик-менеджменту, інновацій і сталого розвитку, що сприяє комплексній та узгодженій реалізації стратегії туристичної галузі.

Взаємодію бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі можна представити у вигляді послідовної концептуальної моделі. Цей механізм демонструє, що бізнес-планування є не лише інструментом реалізації стратегії, але й основою для її уточнення і розвитку, забезпечуючи інтеграцію стратегічних та операційних аспектів управління туристичною діяльністю.

На рис. 1 наведено концептуальну модель, яка відображає системну та багаторівневу взаємодію бізнес-планування і стратегічного розвитку туристичної галузі.

На рис. 1 наведено концептуальну модель взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі, яка відображає взаємозв'язок між зовнішніми та внутрішніми чинниками функціонування туристичних підприємств і управлінськими рішеннями, спрямованими на досягнення довгострокових стратегічних цілей.

Модель ґрунтується на врахуванні специфічних особливостей туристичної галузі, зокрема нематеріального характеру туристичних послуг, високої залежності результатів діяльності від людського фактора, сезонності попиту та мінливості ринкового середовища.

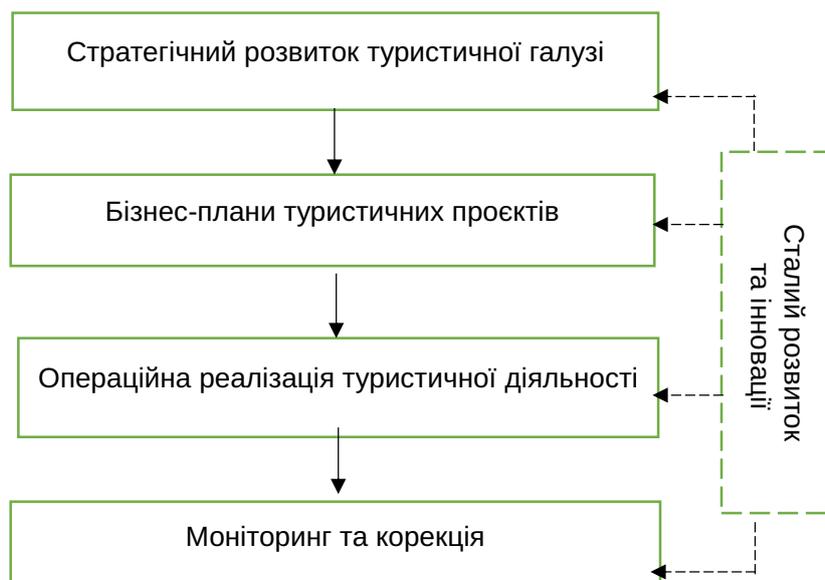


Рис. 1. Концептуальна модель взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі

Джерело: сформовано автором

Зазначені чинники формують вихідні умови бізнес-планування, визначаючи напрями розподілу ресурсів, формування кадрової політики та планування обсягів і якості туристичних послуг.

У межах моделі бізнес-планування розглядається як інструмент реалізації стратегічного розвитку, що забезпечує трансформацію стратегічних цілей у конкретні операційні заходи. Результати реалізації бізнес-планів, у свою чергу, впливають на показники ефективності діяльності туристичних підприємств, рівень конкурентоспроможності та якість обслуговування, що створює зворотний зв'язок і слугує основою для коригування стратегії розвитку.

Таким чином, концептуальна модель ілюструє циклічний характер взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі, де бізнес-планування виступає ключовим механізмом адаптації підприємств до змін зовнішнього середовища та забезпечення сталого розвитку.

Для практичної реалізації та досягнення ефективних результатів розроблено прикладну модель взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі (рис. 2). Вона забезпечує покрокову реалізацію концептуальної моделі, наведеної на рис. 1.

Доцільно наголосити на тому, що концептуальна модель відображає системну та багаторівневу взаємодію бізнес-планування і стратегічного розвитку туристичної галузі, тоді як прикладна модель деталізує покроковий механізм її реалізації на практиці. Вона показує основні етапи взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку галузі.

Зв'язок між запропонованими моделями проявляється у їх логічній та функціональній узгодженості. Кожний рівень і структурний блок концептуальної моделі знаходить відповідне відображення на окремих етапах прикладної моделі, що забезпечує їхню структурну відповідність. Концептуальна модель формує загальні принципи та логіку взаємодії, тоді як прикладна модель переводить ці положення у практичну площину, конкретизуючи дії, процедури й інструменти реалізації. Водночас прикладна модель демонструє механізм інтеграції, за допомогою якого стратегічні цілі та напрями розвитку, визначені на концептуальному рівні, трансформуються у конкретні бізнес-проекти, плани та систему контрольних показників. Отримані в процесі її впровадження результати та дані слугують основою для зворотного зв'язку, що дозволяє уточнювати й адаптувати концеп-



Рис. 2. Прикладна модель взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі

Джерело: сформовано автором

туальну модель, забезпечуючи її динамічну актуальність.

У таблиці 1 узагальнено основні етапи взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі.

Дані табл. 1 відображають логіку поєднання стратегічних цілей галузі з інструментами бізнес-планування на рівні підприємств, розкривають ключові завдання кожного етапу, відповідні управлінські інструменти та показники оцінювання ефективності їх реалізації. Такий підхід дозволяє забезпечити системність, узгодженість і результативність стратегічного розвитку туристичної галузі.

Поєднання стратегічного планування та бізнес-планування в туристичній галузі забезпечує системний, адаптивний та сталий розвиток, що підтверджується науковими дослідженнями та практикою регіонального управління туризмом [5; 6; 7].

Практичне застосування прикладної моделі взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі доцільно проілюструвати на прикладі Одеського регіону. У цьому регіоні стратегічний розвиток туризму

ґрунтується на орієнтації на цілорічне функціонування галузі, диверсифікацію туристичних продуктів та раціональне використання рекреаційних ресурсів Чорноморського узбережжя.

Стратегічні пріоритети регіону передбачають формування Одеси та області як привабливого цілорічного туристичного простору, розширення спектра туристичних пропозицій за рахунок морського, культурного, гастрономічного, винного, подієвого, медичного та екологічного туризму, підвищення інвестиційної привабливості території, розвиток транспортної й туристичної інфраструктури, а також відновлення та стале використання природно-рекреаційного потенціалу узбережжя, лиманів і заповідних зон [8; 9]. Реалізація цих цілей знаходить відображення в регіональних програмах розвитку туризму, зокрема у підтримці винно-гастрономічних маршрутів Бессарабії, розвитку курортних територій Затоки, Кароліно-Бугазу та Сергіївки, а також активізації міського туризму в Одесі.

На тактичному рівні стратегічні орієнтири конкретизуються через бізнес-планування

Таблиця 1

Етапи взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі

№ з/п	Найменування етапу	Основні завдання	Інструменти	Показники ефективності
1	Визначення стратегічних пріоритетів	Формування довгострокових цілей розвитку галузі, визначення ключових напрямів інвестицій	Стратегічні документи, SWOT-аналіз, PESTEL	Чітко визначені пріоритети, KPI галузі
2	Розробка бізнес-планів підприємств	Конкретизація стратегічних цілей у проєктах, визначення ресурсів та заходів	Блок-схеми, проєктні карти, фінансові моделі	Повнота планів, узгодженість з стратегією
3	Прогнозування та оцінка ефективності	Фінансовий прогноз, оцінка ризиків, сценарне планування	ROI, NPV, IRR, аналіз чутливості	Дохідність, окупність, рівень ризику
4	Використання цифрових та інноваційних інструментів	Аналіз ринку, автоматизація управління, маркетингові дослідження	CRM, Big Data, BI-системи, AI	Точність прогнозів, швидкість прийняття рішень
5	Інтеграція сталого розвитку	Включення соціальних та екологічних аспектів у плани	ESG-показники, сертифікації, програми корпоративної відповідальності	Вплив на громаду, екологічні KPI, репутація
6	Моніторинг та корекція	Контроль реалізації бізнес-планів, адаптація стратегії	KPI, Dashboard, регулярні аудити, рев'ю планів	Виконання плану, корекція стратегії, адаптація до змін

Джерело: сформовано автором

туристичних проєктів, що в Одеському регіоні проявляється у розробці бізнес-планів готельних комплексів, винно-гастрономічних маршрутів та екотуристичних об'єктів [9; 10]. Бізнес-планування виступає інструментом реалізації стратегічних пріоритетів шляхом прийняття конкретних інвестиційних і підприємницьких рішень, таких як створення бутик-готелів у історичному центрі Одеси, розвиток еко-садиб у межах Нижньодністровського національного природного парку, формування виноробних туристичних комплексів у Болградському та Білгород-Дністровському районах, а також запуск медико-реабілітаційних центрів на базі лікувальних ресурсів лиманів Сергіївки. При цьому у бізнес-планах враховуються особливості сезонності туристичного попиту, логістична та транспортна доступність, фінансові ризики, джерела інвестицій і відповідність регіональній стратегії розвитку туризму.

Операційний рівень передбачає безпосередню реалізацію запланованих заходів, що охоплює надання туристичних послуг, створення тематичних маршрутів, зокрема «Винного шляху Одещини» та «Дунайської Бессарабії», організацію подієвих заходів і розвиток співпраці з місцевими громадами та бізнесом [10]. Практика впровадження бізнес-планів, зокрема у сфері винного туризму, сприяє зростанню туристичних потоків у сільські громади області та створенню нових робочих місць, що позитивно впливає на соціально-економічний розвиток територій.

Важливою складовою моделі є механізм зворотного зв'язку, який ґрунтується на аналізі результатів діяльності туристичних підприємств, зокрема рівня завантаженості засобів розміщення, обсягів доходів від туристичних послуг, динаміки туристичних потоків у міжсезоння та відгуків споживачів. Отримані дані використовуються для коригування регіональної туристичної політики, що може перед-

бачати посилення підтримки цілорічних видів туризму, розвиток цифрового маркетингу регіону та вдосконалення інфраструктури узбережжя й сільських територій.

Таким чином, узагальнена логіка функціонування моделі для Одеського регіону полягає у послідовному переході від формування регіональної стратегії до розробки бізнес-планів підприємств, подальшої реалізації туристичних продуктів, оцінювання досягнутих результатів і подальшого коригування стратегічних орієнтирів. Застосування моделі взаємодії бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі в Одеському регіоні забезпечує ефективне використання унікального рекреаційного потенціалу, узгодження приватних бізнес-ініціатив із регіональною політикою та сприяє сталому соціально-економічному розвитку території.

Висновки. Бізнес-планування є фундаментальною основою стратегічного розвитку туристичної галузі. Воно забезпечує системний підхід до управління туристичними підприємствами, сприяє залученню інвестицій, зниженню ризиків та підвищенню конкурентоспроможності. Виявлено ключові чинники, що впливають на стратегічний розвиток туристичної галузі, та обґрунтовано роль бізнес-плану як основного орієнтира для реалізації стратегічних цілей підприємства. Запропоновано концептуальну модель, яка демонструє взаємодію бізнес-планування та стратегічного розвитку туристичної галузі, а також розроблено прикладну модель, що відображає логічну послідовність етапів процесу з урахуванням зворотних зв'язків і механізму адаптації до змін зовнішнього середовища. Практичне застосування моделі проілюстроване на прикладі туристичної сфери Одеського регіону, що підтверджує її ефективність та можливість використання для стратегічного планування розвитку галузі на регіональному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Захарін С. В. Організаційно-економічний механізм стимулювання розвитку сфери туризму, курортів та готельного господарства. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 2019. Вип. 2(2). С. 164-177. <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.2.2019.189546> (дата звернення: 14.01.2026).
2. Сенишин О. Бізнес-планування в туристичній галузі України: особливості та характеристики. *Вісник львівського університету*. 2016. Вип. 40. С. 215-221.
3. Варналій З. С., Васильців Т. Г., Лупак Р. Л., Білик Р. Р. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Чернівці : Технодрук, 2019. 264 с.
4. Музичка Є. О. Вплив ефективного бізнес-планування туристичної галузі львівщини на розвиток та привабливість регіону в цілому. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_2_47 (дата звернення: 15.01.2026).

5. Горюнова, К. А. Стратегічне управління розвитком туристичного регіону на засадах сталого розвитку. *Економіка та суспільство*, 2023. Вип. 55. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-109> (дата звернення: 15.01.2026)],
6. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г. Модель управління розвитком туристичного бізнесу території на інноваційному підході. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. № 2. С. 9-20.
7. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/> (дата звернення: 17.01.2026)].
8. Про затвердження плану заходів на 2025-2027 роки з реалізації Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 25.09.2025 № 1047-2025-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1047-2025-%D1%80#Text>, (дата звернення: 17.01.2026)
9. Стратегія відновлення та розвитку. План заходів на 2015-2027 рр. URL: https://oda.od.gov.ua/strapi/uploads/Proyekt_Planu_zahodiv_z_realizacziyi_Strategiyi_na_2025_2027_rocki_3bbddc501f.pdf (дата звернення: 19.01.2026)
10. На Одещині створили унікальну пропозицію для гастрономічних туристів. Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2793009-na-odesini-stvorili-unikalnu-propoziciu-dla-gastronomicnih-turistiv.html> (дата звернення: 19.01.2026)

REFERENCES:

1. Zakharin S. V. (2019). Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm stymuliuвання rozvytku sfery turyzmu, kurortiv ta hotelnoho hospodarstva [Organizational and economic mechanism for stimulating the development of tourism, resorts and hotel industry]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu kultury i mystetstv*, no. 2(2), pp. 164–177. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7603.2.2.2019.189546> (accessed: 14.01.2026)
2. Senyshyn O. (2016). Biznes-planuvannya v turystychnii haluzi Ukrainy: osoblyvosti ta kharakterystyky [Business planning in the tourism industry of Ukraine: features and characteristics]. *Visnyk lvivskoho universytetu*, no. 40, pp. 215–221.
3. Varnalii Z. S., Vasyltsiv T. H., Lupak R. L., Bilyk R. R. (2019). Biznes-planuvannya pidpriemnytskoi diialnosti : navch. posib. [Business planning of entrepreneurial activity: a textbook]. Chernivtsi : Tekhnodruk, 264 s.
4. Muzychka Ye. O. (2020). Vplyv efektyvnoho biznes-planuvannya turystychnoi haluzi lvivshchyny na rozvytok ta pryvablyvist rehionu v tselomu [The impact of effective business planning of the tourism industry of Lviv region on the development and attractiveness of the region as a whole]. *Efektivna ekonomika*, no. 2. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_2_47 (accessed: 15.01.2026)
5. Horiunova K. A. (2023). Stratehichne upravlinnia rozvytkom turystychnoho rehionu na zasadakh staloho rozvytku [Strategic management of the development of a tourist region on the basis of sustainable development]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-109> (accessed: 15.01.2026)
6. Vdovichen A. A., Vdovichena O. H. (2018). Model upravlinnia rozvytkom turystychnoho biznesu terytorii na innovatsiinomu pidkhodi [A model for managing the development of the tourism business of the territory using an innovative approach]. *Ekonomichniy analiz*, vol. 28, no. 2, pp. 9-20.
7. Stratehiia staloho rozvytku Ukrainy do 2030 roku [Strategy of sustainable development of Ukraine until 2030]. Available at: <https://www.undp.org/uk/ukraine/publications/> (accessed: 17.01.2026)
8. Pro zatverdzhennia planu zakhodiv na 2025-2027 roky z realizatsii Derzhavnoi stratehii rehionalnoho rozvytku na 2021-2027 roky : Rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 25.09.2025 № 1047-2025-r. [On approval of the action plan for 2025-2027 for the implementation of the State Strategy for Regional Development for 2021-2027: Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated September 25, 2025 No. 1047-2025-p.]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1047-2025-%D1%80#Text> (accessed: 17.01.2026)
9. Stratehiia vidnovlennia ta rozvytku. Plan zakhodiv na 2015-2027 rr. [Recovery and Development Strategy. Action Plan for 2015-2027]. Available at: https://oda.od.gov.ua/strapi/uploads/Proyekt_Planu_zahodiv_z_realizacziyi_Strategiyi_na_2025_2027_rocki_3bbddc501f.pdf (accessed: 19.01.2026)
10. Na Odeschyni stvoryly unikalnu propozytsiiu dla hastronomicnykh turystiv. Ukrinform [A unique offer for gastronomic tourists has been created in the Odessa region]. Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-tourism/2793009-na-odesini-stvorili-unikalnu-propoziciu-dla-gastronomicnih-turistiv.html> (accessed: 19.01.2026)

Дата надходження статті: 08.12.2025

Дата прийняття статті: 17.12.2025

Дата публікації статті: 29.12.2025