

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**БІЛЕЦЬКА НАТАЛІЯ ВІКТОРІВНА**

Гриф  
Прим. N

УДК 338.48:330.322

**ДИСЕРТАЦІЯ**

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ  
УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством

Економічні науки

Подається на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Н.В.Білецька

*Всі примірники  
дисертації є  
ідентичними  
вчений секретар  
срр Д.М.Овчарук  
В.В.Білецька*



Одеса – 2025

## АНОТАЦІЯ

**Білецька Н.В. Інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук зі спеціальності 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. - Одеський національний технологічний університет. Одеса, 2025.

Дослідження показали, що у сучасному світі туризм став частиною стилю життя багатьох людей і захоплення туризмом можна розглядати як складову якості їхнього життя. Туризм, перш за все, повинен бути спрямований на відновлення життєвих сил людини, більш повного відпочинку від виконання професійних та побутових обов'язків, отримання відчуття наближеності до природи, насолоди від споглядання її краси, ознайомлення з природними пам'ятками та історико-культурними закладами. Через багатогранність туристичної діяльності, існує багато видів туризму і в кожній країні вони мають свою специфіку. В Україні можуть розвиватися усі основні види туризму, але пріоритетними його видами в нашій країні, на наш погляд, є культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; екологічний (зелений), сільський, промисловий, діловий а також міжнародний.

Проведено комплексну оцінку інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України та можливості її адаптації до європейських стандартів. Україна має значний потенціал для розвитку туристичної галузі, що може стати драйвером економічного зростання. Євроінтеграція вимагає адаптації до високих стандартів ЄС у сфері інвестиційної прозорості, сталого розвитку та якості туристичних послуг. Це створює передумови для залучення міжнародних інвесторів, розширення туристичної інфраструктури та забезпечення конкурентоспроможності галузі на глобальному ринку. Реалізація євроінтеграційних вимог передбачає гармонізацію законодавчої бази, модернізацію інфраструктури та розвиток екотуризму. Такий підхід дозволить

Україні зайняти унікальну нішу серед туристичних дестинацій, орієнтованих на сталий розвиток і високі стандарти якості.

Реалізоване мультиваріативне моделювання для оцінки інвестиційного потенціалу туристичної галузі України. Мультиваріативне моделювання дозволило проаналізувати вплив різних соціально-економічних та екологічних факторів на обсяг капітальних інвестицій у туристичну галузь. Модель демонструє, що найбільший вплив мають такі фактори, як ВВП, індекс прав людини та свободи преси, а також імпорт туристичних послуг. Економічне зростання, захист прав людини та прозорість інформаційного простору створюють базові умови для привабливості інвестиційного клімату. Використання таких моделей забезпечує прийняття більш обґрунтованих управлінських рішень, що сприяє підвищенню ефективності інвестиційних процесів.

Розроблено стратегічні пріоритети для формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі, які передбачають активну взаємодію державних і приватних учасників. Важливими аспектами є створення регіональних туристичних кластерів, розвиток нішевих напрямів туризму (гастрономічного, медичного, пригодницького) та впровадження «зелених» технологій. Такий підхід сприятиме не лише збільшенню інвестицій, але й забезпеченню сталого розвитку галузі, що відповідає сучасним європейським трендам.

Зростання виробництва сонячної енергії в Україні свідчить про позитивну динаміку в цій сфері, однак необхідно забезпечити баланс між інвестиціями у відновлювану енергетику та туристичну інфраструктуру. Екологічна складова підвищує привабливість туристичних продуктів на міжнародному ринку, сприяючи залученню інвесторів, які орієнтовані на сталий розвиток.

Розроблено перспективи розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та післявоєнного відновлення.

Умови євроінтеграції створюють можливості для участі України в міжнародних туристичних програмах, що дозволяє обмінюватися досвідом, технологіями та просувати бренд країни. Одночасно післявоєнне відновлення

вимагає активної участі держави у формуванні стабільного інвестиційного клімату, який забезпечить довіру іноземних інвесторів. Поєднання цих факторів дозволить перетворити туристичну галузь на потужний драйвер економічного зростання, сприяючи інтеграції України до європейського туристичного простору та зміцненню її міжнародного іміджу.

Сучасний туристичний ринок переживає кардинальні зміни, що зумовлено зміною ролі споживача в створенні туристичного продукту, де попит формує пропозицію, а туристи стають активними учасниками процесу. Туристичні компанії повинні адаптувати свої послуги до індивідуальних потреб, впроваджуючи інновації та персоналізацію сервісу. У зв'язку з цим зростає роль технологій, які спрощують процес планування подорожей. Ланцюжки доданої вартості в туризмі, що включають широкий спектр товарів і послуг, є важливими для створення конкурентоспроможного сектору. Вони забезпечують зростання інвестицій і зайнятості, сприяючи економічному розвитку країн. Туристичні витрати охоплюють не лише витрати туристів, але й компенсовані іншими сторонами, як-от роботодавцями або державними програмами, що робить їх багатокomпонентними та суттєво впливає на економічні процеси.

Ланцюжки доданої вартості в туризмі є ключовими для забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту та сталого розвитку регіону. Їх розвиток залежить від інтеграції економічних, соціокультурних, екологічних і технологічних аспектів, кожен з яких створює власний вплив на туризм. Економічні ефекти включають стимулювання місцевої економіки, створення робочих місць та залучення інвестицій. Соціокультурні ефекти сприяють збереженню культурної спадщини та розвитку творчих індустрій. Екологічні ініціативи забезпечують збереження природних ресурсів і впровадження енергоефективних технологій. Технологічні інновації, зокрема цифрові платформи, відкривають нові можливості для туристичної галузі та підвищують її ефективність.

Інвестиції в ланцюжки доданої вартості є рушійною силою для розвитку туризму. Вони не тільки підвищують якість туристичних послуг і продуктів, але

й сприяють зростанню економічного потенціалу регіонів, збереженню культурних і природних ресурсів, а також впровадженню сучасних технологій. Індустрія 4.0, яка раніше була орієнтована переважно на промисловість, тепер активно впливає на сферу послуг, включаючи туризм, дозволяючи споживачам та постачальникам туристичних послуг взаємодіяти більш ефективно.

Інтеграція ланцюжків доданої вартості в туризмі є важливим стратегічним кроком для України, що може стати основою відновлення економіки після війни та формування стійкого економічного зростання. Впровадження інвестиційних проєктів у туризмі має ключове значення для скорочення цифрового розриву та підвищення конкурентоспроможності країни на глобальному ринку. Ефективне проєктування ланцюжка доданої вартості передбачає стратегічне планування, інвестиції в інфраструктуру, людські ресурси та інновації. Для забезпечення успішної реалізації необхідна тісна співпраця між місцевою владою, підприємцями, туристичними організаціями та місцевими спільнотами.

Цифрові технології й інновації є ключовими для модернізації туризму, особливо в контексті Індустрії 4.0. Це включає розвиток онлайн-платформ, мобільних додатків, віртуальної реальності та аналітики даних, що допомагає підвищити ефективність управління та якість туристичного досвіду.

Розвиток туризму в Україні стає важливою складовою національної економіки, що вимагає активної участі місцевих органів влади у реалізації державної туристичної політики. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» підкреслює необхідність популяризації країни на міжнародній арені, що сприяє формуванню позитивного іміджу, залученню інвестицій та зміцненню національної безпеки. У цьому контексті важливою є концепція смарт-спеціалізації, яка дозволяє регіонам визначати свої ключові економічні пріоритети.

Вона акцентує увагу на інноваціях, диверсифікації економіки та розвитку туризму як потужного драйвера просторового і соціально-економічного розвитку. Це сприяє створенню конкурентних переваг регіонів, залученню

інвестицій у високотехнологічні галузі та підвищенню доданої вартості туристичних послуг.

Потенційно велика кількість регіонів України може бути зацікавлена в інвестиціях у туризм завдяки природним та культурним ресурсам, а також наявності високих туристичних потоків або перспективи стати новим напрямком для мандрівників. Спеціалізація в туристичному секторі має свої переваги та виклики. З одного боку, ця галузь розвивається динамічно та демонструє стійкість до економічних потрясінь. Однак, з іншого боку, туристичний сектор може стикатися з проблемами, пов'язаними з низьким рівнем технологічності, інновацій і капіталовкладень на працівника. Без належного регулювання місцевою політикою розвиток туризму може мати негативні наслідки, включаючи погіршення якості життя місцевого населення та інші негативні зовнішні ефекти.

Туризм, у контексті смарт-спеціалізації, є вигідним для регіонів із порівняльними перевагами в цій сфері. Він може стати додатковим сектором для диверсифікації економіки або основним напрямком розвитку, якщо регіон має унікальні туристичні ресурси. Однак, для відсталих регіонів, які не мають достатніх туристичних активів, таких як унікальні природні або культурні об'єкти, туризм може бути не найкращим вибором. Тому важливо проводити детальний аналіз і визначати стратегії, які враховують потенціал і потреби кожного регіону.

В умовах посткризового відновлення та повоєнного відродження розвиток туристичної галузі на регіональному рівні потребує формування ефективної інституційної системи, яка б стимулювала інвестиційну активність, впроваджувала інноваційні підходи та сприяла сталому розвитку.

Аналіз сучасних підходів до регулювання туристичного сектору дозволяє зробити висновок, що стратегічне управління туризмом повинно враховувати не лише економічні аспекти, але й соціальні, екологічні та інфраструктурні чинники. Це передбачає формування політики, спрямованої на створення інвестиційно привабливих умов та впровадження інституційних змін, які

дозволять ефективніше використовувати наявні ресурси та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність регіональних туристичних ринків. Зазначені підходи сприяють розвитку ринку туристичних послуг через створення сприятливого інституційного середовища, що полегшить доступ до туристичних ресурсів та стимулюватиме впровадження інноваційних продуктів, відповідних сучасним вимогам. Інтеграція різноманітних підходів до управління – економічних, екологічних, культурно-етнічних та інших – дозволить розглядати туристичний сектор як потужний інструмент для покращення соціально-економічного стану регіону, залучення інвестицій та підвищення якості життя місцевих громад.

Успішний розвиток туристичної сфери також залежить від наявності трудових ресурсів відповідної спеціалізації, їхньої кваліфікації та ефективності інституційних механізмів. Інституційна спроможність регіону, де реалізуються туристичні проекти, є критично важливою, оскільки від неї залежить регуляторне середовище, доступ до фінансування та інвестицій, а також рівень підтримки з боку держави. Важливо створювати спеціалізовані установи, які координують розвиток туризму, підтримують нові ініціативи та залучають інвестиції. Належна координація між різними рівнями управління та організаціями, а також між публічним і приватним секторами, дозволяє оптимізувати ресурси, сприяти сталому розвитку туристичної інфраструктури та підвищувати інвестиційну привабливість регіонів.

**Ключові слова:** інвестиційний потенціал; євроінтеграція; сценарне прогнозування; воєнний стан; регіональні туристичні кластери; туристична галузь; смарт-спеціалізація; стратегічне планування; публічно-приватне партнерство; інновації в туризмі; сталий розвиток туризму; туристична інфраструктура.

## ANNOTATION

**Biletska N.V. Investment potential of the tourism industry of Ukraine in the context of European integration. – Qualification scientific work in the form of a manuscript.**

**Dissertation for the degree of Doctor of Economic Sciences in the specialty  
08.00.03 – Economics and Management of the National Economy. - Odessa  
National Technological University. Odesa, 2025.**

Research has shown that in the modern world, tourism has become a part of the lifestyle of many people and a passion for tourism can be considered as a component of the quality of their life. Tourism, first of all, should be aimed at restoring a person's vitality, more complete rest from performing professional and household duties, obtaining a feeling of closeness to nature, enjoying the contemplation of its beauty, getting acquainted with natural monuments and historical and cultural institutions. Due to the versatility of tourism, there are many types of tourism and in each country they have their own specifics. All major types of tourism can be developed in Ukraine, but the priority types in our country, in our opinion, are cultural and educational; medical and health; ecological (green), rural, industrial, business, and international.

A comprehensive assessment of the investment potential of the tourism industry of Ukraine and the possibility of its adaptation to European standards has been carried out. Ukraine has significant potential for the development of the tourism industry, which can become a driver of economic growth. European integration requires adaptation to high EU standards in the field of investment transparency, sustainable development, and quality of tourism services. This creates the prerequisites for attracting international investors, expanding tourism infrastructure, and ensuring the competitiveness of the industry in the global market. The implementation of European integration requirements involves harmonizing the legislative framework, modernizing infrastructure, and developing ecotourism. This approach will allow Ukraine to occupy a unique niche among tourist destinations focused on sustainable development and high quality standards.

Multivariate modeling has been implemented to assess the investment potential of the tourism industry of Ukraine. Multivariate modeling allowed us to analyze the impact of various socio-economic and environmental factors on the volume of capital investments in the tourism industry. The model demonstrates that the greatest influence is exerted by factors such as GDP, the index of human rights and freedom of the press,



as well as the import of tourism services. Economic growth, protection of human rights and transparency of the information space create basic conditions for the attractiveness of the investment climate. The use of such models ensures the adoption of more informed management decisions, which contributes to increasing the efficiency of investment processes.

Strategic priorities have been developed for the formation of the investment potential of the tourism industry, which provide for the active interaction of public and private participants. Important aspects are the creation of regional tourism clusters, the development of niche areas of tourism (gastronomic, medical, adventure) and the introduction of "green" technologies. Such an approach will contribute not only to increasing investments, but also to ensuring sustainable development of the industry, which corresponds to modern European trends.

The growth of solar energy production in Ukraine indicates positive dynamics in this area, however, it is necessary to ensure a balance between investments in renewable energy and tourism infrastructure. The environmental component increases the attractiveness of tourism products on the international market, contributing to the attraction of investors who are focused on sustainable development.

Prospects for the development of the tourism industry of Ukraine in the context of European integration and post-war recovery have been developed.

The conditions of European integration create opportunities for Ukraine to participate in international tourism programs, which allows for the exchange of experience, technologies and promotion of the country's brand. At the same time, post-war recovery requires the active participation of the state in the formation of a stable investment climate that will ensure the trust of foreign investors. The combination of these factors will allow turning the tourism industry into a powerful driver of economic growth, contributing to the integration of Ukraine into the European tourism space and strengthening its international image.

The modern tourism market is experiencing fundamental changes, which is due to the change in the role of the consumer in creating a tourism product, where demand shapes supply, and tourists become active participants in the process. Travel companies

must adapt their services to individual needs, introducing innovations and personalization of the service. In this regard, the role of technologies that simplify the process of travel planning is increasing. Value-added chains in tourism, which include a wide range of goods and services, are important for creating a competitive sector. They provide growth in investment and employment, contributing to the economic development of countries. Tourism spending includes not only the spending of tourists, but also those compensated by other parties, such as employers or government programs, which makes them multi-component and significantly affects economic processes.

Tourism value chains are key to ensuring the competitiveness of the tourism product and the sustainable development of the region. Their development depends on the integration of economic, socio-cultural, environmental and technological aspects, each of which creates its own impact on tourism. Economic effects include stimulating the local economy, creating jobs and attracting investment. Socio-cultural effects contribute to the preservation of cultural heritage and the development of creative industries. Environmental initiatives ensure the conservation of natural resources and the introduction of energy-efficient technologies. Technological innovations, in particular digital platforms, open up new opportunities for the tourism industry and increase its efficiency.

Investments in value chains are a driving force for tourism development. They not only improve the quality of tourism services and products, but also contribute to the growth of the economic potential of regions, the preservation of cultural and natural resources, as well as the introduction of modern technologies. Industry 4.0, which was previously focused mainly on industry, is now actively influencing the service sector, including tourism, allowing consumers and suppliers of tourism services to interact more effectively.

The integration of value chains in tourism is an important strategic step for Ukraine, which can become the basis for the recovery of the economy after the war and the formation of sustainable economic growth. The implementation of investment projects in tourism is key to reducing the digital divide and increasing the country's

competitiveness in the global market. Effective design of the value chain involves strategic planning, investments in infrastructure, human resources and innovation. To ensure successful implementation, close cooperation between local authorities, entrepreneurs, tourism organizations and local communities is necessary.

Digital technologies and innovations are key to the modernization of tourism, especially in the context of Industry 4.0. This includes the development of online platforms, mobile applications, virtual reality and data analytics, which help to increase the efficiency of management and the quality of the tourist experience. The development of tourism in Ukraine is becoming an important component of the national economy, which requires the active participation of local authorities in the implementation of state tourism policy. The Sustainable Development Strategy "Ukraine-2020" emphasizes the need to promote the country on the international stage, which contributes to the formation of a positive image, attracting investment and strengthening national security. In this context, the concept of smart specialization is important, which allows regions to determine their key economic priorities.

It focuses on innovation, economic diversification and tourism development as a powerful driver of spatial and socio-economic development. This contributes to creating competitive advantages of regions, attracting investments in high-tech industries and increasing the added value of tourism services.

A potentially large number of regions of Ukraine may be interested in investing in tourism due to natural and cultural resources, as well as the presence of high tourist flows or the prospect of becoming a new destination for travelers. Specialization in the tourism sector has its advantages and challenges. On the one hand, this industry is developing dynamically and demonstrates resilience to economic shocks. However, on the other hand, the tourism sector may face problems associated with low levels of technological sophistication, innovation and capital investment per employee. Without proper regulation by local policy, tourism development may have negative consequences, including a deterioration in the quality of life of the local population and other negative externalities.

Tourism, in the context of smart specialization, is beneficial for regions with

comparative advantages in this area. It can become an additional sector for economic diversification or the main direction of development if the region has unique tourism resources. However, for backward regions that do not have sufficient tourism assets, such as unique natural or cultural sites, tourism may not be the best choice. Therefore, it is important to conduct a detailed analysis and determine strategies that take into account the potential and needs of each region.

In the context of post-crisis recovery and post-war revival, the development of the tourism industry at the regional level requires the formation of an effective institutional system that would stimulate investment activity, introduce innovative approaches and promote sustainable development.

An analysis of modern approaches to regulating the tourism sector allows us to conclude that strategic tourism management should take into account not only economic aspects, but also social, environmental and infrastructure factors. This involves the formation of a policy aimed at creating attractive investment conditions and implementing institutional changes that will allow for more efficient use of available resources and ensure the long-term competitiveness of regional tourism markets. These approaches contribute to the development of the tourism services market by creating a favorable institutional environment that will facilitate access to tourism resources and stimulate the introduction of innovative products that meet modern requirements. The integration of various approaches to management - economic, environmental, cultural-ethnic and others - will allow considering the tourism sector as a powerful tool for improving the socio-economic status of the region, attracting investment and improving the quality of life of local communities. The successful development of the tourism sector also depends on the availability of labor resources of appropriate specialization, their qualifications and the effectiveness of institutional mechanisms. The institutional capacity of the region where tourism projects are implemented is critically important, since the regulatory environment, access to financing and investments, as well as the level of support from the state depend on it. It is important to create specialized institutions that coordinate tourism development, support new initiatives and attract investments. Proper coordination

between different levels of government and organizations, as well as between the public and private sectors, allows you to optimize resources, promote sustainable development of tourism infrastructure and increase the investment attractiveness of regions.

**Keywords:** investment potential; European integration; scenario forecasting; martial law; regional tourism clusters; tourism industry; smart specialization; strategic planning; public-private partnership; tourism innovation; sustainable tourism development; tourism infrastructure.

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дисертації:*

1. Білецька Н.В. Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону: колективна монографія / кол. авт.; за ред. А. Г. Драбовського. Вінниця: ВКІ, 2021. 248 с. (С. 235-246, ISBN 978-617-7237- 876 (0,46 друк. арк.).
2. Biletska N. International Management and Marketing (For students studying in the fields of knowledge 05 “Social and Behavioural Sciences”, 07 “Management and Administration”, 28 “Public Management and Administration”, 29 “International Relations”) I. Arakelova, V. Khoroshykh, L. Lytvynenko, Y. Popova, S. Lytvynenko. Kyiv: Publishing House “Condor”, 2021. 268 p. (1,54 друк. арк.)
3. Savchenko L., **Biletska N.**, Buriachenko O., Shmahelska M., Kopchykova I., Vasylenko I. Economic and Information Principles for Cargo Delivery Management in Global Network Supply Chains *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol. 21, № 12. С. 443-450. <http://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=27826> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,3 друк. арк., особистий внесок: запропоновано напрями вдосконалення інформаційних засад управління доставкою вантажів – 0,05 друк. арк.)
4. Levytska, I., Klymchuk, A., **Biletska, N.**, Bilogor, L. (2023). Public expenditures of Ukraine: problems and prospects for their solution. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, Volume 3 (50), 52 – 62. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.4047> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: запропоновано напрямки вирішення проблем державних видатків України на розвиток визначених галузей – 0,1 друк. арк.)
5. Kampo, I., Kulinich, T., Ivanov A., **Biletska, N.**, & Mashika, H. (2024). Financial and Credit Regulation as a Tool for Attracting Investments in Tourism and the Hotel and Restaurant Business of Ukraine. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 14(4), 66–76. <https://doi.org/10.32479/ijefi.16203> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: досліджено теоретичні основи фінансово-кредитного регулювання інвестування у туристичний та

готельно-ресторанний бізнес України – 0,08 друк. арк.)

6. Левицька І., Климчук А., **Білецька Н.**, Прохорчук С. Економічне партнерство Україна-ЄС: ретроспектива та проблеми подальшого поглиблення відносин. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. 4(57), 290–300. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.4.57.2024.4437> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано основні галузі для співпраці та особливості її розвитку в умовах сучасних викликів – 0,1 друк. арк.)

7. Sereda N., Albeshchenko O., Krupitsa I., **Biletska N.**, Krasnik A. (2024). Strategic approaches to tourism development: Crafting competitive strategies for business growth in the tourism sector. *Multidisciplinary Reviews*. 7. 2024spe004. <https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe004>. **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: досліджено проблеми конкурентних стратегій в туристичній галузі – 0,08 друк. арк.)

8. Гріщенко І. В., **Білецька Н. В.**, Клівіденко Л. М. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств в умовах системних перетворень. *Вісник Львівської комерційної академії*. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2016. Вип. 50. С. 157-161. **Science** (заг. обсяг – 0,17 друк. арк., особистий внесок: досліджено напрями інвестиційно-інноваційного розвитку – 0,05 друк. арк.)

9. **Білецька Н. В.**, Лопатюк Р. І., Транченко Л. В., Серветник-Царій В. В. Основні проблеми реалізації державної інформаційної політики. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2017. Вип. 52. С. 27-33 (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: визначено необхідність реалізації державної інформаційної політики для розвитку національної економіки – 0,06 друк. арк.)

10. **Білецька Н.В.**, І.В. Гріщенко, Л.М. Клівіденко. Фактори і принципи формування інноваційного потенціалу підприємства. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету (Економічні науки): збірник наукових праць*. Львів: Львівська комерційна академія. 2017. Вип. 53. С. 128-132. (заг. обсяг – 0,17 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано складові формування

*інноваційного потенціалу – 0,06 друк. арк.).*

11. **Білецька Н.В.,** Транченко Л.В., Кожухівська Р.Б., Лопатюк Р.І. Застосування новітніх інноваційних моделей у сфері обслуговування. *Збірник наукових праць. Видавництво Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Випуск 22, С. 80-86. 0,08 д.а. (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: визначено необхідність застосування інноваційного розвитку в сфері обслуговування – 0,06 друк. арк.)

12. **Білецька Н.В.,** Транченко Л.В., Лопатюк Р.І., Школьний О.О. Особливості управління підприємствами сфери обслуговування. *Збірник наукових праць. Видавництво Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Випуск 23. С. 137-144. 0,06 д.а. (заг. обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок: розкрито проблеми управління в сфері обслуговування – 0,06 друк. арк.)

13. Гріщенко І.В., **Білецька Н.В.,** Циганчук В.А., Мазур О.В. Методи забезпечення ефективності інвестиційно-інноваційних проектів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету (Економічні науки), 2020. Вип. 60. С. 21-27. 0,04 д.а. (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано інструментарій дослідження ефективності інвестиційно-інноваційних проектів – 0,06 друк. арк.)

14. **Білецька Н.В.,** Транченко Л.В., Яворська В.В., Транченко О.М., Мазур Г.О. Розвиток індустрії туризму та гостинності в Україні. *Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць*. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2020. Вип. 26. С. 10-18. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-02> 0,04 д.а. (заг. обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок: досліджено сучасні напрямки розвитку індустрії туризму – 0,06 друк. арк.)

15. Іванюта П.В., **Білецька Н. В.,** Покровщук Л.М., Гріщенко І.В. Обґрунтування функцій управління та бізнес – процесів на сучасному етапі бюджетування та менеджменту. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2023. № 71. С. 41–47. DOI:



<https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-72-05> (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: проаналізовано структуру функції управління та бізнес – процесів менеджменту на прикладі туристичної галузі – 0,06 друк. арк.)

16. Білецька Н. В., Тарасюк М.В., Нагорний В. В. Роль діджитал процесів в інноваційному розвитку українського бізнесу: економічний аспект. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 9. С. 28- 35. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.9.28> (заг. обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок: обґрунтування місця і ролі діджитал процесів для інноваційного розвитку бізнесу – 0,1 друк. арк.)

17. Білецька Н., Головка О., & Лемак В. (2024). Сучасні концепції розвитку туристичних та ресторанних кластерів гірських територій. *Економічний простір*, (191), 40-45. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-8> (заг. обсяг – 0,21 друк. арк., особистий внесок: визначено основні концепції розвитку туристичних кластерів і можливість їх використання – 0,07 друк. арк.)

18. Білецька Н. В., Папп В.В., Білецький В.В. Вплив конвергентних технологій на управління бізнес-процесами туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання «Економіка та суспільство». Випуск. № 62/2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-59> (заг. обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок: розкрито наукові засади використання конвергентних технологій в управлінні туристичною галуззю – 0,1 друк. арк.)

19. Білецька Н.В. Упровадження ланцюжків доданої вартості як запорука підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора. *Бізнес Інформ*. 2024. № 9. С. 280-286. (0,25 друк. арк.)

20. Білецька Н. В. Інвестиційний потенціал туристичної галузі України в системі стратегічного управління його розвитком. *Бізнес Інформ*. № 5. 2024. С. 175-181. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-175-181> (0,25 друк. арк.)

21. Білецька Н., Наумов О., Наумов О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу туристичного бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету 2024, № 5. С. 554-560. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-84>. (заг. обсяг – 0,25 друк. арк.,

*особистий внесок: визначено методичні підходи до оцінки інвестиційного потенціалу туристичного бізнесу – 0,08 друк. арк.)*

22. Білецька Н. В. Інституційне забезпечення залучення інвестицій до розвитку туристичного сектору. *Економічний простір*. 2024. № 194. С. 3-7. <https://doi.org/10.30838/EP.194.3-7> (0,16 друк. арк.)

23. Білецька Н.В. Розробка методичного підходу до впровадження ланцюжків доданої вартості в діяльність підприємств туристичного сектору. *Наукові перспективи*. 2024. № 10(52). С. 373-884 DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10\(52\)-373-384](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10(52)-373-384) (0,46 друк. арк.)

24. Білецька Н.В. Впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі. *Проблеми економіки*. № 3 (61), 2024. С.84-91. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-3-84-91> (0,3 друк. арк.)

25. Білецька Н.В. Фактори розвитку інвестиційної привабливості туристичної сфери країни. *Економічний простір*. 2024. (191). С. 440-445. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-74> (0,21 друк. арк.).

26. Білецька Н. В. Дослідження міжнародного досвіду забезпечення інституційного підґрунтя залучення інвестицій для розвитку туристичного сектора. *Бізнес Інформ*. 2024. №10. С. 252 – 259. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-10-252-259> (0,3 друк. арк.).

27. Білецька Н.В. Потенційні напрями розвитку інвестиційного потенціалу підприємств туристичного сектору. *Development Service Industry Management*, 2024. (3), 273–279. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(41\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(41)) (0,25 друк. арк.).

28. Попадинець Н., Незвещук-Когут Т., Данило Я., **Білецька Н.** Розвиток транскордонних туристичних кластерів: стратегічні ініціативи та маркетингове забезпечення. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2024. 332(4), 264-270. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-39> (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: розкрито стратегічні ініціативи транскордонних туристичних кластерів – 0,06 друк. арк.)

29. Білецька Н.В., Філіпова В.Л. Підвищення ефективності інвестиційної діяльності в сфері туризму в контексті інституційного забезпечення. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. (3-4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14270068> (заг. обсяг – 0,8 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано модель інституційного забезпечення інвестиційної діяльності – 0,4 друк. арк.)

30. Білецька Н.В. Залучення інвестицій до розвитку туристичного сектору: інституційний аспект. *Innovation and sustainability*. 2024. (3). 160–168. <https://doi.org/10.31649/ins.2024.3.160.168> (0,33 друк. арк.).

### ***Публікації апробаційного характеру та інші видання:***

31. Білецька Н. В., Ларцева О. М. Європейський досвід управління податковою політикою. *Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності»*, 1-2 грудня 2016 р. Кременчук, 2016. С. 495-499. 0.07д.а. (заг. обсяг – 0,16 друк. арк., особистий внесок: досліджено перспективи використання європейського досвіду управління для України – 0,08 друк. арк.)

32. Білецька Н. В., Тітко Я. І., Лазаренко О. В. Місце і роль оподаткування багатства у країнах ЄС. *Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. «Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці»* м. Вінниця, 12 квітня 2016 р. У 2-х т. Т. 1 / ВННІЕ ТНЕУ. : Крок, 2016. С. 211-213 0,09 д.а. (заг. обсяг – 0,08 друк. арк., особистий внесок: проведений аналіз ролі оподаткування багатства у країнах ЄС – 0,03 друк. арк.)

33. Білецька Н.В., Єфимчук О.І., Асауленко А. В. Управлінський аналіз як функція управління підприємницької діяльності. *Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів* : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. : у 2-х т. Т. 1 Ч. 1. / ВННІЕ ТНЕУ. м. Вінниця, 20 квітня 2017 р. Тернопіль : Крок, 2017. С. 153-157. 0,06 д.а. (заг. обсяг – 0,16 друк. арк., особистий внесок: досліджені теоретичні основи використання управлінського аналізу в підприємницькій діяльності – 0,06 друк. арк.)

34. Білецька Н. В., Мазур Г. О., Мазур О. В. Формування ефективної цінової політики як засобу моніторингу доходів торговельних підприємств. *Теорія та практика управління в державному, муніципальному та корпоративному секторах : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції*. м. Київ, 28 грудня 2020 р. С. 78-81. (заг. обсяг – 0,13 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано необхідність використання цінової політики на підвищення ефективності – 0,04 друк. арк.)

35. Levytska I., Klymchuk A., **Biletska** N., Kotseruba N. Strategy of Tourism Development for the Middle-Sized Town: From Scenarios to Strategic Maps. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. Vol. 11. No 6. P. 1445 - 1454. (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: досліджено особливість використання стратегії розвитку туризму для невеликих міст – 0,09 друк. арк.)

36. Білецька Н. В. Питання ризиків та загроз фінансовій безпеці суб'єктів аграрного підприємництва. *Матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 205-ї річниці з часу заснування Львівського торговельно-економічного університету «Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації»*, 14-15 травня 2021 року м. Львів. С. 64-68 (0,17 друк. арк.).

37. Білецька Н. В., Іванюта П. В., Шмагельська М.О., Британська Н.Н. Методичні основи антикризового управління компаній на Україні. *Colloquium-journal*. 2022. №9 (132), Część 1. (Warszawa, Polska). С. 45–50. (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: визначено існуючі теоретико-методичні підходи для антикризового управління – 0,09 друк. арк.)

38. Levytska I., Klymchuk A., Shestakova A., **Biletska** N. Tourist Potential of Ukraine: Challenges and Prospects of the Post-War Time. *Journal of Environmental Management and Tourism*, v. 14, n. 2, p. 299 - 305, mar. 2023. ISSN 2068-7729. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v14.2\(66\).01](https://doi.org/10.14505/jemt.v14.2(66).01) (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: досліджено перспективи туристичного потенціалу України у післявоєнний період – 0,06 друк. арк.)

39. Білецька Н.В. Формування інвестиційного потенціалу галузі у контексті організації регіональних туристичних кластерів. «Економічні та соціальні аспекти розвитку України» Міжнародна науково-практична конференція (17-18 жовтня 2024 року). Одеса : ОНТУ. С. 94-97. *(0,13 друк. арк.)*.

## **ЗМІСТ**

|                                                                                                                                                             |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>ВСТУП</b>                                                                                                                                                | <b>4</b>   |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ</b>                                         | <b>15</b>  |
| 1.1. Сутність та особливості функціонування туристичної галузі в сучасних умовах                                                                            | 15         |
| 1.2. Поняття інвестиційного потенціалу туристичної галузі                                                                                                   | 31         |
| 1.3. Теоретичні засади формування загального та інвестиційного потенціалу галузі у контексті організації регіональних туристичних кластерів                 | 47         |
| 1.4. Теоретико-організаційні засади й принципи формування інвестиційного потенціалу та його вплив на показники управління туристичною галуззю               | 63         |
| 1.5. Теоретичні аспекти інтеграції вітчизняної туристичної галузі у світовий глобальний ринок та вплив цього процесу на рівень її інвестиційного потенціалу | 78         |
| Висновки до розділу 1                                                                                                                                       | 96         |
| Список використаних джерел до розділу 1                                                                                                                     | 100        |
| <b>РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ</b>                                                                 | <b>114</b> |
| 2.1. Методологічні основи дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі                                                                          | 114        |
| 2.2. Методичні підходи й показники оцінки інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості туристичної галузі                                       | 131        |
| 2.3. Методологічні аспекти інвестиційних процесів в туристичній галузі в контексті євроінтеграції                                                           | 150        |
| Висновки до розділу 2                                                                                                                                       | 173        |
| Список використаних джерел до розділу 2                                                                                                                     | 177        |
| <b>РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ</b>                                                       | <b>186</b> |
| 3.1. Тенденції динаміки інвестиційних процесів у розвитку світової індустрії туризму                                                                        | 186        |

|                                                                                                                                                          |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2. Місце України у інвестиційному потенціалі розвитку туристичної галузі                                                                               | 212        |
| 3.3. Ключові фактори формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України                                                            | 237        |
| Висновки до розділу 3                                                                                                                                    | 262        |
| Список використаних джерел до розділу 3                                                                                                                  | 265        |
| <b>РОЗДІЛ 4. СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ</b>                 | <b>270</b> |
| 4.1. Комплексна оцінка формування інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України                                                           | 270        |
| 4.2. Сценарне прогнозування передумов формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану | 289        |
| 4.3. Стратегічне планування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану                      | 306        |
| Висновки до розділу 4                                                                                                                                    | 330        |
| Список використаних джерел до розділу 4                                                                                                                  | 332        |
| <b>РОЗДІЛ 5. ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ</b>                                                     | <b>333</b> |
| 5.1. Підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектору на основі ланцюжків доданої вартості та мереж                                           | 333        |
| 5.2. Формування інвестиційного потенціалу туризм в контексті смарт-спеціалізації                                                                         | 348        |
| 5.3. Інституційне забезпечення розвитку інвестиційного потенціалу туризму на регіональному рівні                                                         | 359        |
| Виноски до розділу 5                                                                                                                                     | 379        |
| Список використаних джерел до розділу 5                                                                                                                  | 382        |
| <b>ВИСНОВКИ</b>                                                                                                                                          | <b>384</b> |
| <b>ДОДАТКИ</b>                                                                                                                                           | <b>392</b> |

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі є ключовим фактором, що визначає її здатність адаптуватися до викликів сучасного світу та інтегруватися в глобальний ринок. Актуальність теми дослідження обумовлена важливістю розвитку туристичної галузі України в сучасних умовах євроінтеграції та економічних викликів, пов'язаних із військовими діями. Туризм, як одна з найбільш динамічних і перспективних галузей економіки, відіграє важливу роль у створенні робочих місць, залученні іноземної валюти, стимулюванні регіонального розвитку та формуванні позитивного міжнародного іміджу країни. Проте реалізація цього потенціалу потребує активізації інвестиційних процесів, розвитку сучасної інфраструктури, впровадження інноваційних підходів до управління та подолання бар'єрів, пов'язаних із політичною та економічною нестабільністю. В умовах війни та повоєнного відновлення особливе значення набувають механізми залучення капіталу, спрямованого на реконструкцію інфраструктури, розвиток сталого туризму та підвищення конкурентоспроможності регіонів України.

Проблеми, які потребують негайного вирішення, включають оптимізацію інвестиційного потенціалу туристичної галузі, модернізацію інфраструктури, адаптацію до викликів воєнного часу та післявоєнного відновлення, а також впровадження інноваційних підходів до управління туристичними ресурсами. Особливу увагу слід приділити розробці стратегій залучення іноземних інвестицій та підтримці національних підприємств туристичного сектору.

У науковій літературі значний внесок у дослідження розвитку туристичної галузі на інвестиційній основі зробили такі вчені, як Т. Алексеєва, Л. Алещенко, Л. Безугла, П. Бінь, О. Гальцова, М. Гедін, Н. Гладинець, Д. Грибова, С. Грищенко, В. Герасименко, Н. Добрянська, В. Дуайер, Л. Дуайер, Т. Захарова, В. Збарський, Т. Калина, І. Крупіца, Л. Кондрацька, О. Коркуна, М. Кошівська, Р. Кривенкова, Р. Кумар, К. Малюта, О. Михайлюк, О. Морозова, А. Нагірняк, К. Нгуєн, К. Нікітенко, К. Ніколаєв, Г. Олексюк, Г. Омельчак, О. Підвальна, Г.



Саркісян, О. Скарга, О. Стрижак, Т. Су, О. Табенська, Н. Трусова, Г. Фесенко, С. Філюк, П. Форсайт, О. Хмелевський, С. Цвілій, І. Чукіна, Т. Шелеметьєва, П. Штауверманн, Н. Юрченко, Ю. Юхновська. Водночас, проблема інтеграції стратегічного інвестиційного планування для підвищення стійкості галузі залишається недостатньо вивченою, що підкреслює важливість цього дослідження. Недостатньо вивченим також залишається питання розробки адаптивних інструментів для оцінки інвестиційного потенціалу в умовах невизначеності. Це особливо актуально для України, де економічні ризики, викликані війною, обмежують можливості залучення як внутрішніх, так і зовнішніх ресурсів. У рамках дослідження необхідно обґрунтувати потребу в створенні нових методик оцінювання та моделювання інвестиційного потенціалу, які враховують сучасні виклики.

Таким чином, обрана тема дослідження є надзвичайно актуальною для забезпечення сталого розвитку національної економіки, інтеграції України до європейського ринку та підвищення якості життя громадян. Запропоновані підходи та розроблені рекомендації сприятимуть формуванню ефективної інвестиційної політики, розвитку туристичної галузі та відновленню економіки в умовах сучасних викликів, що визначає мету дисертаційного дослідження та основні завдання.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дослідження є складовою науково-дослідної роботи Вінницького кооперативного інституту за темою «Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону» (номер державної реєстрації 0117U005351) та виконана відповідно до плану наукових досліджень кафедри оподаткування фінансів та підприємництва ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва». У межах тем розроблено комплексний підхід до сценарного прогнозування формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України на основі мультиваріативного моделювання, розроблено модель інституційного забезпечення інвестиційної діяльності в сфері регіонального туризму, удосконалено науково-методичний підхід до втілення концепції

ланцюжків доданої вартості в туристичному секторі, розвинуто методичний підхід до оцінки інвестиційної привабливості туристичного підприємства.

**Мета й завдання дослідження.** Мета дисертаційної роботи полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ і розробці науково-методичних і прикладних підходів щодо формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції.

Досягнення поставленої мети дисертаційного дослідження зумовило потребу вирішення таких *завдань*:

- охарактеризувати сутність і особливості функціонування туристичної галузі в сучасних умовах;
- розкрити поняття інвестиційного потенціалу туристичної галузі;
- вивчити теоретичні засади формування загального та інвестиційного потенціалу галузі у контексті організації регіональних туристичних кластерів;
- дослідити методологічні основи дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі
- систематизувати методичні підходи й показники оцінки інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості туристичної галузі;
- розглянути методологічні аспекти інвестиційних процесів в туристичній галузі в контексті євроінтеграції;
- проаналізувати основні тенденції динаміки інвестиційних процесів у розвитку світової індустрії туризму;
- визначити місце України в інвестиційному потенціалі розвитку туристичної галузі;
- обґрунтувати ключові фактори формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України;
- провести комплексне оцінювання формування інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України;
- реалізувати сценарне прогнозування передумов формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану;

- розробити основи стратегічного планування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану;
- запропонувати шляхи підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектору на основі ланцюжків доданої вартості та мереж;
- поглибити напрями формування інвестиційного потенціалу туризму в контексті смарт-спеціалізації;
- вдосконалити інституційне забезпечення розвитку інвестиційного потенціалу туризму на регіональному рівні.

**Об'єктом дослідження** є процеси формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України.

**Предметом дослідження** є теоретико-методологічні засади, науково-методичні підходи та прикладний інструментарій формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дослідження є фундаментальні положення економічної теорії, державного регулювання, макроекономіки, а також праці вітчизняних і зарубіжних учених з проблем інвестування та розвитку туристичної галузі.

У ході розв'язання поставлених у дисертації завдань застосовано ряд загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема: *теоретичний аналіз і синтез* (для систематизації існуючих підходів до розуміння інвестиційного потенціалу, що дало змогу розробити теоретичну основу для дослідження особливостей функціонування туристичної галузі); *економіко-статистичний метод* (для аналізу динаміки інвестицій у туристичний сектор, визначення ключових тенденцій та виявлення чинників впливу на інвестиційні процеси, завдяки чому вдалося оцінити реальний стан галузі в Україні); *метод сценарного прогнозування і трендовий аналіз* (використовувався для розробки песимістичного, базового та оптимістичного сценаріїв розвитку інвестиційного потенціалу і дозволив визначити можливі напрями розвитку залежно від змін зовнішніх та внутрішніх факторів); *картографічний метод* (допоміг візуалізувати територіальні відмінності в інвестиційній привабливості регіонів

України, зокрема щодо туристичних кластерів); *порівняльний аналіз* (використаний для дослідження міжнародного досвіду та його адаптації до національних умов, що сприяло формуванню рекомендацій щодо інтеграції України в європейський ринок туризму); *мультиваріативне моделювання* (дозволило оцінити економічний ефект від залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру, враховуючи мультиплікативний вплив на інші галузі економіки); *статистичний метод* (для аналізу тенденцій динаміки інвестиційних процесів та оцінки ефективності діяльності підприємств туристичної галузі); *балансовий метод* (застосовувався для оцінки ресурсів, необхідних для розвитку туристичної інфраструктури, а також для вивчення ефективності використання фінансових і матеріальних ресурсів); *системний підхід* (забезпечив аналіз туристичної галузі як цілісної системи з урахуванням взаємодії економічних, соціальних і територіальних чинників та дозволив інтегрувати результати з різних аспектів дослідження).

*Інформаційну базу дослідження* склали закони та інші нормативно-правові акти України, офіційні статистичні дані Світового банку, Європейського Союзу, Всесвітньої туристичної організації, Державної служби статистики України, аналітика Світового економічного форуму, fDi Intelligence. Теоретичну і методологічну базу дослідження сформували наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених за темою дисертації.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в обґрунтуванні теоретико-методологічних основ, науково-методичних і прикладних підходів щодо формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Основними науковими результатами, що відображають наукову новизну, є такі:

*вперше:*

- сформовано методологічний підхід до оцінки інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції, в основу якого покладено сукупність ключових факторів, поділених на такі групи: соціально-економічні фактори, соціально-політичні аспекти, екологічні параметри,

інституційні показники та технологічні інновації. Комплексний аналіз цих факторів дозволяє об'єктивно оцінити можливості залучення внутрішніх і зовнішніх інвестицій, оптимізувати їхній розподіл між пріоритетними проєктами, адаптувати галузь до європейських стандартів, підвищити її конкурентоспроможність на міжнародному ринку та забезпечити довгострокову стійкість розвитку з акцентом на екологічність та інноваційність;

- запропоновано концептуальний підхід обґрунтування і реалізації проєкту розвитку туристичної галузі на основі використання ефективної політики смарт-спеціалізації, що відрізняється комплексним підходом до планування та реалізації, включаючи аналіз існуючого туристичного потенціалу, стратегічне планування і можливість його реалізації, розвиток інфраструктури, партнерства та інноваційні рішення. Це дозволить ефективно залучати інвестиції та підвищувати конкурентоспроможність економіки України та її регіонів завдяки інтеграції сучасних маркетингових технологій, інструментів моніторингу та оцінки розвитку туристичної галузі;

*удосконалено:*

- понятійний апарат та підходи до визначення змісту категорії «інвестиційного потенціалу туристичної галузі» як сукупності власних та залучених фінансово-економічних та матеріальних ресурсів, які можуть бути використані для реалізації стратегічної мети та тактичних цілей в сфері інвестиційної діяльності туристичної галузі з урахуванням інноваційної складової, де на відміну від інших трактувань наголошено на інноваційній складовій інвестицій.

- підходи до класифікації факторів, які впливають на розвиток туристичної галузі України та її інвестиційний потенціал, де, на відміну від традиційних, доповнено їх додатковими негативними (небезпечний вплив деяких видів туризму на природу та довкілля, ментальні бар'єри у спілкуванні та поведінці людей, логістичні перепони та стихійні лиха, військові конфлікти та ведення бойових дій) та позитивними (безвізовий режим перетину кордону,

створення та розвиток нових видів туризму, стабільність валюти для безпечного планування подорожей та отримання адекватного сервісу) факторами;

- науково-методичний підхід до втілення концепції ланцюжків доданої вартості в туристичній галузі, що, на відміну від інших, відрізняється поєднанням стратегічного планування, інфраструктурних інвестицій, інноваційних рішень та підтримки місцевих ініціатив у межах трьох концепцій: інвестиції в інфраструктуру для підвищення туристичної цінності, інноваційний розвиток туристичних продуктів і послуг, та підтримка місцевих партнерств. Це дозволить комплексно підвищити інвестиційний потенціал галузі, стимулювати розвиток регіональної економіки та залучити нових інвесторів;

- комплексний підхід до сценарного прогнозування складових інвестиційного потенціалу туристичної галузі України, що, на відміну від існуючих, базується на мультиваріативному моделюванні та трендовому аналізі. Це забезпечить визначення залежності потенціалу туристичної галузі від ключових макроекономічних, соціально-політичних та екологічних чинників, а також врахування специфічних умов воєнного стану та євроінтеграційних вимог;

- модель інституційного забезпечення інвестиційної діяльності в сфері регіонального туризму, що відрізняється обґрунтованою необхідністю створення спеціалізованих інвестиційних агентств, розвитком публічно-приватних партнерств, удосконаленням законодавчих механізмів та підтримкою дослідницьких інституцій. Це дозволить забезпечити системну підтримку інвестиційних процесів та сприятиме формуванню сприятливого інвестиційного клімату;

*набули подальшого розвитку:*

- наукове тлумачення терміну «туризму» як соціально-культурного явища та форми організації відпочинку за межами постійного місця проживання з оздоровчою чи пізнавальною цілями, що може супроводжуватися професійно-діловою діяльністю і фінансовими витратами, де, на відміну від інших трактувань, надано перевагу оздоровчим та пізнавальним цілям у формах організації відпочинку;

- визначення внутрішніх факторів впливу на інвестиційну привабливість туристичної галузі, де, на відміну від інших класифікацій, додано такі, як ступінь технологічної оснащеності та рівень витрат, а також структура капіталу, де особливим є наявність в ній ліквідних засобів виробництва та вільних коштів на рахунках підприємств галузі;

- визначення чинників інвестиційної стратегії залучення іноземних інвестицій в туристичну галузь України, де на відміну від інших систематизацій, додано такі чинники: часткова уніфікація законодавчої бази з іншими країнами, децентралізація виконавчої влади на регіональному та місцевому рівні (нормативно-правові), створення туристичних кластерів на основі інноваційно-інвестиційній основі, створення спеціальних економічних зон на відповідних територіях з пільговими умовами для інвесторів (економічні), зменшення бюрократичних зволікань щодо впровадження інвестиційних проєктів, особливо інноваційних, співпраця державної влади та місцевого самоврядування (організаційні);

- результати сценарного аналізу складових інвестиційного потенціалу туристичної галузі України, які дозволили виокремити ключові фактори, що формують інвестиційний потенціал галузі, а також розробити інструменти для адаптації туристичної інфраструктури до сучасних викликів, зокрема до умов воєнного стану і євроінтеграційних процесів, що у свою чергу сприятиме залученню інвестицій, розвитку національної економіки, відновленню туристичної інфраструктури та успішній інтеграції України в європейський ринок туристичних послуг;

- теоретичні засади формування моделі регіонального туристичного кластеру на інноваційно-інвестиційній основі, де, на відміну від інших, модель доповнена такими складовими, як інвестиційні і страхові компанії та консалтингові організації;

- методичний підхід до оцінки інвестиційної привабливості туристичного підприємства, у якому синтезовано такі показники, як частка інвестицій підприємства в інвестиціях регіону (громади), у тому числі іноземних; участь

підприємства в територіальних кластерах на інвестиційно-інноваційній основі (індекс інвестиційного капіталу); наявність стратегії розвитку підприємства із обов'язковим врахуванням особливостей залучення інвестицій та їх окупності (індекс окупності інвестицій);

- критерії та індикатори оцінки інвестиційної привабливості готельної діяльності, які, на відміну від раніше визначених, доповнені індексом тривалості перебування туриста (відношення середньої тривалості перебування одного туриста до кількості днів у році) та індекс вартості перебування туриста (середня вартість одного дня перебування туриста в готелі до пропонованої середньої вартості одного місця в готелях міста) у розрахунку індексу інвестиційної привабливості готельної діяльності.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості використання сформульованих теоретико-методологічних і практичних розробок, пропозицій при обґрунтуванні стратегічних напрямів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції, у практичній діяльності органів влади та підприємницьких структур в галузі туризму, рекреації та курортів.

Основні положення, висновки і рекомендації, що містяться у роботі, схвалені та використовуються у практичній діяльності профільних організацій, відомств та управлінь, підприємств. Методологічний підхід до оцінки інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції використано департаментом міжнародного співробітництва та регіонального розвитку Вінницької обласної військової адміністрації (довідка № 58/01 від 09.01.2025 р.). Концептуальний підхід обґрунтування і реалізації проєкту розвитку туристичної галузі на основі використання ефективної політики смарт-спеціалізації використовується в діяльності Спілки рекламистів України (довідка № 5/19 від 25.02.2022 р.). Практичні рекомендації з визначення внутрішніх факторів впливу на інвестиційну привабливість туристичної галузі використовуються в роботі Науково-освітнього інноваційного центру суспільних трансформацій (довідка № 26/01/2023-1 від 16.01.2023р.) та ГО



«Інститут економічних та еколого-енергетичних досліджень» (довідка №148/2 від 03.05.2024). Критерії та індикатори оцінки інвестиційної привабливості готельної діяльності та прикладні підходів щодо формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції використовуються при викладанні економічних дисциплін в ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва» (акт впровадження від 28.08.2024 р.).

**Особистий внесок здобувача.** Дисертаційна робота є завершеним і самостійно виконаним науковим дослідженням. Розроблені автором наукові положення, результати, висновки та рекомендації, викладені у дисертації та винесені на захист, особисто отримані автором і опубліковані в наукових виданнях. З наукових праць, що опубліковані у співавторстві, використані в дисертації виключно ті ідеї та положення, що є особистим доробком здобувача. Особистий внесок дисертанта вказано у переліку публікацій. Матеріали й висновки кандидатської дисертації здобувача не використовувалися в підготовці докторської дисертації.

**Апробація результатів дисертації.** Найбільш вагомі теоретико-методичні положення та практичні рекомендації дослідження апробовано на численних науково-практичних конференціях найважливішими серед яких є: IV міжнародна «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності» (1-2 грудня 2016 р. м. Кременчук, 2016), всеукр. конф. «Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці» (12 квітня 2016 р. м. Вінниця), всеукр. конф. «Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів» ( 20 квітня 2017 р. м.Тернопіль), міжнародна «Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття» (19 червня 2018 р. м.Київ), міжнар. НПК здобувачів вищої освіти і молодих учених «Молодь науці і виробництву» (16-17 травня 2019 року м.Херсон), II міжнародна «Теорія та практика управління в державному, муніципальному та корпоративному секторах» (28 грудня 2020 р. м.Київ), IX міжнародна «Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті європейської

інтеграції та сучасних викликів глобалізації» (14-15 травня 2021 року м.Львів), міжнародна «Економічні та соціальні аспекти розвитку України» (17-18 жовтня 2024 року м.Одеса), щорічні конференції професорсько-викладацького складу ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва».

**Публікації.** Основні положення дисертації опубліковано у 39 наукових працях загальним обсягом 13,38 друк. арк., з яких автору безпосередньо належить 7,25 друк. арк., де 13 одноосібних, зокрема: 23 статті у вітчизняних наукових фахових виданнях з економічних наук, 5 статті у зарубіжних наукових періодичних виданнях, які індексуються у міжнародних наукометричних базах Scopus та Web of Science, а також 11 публікацій в інших виданнях.

**Обсяг і структура роботи.** Дисертація складається зі вступу, п'яти розділів, висновків і списку використаних джерел. Загальний обсяг дослідження становить 426 сторінок, з них 360 сторінок основного тексту. Робота містить 36 таблиць та 45 рисунків. Список використаних джерел налічує 243 найменування.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

#### 1.1. Сутність та особливості функціонування туристичної галузі в сучасних умовах

Туристична галузь України має чималу історію, свої традиції та особливості. Втім, для загальної характеристики галузі, спочатку, розкриємо її сутнісні характеристики, як явища. За визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО) туризм – це соціальне, культурне та економічне явище, яке тягне за собою переміщення людей в країни або місця за межами їх звичайного середовища з особистими або діловими/професійними цілями. Ці люди називаються відвідувачами (це можуть бути як туристи, так і екскурсанти; резиденти або нерезиденти), і туризм пов'язаний з їхньою діяльністю, деякі з яких пов'язані з туристичними витратами [90]. В Законі України «Про туризм» туризм визначається, як тимчасовий виїзд особи з місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях без здійснення оплачуваної діяльності в місці, куди особа від'їжджає [80]. За визначенням деяких вітчизняних дослідників, туризм – це вид рекреації, пов'язаний із виїздом за межі постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями [58, с. 22]. За твердженням Любіцевої О. О. туризм перетворився у форму проведення дозвілля, забезпечену діяльністю міжгалузевого комплексу по задоволенню потреб населення у відпочинку та оздоровленні, у потужну комунікативну складову глобалізаційного процесу. Дослідниця також вважає що туризм став частиною стилю життя більш ніж третини людства і участь у туристичному процесі можна розглядати як складову якості життя [54].

На думку Кифяка В.Ф. туризм – це вид економічної діяльності, спрямований на задоволення потреб споживачів, які у вільний від роботи час тимчасово перебувають поза місцем свого постійного проживання з певною метою [38, с. 70]. Дослідник Шуплат О.М. туризм визначає як багатогранне явище, що поєднує економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти, має значний потенціал для постійного прогресу, тісно взаємодіє з багатьма галузями економіки, зумовлюючи його провідне місце у соціально-економічному житті країн і народів. Динамічний розвиток сфери туризму здійснює мультиплікаційний ефект на інші галузі економіки, в яких активізується інвестиційна діяльність та прискорюється обіг грошових коштів [107].

Науковці також зазначають, що туризм є не тільки однією з форм людської життєдіяльності, але також і важливим суспільно-господарським явищем сучасного світу. Туризм – це динамічна і багатопланова діяльність, що присутня в суспільній, культурній, психологічній, просторовій та економічній сферах. Поняття «туризм» в сучасному світі розглядають як багатостороннє явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками, адже жодна з них не може повністю й вичерпно охарактеризувати туризм як об'єкт власних досліджень і жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самотійно розв'язати комплекс його проблем [21, с. 6-7]. Дослідники Брусільцева Г. М. та Зима О. Г. характеризують туризм як популярну форму організації відпочинку, проведення дозвілля, пізнання рідного краю, навколишнього середовища, ознайомлення з історією, культурою і традиціями певної країни [9, с. 11]. Тобто, аналізуючи дослідження вчених, можна зробити висновок, що єдиного поняття «туризм» не існує. Кожен дослідник трактує це поняття по своєму, розкриваючи той чи інший його аспект. Також існує і законодавче визначення поняття «туризм». Погоджуючись із переважною більшістю дослідників, та законодавчим його трактуванням, ми даємо власне визначення поняття «туризм» як соціально-

культурного явища та форми організації відпочинку за межами постійного місця проживання з оздоровчою чи пізнавальною цілями, що може супроводжуватися професійно-діловою діяльністю і фінансовими витратами.

Через багатогранність туристичної діяльності, існує багато видів туризму і в кожній країні вони мають свою специфіку. Закон України «Про туризм» визначає організаційні форми та види туризму. Організаційними формами туризму є міжнародний і внутрішній туризм. В Законі, зокрема, зазначається, що до міжнародного туризму відносять в'їзний та виїзний туризм. Також однією з організаційних форм туризму є внутрішній туризм, коли в межах України подорожують як громадяни України, так і особи, які постійно проживають в нашій країні.

Туристичні подорожі поділяються на види туризму в залежності від категорій осіб, які подорожують та цілей і об'єктів, що використовуються або відвідуються під час мандрівки. Це такі види туризму, зокрема, як: релігійний, гірський, пригодницький, сімейний, автомобільний, дитячий та ін. [80].

На офіційному сайті Всесвітньої туристичної організації (ВТО) приводяться визначення основних видів туризму та їх опис (табл. 1.1).

Науковий і практичний інтерес становить розуміння поняття «сільський «зелений» (екологічний) туризм». Деякі вітчизняні вчені під сільським «зеленим» (екологічним) туризмом розуміють такий різновид туризму, що полягає в подорожах туристів до природних сільських, недоторканих людиною природоохоронних територій на основі раціонального природокористування з пізнавальною метою та для відпочинку, що відповідає концепції сталого розвитку. Під час цього виду туризму туристи вагомо не впливають на природу й територію, де вони відпочивають. Такий туризм зазвичай сприяє освіті туристів і допомагає залучити спонсорські внески на заходи зі збереження території, соціально-економічного розвитку ОТГ, здатний формувати позитивний туристичний імідж місцевості. Його розвиток здебільшого

розглядається як важливий засіб збереження довкілля для майбутніх поколінь [110, с. 236].

Таблиця 1.1

### Основні види туризму за визначенням ВТО

| Вид туризму       | Визначення                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Прибережний       | відноситься до наземного туризму, такого як плавання, серфінг, сонячні ванни та інші прибережні види дозвілля, відпочинку та спорту, які відбуваються на березі моря, озера чи річки. Близькість до узбережжя також є умовою для послуг та об'єктів, які підтримують прибережний туризм.                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Морський          | відноситься до морських видів діяльності, таких як круїзи, яхтинг, катання на човнах і морських видах спорту, і включає відповідні наземні послуги та інфраструктуру.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Внутрішній водний | відноситься до туристичної діяльності, такої як круїзи, яхтинг, катання на човнах і морські види спорту, які відбуваються у водних середовищах, розташованих у межах суші, і включають озера, річки, ставки, струмки, підземні води, джерела, печерні води та інші, які традиційно групуються як внутрішні водно-болотні угіддя.                                                                                                                                                                                                                                  |
| Культурний        | це вид туристичної діяльності, в якому основною мотивацією відвідувача є вивчення, відкриття, досвід і споживання матеріальних і нематеріальних культурних пам'яток/продуктів туристичного напрямку.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Екотуризм         | це вид природоорієнтованого туризму, в якому основною мотивацією відвідувача є спостереження, вивчення, відкриття, переживання та оцінка біологічного та культурного різноманіття з відповідальним ставленням до захисту цілісності екосистеми та підвищення добробуту місцевої громади. Екотуризм підвищує обізнаність щодо збереження біорізноманіття, природного середовища та культурних цінностей як серед місцевих жителів, так і серед гостей міста, а також потребує спеціальних управлінських процесів для мінімізації негативного впливу на екосистему. |
| Освітній          | охоплює ті види туризму, які мають основною мотивацією залучення та досвід туриста до навчання, самовдосконалення, інтелектуального зростання та розвитку навичок. Освітній туризм представляє широкий спектр продуктів і послуг, пов'язаних з академічним навчанням, канікулами підвищення кваліфікації, шкільними екскурсіями, спортивними тренуваннями, курсами розвитку кар'єри та мовними курсами, серед іншого.                                                                                                                                             |
| Гастрономічний    | це вид туристичної діяльності, який характеризується досвідом відвідувача, пов'язаним з їжею та супутніми продуктами та діяльністю під час подорожі. Поряд з автентичним, традиційним та/або інноваційним кулінарним досвідом, гастрономічний туризм також може включати інші пов'язані види діяльності, такі як відвідування місцевих виробників, участь у фестивалях їжі та відвідування кулінарних курсів.                                                                                                                                                     |
| Оздоровчий        | охоплює ті види туризму, які мають як основну мотивацію внесок у фізичне, психічне та/або духовне здоров'я через медичну та оздоровчу діяльність, яка підвищує здатність людей задовольняти власні потреби та краще функціонувати як особистості у своєму середовищі та суспільстві. Оздоровчий туризм є загальним терміном для підвидів оздоровчого туризму та медичного туризму.                                                                                                                                                                                |

## Продовження таблиці 1.1

|              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Медичний     | це вид туристичної діяльності, який передбачає використання доказових медичних лікувальних ресурсів та послуг. Це може включати діагностику, лікування, лікування, профілактику та реабілітацію.                                                                                                                                                                                                                                                           |
| В'їзний      | включає в себе діяльність відвідувача-нерезидента в межах країни відліку під час в'їзної туристичної поїздки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Міжнародний  | включає в себе в'їзний туризм і виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів-резидентів за межами країни відліку, або в рамках внутрішніх або виїзних туристичних поїздок, а також діяльність відвідувачів-нерезидентів в межах країни відліку під час в'їзних туристичних поїздок.                                                                                                                                                                       |
| Гірський     | це вид туристичної діяльності, який відбувається у визначеному та обмеженому географічному просторі, такому як пагорби або гори з відмінними характеристиками та атрибутами, які притаманні певному ландшафту, топографії, клімату, біорізноманіттю (флорі та фауні) та місцевій громаді. Він охоплює широкий спектр дозвілля та спортивних заходів на свіжому повітрі.                                                                                    |
| Національний | включає внутрішній туризм та виїзний туризм, тобто діяльність відвідувачів-резидентів у країні відліку та за її межами, як у рамках внутрішніх або виїзних туристичних поїздок.                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Виїзний      | включає діяльність відвідувача-резидента за межами країни відліку, або в рамках виїзної туристичної поїздки, або як частину внутрішньотуристичної поїздки.                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Сільський    | це вид туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний з широким спектром продуктів, як правило, пов'язаних з діяльністю на основі природи, сільським господарством, сільським способом життя/культурою, риболовлю та оглядом визначних пам'яток.                                                                                                                                                                                            |
| Міський      | це вид туристичної діяльності, який відбувається в міському просторі з притаманними йому атрибутами, що характеризуються несільськогосподарською економікою, такими як адміністрація, виробництво, торгівля та послуги, а також тим, що вони є вузловими транспортними пунктами. Міські напрямки пропонують широкий і різноманітний спектр культурних, архітектурних, технологічних, соціальних і природних вражень і продуктів для відпочинку та бізнесу. |
| Оздоровчий   | це вид туристичної діяльності, який спрямований на покращення та збалансування всіх основних сфер людського життя, включаючи фізичну, розумову, емоційну, професійну, інтелектуальну та духовну. Основною мотивацією для оздоровчого туриста є участь у профілактичних заходах, що покращують спосіб життя, таких як фітнес, здорове харчування, релаксація та цілющі процедури.                                                                           |

Джерело: [90].

Дослідник Ніколаєв К. Д. в своїй монографії зазначає, що в загальному розумінні екологізація – це стабілізація і поліпшення екологічного стану природних комплексів та екосистем за рахунок змін у взаємовідносинах в системі природа–людина. До цього можна віднести:

– підвищення потенціалу самовідтворення екосистем;

- зменшення рівня забруднення всіх компонентів довкілля в процесі життєдіяльності людини;
- антропогенне оздоровлення середовища життєдіяльності людини.

Змін властивостей компонентів природних або антропогенних систем, які сприяють поліпшенню екологічного стану останніх, можна досягти за рахунок активізації обмінних процесів в екосистемі, зменшення рівнів шкідливих впливів на НПС, підвищення рівня екологічної свідомості населення [67, с. 7]. Крім того, інвестиції в надійний громадський транспорт можуть допомогти стримувати рівень забруднення в містах [5, с. 47].

Деякі вчені під екологічним туризмом розуміють туристські відвідування малозмінених або змінених територій з унікальними природними та історико-культурними ресурсами, які відповідають основним принципам сталого розвитку туризму; всіляко сприяють соціально-економічному розвитку регіонів відвідування, підвищенню рівня екологічної культури мандрівників і життєвого рівня місцевого населення; містять освітній і пізнавальний компоненти. Вони виокремлюють основні види екотуризму: тури історії природи, науковий туризм, пригодницький туризм, подорожі в природні резервати [77, с. 207]. Інші вчені трактують поняття екологічного туризму, як туристичні відвідування змінених територій зі специфічними природними та історико-культурними ресурсами, які є основним принципом збалансованого розвитку туризму; а також, які сприяють соціальному та еколого-економічному розвитку привабливості регіонів, підвищенню рівня екологічної культури мандрівників і життєвого рівня місцевого населення.

Вони вважають, що єдиним напрямом впровадження таких напрямів та їх реалізації може стати саме екологізація туризму. Завдяки її комплексності та узгодженості управлінських механізмів стане можливим досягнення визначеного напрямку сталого розвитку балансу між реалізацією туристичного продукту та раціональним природоспоживанням. В її основі також закладено екологічну освіту, що, своєю чергою, є важливим засобом підвищення екологічної культури та розвитку екологічної свідомості населення. Екологізація



дасть змогу провести повну переорієнтацію туристичної галузі не лише на рівні певного регіону, але й у глобальних, планетарних масштабах [6, с. 47]. Погоджуючись із цим твердженням, ми наголошуємо на тому, що екологізація туризму повинна стати пріоритетним і в державній політиці щодо туризму в нашій державі.

У багатьох країнах сільський туризм розглядається як «соціальний амортизатор» при реструктуризації аграрного сектора економіки, впровадженні науково-технічного прогресу і вивільненні значної кількості працівників [96, с. 160]. Дослідники вважають, що розвиток сільського «зеленого» (екологічного) туризму є серед першочергових видів економічної діяльності для впровадження засад «зеленої» економіки [91]. Крім того, сільський туризм має високий потенціал для стимулювання місцевого економічного зростання та соціальних змін через його взаємодоповнюваність з іншими видами економічної діяльності, його внесок у ВВП та створення робочих місць, а також його здатність сприяти розсіювання попиту в часі (боротьба з сезонністю) та на ширшій території. Сільський туризм визначають як вид туристичної діяльності, в якому досвід відвідувача пов'язаний з широким спектром продуктів, як правило, пов'язаних з діяльністю на основі природи, сільським господарством, сільським способом життя/культурою, риболовлею та оглядом визначних пам'яток. Діяльність сільського туризму відбувається в неміських (сільських) районах з наступними характеристиками:

- 1) низька щільність населення;
- 2) ландшафт і землекористування, де переважає сільське і лісове господарство;
- 3) традиційна соціальна структура і спосіб життя» [87].

Вчені також виділяють нову форму соціального туризму як інклюзивний туризм, який варто розвивати на основі саме сільського «зеленого» (екологічного) туризму, оскільки це забезпечить упровадження мікро моделі інтегрованого суспільства (взаємодії осіб з обмеженими можливостями, їх

родин, фахівців, здорових людей). Це, на їх думку, забезпечить інтеграцію людей з особливими потребами в суспільство для їх ефективної соціалізації.

Інклюзивний туризм має певні особливості. Насамперед, це є терапія та профілактика психосоматичних захворювань шляхом стимулювання рухової активності, таким чином, туризм підтримує фізичне здоров'я особи. До того ж, активний характер відпочинку, включаючи різні забави, дозволить відволіктися від монотонності побуту й підтримати психічний стан і психоемоційний настрій. По-друге, туризм спрямований на відновлення сил для виконання виробничих процесів і побутових обов'язків, відчуття наближеності до первозданної природи, відчуття її краси, ознайомлення з природними пам'ятками, об'єктами історико-культурної спадщини. По-третє, інклюзивний туризм створює повноцінне середовище спілкування, встановлює незалежні й різнобічні соціальні контакти, допомагає сформувати впевнену й ефективну життєву позицію. По-четверте, інклюзивний туризм допомагає пізнати навколишній світ із його різними проявами та звичаями, дізнатися невідомі раніше природні явища, розширити коло друзів і спілкування. По-п'яте, важливим аспектом інклюзивного сільського «зеленого» туризму є те, що він сприяє нівелюванню фізичної й духовної дискримінації осіб з особливими потребами, які вони відчують упродовж багатьох років [110, с. 250].

Науковці Олексюк. Г. В. та Подольський О. С. виділяють та надають важливого значення промисловому (або індустріальному) туризму, спрямованому на відвідування об'єктів як сучасної індустрії, так і промислової спадщини, який може бути представлений на багатьох постіндустріальних територіях України. Будівлі, кар'єри, терикони, унікальні споруди, зокрема споруджені за рідкісними технологіями, можуть бути цікавими для відвідувачів для отримання певних знань і вражень, психологічного, естетичного або дослідницького задоволення. Промисловий туризм може бути основою для формування самостійного кластера або стати частиною загального регіонального чи територіального туристичного кластера. Під час просторового планування територій територіальних громад і формування концептуальних напрямів

інтегрованого розвитку потрібно виявляти можливості промислового (індустріального) туризму, який здатний доповнювати інші види туризму та формувати комплексний туристичний пакет у поєднанні з культурно-пізнавальним, екологічним, науковим, сентиментальним та іншими видами туризму [71, с. 101].

В Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року наголошено та створенні системи стратегічного планування розвитку видів туризму на основі їх чіткої класифікації та визначення пріоритетних на державному та регіональному рівні, а саме:

- міський туризм;
- екологічний (зелений);
- етнічний;
- сільський;
- культурно-пізнавальний;
- подієвий;
- медичний, лікувально-оздоровчий;
- гастрономічний;
- релігійний;
- гірський, спортивний, велосипедний;
- пригодницький та активний;
- науковий та освітній;
- круїзний та яхтовий;
- шопінг та розважальний туризм;
- інші пріоритетні види туризму [93].

Вчені Герасимів З. М. та Христенко Г. М. наголошують, що популярним сьогодні є «відпочинок вихідного дня» із використанням власного транспорту. Часто споживачі вибирають коротші терміни відпочинку та індивідуальне розміщення, більша увага приділяється оздоровчому, морському, сільському зеленому туризму [17].

Дослідниця Дехтяр Н.А. вважає, що сьогодні традиційні види туризму переживають стадію занепаду, однак водночас спостерігається поява нових видів і форм відпочинку, яка враховує обмеження на тимчасові переміщення й особливості ділових і міжособистісних комунікацій у дистанційному режимі. Практично всі ці форми засновані на використанні інноваційних технологій і синтезу базових технологічних операцій процесу створення туристичних послуг із сучасними надбаннями галузі ІТ. Це перша виключна ознака сучасного глобального ринку туристичних послуг, раптове виділення якої було спричинено біфуркаційним зламом на фоні загальносвітового локдауну та стагнацією більшості національних економік. Другою ж характерною рисою світового туризму є його пристосування до парадигмальних змін системи міжнародних економічних відносин, яка поступово вимушено відходить від моделі розширеного виробництва, заснованій на концепції нескінченності ресурсів та необмеженості глобального споживчого ринку як сукупності вільних ринків країн з відкритими кордонами. Ці процеси розпочалися не одне десятиліття тому, але невідворотність рушійних змін і необхідність переходу до принципово нової структури світогосподарських зв'язків і циклічності виробництва у глобальному масштабі почала розумітися суспільством відносно недавно. І більшість розвинених країн уже планує стратегії туристичної діяльності на засадах оновленої моделі сталого розвитку [27, с. 4-5].

Пандемія 2019 р. та війна 2022 р. стали негативними викликами для туристичної індустрії, яка є досить чутливою до факторів зовнішнього середовища. За прогнозними даними вчених очікується поступове відновлення туризму у світі, однак таке зростання буде нерівномірним. Відкладений попит і певна зміна вподобань туристів, обумовлена, у першу чергу, безпекою, онлайн-форматом надання туристичних послуг, інноваційними інструментами та розвитком штучного інтелекту, визначатимуть розвиток туризму у кожному регіоні, і навіть країні, індивідуально [78, с. 173]. Зважаючи на безпрецедентність подій, що відбуваються на території України, питання розвитку туризму має велике значення в контексті відновлення національної економіки та переходить

від теоретичного до практичного аспекту [61]. Під час воєнного стану, на наше переконання, менеджмент туристичної галузі повинен працювати з подвоєною силою, забезпечуючи не тільки зупинення падіння туристичного попиту та його нарощення.

Вітчизняні вчені зазначають особливості внутрішнього та зовнішнього туризму у період воєнного стану. Вони стверджують, що в таких умовах внутрішній туризм має особливості, пов'язані з дозволами та обмеженнями, які діють під час війни у відносно безпечних західних та центральних регіонах країни. Їх повинні враховувати не тільки туристи, а й туристичні компанії. Туроператори та екскурсоводи, які складають екскурсійні маршрути, повинні враховувати, що в разі повітряної небезпеки туристам мають бути доступні бомбосховища. З метою підтримання правопорядку в умовах воєнного стану у всіх областях України встановлена комендантська година. Саме тому планування відпусток чи відвідин тих чи інших локацій має відбуватися з урахуванням цієї вимоги. Дослідники також наголошують, що зовнішній туризм в умовах війни також має свої особливості. Більшість українців виїжджає за кордон не для того щоб відпочити, а для того щоб евакуюватися з небезпечних територій, на яких продовжують йти бойові дії. Крім цього, небо над Україною повністю закрито, що ускладнює подорож в інші країни. Однак зовнішній туризм почав дещо оговтуватися. Найпопулярніші серед українців – евакуаційні рейси до Болгарії, що зумовлено безкоштовним проживанням в готелях для українців, яке пропонує ця країна. Також почали відновлюватись вильоти на море в Туреччину, Єгипет, Іспанію, Туніс. Щоправда, для цього українцям потрібно самостійно їхати до аеропорту в сусідню Польщу. Таким чином організовуються й відпочинкові тури в Литву та Молдову [34].

Дослідник Грищенко С. І. в цей період виділяє такі пріоритети для розвитку вітчизняного туризму, як створення сприятливих умов для збалансованого розвитку туристичної інфраструктури навколо туристичних магнітів, що потребує залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій; розвиток малого і середнього бізнесу у сфері туризму, залучення інновацій,

створення умов для розвитку ділового туризму; підвищення обізнаності потенційних туристів про регіональні туристичні магніти, сприяння підвищенню туристичної привабливості України в цілому; покращення іміджу України як туристичної держави на світовому рівні; підвищення рівня доступності туристичних послуг особам з обмеженими можливостями; розвиток нових видів туризму як відповідь на глобальні та регіональні виклики сьогодення (освітній туризм, військовий туризм (військово-історичний туризм, зброярський, мілітарі туризм, воєнний туризм), *philantourism*, сільський (зелений) туризм, екологічний туризм та інші) [22].

Вітчизняні дослідники справедливо вважають, що розвиток туристичного (історико-культурного та природно-рекреаційного) потенціалу варто забезпечувати шляхом реалізації заходів, що передбачають промоцію туристичного потенціалу, виготовлення та поширення рекламно-інформаційної продукції, організацію та проведення фестивалів, виставок, форумів, пленерів; розвиток туристичної інфраструктури, зокрема, формування мережі кемпінгів (глемпінгів), облаштування безкоштовних зон відпочинку тощо [53, с. 98].

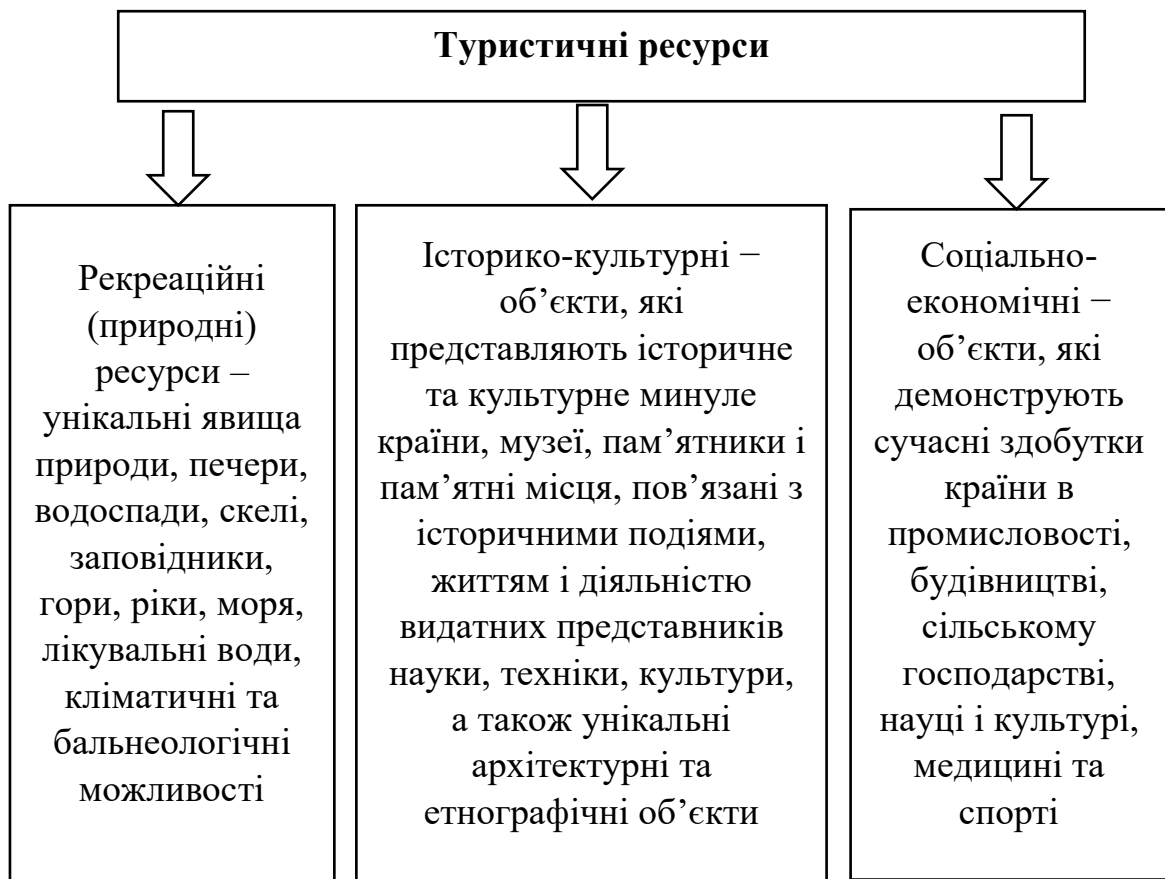
Аналізуючи інвестиції у види туризму, науковці Алексєєва Т. І. та Тарелкіна Д. О. дослідили, що найбільша частка інвестицій надходить від ділового туризму. Це, на їхню думку, пояснюється тим, що посилились подорожі з діловою метою, тому наша країна отримує з цієї галузі більше прибутку. Але потрібно розвивати усі види туризму, саме тоді можна буде зробити остаточний висновок, який з них буде приносити більший дохід. Хоч Україна і має значний туристичний потенціал, але поки ще не використовує його у повному обсязі. Унікальні природні ресурси, якими володіє Україна, могли б підняти державу на перші сходинки у світовій туристичній індустрії, що призвело б до суттєвого наповнення бюджету та вирішення багатьох проблем соціального характеру. В умовах фінансової кризи, яка сьогодні має значне поширення, туризм являє собою найменш ризиковану та найбільш перспективну з економічної точки зору сферу інвестиційних інтересів держави і являє собою реальне джерело зростання ВВП та надходжень до бюджету [1, с. 54]. У цьому контексті, на наше

переконання, найбільші шанси для розвитку мають такі види туризму, як культурний, екологічний, оздоровчий, діловий, гастрономічний та медичний.

Україна має вигідне розташування щодо туристичних шляхів та могла б цю особливість використовувати для розвитку вітчизняної економіки, однак рівень розвитку туристичної інфраструктури суттєво нижчий у порівнянні з економічно розвинутими країнами. Також потрібно покращувати і якість туристичних послуг. У цілому економіка туристичного підприємства являє собою комплекс соціальних взаємин, що проявляються в процесі реалізації туристичної діяльності, тобто при виробництві, розподілі, обміні та споживанні туристичного продукту. Важливість просування туристичного продукту до цільової аудиторії відіграє значну роль у туристичному бізнесі, адже воно охоплює комплекс заходів, які спрямовані на підготовку до реалізації туристичного продукту або окремих туристичних послуг на ринку туристичних послуг. Споживачу пропонується товар у вигляді конкретного туру, який містить у собі попередньо розроблений комплекс туристичних послуг і товарів, які безпосередньо необхідні при подорожі за певним туристичним маршрутом. Формування цільової спрямованості туристичного продукту в складі туру є базовою функцією туроператорів, які готують цей продукт для реалізації в готовому вигляді [19, с. 72].

Велике значення для розуміння та характеристики туристичної діяльності має чітка класифікація туристичних ресурсів (матеріально-технічна база, інфраструктура забезпечення й кадровий потенціал тощо) з виокремленням великих груп рекреаційно-туристичних ресурсів. Одна з таких класифікацій представлена на рис.1.1.

Дослідник Мазурець Р. до природно-рекреаційних ресурсів відносить природні та природно-антропогенні геосистеми, природні об'єкти, явища й процеси, які служать або можуть служити для організації відпочинку, туризму, лікування та оздоровлення людей. До складу цієї групи ресурсів входять геологічні та орографічні ресурси, водні, мінеральні води та лікувальні грязі (бальнеологічні), флористичні (зокрема лісові), фауністичні ресурси.



**Рис. 1.1. Види туристичних ресурсів**

Джерело: [39].

Не менш важливою складовою частиною є лікувально-оздоровчі й пізнавальні властивості природно-заповідних територій різного виду (національні парки, заказники, парки садово-паркового мистецтва тощо). Культурно-історичні рекреаційно-туристичні ресурси – це пам’ятки культури (історії, архітектури, археології, мистецтва, місця, пов’язані з життям і діяльністю видатних людей, тощо). Наявності рекреаційно-туристичних ресурсів у межах конкретної країни самих по собі не достатньо для утворення й розвитку туристичної галузі економіки, у тому числі й складної та цілісної туристичної системи, яка б характеризувалася стійкими зв’язками, оскільки кожна така система зароджується й функціонує під впливом різноманітних природних та антропогенних факторів [56, с. 67].



Серед проблем управління ресурсами підприємств туристичної галузі, які мають вирішуватись для забезпечення реалізації обраної стратегії, особливе значення має кадрова політика й управління трудовими ресурсами. Стратегічний підхід до управління людськими ресурсами передбачає тривалу діяльність з добору персоналу, яка має принципове значення для функціонування туристичного підприємства. Ціллю такого управління людськими ресурсами є їх пристосування до місії й мети суб'єкта господарювання. Водночас працівники є суттєвим стратегічним чинником розвитку підприємства і його засобів, у який варто вкладати інвестиційні ресурси [18, с. 46].

Якщо розглядати фактори, які впливають на розвиток туризму, то за твердженням дослідників, до динамічних факторів належать: соціальні і демографічні зміни, фінансовий та економічний розвиток, політична обстановка в країні і матеріально-технічні фактори [92, с. 89]. Дослідники Хмелевський О. В. та Кошівська М. В. визначили фактори (позитивні та негативні), які впливають на розвиток туризму та туристичний ринок України (табл. 1.2).

Крім того, ще є один негативний фактор, що впливає на розвиток туризму, особливо коли туристи є іноземцями чи з інших регіонів України. Це може бути негативний соціокультурний вплив на приймаючі громади, який не завжди виникає відразу і є очевидний. По-перше, присутність туристів із дуже різними культурними особливостями чи традиціями та вищим рівнем споживчої спроможності, ніж місцеве населення, може призвести до конфліктів і дискомфорту.

Неадекватна демонстрація багатства, фотографування людей без дозволу та носіння відкритого одягу, особливо в релігійних місцях, це все приклади поведінки, які місцеві жителі можуть вважати образливими (навіть хоча вони можуть залишатися зовні ввічливими).

З часом туризм може почати змінювати місцеві системи цінностей і поведінку, що призведе до втрати ідентичності, розмивання традиційних общинних структур і зміни сімейних стосунків, традиційного способу життя, церемонії та цінності.

Таблиця 1.2

**Фактори, які впливають на розвиток туризму та туристичний ринок  
України**

| <b>Позитивні фактори</b>                                                                                                       | <b>Негативні фактори</b>                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Велика кількість туристичних ресурсів                                                                                          | Неефективне та нераціональне використання природних туристичних ресурсів.                                                                |
| Зміцнення позицій України на світовому туристичному ринку                                                                      | Відсутність чіткої стратегії розвитку індустрії туризму та чіткого його регулювання.                                                     |
| Сприяння розвитку індустрії пріоритетної туристичної діяльності.                                                               | Низька якість соціального складника туризму в структурі зайнятості.                                                                      |
| Представлення України на міжнародному рівні як демократичної європейської країни                                               | Недостатньо розвинена інфраструктура, система транспортного обслуговування стають на заваді швидкому піднесенню туристичної слави країни |
| Наявність кваліфікованої робочої сили.                                                                                         | Відсутність комплексної стратегії розвитку туризму                                                                                       |
| Наявність великої кількості туристичних атракцій для інвестування                                                              | Неефективний менеджмент та приференціювання територій.                                                                                   |
| Розвиток комунікацій                                                                                                           | Недостатня представленість країни в міжнародних туристичних заходах.                                                                     |
| Позитивна екологічна ситуація більшої частини країни, що може в майбутньому стати поштовхом до розвитку зеленого туризму.      | Пошкодження, занедбання чи навіть знищення туристичних об'єктів та культурної спадщини України                                           |
| Сучасні технології обслуговування.                                                                                             | Недостатнє фінансування об'єктів культурної спадщини.                                                                                    |
| Міжрегіональна співпраця та представлення бренду Україна                                                                       | Значна «тінізація» туристичного ринку                                                                                                    |
| Наявність транскордонного співробітництва                                                                                      | Недостатні інвестиційні впливання як іноземних, так і внутрішніх інвесторів.                                                             |
| Велика історична, культурна та архітектурна спадщина України, що можна використовувати для розвитку туристичної галузі країни. | Високі податкові ставки                                                                                                                  |

Джерело:[100].

Це також може призвести до комерціалізації культури для туристичних цілей, конфлікти з приводу використання ресурсів (наприклад, землі, води, їжі), зростання злочинності та експлуатації праці (наприклад, дитяча праця).

Звичайно, не всі культурні зміни в будь-якій місцевості відбуватимуться завдяки туризму; на суспільні зміни впливає всі типи економічного розвитку та інші фактори, такі як телебачення та покращений зв'язок. Крім того, одні сегменти приймаючої спільноти можуть бути більш вразливими до соціальних впливів, а інші будуть вітати зміни [114, с. 10-11].

Отже, туристична галузь України має свої неповторні традиції й особливості розвитку, а також велику історичну спадщину. Проте, незважаючи на те, що наша країна розташована у центрі Європи та має всі умови для розвитку туризму, вона значно відстає від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Тому, на нашу думку, для розвитку туристичної галузі нашої країни, яка має значний туристичний потенціал, необхідно ширше залучення інвестицій, у тому числі іноземних, в інфраструктуру галузі.

## **1.2. Поняття інвестиційного потенціалу туристичної галузі**

Термін «потенціал» запозичений з латинської мови та означає «*potentia*» – «можливості, влада, вплив, сила, здатності», пов'язаний з «*potere*» – могли, «*potis*» – могутній, здатний (до чогось), споріднений з дінд. «*patih*» – «пан», гр. – «пан (дому)» [30, с. 541]. Поняття «потенціал» також може означати сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил і т. ін., що можуть бути використані в якій-небудь галузі, ділянці, сфері «запас чого-небудь; резерв», приховані здатності, сили для якої-небудь діяльності, що можуть виявитися за певних умов [68].

Багатогранність поняття «потенціал» пояснюється різноманіттям об'єктів, до яких воно застосовується. Головне, що об'єднує різні потенціали, полягає в тому, що практично всі вони містять певну сукупність можливостей чи здібностей в тій сфері, де застосовується те чи інше визначення. Варто зазначити, що в більшості визначень вказується, що ця сукупність наявних можливостей спрямована на досягнення певних цілей. Отже, як вважають дослідники,

визначення «потенціал» означає наявність у будь-кого/будь-чого прихованих можливостей, або спроможність діяти та розвиватися у певних сферах [73, с. 9]. Дослідник Мірошніченко І. В. дає своє визначення поняття «потенціал» як сукупність чинників, які формують можливість досягнення певної мети [63, с. 574].

Якщо дослідити трактування поняття «інвестиційний капітал», то можна сказати, що також, як і у випадку із трактуванням поняття «потенціал», єдиного визначення не існує. Поняття «інвестиційний потенціал», на думку деяких вчених, є сукупністю ресурсів (матеріальних та фінансових), які накопичені упродовж багаторічної у минулому господарської діяльності країни (регіону, галузі), які суспільство може виділити для забезпечення інвестиційного процесу [5, с. 45]. За Ворсовським О. Л., під терміном «інвестиційний потенціал» слід розуміти сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, які знаходяться у взаємозв'язку, що можуть за певних діючих внутрішніх та зовнішніх чинників інвестиційного середовища бути спрямовані на досягнення стратегічних цілей інвестиційної діяльності підприємства [13]. Вчені Кучерук Г. Ю. та Вовк О. М. розглядають «інвестиційний потенціал» як організовану сукупність внутрішніх та зовнішніх економічних можливостей та ресурсів, які створюють умови для розвитку та забезпечують реалізацію стратегічних і тактичних цілей в сфері інвестиційної діяльності [49]. Дослідниця Сабліна Н. В. стверджує, що ефективне управління інвестиційним потенціалом підприємства сприяє оптимальному використанню інвестиційних ресурсів та формує здатність досягти тактичних і стратегічних цілей. Вона визначає, що «інвестиційний потенціал» підприємства розглядається як сукупність економічних ресурсів, що можуть бути мобілізовані суб'єктом господарювання та як можливості підприємства використовувати ці ресурси для досягнення стратегічної мети [86, с. 105].

Формування інвестиційного потенціалу відбувається в процесі накопичення інвестиційних можливостей під впливом зовнішніх та внутрішніх

факторів впливу [31, с. 41]. Тому, залежно від джерел формування інвестиційний потенціал доцільно розділяти на внутрішній та зовнішній (рис. 1.2).



**Рис. 1.2. Внутрішній інвестиційний потенціал та зовнішній інвестиційний потенціал підприємства**

Джерело: [36].

Останні десятиліття інноваційні та інвестиційні процеси, як справедливо стверджують дослідники, значно еволюціонували і нині мають складний багатоаспектний характер. Особливу роль у формуванні інноваційного та інвестиційного потенціалу підприємства в умовах сьогодення відіграє взаємодія із зовнішнім середовищем та ефективні комунікації з ним на різних рівнях та в різних формах, що дозволяє досягти синергетичного ефекту. Якщо раніше у інноваційно-інвестиційному процесі ключовим був етап реалізації інноваційного та інвестиційного потенціалу, тобто, безпосереднього переходу наукового знання до інновації, то зараз акцент зміщується на етап формування та адаптації інноваційно-інвестиційного потенціалу підприємства з урахуванням факторів інноваційного та інвестиційного клімату [15, с. 114]. Інноваційно-інвестиційні процеси на підприємстві, як вважають вчені, значною мірою залежать від інноваційної культури, інноваційного клімату, інноваційного потенціалу організації. Тобто для здійснення успішного управління інноваційно-

інвестиційними процесами слід зацентувати увагу саме на цих трьох елементах [62]. Проте, на нашу думку, потрібно враховувати і зовнішні чинники інноваційно-інвестиційних процесів на підприємстві, такі як податкова та митна політика держави, кредитна доступність, стабільність правового поля тощо. Це дасть можливість прогнозувати залучення не тільки внутрішніх, а і зовнішніх інвестицій.

Ми погоджуємося із думкою вчених, що доцільно визначити реальні кроки державної підтримки пріоритетних для України видів туризму: в'їзного та внутрішнього (зокрема, спрощення та гармонізація податкового регулювання: звільнення від податку на додану вартість експорту послуг та зменшення ставки податку на прибуток; пропагування туристичних можливостей України за кордоном, у тому числі забезпечення за рахунок коштів державного бюджету часткового фінансування витрат участі туроператорів у престижних туристично-виставкових заходах, що проводяться за кордоном тощо), а також створення територій пріоритетного розвитку туризму та формування сприятливого інвестиційного клімату [26, с. 26-27]. Ми вважаємо, що у питанні більшого залучення інвестицій, і тому числі і іноземних, в туристичний бізнес через спрощення його ведення, повинна бути краща взаємодія державних органів влади та територіальних громад.

У сучасних умовах механізм управління інвестиційною діяльністю, як вважає Крамаренко К. М., має формуватися з урахуванням інноваційної спрямованості інвестиційних процесів, оскільки це є необхідною передумовою конкурентоспроможності на ринку. Такий механізм повинен бути нерозривним процесом, де відбуваються вибір цілей інвестування, визначення напрямів інвестування та джерел їх фінансування, а також формування збалансованої за вибраними критеріями інвестиційної програми, що спрямовується на інноваційний розвиток і забезпечення реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії. Прийняття рішення про інвестування в інновації є стратегічним, одним з найважливіших і складних завдань управління підприємством. Алгоритм прийняття рішень щодо управління інвестиційною діяльністю включає

формування набору цілей, напрямів інвестування (зокрема, інвестування в інновації), визначення джерел, обсягів інвестиційних ресурсів, термінів інвестування, обґрунтування й вибір методики, конкретних показників оцінювання ефективності як окремих інвестиційних проєктів, так й інвестиційної діяльності підприємства загалом. Вибір найефективніших напрямів інвестування має відбуватися з урахуванням інноваційної складової частини розвитку підприємства [43, с. 107]. Погоджуючись із цим твердженням, ми наголошуємо на тому, що саме інновації повинні бути в основі залучення інвестицій. Тобто, лише інвестування в інноваційні проєкти може дати необхідний поштовх для розвитку туристичної галузі.

Щодо інновацій, на переконання дослідників, у туризмі до них відносять ті нововведення, які супроводжуються відновленням і розвитком духовних та фізичних сил туристів, принципово новими змінами туристичного продукту, підвищенням ефективності функціонування складових індустрії туризму, підвищенням ефективності процесів формування, позиціонування та споживання туристичних товарів і послуг, прогресивними змінами факторів виробництва. Прикладом таких інновацій може бути: скорочення терміну транспортування за рахунок впровадження нових швидкісних видів транспорту – швидкісні потяги Hyundai; поліпшення умов праці працівників туристичної індустрії (частка ручної праці у закладах харчування складає близько 75%, тому необхідно впроваджувати процеси механізації та автоматизації); впровадження нових прогресивних методів перетворення факторів виробництва в послуги; створення груп якості, щоб працівники приймали участь у вирішенні актуальних проблем та завдань з поліпшення якості туристичного обслуговування для підвищення конкурентоспроможності туристичних продуктів [25, с. 66].

Сутнісними ознаками інноваційних процесів є: наявність нового знання про властивості процесу, явища, їх складники, взаємозв'язки між ними і зовнішнім середовищем; можливість застосування нових знань для отримання економічного, технічного, технологічного, соціального або іншого ефектів;

наявність певних затрат праці, коштів і часу, пов'язаних із реалізацією інновацій. З огляду на це, під інноваційним процесом слід розглядати сукупність етапів із формування нових знань про предмет або явище та їх застосування на практиці для отримання цільового результату – очікуваного ефекту або їх сукупності, що супроводжується певними затратами праці, коштів і часу. У результаті уточнення цього поняття вченими виявлено, що реалізація інновацій супроводжується протіканням основних і допоміжних процесів. Специфіка управління інноваціями полягає у тому, що їх об'єктами є основні та допоміжні інноваційні процеси, які є складниками одного цілого (інноваційних проектів) і поєднані між собою суб'єктами, які залучені до процесу, системою цілей, часовим інтервалом тощо. З огляду на це, принципами управління інноваційними проектами є: системність, адресність, цільовий результат [8, с. 91]. У цьому сенсі ми можемо додати такі принципи управління інноваційними проектами як оптимальність та багатовекторність, тому що важливо зробити оптимальний вибір інвестиційного проекту, а з іншого боку є сенс розглянути і альтернативні інвестиційні проекти.

В контексті розвитку інвестиційних процесів, зокрема і в туристичній галузі, розглянемо етапи впровадження інноваційних проектів. В більшості економічних видань, що присвячені інноваційному менеджменту, зазначається, що інноваційний проект охоплює такі етапи:

1. Формування інноваційної ідеї. Цей етап включає процес зародження інноваційної ідеї та встановлення кінцевої мети проекту. Кінцева мета часто поділяється на низку цілей, які можуть мати вигляд кількісної, якісної та грошової оцінки ефекту від інноваційного проекту.

2. Розробка проекту. Це процес пошуку оптимальних рішень для досягнення кінцевої мети інноваційного проекту.

3. Реалізація проекту. Це процес виконання робіт з реалізації поставлених цілей проекту. На цьому етапі здійснюється контроль за виконанням календарних планів та графіків, контролюються витрати ресурсів шляхом



виявлення відхилень та визначення винуватців, здійснюється оперативне регулювання процесу реалізації проекту.

4. Завершення проекту. Це процес здачі результатів проекту замовнику та закриття контрактів [44, с. 254].

Вітчизняні вчені Маковецька І. М. та Вознюк І. В. важливим аспектом вважають те, що інвестиційна діяльність значною мірою залежить від ступеня інвестиційної привабливості. На всіх рівнях управління інвестиційною діяльністю підприємства завжди враховують фінансування інвестиційних проєктів, які в майбутньому вплинуть на високий рівень динамізму управління в галузі формування й реалізації інвестицій. До таких інвестиційних проєктів на підприємстві відносять акціонування, венчурне фінансування, зовнішнє фінансування, самофінансування та кредитування. Всі ці фінансові інвестиційні проєкти необхідно підживлювати необхідними ресурсами, бо в кожному з них є свої відмінності в управлінській роботі того чи іншого департаменту чи відділу. Краще використовувати як і власні так і запозичені фінансові ресурси, щоб можна було орієнтуватися на подальший стратегічний розвиток підприємства [57, с. 64-65]. Проте залучення інвестицій, особливо іноземних, на нашу думку, у великій мірі залежить ще і від позиціонування об'єкту інвестування. Чим більше потенційних інвесторів знають про його кращі сторони, тим успішніше можна планувати стратегію розвитку, обираючи кращих інвесторів.

На нашу думку, враховуючи сучасні реалії, вітчизняна туристична галузь повинна переважно орієнтуватися на залучення іноземних інвестицій. Структура мотиваційного механізму залучення іноземних інвестицій включає в себе нормативно-правові, економічні та організаційні чинники (табл. 1.3.).

Важливою умовою для розвитку вітчизняного туризму як в регіонах, так і на загальнодержавному рівні є інвестування. Туристична сфера більшості країн є пріоритетною галуззю економіки і вона приносить значний дохід – до 50 %. У таких країнах, зокрема, як США, Таїланд, Іспанія, Франція, Єгипет галузь туризму входить до трійки головних.

Таблиця 1.3.

**Чинники інвестиційної стратегії залучення іноземних інвестицій в туристичну галузь України**

| нормативно-правові чинники                                                                                                                                                                                                                           | економічні чинники                                                                                                                                                                                                                    | організаційні чинники                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– якісна законодавча база;</li> <li>– сприятлива система оподаткування;</li> <li>– державні інвестиційні стимули;</li> <li>– удосконалення регулятивної бази;</li> <li>– розвинена судова система.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– посилення міжнародної конкурентоспроможності;</li> <li>– сприятливий митний режим;</li> <li>– удосконалення фінансового сектора</li> <li>– розвиток інвестиційної інфраструктури.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– орієнтація на довготермінові інвестиції;</li> <li>– розвиток приватного сектору;</li> <li>– розвиток спеціальних економічних зон;</li> <li>– створення «бізнес-інкубаторів»;</li> <li>– створення консультативної ради з іноземних інвестицій.</li> </ul> |
| <b>Додані автором</b>                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– часткова уніфікація законодавчої бази з іншими країнами;</li> <li>– децентралізація виконавчої влади на регіональному та місцевому рівні.</li> </ul>                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>– створення туристичних кластерів на основі інноваційних проєктів;</li> <li>– створення спеціальних економічних зон на відповідних територіях з пільговими умовами для інвесторів.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– зменшення бюрократичних зволікань щодо впровадження інвестиційних проєктів, особливо інноваційних;</li> <li>– співпраця державної влади та місцевого самоврядування.</li> </ul>                                                                           |

Джерело: побудовано автором з використанням інформації [5].

В цих країнах туризм має швидкий темп розвитку, що популяризує їх на міжнародній арені та сприяє підвищенню рівня зайнятості населення та рівня його життя. Крім того, розвиток туризму веде до збільшення валютних надходжень від іноземних інвестицій, посилення міжнародного співробітництва, розвитку ринкових відносин, збереження екологічної рівноваги тощо [40, с. 9]. Унікальність історичної та культурної спадщини України, на наше переконання, може стати важливим фактором залучення інвестицій, тому підтримка держави туристичної галузі повинна бути посилена та розглядатися як пріоритетна.

Як справедливо стверджують дослідники, недостатній рівень інформаційного забезпечення значно зменшує зацікавленість потенційних інвесторів долучитися до фінансового забезпечення сфери туризму. Інформація, яка знаходиться у вільному доступі (кількість і вартість реалізованих туроператорами та турагентами туристичних путівок, в'їзні та в'їзні потоки і т. д.) не відображає всі аспекти розвитку туризму і не в змозі зацікавити потенційних інвесторів. В Україні створено законодавчу базу в сфері регулювання інвестиційної діяльності, з метою досягнення більшого притоку інвестицій та підвищення ефективності їх використання. Проте, необхідність узгодження документів і дозволів у різних державних структурах створює часові та інші бар'єри у реалізації планів інвесторів. Незважаючи на високий туристично-рекреаційний потенціал в Україні, розвиток сфери туризму відбувається досить повільно. Вкладення інвестицій в сферу туризму здійснюється в основному в регіонах, де туризм визначено як один із пріоритетних напрямків розвитку економіки – це західний регіон та південний. Для реалізації інвестиційних проектів у сфері туризму, вважають вчені необхідно провести економічне обґрунтування залучення інвестиційних коштів, забезпечити рішення чіткими розрахунками прибутковості, періоду окупності проекту, розробити бізнес-план його реалізації. Таким чином, стверджують вони, формуванню сприятливого інвестиційного клімату в Україні мають сприяти масштабні комплексні заходи щодо поліпшення умов діяльності інвесторів, розширення механізмів та інструментів здійснення інвестицій та реалізації інвестиційних проектів. Збільшення обсягу інвестицій в економіку України забезпечить прискорення соціально-економічного розвитку регіонів та пріоритетних галузей виробництва [99]. Погоджуючись із таким твердженням, зауважимо, що питання залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь повинні розглядатися комплексно, враховуючи основні чинники інвестиційної стратегії.

Об'єкти та суб'єкти інвестиційної діяльності у сфері туризму мають специфіку, оскільки і туристична галузь відзначається видовою різноманітністю,

особливостями розвитку, використовуваними ресурсами, організацією бізнес-процесів (рис. 1.3).

| Об'єкти                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Суб'єкти                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- майно підприємців у сфері туризму,</li> <li>- маршрути туристичні,</li> <li>- історичні об'єкти,</li> <li>- музеї,</li> <li>- бібліотеки,</li> <li>- зелені зони,</li> <li>- технічна продукція,</li> <li>- місця для розміщення туристів</li> <li>- сільська місцевість</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- приватні інвестори,</li> <li>- держава,</li> <li>- іноземні програми і гранти,</li> <li>- кооперативи,</li> <li>- місцеві органи самоврядування,</li> <li>- фінансові установи</li> <li>- власники туристичного бізнесу.</li> </ul> |

**Рис. 1.3. Об'єкти і суб'єкти інвестицій у туризмі**

Джерело: [99].

Для кращого розуміння інвестиційних процесів розглянемо таке важливе поняття як «інвестиційна привабливість». Вітчизняні дослідники визначають інвестиційну привабливість країни як сукупність інституціональних, соціальних, політичних, екологічних, макро- і мікро-економічних умов функціонування національної економіки, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування [88, с. 97]. Деякі дослідники дають визначення поняття «інвестиційна привабливість підприємства» як рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки [5, с.217-218].

Китайчук Т. Г. стверджує, що інвестиційна привабливість – це не лише здатність привертати зовнішні інвестиції, але й внутрішня основа для стимулювання економічного росту та підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Інвестиційна привабливість – це комплексна оцінка та характеристика фінансового, економічного та правового середовища країни чи

підприємства, яка вказує на його здатність привертати та утримувати інвестиції. Це включає в себе різноманітні аспекти, такі як стабільність політичного та економічного середовища, наявність ефективних правових механізмів, рівень розвитку інфраструктури, доступність фінансових ресурсів, а також потенціал для рентабельного вкладання капіталу [37]. Бутенко Д. С. визначає інвестиційну привабливість підприємства як багатокритеріальну величину потенційного об'єкта інвестування, яка враховує його наявний стан, можливості розвитку, обсяги і перспективи отримання і розподілу прибутку, ліквідності, платоспроможності, фінансової стійкості підприємства, його ділової активності та рентабельності [10, с. 416].

Морозова О. зазначає, що скорочення інвестицій в туристично-рекреаційний комплекс через недостатність ресурсів, низької рентабельності вкладеного капіталу, високого рівня ризику призвели до порушення технологій обслуговування туристично-рекреаційного комплексу, зростанню кількості зношеного та морально застарілого обладнання, зниження фондоддачі і як наслідок, зниження якості наданих послуг туристично-рекреаційного комплексу, погіршення фінансового становища підприємств туристично-рекреаційного комплексу. Тому, вважає вона, в умовах глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки набуває важливості поняття «інвестиційної привабливості» як основний фактор підвищення економічного розвитку країни, який повинен відповідати певному переліку характеристик. Дослідниця також зазначає характеристики підприємства при оцінці інвестиційної привабливості, а саме:

- прозорість діяльності та позитивний імідж;
- фінансова стійкість та платоспроможність;
- конкурентоспроможність, стійке положення на займаних ринках збуту, можливість освоєння нових ринків;
- рівень інноваційної активності;
- виробничий потенціал підприємства, можливості по збільшенню випуску продукції, освоєння нових видів продукції, диверсифікація виробництва;

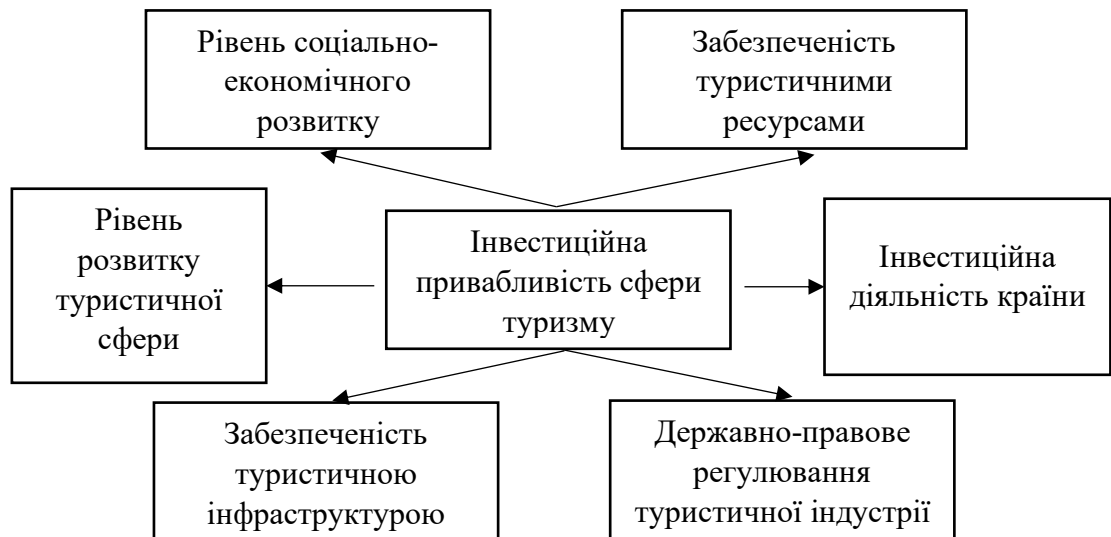
– висококваліфікований персонал, в тому числі професійна менеджерська команда.

Морозова О. одним з визначальних факторів інвестиційної привабливості країни означає інвестиційний клімат як стан інвестиційного середовища, що характеризується та оцінюється через темпи зростання валового внутрішнього продукту, існуючий рівень податків і пільг, відсоткових ставок, інфляції, тарифів і цін, валютних курсів, цін на корпоративні та державні цінні папери, а також правового забезпечення інвестиційної діяльності [64, с. 170].

Інша вітчизняна дослідниця Анна Дрич справедливо вважає, що необхідно створювати сприятливі умови не лише для іноземних інвесторів, а й для українських. Вітчизняному приватному капіталу не менше потрібен захист від сваволі чиновників. На часі створення надійної системи страхування від некомерційних ризиків, а також стабільних умов для здійснення довгострокових капіталовкладень. Нинішня макроекономічна ситуація в Україні свідчить, що назріла потреба у системних зрушеннях. Окремі часткові зміни або зовсім нічого не дають, або навіть призводять до негативних наслідків. Пожвавлення економічної, у тому числі інвестиційної та інноваційної діяльності та поліпшення на цій основі соціальних умов можна досягнути лише шляхом рішучих, комплексних, швидких, прозорих і послідовних ринкових реформ, які вивільнять підприємницьку ініціативу, створять конкурентне середовище й дадуть економіці стимули для ефективного розвитку [28, с. 41].

Крім того, вона зазначає, що інвестиційний рейтинг регіонів України свідчить, окрім іншого, про низький професійний рівень місцевих чиновників та їх недостатню відповідальність за створення сприятливого інвестиційного клімату. Це одна з причин низької ефективності їхніх зусиль, спрямованих на підвищення зацікавленості інвесторів вкладати капітал у розвиток територій, що стримує розширення виробництва. Відповідно не розвивається соціальна сфера. Регіони залишаються, так би мовити, утриманцями держави. Вони не мають надійних економічних стимулів розвивати свій господарський комплекс [28, с. 41].

Єдиного бачення щодо факторів та чинників інвестиційної привабливості туристичної галузі у дослідників немає. Є декілька різних таких класифікацій. На інвестиційну привабливість туризму, на думку деяких вчених, впливають такі системи факторів (рис. 1.4).



**Рис. 1.4. Система факторів впливу на інвестиційну привабливість туристичної сфери країни**

Джерело: [59, с. 169].

Необхідно зауважити, що важливим чинником економічного розвитку України та реалізації державної програми розвитку туризму є масштаби та галузеві пропорції інвестиційної діяльності. Невід'ємною частиною цього процесу є інвестиції в розвиток і зростання конкурентоспроможності туристичної галузі. При цьому, інвестиційна діяльність кожного економічного суб'єкта туризму впливає на економічні міжгалузеві пропорції, які можуть приймати специфічну форму регулятора загальної економічної рівноваги. У цьому розумінні, на думку вчених, інвестиції як чисте накопичення є основним чинником цього регулятора, а їх норма (у вигляді питомої ваги в національному доході) визначає характер і динаміку інвестиційних процесів. У той же час у процесі подолання деформацій балансів міжгалузевої економіки та реформування системи галузевих фінансів оптимізація інвестиційної діяльності

в туризмі може розглядатися як передумова створення ефективного господарського механізму синергічного розвитку туризму й суміжних галузей національного господарства. З іншого боку, туристична галузь України має внутрішній ресурс розширення, ефективність використання якого, обумовлено інвестиційною привабливістю об'єктів туризму.

Вчені також вважають, що інвестиційна привабливість туристичних об'єктів пов'язана з наступними чинниками: природними, кліматичними, археологічними, історичними, екологічними, які формують потенціал інвестиційної привабливості. При цьому істотною складовою інвестиційної привабливості туризму країни є підприємницька діяльність суб'єктів туризму та особливості туристичної й економічної політики держави [81, с. 19-20]. Так, наприклад, рівень конкуренції в галузі зумовлює інтенсивність використання методів прямого впливу, визначаючи баланс між патерналістською та авторитарною моделями організаційної поведінки, а стан розвитку технологій та інновацій визначає ступінь відкритості управлінської моделі, її здатності до самовдосконалення та навчання [72, с. 46]. Науковці зазначають, що інновації у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму повинні бути орієнтовані на специфіку послуг, що надаються у цій сфері. У контексті значної кількості напрямків розвитку інноваційного потенціалу у сфері готельно-ресторанного бізнесу та туризму важливо обрати єдиний підхід до їх реалізації, яким може стати рівень гостинності [69, с. 112].

Деякі дослідники фактори впливу на інвестиційну привабливість туристично-рекреаційної галузі поділяються на внутрішні та зовнішні (рис. 1.5).

До внутрішніх факторів впливу на інвестиційну привабливість туристично-рекреаційної галузі, визначених вченими та вказаних на рисунку, ми додали такі, як ступінь технологічної оснащеності та рівень витрат, а також структуру капіталу, особливо наявність ліквідних засобів виробництва та вільних коштів на рахунках підприємств галузі.





**Рис. 1.5. Внутрішні та зовнішні фактори інвестиційної привабливості туристично-рекреаційної галузі**

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [88].

Ми погоджуємося із вченими, які стверджують, що при вкладенні інвестиції для інвесторів головне, щоб гроші, які вони вклали, мали вплив на туристичну індустрію. Фактори, які враховують інвестори при вкладенні у сферу туризму для того щоб отримати прибуток, на їх думку, наступні:

1) рівень розвитку нових технологій в сфері туризму (використання нових методів у туристичному бізнесі спрямоване на зменшення витрат і максимізацію прибутку);

2) вартість грошового капіталу, необхідного для придбання матеріально-речових об'єктів (витрати на придбання основних і оборотних засобів є складовою інвестування капіталу);

3) державна політика, яка сприяє поживленню інвестиційної активності на ринку туризму (пільги на податки на прибуток в турбізнесі й інші заохочувальні заходи) [1, с. 53].

Дослідники зазначають, що більшість країн за своїм туристичним потенціалом не спроможні створити конкурентоспроможний туристичного продукт і впровадити належний рівень інноваційних технологій в туристичну інфраструктуру без підтримки приватних інвесторів. Саме тому важливим є комплексне вивчення проблеми стимулювання розвитку індустрії туризму [101, с. 150]. Іншими словами, стійке збільшення інвестиційного потенціалу туристичної галузі не може формуватися тільки за рахунок власних коштів та державної підтримки. Потрібно більше залучати приватних інвесторів у розбудову інфраструктури галузі, у тому числі і закордонних. Крім того, ми наголошуємо, що залучення таких коштів у інвестиційний процес має бути переважно на інноваційній основі. Тому за нашим визначенням «інвестиційний потенціал туристичної галузі» – це сукупність власних та залучених фінансово-економічних та матеріальних ресурсів, які можуть бути використані для реалізації стратегічної мети та тактичних цілей в сфері інвестиційної діяльності туристичної галузі з урахуванням інноваційної складової.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можемо стверджувати, що інноваційні процеси повинні бути в основі залучення інвестицій в туристичну галузь нашої країни. Тобто, лише інвестування в інноваційні проєкти можуть дати необхідний поштовх для розвитку туристичної галузі. Основними ознаками інноваційних процесів в інвестиційній діяльності сфери туризму є: нові знання і цій сфері; взаємозв'язки між явищами та їх складниками, які виникають у інноваційно-

інвестиційному процесі; обов'язковий зв'язок цих явищ із зовнішнім середовищем та його екологізація, а також застосування цих нових знань для отримання позитивного ефекту у реалізації інноваційних проєктів.

### **1.3. Теоретичні засади формування загального та інвестиційного потенціалу галузі у контексті організації регіональних туристичних кластерів**

Сучасна концепція сталого туризму підкреслює обов'язковість збереження природної і культурної спадщини, біорізноманіття, покращення екологічного, соціального і економічного стану регіонів України, які відвідують туристи. Сталий туризм повинен стати взірцем для реорганізації, екологізації всієї індустрії туризму [91]. Проте, на наше переконання, щоб досягнути такого результату необхідно мати значний інвестиційний потенціал, що є важливим елементом загального потенціалу туристичної галузі.

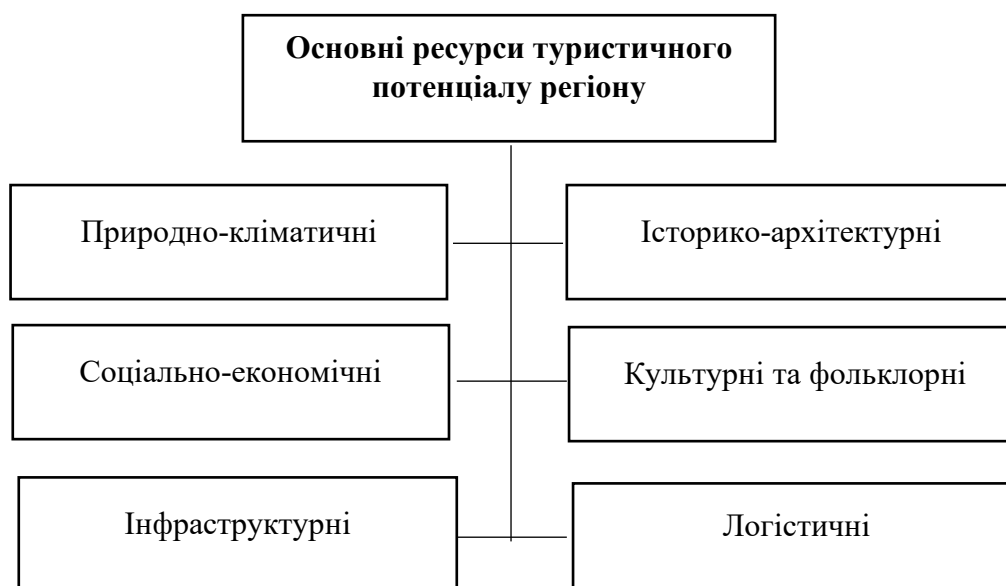
На думку деяких дослідників, туристичний потенціал – це сукупність туристичних ресурсів і туристичних можливостей певної території, які органи державного управління використовують та можуть в перспективі використати для консолідації суспільства на державному, регіональному та місцевому рівнях. За допомогою туристичного потенціалу формується сукупність конкурентних переваг тієї чи іншої території (країни, регіону чи окремого населеного пункту), яка завдяки ефективним та чітким рішенням і механізмам державного управління має здатність обслуговувати цільові туристичні ринки, відповідаючи попиту на туристичні послуги та туристичній пропозиції як основним важелям вказаних ринків. Оскільки туристичний потенціал України є одним із чинників консолідації суспільства, вчені вважають доцільним ввести до наукового дискурсу поняття «консолідаційний туризм», сутність якого полягає в тому, що це вид туризму, при якому ідея (задум) подорожей та екскурсій полягає у пізнанні атрактивних природних та історико-культурних туристичних ресурсів території держави, національної культури, національної ідентичності та

національної свідомості громадян різних областей та районів України з метою формування та зміцнення консолідаційних (об'єднуючих) засад приналежності до єдиного суспільства та без зайняття комерційною діяльністю [46].

Для розвитку потенціалу туристичної галузі та транспортної інфраструктури в областях України, вважають вчені, необхідно вирішити такі основні завдання, як:

- впровадження механізмів економічного регулювання розвитку туристичної галузі;
- визначити шляхів, форм та методів стимулювання розвитку інфраструктури туристичної галузі;
- створення ефективної моделі інвестиційної політики;
- прийняття екологічних регламентів та допустимих норм освоєння туристичних ресурсів;
- розроблення механізмів та запровадження в практики управління [102, с. 72-73].

Дослідники стверджують, що туристично-рекреаційний потенціал є сукупністю органічно взаємопов'язаних природних і матеріальних засобів, які в процесі взаємодії здатні виробляти продукцію або продукт. Зростання туристично-рекреаційного потенціалу країни залежить від збільшення кожного окремого ресурсу. Використання туристично-рекреаційних ресурсів, тобто природних, лікувально-оздоровчих, культурно-історичних, розважальних об'єктів, які можуть бути використані для організації туристично-рекреаційної діяльності, здатне підвищити потенціал країни та окремого регіону за рахунок припливу коштів від туристичних, оздоровчих та рекреаційних послуг для зовнішніх і внутрішніх споживачів, відновлення і забезпечення умов для ефективного функціонування капіталу [106, с. 33]. Запропонована нами класифікація основних ресурсів туристичного потенціалу регіону показана на рис. 1.6.



**Рис. 1.6. Основні ресурси туристичного потенціалу регіону**

Джерело: складено автором

Використання туристичного потенціалу України, який, на нашу думку, є визначним, в сучасних умовах забезпечується не в повній мірі. Варто покращити і управління цією сферою. Подорожуючі, в основному, відвідують традиційні туристичні міста, зокрема такі як Київ чи Львів, їх також приваблює Закарпаття, донедавна багато з них приїжджали до Криму. Проте у нашій країні є багато інших цікавих місць для туризму. В Черкаській області можна відвідати всесвітньо відомий дендропарк «Софіївка» в місті Умань, Чигиринський та Корсунь-Шевченківський національні заповідники, Корсунь-Шевченківський парк-пам'ятку. Черкащина пишається визначними постатями Б. Хмельницького і Т. Шевченка, які безпосередньо мали відношення до цього краю, і можна відвідати об'єкти історичної спадщини, пов'язані з ними. Туристично-рекреаційний комплекс «Чорноморська перлина» на Миколаївщині – ще один історичний та культурний об'єкт, який варто відвідати. Популярним місцем відпочинку для туристів є місто Одеса, популярність якої тільки зростає.

Житомирщина визначила сім чудес свого краю. Серед об'єктів – каньйон на річці Тетерів і водоспад Вчелька в Житомирському районі, Камінне село на

Олевщині, храм Святого Василя Великого в Овручі, купальні княгині Ольги в Коростені, скеля Голова Чацького і Музей космонавтики у Житомирі. На Сумщині можна прогулятися в Деснянсько-Старогутському національному парку, побачити архітектурні пам'ятки колишньої гетьманської столиці Глухова, овіяну славою «Слова о полку Ігоровім» путивльську землю. Цікаво туристам буде відвідати Охтирку, Ромни, Конотоп, Тростянець [60, с. 80]. В умовах повномасштабної російської агресії, до деяких із перерахованих об'єктів архітектурно-історичної спадщини нашої країни складно дістатися в перебувати там у безпеці. Проте, на наше переконання, – це тимчасові труднощі, та згодом ситуація стабілізується і вже зараз потрібно створювати інвестиційні проєкти, які на цих територіях покращать туристичну діяльність.

У питанні залучення інвестицій та організації туристичного бізнесу необхідно звернути особливу увагу на суб'єкти туризму, які займаються ланцюгами поставок. У цьому випадку визначна роль належить туристичним компаніям, щоб забезпечити безперервність цього ланцюга поставок. Основна бізнес-роль туроператора полягає в тому, щоб діяти як посередник між кінцевими споживачами та постачальниками туристичних послуг, купуючи послуги, пов'язані з туризмом, формувати туристичний пакет, який потім продається або безпосередньо клієнтам, або через подорожі агентів. Управління ланцюгом поставок включає всі дії, пов'язані з вибором і укладанням контрактів постачальників послуг або постачальників. Це критична сфера для загальної стійкості оскільки туроператор не має прямого контролю над операціями своїх постачальників або ефективність щодо екологічної, соціальної та економічної сталості, компанія може бути настільки стійким, як і сукупність його постачальників і продуктів, які він пропонує [114, с. 29].

Із появою туристичних онлайн-агенцій, зрівнялися конкурентні умови між великими світовими брендами та місцевими власниками готелів. У сучасну епоху клієнти очікують, що зможуть взаємодіяти з гостинними компаніями через різноманітні цифрові канали та отримувати швидкі відповіді. Залучення персоналу, який стежить за всіма цими каналами та забезпечує швидке

реагування, може бути складним, а то й неможливим, і тут на допомогу приходять чат-боти та штучний інтелект [24, с. 248]. Ми погоджуємося із твердженням, що поява туристичних онлайн-агенцій та застосування ними новітніх засобів управління та збору і передачі інформації значно покращить якість надання туристичних послуг.

На жаль, в Україні поки що ніяк не стимулюється туристичний сектор і повністю відсутня належна державна підтримка у цій сфері, що, безперечно, пов'язано із загальною слабкістю вітчизняної економіки. Науковці прогнозують, що відновлення туристичної сфери розпочнеться з відновлення внутрішнього туризму, і це загальносвітова тенденція. Так, майже 77% китайських мандрівників віддали перевагу внутрішнім подорожам після виходу з карантину, 71% американців, згідно з опитуванням, бажають здійснювати внутрішні туристичні поїздки (у минулому році таких було лише 58%). Приблизно такі ж відсотки характерні і для решти країн. Це пов'язано насамперед зі згаданою вище «пандемією страху», тобто зі страхом заразитися чи потрапити на карантин далеко від дому. Варто відзначити також, що внутрішній туризм порівняно з міжнародним постраждав від кризи дещо менше, оскільки в більшості регіонів світу поїздки з туристичною метою всередині країни або вже відновилися або не припинялися взагалі. Щодо України, то на початку карантину туристи надавали перевагу індивідуальним поїздкам власним транспортом на невеликі відстані (зазвичай 20–30 км від дому). Мода на локації формувалася через соцмережі. Тобто мандрівники приймали рішення, куди поїхати, побачивши привабливе фото туристичної локації в Інстаграмі або Фейсбукі.

Ще однією зі змін, які чекають туристичний ринок, стане відмова від масовості. Дедалі частіше люди відмовляються від групових турів на користь індивідуальних подорожей. Багато мандрівників завдяки COVID19 переосмислюють вимоги до туристичних напрямків і вибирають замість пляжного відпочинку сільський туризм. Отже, хоча пандемія COVID-19 і справила великий вплив на стан та подальший розвиток туристичної галузі, будь-яка криза веде не лише до негативних наслідків, а й до появи нових можливостей

і перспектив для туристичного ринку. Серед цих можливостей – активніше впровадження сучасних технологій, використання ідей економіки вражень, актуалізація індивідуального підходу до клієнта, розширення географії туристичних маршрутів та ін. Окрім того, очікувано посилиться важливість такого чинника, як безпека подорожей (включаючи санітарно-епідеміологічного обстановку місця перебування).

Втім, за дослідженнями вчених, частку туристичної галузі у формуванні економіки України можна охарактеризувати як низьку. Це пов'язано з тим, що незважаючи на високий потенціал розвитку цієї галузі, рівень інвестицій в галузь є досить низьким, розвиток транспортної інфраструктури знаходиться на неналежному рівні, відсутня державна підтримка даного сектору економіки, відсутні мережеві готелі, а існуючі недостатньо модернізовані. Слід зазначити недосконалість цінової політики, мається на увазі такі проблеми, як різкі стрибки цін, а також невідповідність ціни та якості послуги, що надаються. Однак, не можна не звернути увагу і на деякі позитивні тенденції у розвитку туристичної індустрії [12, с. 15].

Дослідники також дають прогнози щодо розвитку туризму після пандемії коронавірусу, який ми сподіваємося, більше не повернеться. Вони вважають, що в подальшому туристи надаватимуть перевагу індивідуальним турам або турам у складі малих груп на внутрішніх курортах. Після пандемії почнеться новий етап конкуренції в туризмі, який призведе до абсолютно нового розподілу ресурсів на цьому ринку. Обмеження на пересування, які були впроваджені державами для запобігання поширенню захворювання на COVID-19, падіння доходів громадян внаслідок економічної кризи та рецесії потенційно зумовлюють зростання попиту на відпочинок в межах України.

Саме внутрішній туризм, стверджують вони, є основним драйвером збереження та відродження галузі. Варто уваги, що провідні туристичні країни Чорноморського регіону (Румунія, Болгарія, Туреччина) також роблять акценти саме на розвиток внутрішнього туризму, і не лише закликають громадян відпочити на вітчизняних курортах, але й впроваджують заохочувальні заходи.



Слід також врахувати можливість залучення туристів із сусідніх держав, зокрема Республіки Молдова, для яких відвідання України має певні переваги: логістична доступність, відсутність мовного бар'єру, напрацьовані маршрути тощо. Проте практична реалізація цього попиту залежатиме від спроможності налагодити діяльність курортної інфраструктури в умовах протиепідемічних обмежень [104].

Однак занедбаність об'єктів туристичної спадщини, нераціональність у використанні наявних природних ресурсів, відсутність інвестицій у розвиток не лише інфраструктури, але й туризму в цілому, відтік персоналу за кордон можуть стати ключовими факторами вибору песимістичного шляху розвитку. Тому оцінюючи реальну ситуацію на ринку туристичних послуг України вчені відмічають, що туризм тільки почав відновлюватися за економічними показниками, а головне – зростає довіра не лише іноземних туристів, але в першу чергу, українських громадян, що свідчить про позитивні зрушення, однак без державної підтримки даної сфери економіки туризм не зможе розвиватися за оптимістичним сценарієм [79].

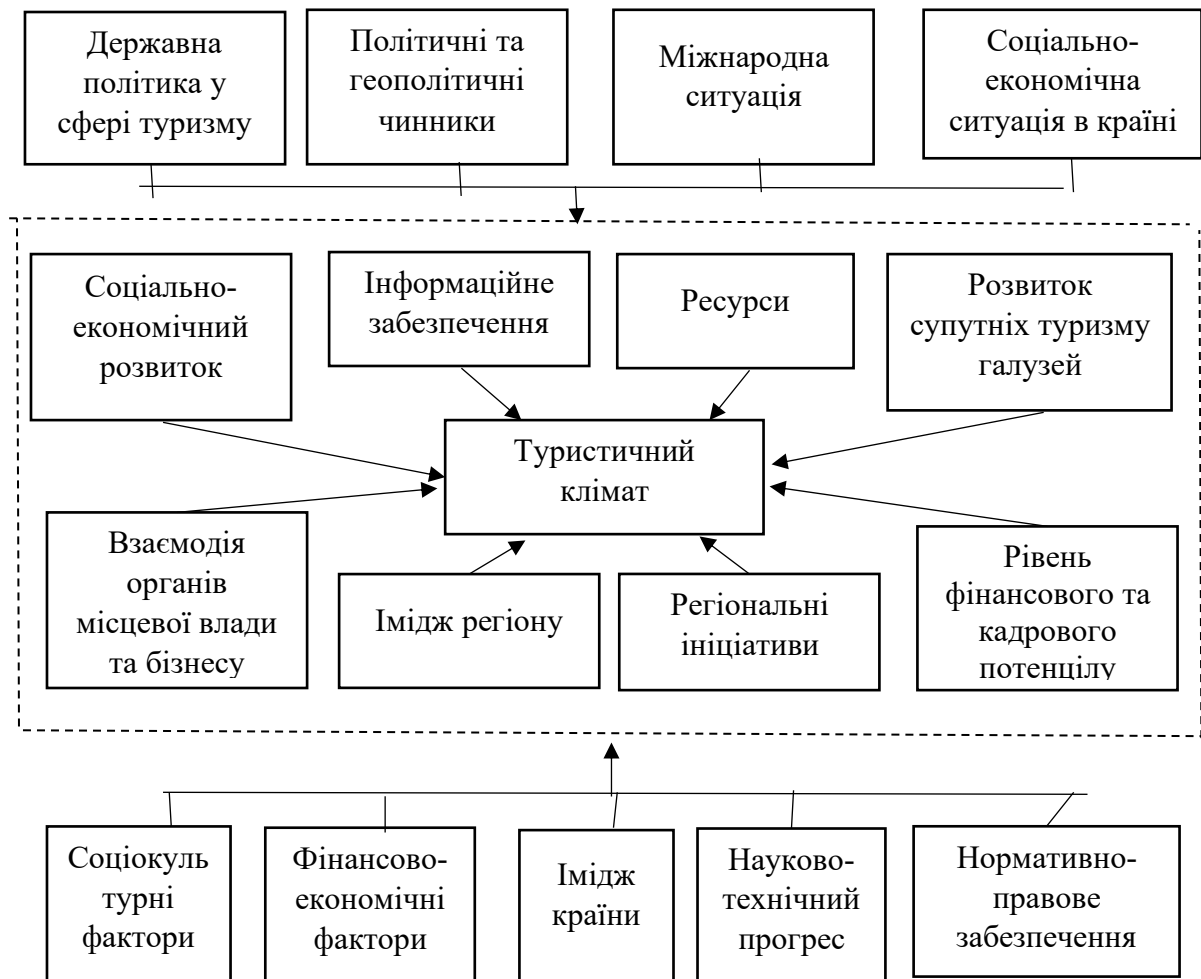
На наше переконання, необхідно в Україні враховувати досвід країн Європейського Союзу щодо залучення інвестицій. В країнах ЄС інвесторам надаються пільговий податковий режим і пільгові ставки амортизаційних відрахувань. У багатьох країнах ЄС інвестори звільняються на кілька років від ряду податків, зокрема податку на прибуток (до 20% доходу від послуг, наданих іноземним туристам), а також їх зменшують ставку податку на додану вартість. Також надаються пільги щодо сплати мита на ввезене обладнання для готелів та транспортних засобів. Країни Європейського Союзу проводять політику, спрямовану на зрівняння ПДВ на туристичну і готельну діяльність, ставка якого варіюється від 6 до 25% [26, с. 57].

Слід зазначити, що формування та розвиток туристичного потенціалу регіону залежить від ситуації у світі, країні та регіоні, тобто відбувається під впливом сукупності факторів навколишнього та внутрішнього середовища. У понятійному апараті існуючих досліджень наразі не має категорії для визначення

цього стану, вчені пропонують ввести нове поняття «туристичний клімат». Туристичний клімат, аргументують вони, – це сукупність факторів, що сприяють чи гальмують формування та розвиток туристичного потенціалу окремої території. Говорячи про сприятливий туристичний клімат регіону вони мають на увазі максимально сприятливі умови для розвитку туризму у регіоні. Чинники, що впливають на туристичний клімат пропонують об'єднати у дві групи: мікрочинники та макрочинники. Мікрочинники: наявні ресурси, соціально-економічний розвиток території, розвиток супутніх туризму галузей, регіональні ініціативи (активність місцевої влади, громади та бізнес-середовища), рівень фінансового та кадрового забезпечення, інформаційне забезпечення, імідж регіону, взаємодія органів місцевої влади та бізнесу. Макрочинники: державна політика у сфері туризму, політична ситуація та геополітичні чинники, міжнародна ситуація, соціально-економічна ситуація в країні, фінансово-економічні фактори, соціокультурні фактори, науково-технічний прогрес, нормативно-правове забезпечення, імідж країни. Процес впливу чинників макро- та мікро- груп на туристичний клімат регіону розкрито на рис. 1.7. [82].

У сфері туризму в регіонах та територіальних громадах недостатньо використовуються маркетингові комплексні інструменти. Громадам слід більше уваги приділяти туристичній галузі, ресурс якої не потребує масштабних інвестицій; віднайти його можна в більшості населених пунктів, формувати на етапі розроблення концепцій інтегрованого розвитку, стратегічного та просторового планування розвитку громад. Дієвим інструментом розвитку туристичної галузі є створення комплексних туристичних кластерів на основі регіонального та територіального підходів, використовуючи функціональні інтегровані взаємозв'язки влади, бізнесу, населення, міжнародних туристичних структур тощо [70, с. 104].

Ми підтримуємо таку постановку питання та вважаємо, що кластерна організація туризму в Україні повинна отримати значний розвиток.



**Рис. 1.7. Вплив чинників макро- та мікро- груп на туристичний клімат регіону**

Джерело: [82].

Тому, одним з пріоритетних напрямків розвитку інвестиційної діяльності можуть стати туристичні кластери, оскільки у такого роду об'єднаннях налагоджена організаційна структура. Підприємства кластеру мають конкурентні переваги, які досягаються за допомогою спеціалізації, а це, в свою чергу, забезпечує підвищення продуктивності роботи і зниження собівартості продукції і послуг. Кластери формуються в межах курортно-рекреаційних зон, які надають інвесторам впевненості в тому, що вкладений капітал бути з часом приносити прибуток [1, с. 54]. Підтримуємо твердження вітчизняних науковців про те, що розвиток туристичної галузі країни за допомогою функціонування

кластерів, об'єднання взаємопов'язаних галузей розміщених на деякій території призводить до створення нових робочих місць, розвитку історико – культурного розвитку та природно – ресурсного потенціалу регіону. Досвід існуючих кластерів показує, що кластерні об'єднання завжди готові вдосконалювати свої засоби виробництва та забезпечувати високі стандарти якості, впроваджувати нові технології [23].

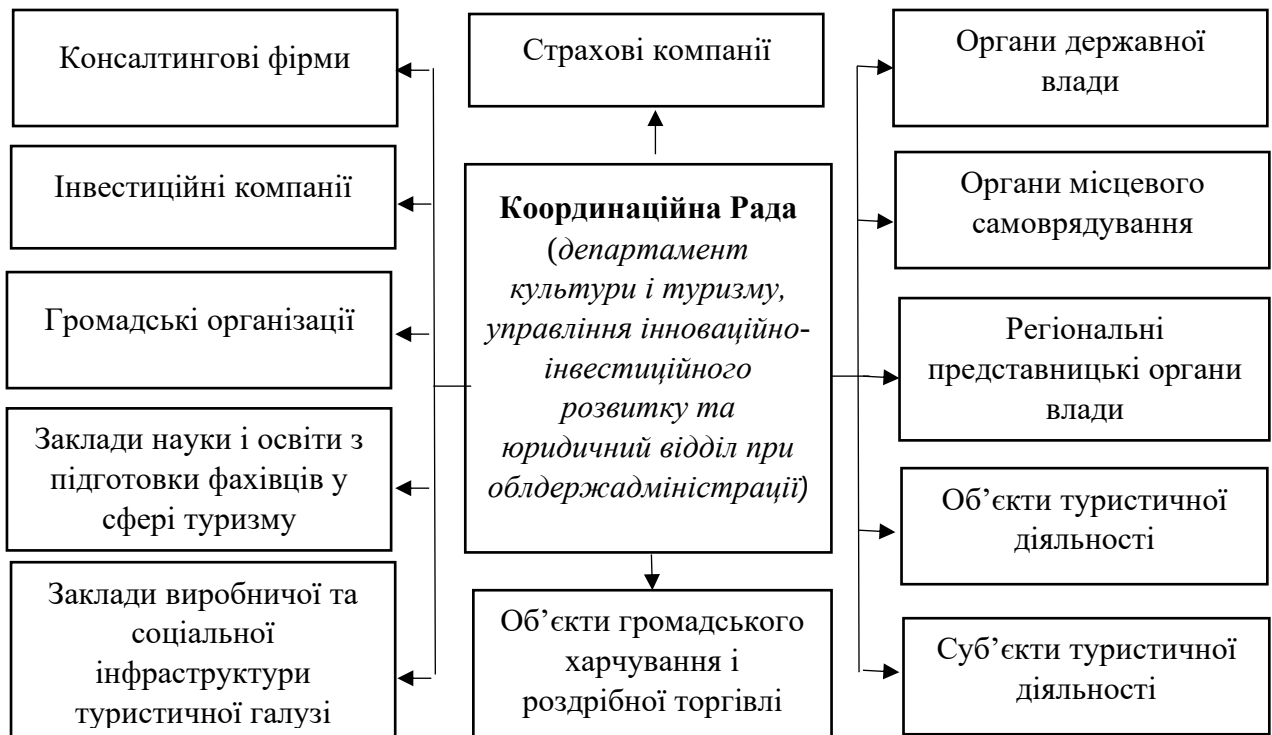
Крім того, хочемо звернути увагу на комплексний підхід до питання розвитку туристичного потенціалу нашої країни, у тому числі і через значне збільшення його інвестиційного потенціалу. Велике значення у цьому питанні, як ми вже зазначали вище, повинно приділятися туристичним кластерам. Наукові дослідження практики функціонування туристичного бізнесу України свідчать, що сьогодні ще не знайдена оптимальна модель регулювання розвитку туристичної галузі на рівні регіонів, окремих територій та підприємств. Все більше науковців та практиків сходяться на думці про те, що туристичний кластер повинен стати ефективним механізмом оптимізації розвитку туристичного бізнесу в регіонах України. Туристичний кластер – це специфічний економічний механізм взаємодії підприємств матеріального і нематеріального виробництва, соціальної та туристичної сфери, що одержують прибуток від надання туристичних послуг. Продукування, виготовлення туристичних послуг є головною функцією туристичного кластеру. Функціонально-галузева структура туристичного кластеру складається з суми послуг, які надаються численними підприємствами.

Очевидно, як вважають деякі вітчизняні дослідники, що актуальними для успішного функціонування туристичного кластеру є такі складові, як маркетинг територій, реклама, інформаційні послуги, консалтингові послуги. Головною причиною успіху кластерної моделі у туристичному бізнесі є створення критичної маси для конкурентних переваг. Малі та середні підприємства, якщо працюватимуть поодиночі, ніколи не досягнуть тих успіхів і тих переваг, яких досягають кластери. Туристичні кластери, як вважають деякі дослідники, – це форми територіальної організації, що стимулює економічне зростання не тільки

у сфері туризму, але й у регіоні. Вони дають можливість поєднати зусилля для вирішення регіональних проблем, ефективного та раціонального використання капіталу в умовах обмеженості обігових коштів та низької інвестиційної активності [26, с. 178]. Табенська О. І. визначає туристичний кластер як неформальне об'єднання установ, організацій, фірм туристичного профілю, що розташовані на території туристичної дестинації або туристичного регіону, для розроблення, просування та продажу конкурентоспроможного туристичного продукту, метою діяльності якого є об'єднання можливостей та потужностей партнерів для створення інноваційних туристичних послуг, диверсифікація туристичного продукту, його поліпшення й удосконалення, спільне розроблення і реалізація маркетингової політики, реклама та брендинг туристичної дестинації [95, с. 48]. Виходячи з цього, на наше переконання, основним суб'єктами туристичного кластеру мають стати територіальні громади, які можуть ініціювати та бути гарантом залучення інвестицій, у тому числі й іноземних. Тому що саме територіальна громада своїми рішеннями може сприяти збільшенню інвестиційного потенціалу регіону. Крім того, ми переконані, що необхідно створювати такі туристичні кластери на інноваційно-інвестиційній основі.

Запропоновану нами таку кластерну організацію туризму на інноваційно-інвестиційній основі представлено на рис. 1.8.

В Координаційну Раду такого кластеру входять: департамент культури і туризму, управління інноваційно-інвестиційного розвитку та юридичний відділ при облдержадміністрації. Тобто організація діяльності регіонального туристичного кластеру покладається на відповідні департаменти, управління та відділи облдержадміністрації, між якими має бути чітка координація дій. Проте, ми переконані, що ініціаторами інноваційно-інвестиційних проєктів мають бути саме територіальні громади та органи місцевого самоврядування, які на місцевому рівні мають кращі можливості для обґрунтування інвестицій.



**Рис. 1.8. Теоретичні засади моделі регіонального туристичного кластеру на інноваційно-інвестиційній основі**

Джерело: власна розробка автора

До традиційних складових туристичного кластеру, таких як суб'єкти туристичної діяльності, об'єкти туристичної діяльності, громадські організації, заклади науки і освіти з підготовки фахівців у сфері туризму, заклади виробничої та соціальної інфраструктури туристичної галузі, об'єкти громадського харчування і роздрібної торгівлі ми додали такі як інвестиційні і страхові компанії та консалтингові фірми. Наявність доданих складових туристичного кластеру підсилює інноваційно-інвестиційний напрямок його розвитку.

За ініціативи органів місцевого самоврядування та суб'єктів туристичної діяльності консалтингові фірми будуть залучатися до розробки інноваційно-інвестиційних проєктів у сфері туризму за участі інвестиційних компаній. Страхові компанії необхідні для страхування ризиків, які можуть виникнути у інвестиційному процесі. Крім того, регіональні представницькі органи влади (обласні ради) можуть надати необхідну підтримку вказаних проєктів своїми

рішеннями, коли необхідно буде вирішувати питання, які не входять у компетенцію місцевих органів влади.

Вчені зазначають, що формування кластерних рекреаційно-туристичних утворень має здійснюватися на основі об'єктивних конкурентних переваг монотериторії з врахуванням їхніх можливих змін у перспективі, що безсумнівно, вимагає не тільки наявності природних передумов для розвитку сфери рекреації й туризму, але і значних зусиль щодо формування сприятливої інфраструктури. Для припливу туристів необхідна наявність місць розміщення: будівництво нових готелів, баз відпочинку, притулків, створення кемпінгів і т.д. і реконструкція наявних об'єктів розміщення. Аналогічна ситуація спостерігається і в плані місць громадського харчування. Створення інноваційного кластеру на монотериторіях дозволить найкращим чином спроектувати можливості соціально-економічного розвитку, а також ефективно вибудувати і реалізувати стратегію довгострокового розвитку даної території [81, с. 79]. Вітчизняні дослідники в своїх працях у створенні та розвитку туристичних кластерів вбачають і великий синергетичний ефект. На їхню думку, формуванню синергетичного ефекту сприяє удосконаленням інфраструктури за рахунок мотивуючих факторів. Мотиви, що пов'язані з синергетичним ефектом, вважають вони, такі:

1. Сфера впливу – кластер, як масштабна регіональна туристична організація активно діє в усіх головних секторах ринку на засадах взаємного дипломатичного дотримання інтересів об'єднаних суб'єктів туристичної діяльності.

2. Створення конкурентних переваг – підвищення конкурентоздатності діяльності туристичного бізнесу та доступність опанування перспективних туристичних ринків.

3. Забезпечення кон'юнктурної безпеки – діяльність у структурі кластеру дозволяє дуже суттєво скоротити рівень невизначеності та ризику на туристичному ринку.

4. Подолання бар'єрів доступу до капіталу – у складі кластера стабілізується зростання дохідності, підвищення платіжеспроможності та зниження ризиків, що зумовлює покращення інвестиційної привабливості бізнесу та гарантованість повернення кредитів.

5. Перехресне субсидування – використання прибутків одного структурного сектору кластеру для фінансової та інвестиційної підтримки іншого структурного сектору.

6. Відсутність «подвійної маржиналізації» – зміна критеріїв ціноутворення на засадах ліквідації «подвійної надбавки» між туристичними фірмами, готелями, ресторанами та перевізниками знижує вартість послуг для окремого туриста.

7. Зниження витрат на рекламу – інтегрований туристичний бізнес, діючи як кластер, володіє певною перевагою у рекламі, особливо при забезпеченні рівня порогу рекламних посилянь, що зумовлюють максимальну ефективність реклами та збуту туристичних послуг.

8. Підтримка сфери освіти та науки – доступність досліджень і розробок в сфері туризму, забезпеченість висококваліфікованими кадрами.

9. Покращення якості управління – підвищення ефективності управління туристичним бізнесом в межах апарату управління кластеру [21, с. 221-222]. Вказані дослідження вчених свідчать, що покращення інвестиційної привабливості бізнесу є одним із пріоритетів та очікуваним результатом створення та покращення діяльності туристичних кластерів. Іншими словами, створення таких кластерів позитивно вплине на збільшення інвестиційного потенціалу, який є одним із основних чинників зміцнення всього туристичного потенціалу регіону.

В Європейському Союзі напрацьовано значний позитивний досвід впровадження кластеризації в різних сферах економіки, у тому числі у рекреації та туризмі. Кластерна політика відображена у документах вищих керівних органів співтовариства. Розроблений у них механізм кластеризації ґрунтується на співробітництві державних і недержавних інституцій, причому виходить за



межі моделі «державно-приватного партнерства», оскільки передбачає широку участь зацікавлених громадських організацій – галузевих, профспілкових, культурних, екологічних, спортивних тощо [51, с. 182].

Якщо розглянути кластерну політику Європейського союзу взагалі, то можна констатувати, що вона спрямована на підтримку регіонів і бізнес-кейсів і створена для забезпечення максимальної синергії між європейськими державами-членами та регіонами, між національними міністерствами та генеральними директоратами шляхом посилення координації різноманітних політик і заходів. Посилення економічної взаємозалежності вимагає більш рішучої та послідовної політичної відповіді. Забезпечення розумного, стійкого та інклюзивного зростання є важливим засобом для створення нових робочих місць і надання європейському суспільству орієнтирів. Європа має спроможність досягти поставлених цілей і цілей. Будь-яку серйозну кластерну політику слід розглядати як довгострокову ініціативу, оскільки для отримання суттєвих переваг від кластеризації зазвичай потрібно 5-10 років. Отже, будь-яка європейська ініціатива, справді спрямована на встановлення розумного, сталого та інклюзивного зростання, має базуватися на інтегрованому підході на регіональному, національному та європейському рівнях [112]. Такий інтегрований підхід до створення кластерів у Європейському Союзі, на наше переконання, можна застосувати і у створенні вітчизняних туристичних кластерів.

Кластерний підхід у туристичній індустрії сьогодні набуває великого значення та розповсюдження, особливо в таких державах як Іспанія, Румунія, Кіпр. На сучасному етапі в країнах-членах ЄС функціонують 68 туристично-рекреаційних кластерів. Зазначимо, що Західноєвропейський регіон є «полігоном» для перевірки нових ідей в державній економічній політиці, яка заснована на кластерному підході. Робочі групи існуючих туристичних кластерів створені з таких питань: маркетинг та брендінг; розробка туристичного продукту; питання кадрової політики та підвищення якості трудових ресурсів; розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури; законодавче та регуляторне

середовище. Розвиток кластерів індустрії туризму охоплює майже всі країни Європейського союзу, як економічно розвинуті, так і країни Східної та центральної Європи [97]. Вступ туристичного підприємства до кластера підвищує його статус і репутацію, у тому числі міжнародну, сприяє зростанню уваги до нього з боку потенційних партнерів і споживачів, залученню додаткових ресурсів. У свою чергу, наявність у регіоні кластера підвищує роль регіональних адміністрацій, оскільки розвиває і зміцнює економіку регіону, стимулює економічне зростання, прискорює вирішення соціальних проблем, створює умови для успішного розвитку менш розвинених територій Європейського Союзу [42, с. 133]. Тобто, можна констатувати, що досвід європейських країн у застосування інтегрованого підходу у створенні кластерів, а особливо у туристичній галузі, посилює економічне зростання не тільки конкретного туристичного підприємства, а й економіки регіону в цілому, посилює його інвестиційну привабливість.

В країнах Європейського Союзу різні типи кластерної політики та галузевої політики займають своє місце в підтримці спільних зусиль між підприємствами, дослідницькими установами та державними установами. Ця політика представляє широкий спектр підтипів політики від наукової, технологічної та інноваційної політики та стратегій інтелектуальної спеціалізації до промислової політики, політики регіонального розвитку та більш галузевої політики, морської чи туристичної політики. Розвиток кластерів часто, неявно чи явно, є частиною такої політики [115, с. 37]. Тому, у країнах Євросоюзу в політиці їхнього економічного розвитку завжди має місце політика розвитку кластерів в усіх сферах економіки, у тому числі і в туристичній діяльності. В цих країнах існує комплексний підхід у розвитку кластерів, туристична індустрія є одним із пріоритетів.

Отже, функціонування туристичних кластерів сприяє об'єднанню взаємопов'язаних галузей розміщених на певній території та покращенню інвестиційного клімату, що, в свою чергу, призводить до створення нових робочих місць, збереження історико-культурної спадщини та розвитку

природно-ресурсного потенціалу відповідного регіону. Досвід існуючих кластерів показує, що кластерні об'єднання вдосконалюють свої засоби виробництва, впроваджуючи прогресивні технології, та забезпечують високі стандарти якості продукції та послуг. Ми вважаємо, що ініціаторами інноваційно-інвестиційних проєктів у вітчизняних кластерних формуваннях мають бути територіальні громади та органи місцевого самоврядування, які на місцевому рівні мають кращі можливості для обґрунтування інвестицій. Туристичний кластер, на наше переконання, повинен стати ефективним механізмом оптимізації розвитку туристичного бізнесу в регіонах нашої країни на інноваційно-інвестиційній основі.

#### **1.4. Теоретико-організаційні засади й принципи формування інвестиційного потенціалу та його вплив на показники управління туристичною галуззю**

Розвиток туризму в Україні та право громадян на відпочинок визначається низкою правових актів. Право на відпочинок закріплено в Конституції України в статті 45. Там, зокрема зазначено, що це право забезпечується наданням днів щотижневого відпочинку, а також оплачуваної щорічної відпустки, встановленням скороченого робочого дня щодо окремих професій і виробництв, скороченої тривалості роботи у нічний час [41]. У шостій статті Закону України «Про туризм» визначені основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму. Також закон окреслює основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму. Туризм проголошується одним з пріоритетних напрямів розвитку країни і держава створює необхідні умови для ведення туристичної діяльності. Державна політика в галузі туризму реалізується, зокрема, такими шляхами:

- визначення і реалізація пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку оцінки туристичних ресурсів України;
- бюджетування розробки і реалізації програм розвитку туризму;

- нормативне регулювання туристичного, готельного, екскурсійного та інших видів обслуговування громадян;
- забезпечення системи статистичного обліку та звітності у сфері туризму;
- визначення пріоритетних напрямів наукових досліджень та підготовки кадрів;
- пріоритет реалізації міжнародних програм щодо розвитку туризму тощо.

Закон визначає основні цілі державного регулювання в сфері туризму, зокрема такі: забезпечення прав громадян на відпочинок, які закріплені Конституцією України; захист прав та інтересів туристів, прав та інтересів власників туристичних об'єктів; раціональне використання та збереження цілісності туристичних ресурсів України; створення необхідних умов для розвитку туризму та туристичної діяльності.

Також у законі визначені основні напрямками державної політики у туристичній галузі, серед них можна виділити, зокрема, такі:

- створення нових робочих місць, забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України,;
- утвердження України на світовому туристичному ринку;
- спрощення та гармонізації різних видів регулювання туристичної діяльності;
- забезпечення доступності туризму для громадян різного віку та осіб з інвалідністю [80].

У схваленій розпорядженням Кабінету Міністрів України «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» визначені основні напрями її реалізації за напрямками, серед них, за напрямом «Нормативно-правова база сфери туризму та курортів» окреслені такі заходи, як: імплементація законодавства ЄС у сфері туризму та курортів, що забезпечить вдосконалення законодавства з урахуванням досвіду провідних туристичних країн ЄС (зокрема, розробка законодавчих проектів щодо запровадження інституту саморегульованих організацій, заходів з підтримки розвитку туристичної індустрії); забезпечення збалансованого використання лікувальних ресурсів (зокрема, регулювання

інтенсивності туристичних потоків, проведення державного моніторингу екологічного стану навколишнього природного середовища тощо); сприяння встановленню стратегічного партнерства між державними, приватними та суспільними інтересами (зокрема, впровадження проектного підходу до створення комплексного туристичного продукту) [93].

Одним із важливих інструментів державного регулювання туристичної діяльності, наголошують вчені, виступає екологічна сертифікація туризму. У сучасних умовах ведення туристичного бізнесу багато уваги необхідно приділяти виконанню комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг, розробленню дієвих стандартів обслуговування туристів, поліпшенню роботи всіх підприємств сфери туризму. З метою вдосконалення організації туристичної діяльності більшість країн світу застосовує спеціальні механізми впливу на суб'єктів підприємництва. Вони втілюються у запровадженні процедури стандартизації, сертифікації туристичних послуг, ліцензування туристичної діяльності, що залежать від певної моделі державного регулювання в галузі туризму. Основною метою сертифікації є зміна практики й поведінки в усіх сферах туризму, включаючи підприємства, споживачів і місцеві спільноти, а також залучення їх до сучасного процесу підвищення відповідальності щодо охорони довкілля [91]. Вимоги до окремих туристичних послуг згідно національних стандартів сфери туризму представлені в табл. 1.4.

Ми також підтримуємо думку вчених про те, що залучити інвестиції Україна зможе лише за умови комплексної розбудови туристичної інфраструктури та розвитком існуючих транспортних систем, а також будівництвом нових об'єктів [60, с. 76]. Сучасний розвиток територіальних туристичних систем здійснюється на основі впровадження інноваційних технологій, що забезпечує покращення якості туристичних послуг та збільшення конкурентоспроможності дестинацій. Інновації є основним чинником змін в туристичній сфері, що дозволяє підвищувати рівень залучення туристів,

збільшувати прибутки, розширювати асортимент туристичних послуг та просувати туристичний продукт на міжнародному ринку [103, с. 182].

Таблиця 1.4.

**Перелік національних стандартів сфери туризму**  
**(Вимоги до окремих туристичних послуг)**

| <i><b>Реквізити національного стандарту</b></i> | <i><b>Назва стандарту</b></i>                                                                                   | <i><b>Опис стандарту</b></i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ДСТУ EN 13809:2018 (EN 13809:2003, IDT)</b>  | <i>Послуги туристичні. Туристичні агенції та оператори. Терміни та визначення</i>                               | Цей стандарт визначає терміни, що використовуються під час надання послуг суб'єктами туристичної діяльності.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>СТУ ISO 18065:2016 (ISO 18065:2015, IDT)</b> | <i>Туризм та пов'язані з ним послуги. Туристичні послуги, що надають на природоохоронних територіях. Вимоги</i> | Цей стандарт встановлює вимоги до туристичних послуг, що надаються безпосередньо на природоохоронних територіях, щоб задовольнити відвідувачів, надаючи пріоритетну увагу цілям збереження цих територій, за винятком морських районів, що знаходяться під охороною.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>ДСТУ 7450:2013</b>                           | <i>Туристичні послуги. Знаки туристичні активного туризму. Класифікація, опис і правила застосування</i>        | Даним стандартом затверджується колірно-цифрова система знакування для активного туризму.<br>Цей стандарт є інструментом для створення національної багаторівневої мережі туристичних шляхів, яка відповідає всім європейським рекомендаціям в даній галузі та найкращим напрацюванням європейських країн.<br>Його створено у зв'язку з відсутністю нормативної бази інфраструктурного забезпечення активного туризму, та негативними тенденціями, які намітилися у зв'язку з реалізацією різного роду проектів зі створення такої інфраструктури на основі застарілої нормативної бази сусідніх країн. |
| <b>СТУ ISO 13810:2016 (ISO 13810:2015, IDT)</b> | <i>Туристичні послуги. Промисловий туризм. Надання послуг</i>                                                   | Цей стандарт встановлює загальні вимоги до промислового туризму, пропонованих постачальниками послуг, які мають намір передавати знання щодо виробництва, науково-технічної діяльності, заснованих на виробничих процесах, ноу-хау, а також продуктів або послуг. Стандарт допоможе туроператорам і власникам різних промислових об'єктів (на кшталт шоколадної фабрики, виноробного заводу, електростанції або шахти) привернути увагу додаткових туристів. У той же час відвідувачі подібних індустріальних об'єктів отримають незабутній і приємний досвід.                                          |

Джерело: побудовано автором з використанням інформації [74].

З іншого боку, основною перешкодою для прямих іноземних інвестицій став той факт, що наша держава так і не створила належних умов інвестиційної діяльності та безпеки їх інвестицій. Серед заходів підвищення інвестиційної привабливості України з урахуванням ситуації, що склалася на даний час, поліпшення інвестиційного клімату та збільшення іноземних інвестиційних потоків можна здійснювати в таких напрямках:

- активізація різносторонньої боротьби з інфляційними процесами;
- розробка ефективного правового механізму захисту іноземних інвесторів;
- підвищення регіонального інвестиційного потенціалу з метою подальшого рівномірного розподілу інвестицій по всій території України;
- створення дієвого механізму боротьби з корупцією та її усунення;
- удосконалення правового середовища (усунення технічних перешкод митного оформлення та компенсації податку на додану вартість);
- зниження ризиків інвестицій в умовах воєнного конфлікту;
- підвищення політичної стабільності країни;
- впровадження нових заходів з розвитку малого та середнього бізнесу;
- активізація заходів щодо протидії тінізації економіки [48].

Для розвитку інвестиційного потенціалу туристичної галузі, необхідно перш за все правильно організувати та використовувати найбільш привабливі види туристичної діяльності. Наприклад, для розвитку сільського «зеленого» (екологічного) туризму, як стверджують дослідники, ураховуючи процес екологізації, основними завданнями, є:

- запровадження сталих економічних механізмів природокористування, стимулювання впровадження екологобезпечних, енергетично ефективних і ресурсощадних технологій;
- забезпечення переходу економіки на інноваційну модель розвитку, структурна перебудова економіки шляхом прискорення розвитку високотехнологічних галузей, усебічний розвиток вітчизняних інформаційних технологій;—сприяння розвитку технологій замкнутого циклу й технологій очищення, перероблення й утилізації відходів, підтримка екологічно

ефективного виробництва енергії, ураховуючи використання відтворювальних джерел енергії та вторинних енергетичних ресурсів;

- оформлення в законодавчому й нормативно-правовому плані юридичної власності на території та об'єкти ПЗФ України та здійснюваної в їхніх межах екотуристичної діяльності;

- розроблення економічного механізму надання платних рекреаційних послуг, з установленням нормативів плати, обліку наявних рекреаційних ресурсів на територіях ПЗФ і розгляд можливості їх туристичного використання;

- у межах об'єктів ПЗФ розроблення комплексу різноманітних (у пізнавальному плані) маршрутів та екологічних стежок;

- розроблення ефективних засобів пропаганди охорони природи, екологічної освіти рекреантів і контролю за їх поведінкою в природі, забезпечення дотримання усіх екологічних норм і заходів у межах екологічної політики в секторі туризму незалежно від розмірів конкретного підприємства чи виду туристично-рекреаційної діяльності, удосконалення системи видалення та переробки сміття;

- розвиток сімейного екологічного туризму, формування туристично-рекреаційних кластерів тощо [110, с. 250-251].

Деякі дослідники справедливо вважають, що під час формування механізму управління інноваційною діяльністю в компаніях індустрії туризму в регіоні доцільно визначити ключові критерії ефективності функціонування. На їх думку, найбільш значущими критеріями вважаються: залучення в інноваційну діяльність; ресурсне забезпечення; комерціалізація результатів; організація інноваційної діяльності [75, с. 107]. Одна із таких класифікацій критеріїв та індикаторів оцінювання ефективності діяльності туристичних підприємств показана на рис. 1.9.

На наше переконання, виходячи із того, що фінансовий потенціал підприємств туристичної галузі знаходиться у прямій залежності від рівня інвестиційного потенціалу, необхідно знаходити шляхи, щоб його постійно підвищувати.





**Рис. 1.9. Критерії та індикатори оцінювання ефективності діяльності туристичних підприємств.**

Джерело: [111].

Тому ми погоджуємося із тими дослідниками, які стверджують, що формування фінансового потенціалу є критично важливим для підприємств туристичної індустрії та сфери гостинності з кількох причин:

1. **Забезпечення стійкості та виживання:** Фінансовий потенціал допомагає підприємствам пережити труднощі та стресові ситуації, такі як економічні кризи, зміна попиту або природні катастрофи. Наявність достатніх фінансових ресурсів дозволяє забезпечити платоспроможність підприємства і подолати перешкоди.

2. **Інвестиції в розвиток і вдосконалення:** Фінансовий потенціал дає підприємствам можливість вкладати кошти у вдосконалення та розвиток своїх послуг та інфраструктури. Це може включати модернізацію готелів, придбання

нового обладнання, розширення мережі партнерів та інші заходи, які покращують конкурентоспроможність і привабливість для клієнтів.

3. Забезпечення якості та професіоналізм. Фінансовий потенціал підприємства відіграє важливу роль у питанні формування якісних послуг, адже правильно сформована фінансова стратегія впливає на професійне надання якісних послуг в обслуговуванні клієнтів в індустрії туризму та гостинності [109].

Доцільно зазначити, що саме витратна частина туристичної індустрії формує коло інструментів бюджетного стимулювання при залученні інвестицій в туристичні підкомплекси. Найбільш дієвими є такий інструмент бюджетного стимулювання, як «концесія туристичних об'єктів», яка визначає доцільність цільового фінансування вигідних інвестицій у приватний сектор національної економіки на основі спільних державно- приватних проектів [101, с. 151].

Необхідно також звернути увагу, що інвестиційна політика у сфері туризму, як складова економічної політики держави, повинна забезпечити оптимізацію та збалансованість економічної діяльності суб'єктів туристичної індустрії. Оптимізація безпосередньо пов'язана з ухваленням рішень, вибором, оцінкою та проектуванням. У загальному випадку оптимальність являє оптимальний спосіб економічної поведінки при заданих критеріях. У цьому відношенні оптимум Парето відображає стан економічної системи, за якого поліпшення економічного стану одного суб'єкта можливе тільки при погіршенні положення інших суб'єктів. Таким чином, оптимальність відображає ефективність, раціональність та соціально-економічну рівновагу. Оптимізація інвестиційної діяльності в туризмі, на думку вчених, припускає, що потенціал інвестиційних ресурсів є початковим чинником пропорційності елементів економічного процесу розвитку туризму [81, с. 26].

Вітчизняні вчені регіональну туристичну політику розглядають у двох аспектах: як інституціональну, так і неінституціональну. Суб'єктами першої виступають державні регіональні органи влади, до компетенції яких входять:

- розробка й втілення у життя регіональної туристичної політики, її демократичне обговорення та контроль відповідно до особливостей регіону, цілей його розвитку;
- залучення національних та іноземних інвестицій у розвиток регіональної індустрії туризму, створення нових робочих місць;
- категоризація й реєстрація суб'єктів туризму, туристичних послуг, гарантування їхньої високої якості шляхом ліцензування й сертифікації;
- створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання;
- інформаційне забезпечення, збір даних та їх аналіз для прийняття рішень;
- підготовка кадрів високої кваліфікації для роботи у сфері туризму;
- розвиток в'їзного і внутрішнього туризму в регіоні.

Другий аспект регіональної туристичної політики, наголошують дослідники, – це ті її напрямки, що впроваджується спілками (готелів, ресторанів, туроператорів і турагентів тощо); асоціаціями, туристичними товариствами, чия діяльність не залежить від державних інстанцій. Їх туристична політика охоплює вузьке, професіональне коло питань у сфері туристичної діяльності [26, с. 13]. Тобто, із вищесказаного можна стверджувати, що у розвитку туристичної галузі України значну роль повинні відігравати державні регіональні органи влади. Рациональне ведення ними інституціональної регіональної туристичної політики буде основним організуючим і мотивуючим фактором для покращення роботи регіональних неінституціональних суб'єктів туризму. Основні інструменти туристичної політики регіональної чи місцевої економіки представлені у табл.1.5.

Таблиця 1.5

**Інструменти туристичної політики регіональної чи місцевої економіки**

| Пасивні інструменти                                                                                                                                                                                                                                                                        | Активні інструменти                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Економічні:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– місцеві податки;</li> <li>– місцеві збори (оплати).</li> </ul>                                                                                                                                                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>– податкові пільги;</li> <li>– інвестиції у туристичну сферу;</li> <li>– популяризація туризму;</li> <li>– створення туристичної пропозиції;</li> <li>– публічно-приватне партнерство;</li> <li>– створення суб'єктів господарювання з участю органів територіального самоврядування;</li> <li>– дотації на туристичні заходи для комерційних суб'єктів;</li> <li>– формування туристичної марки території.</li> </ul> |
| <b>Адміністративні:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– облік закладів розміщення;</li> <li>– облік туристичних посередників;</li> <li>– оформлення заявок на бюджетне фінансування;</li> <li>– розроблення стратегічних документів (стратегії розвитку туризму, плану просторового розвитку).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>– реалізація стратегії розвитку туризму.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Організаційні:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– створення локальних та регіональних туристичних організацій;</li> <li>– створення євро регіонів.</li> </ul>                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– співпраця суб'єктів індустрії туризму;</li> <li>– створення кластерних структур;</li> <li>– співпраця між євро регіонами;</li> <li>– моніторинг туристичного ринку.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Кадрові:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>– видача дозволів на професійну діяльність (наприклад, ліцензії для здійснення екскурсійного обслуговування).</li> </ul>                                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>– навчання працівників органів місцевого самоврядування, туристичної сфери та громадських активістів.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

Джерело: [47].

Формування та розвиток інвестиційного потенціалу підприємства, у тому числі і у туристичній галузі, відбувається в певних межах або з урахуванням принципів, що визначають його використання:

1. Врахування стратегічних цілей підприємства при формуванні та нарощуванні інвестиційного потенціалу підприємства. Розмір потенціалу

повинен бути достатнім для забезпечення ефективного розвитку підприємства відповідно до обраної ним як загально-корпоративної, так і інвестиційної стратегії.

2. Забезпечення гнучкості інвестиційного потенціалу до впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Підприємство при здійсненні інвестиційної діяльності повинно оперативно реагувати на зміни інвестиційного клімату, появу нових інвестиційних можливостей.

3. Забезпечення диверсифікованого використання інвестиційного потенціалу, а саме сприяння перерозподілу невикористаних ресурсів між різними видами діяльності повинно забезпечити повне використання фінансового, виробничого та трудового потенціалів підприємства.

4. Врахування стадії життєвого циклу підприємства при використанні інвестиційного потенціалу. Кожна стадія життєвого циклу має свої особливості у здійсненні підприємством інвестиційної діяльності.

5. Необхідності оптимізації структури інвестиційного потенціалу підприємства. Саме визначення оптимального співвідношення між власними, позиковими та залученими ресурсами дозволить забезпечити фінансову стійкість підприємства, збільшити рівень рентабельності власного капіталу.

6. Маневреності та ліквідності інвестиційного потенціалу, що дозволить при використанні інвестиційного потенціалу швидко мобілізувати ресурси та за короткий час перевести їх у потрібну форму для реалізації інвестиційних можливостей.

Звідси, інвестиційний потенціал представляє собою здатність підприємства реалізовувати усю сукупність інвестиційних можливостей щодо ефективного генерування додаткових потоків капіталу за допомогою мобілізації усіх ресурсів, що є в наявності для підвищення вартості об'єкту інвестування. Формування інвестиційного потенціалу полягає у створенні додаткових інвестиційних можливостей, що можуть бути реалізовані підприємством шляхом мобілізації внутрішніх або залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів.

7. Врахування ризиків та їх оцінка при прийнятті рішень щодо використання інвестиційного потенціалу [36, с. 364-365].

Туристична індустрія має свою унікальність, яка характеризується наявністю окремих специфічних елементів, що включають такі галузі обслуговування, наприклад, як: ресторани, готелі, будинки відпочинку, магазини тощо. Тому інвестиції уряду в дорогу матеріально-технічну базу туризму одночасно стимулює інвестування великої кількості підприємств і малого бізнесу [33, с. 82].

У країнах, де туризм входить у трійку провідних галузей, він розвивається досить швидкими темпами і має визначне економічне та соціальне значення, тому що він допомагає значно збільшувати місцеві доходи, розвивати соціальну та виробничу інфраструктуру, створювати нові робочі місця; забезпечувати відповідний рівня життя населення, а ще збільшувати надходження до бюджету.

Вчені стверджують, що дуже важливе значення має визначення системи показників у цій сфері, взаємозв'язків між ними та порядку їх розрахунку. Усю сукупність цих показників, на їх думку, можна поділити на наступні групи (табл. 1.6). Слід зазначити, що використання показників вищенаведених груп дає детальне та структуроване уявлення про параметри розвитку туристичної галузі та відображає вплив туризму на економіку країни [55, с. 48-49].

Деякі вітчизняні дослідники зазначають, що вирішити задачі забезпечення конкурентоспроможності вітчизняного ринку послуг в туризмі, наприклад в зеленому туризмі, дозволить розрахунок інтегрального показника якості туристичного продукту, який повинен містити оцінку за наступними показниками:

1. Привабливості регіону.
2. Рівень доходів населення.
3. Якість туристичних послуг (житло, транспортні послуги, харчування).
4. Асортимент послуг.
5. Вартості послуг.
6. Співвідношення «ціна-якість».

## 7. Показник маркетингової стратегії [4, с. 125-126].

Таблиця 1.6

**Система показників туристичної діяльності**

| <b>Групи показників</b>                                                    | <b>Показники</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 група:<br>показники, які характеризують туристичні ресурси               | <ul style="list-style-type: none"> <li>– кількість природних об'єктів: ландшафтні, бальнеологічні (лікувальні грязі, мінеральні води);</li> <li>– кількість історико-культурних об'єктів: археологічні, архітектурні, техногенні;</li> <li>– кількість об'єктів туристичної інфраструктури: туристичні підприємства, колективні засоби розміщення, транспортні перевезення, харчові заклади.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |
| 2 група:<br>показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі | <ul style="list-style-type: none"> <li>– обсяг реалізованих послуг або виручка від реалізації послуг туризму;</li> <li>– показники використання робочої сили (продуктивність праці, рівень витрат на оплату праці);</li> <li>– показники використання виробничих фондів (фондовіддача, оборотність оборотних засобів);</li> <li>– собівартість послуг туризму;</li> <li>– прибуток;</li> <li>– фінансові показники (платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість, валютна самоокупність).</li> </ul>                                                                                                                 |
| 3 група:<br>показники моніторингу туристичного ринку                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– об'єм туристичного потоку (кількість іноземних туристів, громадяни України, які виїжджали за кордон, внутрішні туристи);</li> <li>– туристичні витрати (сума коштів, витрачених туристами в період поїздки на території країни, регіону);</li> <li>– обсяг платних послуг, що надається підприємствами туріндустрії;</li> <li>– інші показники моніторингу (розмір середньої заробітної плати в різних галузях туріндустрії, зайнятість, обсяг інвестицій у сферу туризму).</li> </ul>                                                                                             |
| 4 група:<br>показники ефективності туристичної діяльності                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– кількість працюючих у сфері туризму;</li> <li>– кількість суб'єктів туристичної діяльності;</li> <li>– кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності;</li> <li>– показники роботи суб'єктів туристичної діяльності;</li> <li>– витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту;</li> <li>– чистий прибуток суб'єктів туристичної діяльності;</li> <li>– коефіцієнт покриття витрат;</li> <li>– коефіцієнт окупності витрат.</li> </ul>                                 |
| 5 група:<br>показники впливу на національну економіку                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>– чистий прибуток суб'єктів туристичної діяльності;</li> <li>– коефіцієнт покриття витрат;</li> <li>– коефіцієнт окупності витрат.</li> </ul> <p>Показники впливу на національну економіку містять:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– використання сателітних рахунків (проміжне споживання, валова додана вартість, витрати на кінцеве споживання, ВВП);</li> <li>– експорт та імпорт товарів, пов'язаних з туризмом;</li> <li>– вплив показників на платіжний баланс;</li> <li>– наявність та рух основного капіталу;</li> <li>– туристичний мультиплікатор.</li> </ul> |

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [55].

Для допомоги вимірювання ефективності щодо сталого розвитку туристичної галузі, Європейська комісія розробила Європейську систему показників туризму - ЕСПТ (The European Tourism Indicator System - ETIS) (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

**Європейська система показників туризму – ЕСПТ**

| <b>Групи показників</b>           | <b>Підгрупи показників</b>                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| А. Управління дестинацією         | А.1. Управління сталим туризмом у туристичних підприємствах<br>А.2. Задоволеність клієнтів                                                                                                                                                   |
| В. Економічна цінність            | В.1. Туристичний потік (обсяг і вартість) у пункті призначення<br>В.2. Діяльність туристичних підприємств<br>В.3. Кількість і якість зайнятості<br>В.4. Ланцюжок туристичних поставок                                                        |
| С. Соціальний і культурний вплив  | С.1. Спільнота/соціальний вплив<br>С.2. Здоров'я та безпека<br>С.3. Гендерна рівність<br>С.4. Інклюзивність/Доступність<br>С.5. Захист і зміцнення культурної спадщини, місцевої самобутності та культурних цінностей                        |
| Д. Вплив на навколишнє середовище | Д.1. Зменшення впливу транспорту<br>Д.2. Зміна клімату<br>Д.3. Поводження з твердими відходами<br>Д.4. Очищення стічних вод<br>Д.5. Управління водними ресурсами<br>Д.6. Споживання енергії<br>Д.7. Управління ландшафтом і біорізноманіттям |

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [116].

Примітка: повний перелік показників представлено у додатку А.



ETIS – це система показників, яка підходить для всіх туристичних напрямків, заохочуючи їх до більш розумного підходу до планування туризму. Це є інструмент управління, що підтримує напрямки діяльності, які приймають стійкий підхід до управління, система моніторингу проста у використанні для збору даних і детальної інформації, щоб дозволити суб'єктам туристичного бізнесу контролювати свою продуктивність з року в рік та як інформаційний інструмент (а не схема сертифікації), корисний для політиків, туристичних підприємств та інших зацікавлених сторін.

Інструментарій ETIS надає первинну підтримку (керівні принципи) та чіткі пояснення щодо того, що таке індикатори (основні та додаткові) та як їх використовувати.

Він також показує, як ETIS доповнює інші існуючі інструменти та методології на міжнародному та європейському рівнях.

Ця європейська система показників туризму представляє певний інтерес, хоча вона, на погляд деяких вітчизняних дослідників, не є досконалою за такими ознаками:

- перевантажена показниками, багато з яких є малозначущими;
- деякі показники дублюють один одного;
- не визначено ступінь впливу (вага) показників;
- відсутня методика визначення результуючих індексів по розділах і узагальнюючого індексу для здійснення порівнянь стану туристичної сфери у DESTИНАЦІЯХ [26, с 62].

Всесвітня туристична організація, інші міжнародні та національні туристичні інституції приділяють велику увагу питанням оцінки результативності туристичної діяльності, що є необхідним для:

- визначення напрямів розвитку туризму;
- вдосконалення механізмів управління туристичною діяльністю;
- розробки бізнес-планів і програм розвитку туризму на певних територіях;
- ухвалення оптимальних рішень та зниження ризиків;
- запобігання негативним наслідкам туристичної діяльності;

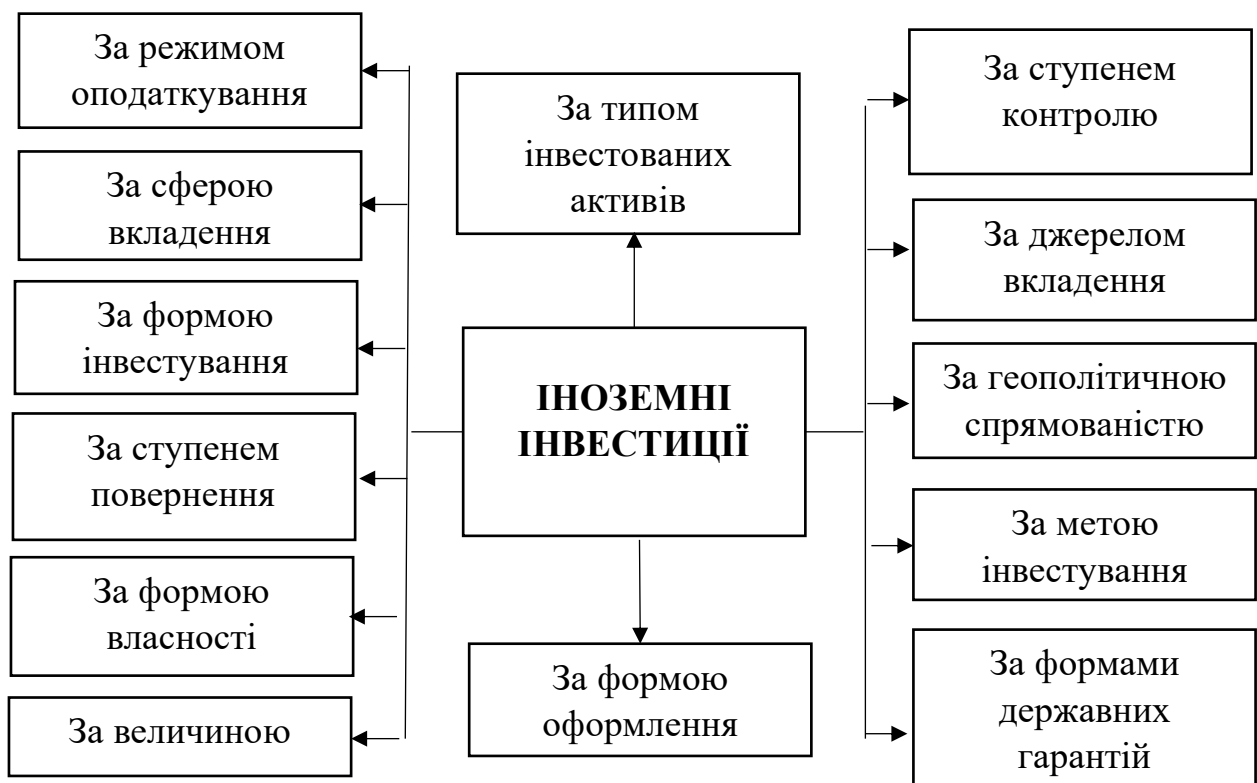
- підвищення відповідальності за розвиток туризму та залучення до цього громадськості;
- вдосконалення моніторингу стану туристичних територій [118].

Отже, у вітчизняному законодавчому полі, зокрема у Законі України «Про туризм», прописані основні способи та цілі державного регулювання в галузі туризму та основні пріоритетні напрями державної політики в галузі туризму. В «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» визначені основні напрями її реалізації, зокрема, щодо залучення інвестицій та участі у міжнародних інвестиційних проектах. Ці та інші нормативні акти дають потенційну можливість активно розвивати сферу туризму. Проте, основною перешкодою для інвестицій у туристичну галузь, у тому числі іноземних, є той факт, що в нашій державі не в повній мірі забезпечуються належні умови інвестиційної діяльності та безпеки інвестицій. У цьому сенсі необхідно підвищувати інвестиційну привабливість України та поліпшувати інвестиційний клімат.

### **1.5. Теоретичні аспекти інтеграції вітчизняної туристичної галузі у світовий глобальний ринок та вплив цього процесу на рівень її інвестиційного потенціалу**

В контексті процесу формування інвестицій, дослідимо тлумачення поняття «інвестиційний капітал» та його відношення до поняття «інвестиційного потенціалу». В деяких літературних джерелах можна зустріти визначення інвестицій, як довгострокові вкладення капіталу у власній країні або за кордоном у підприємства різних галузей, соціально-економічні програми, підприємницькі та інноваційні проекти [20, с. 145]. Слід також зазначити, що деякі вчені трактують поняття «інвестиції», як господарську операцію, яка передбачає придбання основних фондів нематеріальних активів, корпоративних прав та цінних паперів в обмін на кошти або майно. Інвестиції, за їх класифікацією, поділяються на капітальні, фінансові та реінвестиції [5, с. 219].

Під інвестиційним капіталом (інвестованим капіталом, капіталом, що інвестується), стверджують дослідники, слід розуміти грошові та інші ресурси в матеріальній та нематеріальній формах (нематеріальні активи, продукти інтелектуальної праці), які залучені з різних джерел, розміщуються (інвестуються) в процес обігу капіталу, використання яких спрямоване на зростання таких ресурсів [50, с. 94]. Інвестиційний капітал в сучасних умовах є необхідною умовою виникнення та розвитку ринкових відносин. Він включає в себе кошти, які інвестуються в різні сфери економіки. Активне впровадження інноваційних технологій вимагає значних обсягів капіталу, що обумовлює створення систем і механізмів перерозподілу інвестиційних ресурсів, зокрема у туристичній галузі. Інвестиційний капітал допомагає розвивати і покращувати інфраструктуру туристичних об'єктів. Вкладення коштів у готелі, ресторани, транспортні засоби, рекламу сприяють збільшенню туристичного потоку.



**Рис. 1.10. Класифікація іноземних інвестицій**

Джерело: побудовано автором з використанням інформації [5].

Для більш чіткого розуміння інтеграційних процесів, які відбуваються у вітчизняній туристичній галузі охарактеризуємо, які види іноземних інвестицій визначають дослідники. На рис. 1.10. наведено одну із класифікацій іноземних інвестицій.

Вітчизняна туристична галузь все більше інтегрується у світовий ринок. Проте повномасштабна російська військова агресія гальмує цей процес, знижуючи інвестиційний капітал галузі. Але навіть у цей важкий для нашої країни час для розвитку галузі необхідно знаходити можливості для залучення інвестицій. Як зазначають вітчизняні дослідники, сфера туризму є однією із найважливіших серед галузей економіки. За обсягами доходу займає третє місце в економіці країни. Сплачені податки від прибутку з туристичних подорожей складають вагомую частину бюджету областей та країни. З туризмом пов'язані підприємства торгівлі, заклади готельного та ресторанного господарства, виготовлення сувенірної продукції, усі види транспорту [3, с. 31]. Крім того, дослідниця Рябова Т. А. звертає увагу на те, що туризм сприяє збільшенню кількості робочих місць, залученню внутрішніх і зовнішніх інвестицій [85].

Вітчизняні науковці зазначають, що туристична галузь в Україні, як і у світі загалом, виступає важливою складовою соціально-економічного розвитку. На сьогодні створено широку мережу туристичної індустрії, до якої входять об'єкти харчування, розважального, пізнавального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого призначення. Але існують проблеми та складнощі щодо залучення більшої кількості туристів до нашої країни. Ринок швидше орієнтується на виїзд українських туристів за кордон, ніж на збільшення кількості іноземних туристів в Україні.

Тобто переважна більшість чинних в Україні туристичних фірм вважають за краще займатися відрядженням своїх земляків до інших туристичних країн, і лише невелика їх частина працює на залучення іноземних туристів в Україну. Цей розрив між експортом та імпортом туристичних послуг є дуже помітним. Туризм становить один із впливових чинників престижу країни, зростання її значення в масштабах світової спільноти та позитивного сприйняття

пересічними громадянами. Туристичний ринок вважається досить чутливим, оскільки швидко реагує як на зміну туристичного попиту, так і пропозиції. Так само гостро він реагує і на зміни зовнішнього середовища (політичні, економічні, соціальні фактори) [19, с. 72]. Погоджуючись із таким твердженням вчених, зазначаємо, що культурна та історична спадщина нашої країни, а також її природні об'єкти є значимими факторами розвитку туристичної галузі. Тому, важливо постійно підвищувати інвестиційний потенціал галузі, розвивати її інфраструктуру та краще позиціонувати вітчизняний туризм на міжнародному рівні.

Інвестиційний потенціал туристичної галузі, на наше переконання, тісно пов'язаний із загальним інвестиційним потенціалом економіки країни. Ми маємо на увазі те, що процес формування інвестиційного потенціалу галузі знаходиться у певній залежності від формування інвестиційного капіталу в цілому по економіці країни. Це залежить від багатьох чинників. Вчені констатують той факт, що нівелювання кордонів між державами для переміщення засобів виробництва у глобальних масштабах, лібералізація зовнішньої торгівлі та зростання рівня доступності інформації про стан інвестиційного потенціалу та людського розвитку в різних країнах, з одного боку, сприяли ефективнішому розміщенню продуктивних сил і переміщенню необхідних ресурсів до дієздатніших підприємств та інституцій, з іншого – призвели до суспільного напруження та незадоволення політикою влади у країнах, які на той час не могли забезпечити на власній території очікуваний рівень життя населення та ділову інфраструктуру для підприємництва.

Серед наслідків негативного впливу процесу глобалізації особлива увага має бути приділена трудовій міграції, яка у великих масштабах спричинила вивід зі структури національних господарств цілі регіони та галузі. Вкрай негативною демографічною тенденцією в Україні є на сьогодні відтік інтелектуального капіталу за кордон, так звана вимушена трудова міграція, особливо з депресивних регіонів. Серед громадян молодого та середнього віку, які традиційно складають основу найбільш працездатних верств населення, не існує

впевненості в існуючих механізмах регулювання ринку зайнятості. Це особливо явно простежується у сфері послуг та інноваційних секторах – спеціалісти вимушені працевлаштовуватися в іноземних компаніях, оскільки серед національних підприємств недостатній, порівняно з країнами ЄС та іншими розвиненими країнами світу, попит на невиробничі професії. Успішний досвід нещодавно створених стартапів у галузях нематеріального виробництва (як приклад, у сфері інформаційних технологій) доводить, що в Україні існує потенціал як для впровадження інноваційних ідей, апробованих світовими лідерами, так і для створення власної продукції, що може навіть не мати світових аналогів і увійти до номенклатури виробництва національних підприємств.

Слід відновити практику технопарків та технополісів, але в більш сучасному форматі, оскільки інноваційні галузі та в цілому третинний сектор масово не розвивається не через брак винаходів та підготовлених фахівців, а здебільшого з причини відсутності інфраструктури підтримки стартапів та їх інтеграції в систему національного виробництва. Не окремі одиничні проєкти, а система взаємодії між інноваторами, виробниками та збутовими мережами стимулюватиме талановиту молодь залишатися в Україні, удосконалювати власні ідеї та впроваджувати їх у власному регіоні. Ще однією проблемою України є міжрегіональна трудова міграція та переміщення працездатного населення із периферії до великих міст (столичного району чи обласних центрів). Оскільки в основному виїжджає молодь репродуктивного віку, багато населених пунктів у сільській місцевості знаходяться під загрозою вимирання [27, с. 46-47]. В цьому контексті варто зазначити, що інтегруючи економіку нашої країни у світовий економічний простір, потрібно посилювати інвестиційно-інноваційні процеси власної економіки, створюючи для цього всі необхідні умови, особливо це стосується туристичної галузі. Однією із таких умов, – це інвестування у розвиток сільського туризму, що дозволить збільшити робочі місця, а отже зменшити відтік населення із цих територій.

Збарський. В. К. та Грибова Д. В. справедливо вважають, що туризм виступає важливим компонентом світової економіки, можливістю задовольнити

різноспрямовані макро- та мікроекономічні інтереси, поєднувати які досить складно. Він впливає на розвиток соціально-економічних та політичних відносин між країнами завдяки розширенню туристичних потоків, виступає важелем їхнього економічного розвитку, сприяє взаємному культурному збагаченню. На фоні успіхів світового туризму, туристична галузь України на сучасному етапі розвитку відчуває суттєві складнощі. Враховуючи напругу геополітичної ситуації, уповільнені темпи зростання економіки, відтік капіталу, зниження реального доходу населення, Україна невпевнено позиціонує себе на ринку міжнародного туризму [35, с. 82]. Визначення кількісних параметрів розвитку туристичної галузі України має спиратись на наявні оцінки розвитку сфери міжнародного туризму. В свою чергу, це має передбачати узгодження розвитку туристичної галузі України з розвитком транспортно-логістичної інфраструктури держави з метою максимально повного використання можливостей і переваг наявного транзитного потенціалу для розвитку туристичної сфери країни та визначення оптимальних шляхів включення галузі до сфери міжнародного туризму в контекст і активізації транснаціоналізації міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації [89, с. 46]. Однак, на нашу думку, слід зауважити, що нинішня ситуація із продовженням дії воєнного стану в Україні не сприяє покращенню позиціонування країни на міжнародному ринку туризму, проте ми зобов'язані використовувати усі можливості для розвитку міжнародних зв'язків, особливо із країнами Євросоюзу.

Ми погоджуємося із тими вітчизняними вченими, які вважають, що найбільш привабливою для національної економіки за сучасних умов є модель, обрана в європейських країнах, яка передбачає координацію зусиль державного і приватного сектору в сфері туристичного бізнесу. Враховуючи загальний кризовий стан, який переживає вітчизняна господарська система, недоцільним є створення окремого великого міністерства, проте організація автономно діючого відомчого підрозділу має шанси на успіх [21, с. 50]. Підтримуючи думку вчених про організацію автономно діючого відомчого підрозділу наголошуємо на тому,

що без поліпшення законодавства у галузі туризму щодо удосконалення формування інвестиційного потенціалу, ефективність роботи такого підрозділу буде низькою.

В контексті розвитку перспективних видів туризму науковці зазначають, що необхідно переймати досвід зарубіжних країн, як до прикладу розвитку оздоровчого туризму. Це приклади Європейського Союзу, як зазначають вітчизняні вчені, переважно країн Західної Європи, які мають відмінні економічні, історичні та соціальні аспекти розвитку оздоровчого туризму. Є країни, що можуть бути безпосередніми конкурентами України на ринку оздоровчого туризму, наприклад у Чорноморському регіоні, мають схожі соціально-економічні та історичні аспекти розвитку лікувально-оздоровчого туризму та переживають трансформацію своєї економіки, гармонізацію законодавства до вимог та директив ЄС. Даний аспект важливий для України, оскільки сфера лікувально-оздоровчого туризму знаходиться у перманентній трансформації з переходом до ринкових механізмів управління. Залучення іноземних, у першу чергу, європейських споживачів до українського ринку, потребуватиме гармонізації законодавчого поля, відповідного рівня інфраструктури та стратегічного розвитку та інтеграції до ринку оздоровчого туризму ЄС [26, с. 113]. Для вітчизняного оздоровчого туризму, на нашу думку, потрібно не тільки гармонізувати законодавче поле, про що ми також вже зазначали, а й вирішити організаційні питання та створити умови для більшого залучення інвестицій, у тому числі іноземних.

Аналізуючи практичний досвід державної політики в сфері забезпечення ефективного функціонування туристичного бізнесу в країнах ЄС, слід відмітити важливість наявності сприятливого інституційного середовища, яке включає в себе нормативно-правову, організаційну, інформаційну та інфраструктурну складові. Туристична галузь не може діяти ізольовано, вона має активно інтегруватися в національну систему соціально-економічних відносин на регіональному та загальнонаціональному рівнях, а також бути повноцінною складовою глобального господарського механізму.



В період пандемії коронавірусу серед експертів туристичного ринку склалися дві достатньо полярні точки зору. Одні були впевнені в тому, що вже через пів року чи рік світ повернеться до докризового стану, водночас відновиться туризм. Інші ж вважали, що світ уже ніколи не буде таким, як раніше, тому вже зараз необхідно адаптуватись до нових реалій. Через це, розробляючи стратегії розвитку туристичної галузі на найближчу перспективу, потрібно глибоко проаналізувати власний досвід та досвід інших країн щодо стримування поширення пандемії і запровадити такий інструментарій, який би допоміг уникнути в майбутньому важких локдаунів та захистити туризм від ризиків значних потрясінь. Напевно, такий підхід є виправданим з огляду на останні невтішні новини щодо виявлення в окремих країнах випадків зараження більш агресивним індійським штамом коронавірусу SARS-CoV-2 «Дельта». Однак варто наголосити на тому, що закриття кордонів створило підґрунтя для активізації внутрішнього туризму, а це для національної економіки є позитивним імпульсом (особливо сприятливий чинник для розвитку регіонів та місцевих громад), тому вкрай важливо в умовах послаблення карантинних обмежень та відповідного відносно стрімкого зростання туристичної активності громадян у країні витримати оптимальне співвідношення ціни та якості послуг. На жаль, в Україні значна частина доходів від туризму формується в «тіні», функціонує чимало готелів, що несертифіковані, та туристичних підприємств, які продають туристичні послуги, не маючи туроператорської ліцензії [52, с. 33]. Проте, зважаючи на повномасштабну російську агресію проти нашої країни, на нашу думку, ситуація із розвитком світового туристичного ринку, особливо європейського, може ще погіршитися. Це може відбутися через застороги щодо поширення цієї агресії за межі України та погіршення логістичних зв'язків.

Проте, як певна перевага у порівнянні з іншими країнами Європи, в Україні є великий потенціал як важливого транспортного зв'язку між сходом та заходом. Економічне зростання може очікуватися з встановленням більш тісних зв'язків з Європою. Спрощення візового режиму та вхід до відкритих повітряних просторів є чинниками, які мають стимулювати конкуренцію між авіалініями та

знизити вартість подорожей, а також створити більший попит на повітряні перевезення. Однак, це може статися тільки після припинення військових дій.

У внутрішнього туризму є перспективи розвитку, оскільки багато хто боїться або не може собі дозволити відпочинок за кордоном, як наслідок – зазначена категорія громадян готова переорієнтуватись на вітчизняні курорти.

Дуже негативно на розвиток потенціалу туристичної галузі та транспортну інфраструктуру впливає війна та системна економічна криза в Україні.

Основними проблемами транспортних перевезень туристів, як вважають вітчизняні дослідники, є:

- низька конкурентоспроможність;
- неврегульованість питання щодо джерел фінансування;
- відсутність законодавства щодо залучення іноземних інвестицій [102, с. 72].

Безперечно чим цікавіший регіон для іноземних та внутрішніх туристів, тим більше можливостей у доступності туристичних послуг, інвестицій та інновацій. Головним лімітованим фактором розвитку туризму є інвестиції в галузь «туризм». Капітальні інвестиції – це головний обмежувач, що впливає на розвиток туристичної конкурентоздатності регіону. Аналіз індексу туристичної конкурентоспроможності дозволив оцінити рівень розвитку галузі країни. В Україні спостерігається непропорційний розвиток інвестиційної діяльності в столиці, великих бізнес-центрах країни та менш розвинених і менш значимих регіонах. Сукупність великих історико-культурних та бізнес-регіонів формує опорний каркас туристичної дестинації. Транспортна доступність, ефективний розвиток підприємництва, висока рентабельність бізнесу є факторами гарантованого конкурентоспроможного розвитку туризму. Віддалені та слаборозвинені території залишаються непривабливими як для інвесторів, так і для туристів. Встановлено, що по мірі зростання в регіонах розміру інвестицій у галузь зростає індекс туристичної конкурентоспроможності зі значним одночасним зниженням щільності регіонів [21, с. 178-179].

Теоретичні аспекти інтеграції вітчизняної туристичної галузі у світовий глобальний ринок та вплив цього процесу на рівень її інвестиційного капіталу є важливими для розуміння сучасних тенденцій та викликів, з якими стикається туристична індустрія України. За допомогою статистичних методів, дослідники аналізують динаміку основних показників діяльності туристичної галузі протягом останніх років. Це дозволяє визначити вплив інтеграції на рівень інвестиційного капіталу в цю сферу.

Зокрема, вивчаються такі аспекти:

*Динаміка туристичної галузі:* Аналізується зміна обсягів туристичного потоку, прибутковості, кількості туристичних об'єктів та інших показників.

*Вплив інтеграції на ефективність розвитку:* Досліджується, як інтеграція впливає на розвиток туристичної галузі, її конкурентоспроможність та інвестиційний потенціал.

*Стратегії інтеграції:* Вивчаються різні підходи до інтеграції вітчизняної туристичної галузі у світовий ринок, включаючи партнерства, маркетингові стратегії та інші аспекти.

Сучасний розвиток туризму та рекреації, який базується на основних елементах – масовість, інтегрованість, соціально-економічний характер – суттєво вплинув на динаміку туристичного та рекреаційного ринку і зумовив розгляд туристично-рекреаційної діяльності як соціально-економічного явища. Участь України у міжнародних туристично-рекреаційних взаємовідносинах є одним з провідних напрямів європейської інтеграції країни. Для цього мають бути створені сприятливі умови для формування національного ринку конкурентоспроможних туристичних і рекреаційних послуг на основі нових механізмів господарювання, в умовах відкритої економіки. Проте реалізація проектів єврорегіональної співпраці в Україні лише на основі використання практичного досвіду, без належного теоретико-методологічного обґрунтування, не сприяє досягненню потенційної ефективності транскордонного співробітництва, використанню усіх його можливостей та поширенню по всьому

периметру кордону, як це відбувається в інших європейських країнах [94, с. 35-36].

Дослідники стверджують, що при дослідженні українського ринку туристичних послуг в умовах інтеграції до Євросоюзу, необхідно підкреслити, що країна володіє значними конкурентними перевагами в пропозиції туристичного продукту, а саме: зручне географічне розташування, сприятливий та різноманітний клімат, універсальне поєднання природно-рекреаційних ресурсів, а також багата культурно-історична спадщина. Визначені проблеми набуття нової якості економічного зростання та здійснення структурних економічних перетворень з метою підвищення рівня конкурентоспроможності на загальноєвропейському ринку. Туристична галузь набуває дедалі більшого значення для розвитку економіки та соціальної сфери України. Перспективність розвитку туризму як галузі народного господарства підтверджується всіма прогностичними даними світової туристичної організації, відповідно до яких у ХХІ ст. туризм стане найважливішою рушійною силою світового розвитку [16, с. 313]. Зважаючи на цю ситуацію, можемо зауважити, що туристична галузь України є однією із недооцінених галузей економіки нашої країни, особливо з точки зору її інвестиційного потенціалу.

Вчені також зазначають, що за туристично-рекреаційним потенціалом Україна має всі можливості бути туристичною державою світового рівня. Для цього необхідна цілеспрямована та систематична діяльність щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків, основою якої має бути інтеграція України до європейської спільноти, формування дієвих механізмів управління розвитком туристичної галузі, розвиток національної економіки та культури, ефективне використання туристичних ресурсів. Це підвищить в країні рівень європейської культури та інтеграцію до загальноєвропейського освітнього та науково-технічного середовища [105, с. 224]. До прикладу, використовуючи в повному обсязі свій туристично-рекреаційний потенціал, Львівщина може стати стратегічно важливим культурним, політичним та економічним регіоном України, який, водночас, є найбільшим туристично-відпочинковим та курортним

регіоном Західної України [65]. Львівщина відома як одне з найкращих в Україні місць рекреації й туризму. В області налічують 400 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, зокрема державний природний заповідник «Розточчя», 33 заказники, 240 пам'яток природи, 55 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 61 заповідне урочище. Потужною зоною сільського туризму є південь Львівської області, а саме територія Українських Карпат та Прикарпаття. Найбільшими центрами пізнавального туризму є Львів та низка старовинних міст області з їхніми історико-архітектурними пам'ятками, такі як Жовква, Дрогобич, Городок, Самбір, Золочів тощо [7, с. 105]. До того ж зазначимо, що Львівщина географічно вдало розташована для розвитку міжнародного туризму та інтеграції вітчизняної туристичної галузі у світову.

Якщо розглянути розвиток та інвестування, наприклад, сільського туризму за кордоном, то можна констатувати, що на сьогоднішній день єдина універсальна концепція розвитку сільського туризму в країнах Європи та світу відсутня, та й навряд чи вона взагалі може бути створена, враховуючи історію, культуру, традиції, природні умови кожної з країн. Спільним у розвитку виступає лише те, що сільський туризм перетворився на ефективний і перспективний сектор туристичної індустрії, який приносить прибутки, відроджує мало розвинені сільські території та розширює спектр зайнятості сільських жителів.

Серед країн Північної Європи, сільський туризм з усіма його традиціями, особливостями та цінностями упродовж багатьох десятиліть розвиває Великобританія. У Фінляндії найбільшим попитом туристів користуються невеличкі будиночки без господарів, розташовані на берегах природо-заповідних територій, озер чи річок. Сільський туризм в Ісландії представлений мережею із 140 агроосель, що забезпечують більше 4 000 ліжок по всій країні. Сільський туризм у Латвії – це форма туризму, який відбувається у сільських місцевостях, забезпечує прибутки місцевому населенню, пропонує індивідуальний відпочинок туристам. В Німеччині сільський туризм розглядається в рамках так званої концепції «сталого розвитку» (sustainable

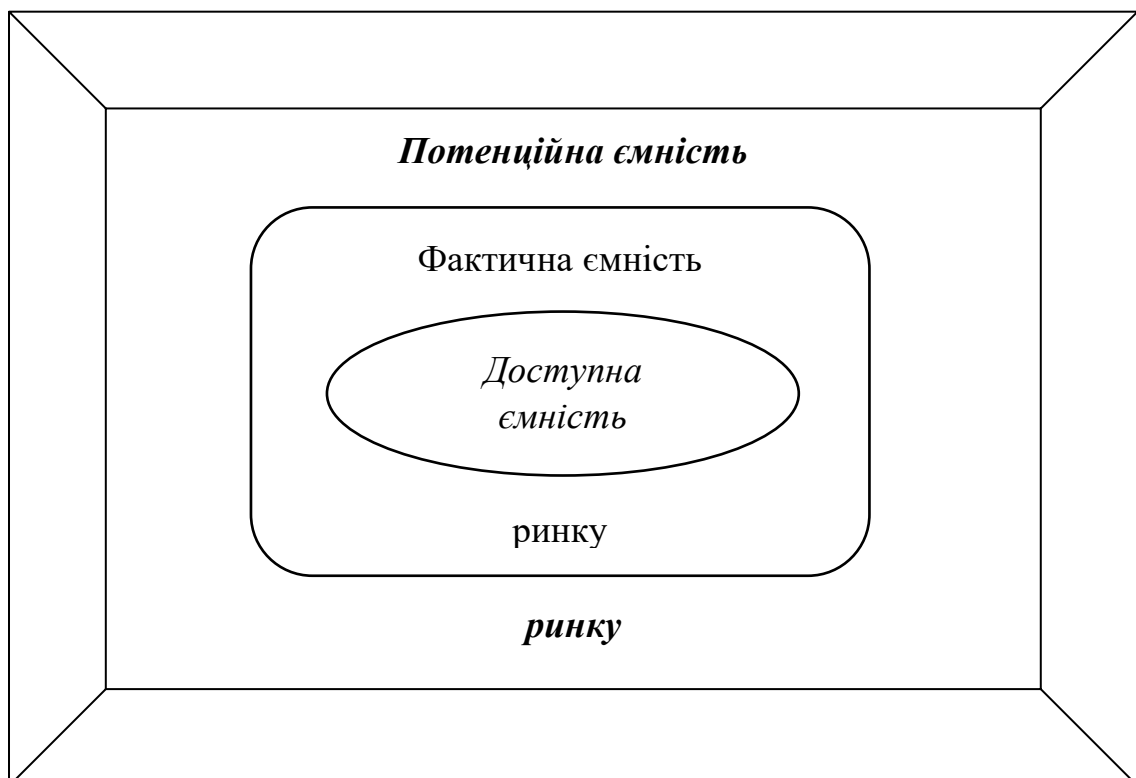
development) сільської місцевості і керується міністерством сільського господарства. Німецька концепція сільського туризму несе велике соціокультурне навантаження: збереження і популяризацію традиційного вигляду села, «сільської філософії», традиційних навичок і ремесел. Цікавим є досвід сільського туризму в Австрії. Ця невелика альпійська країна, за площею співрозмірна з Карпатським туррегіоном України, нині налічує понад 15000 зареєстрованих агротуристичних господарств сумарною місткістю 170000 ліжок/місць. Сучасний агротуризм в Італії представлений справжніми міні-готелями рівня 3-4 зірок з антикварними меблями, обладнаними санвузлами, басейнами, тенісними кортами тощо [67, с. 45-48]. В контексті проведеного вище аналізу розвитку сільського туризму за кордоном потрібно зауважити, що доходи від такої діяльності можна розглядати як майбутні інвестиції у туристичний бізнес, і що важливо, у відродження та розвиток сільських територій. Крім того, податки від ведення такого бізнесу значно поповняють місцеві бюджети. На наше переконання, залучення такого досвіду у національний туристичний бізнес може мати суттєвий успіх та надасть потужного розвитку вітчизняним сільським територіям.

Цінним для розвитку вітчизняного ринку може бути досвід деяких держав світу, де проходили військові дії та відбувалися інші форс-мажорні події. Як засвідчує міжнародний досвід, констатують вчені, швидкий розвиток туристичного сектору економіки можливий під час економічних криз, і, навіть, після військових конфліктів. Для таких Країн як Чилі, Аргентина, Хорватія, Словенія, Чорногорія саме стимулювання зовнішнього та внутрішнього туристичного попиту в поєднанні із залученням інвестицій у туристичну інфраструктуру стали основним чинником економічного зростання після тривалих скрутних періодів.

Наближення до середньоєвропейського рівня попиту на туристичні послуги в довгостроковій перспективі створюватиме головний резерв розвитку і для вітчизняної туристичної галузі. Такий розвиток безпосередньо пов'язаний із визначенням потенціалу туристичного ринку, як у загальнонаціональному, так і

в регіональному масштабі та реалізацією можливих кроків щодо підвищення ефективності його використання. Відносно ринкового потенціалу або потенційної ємності ринку точиться досить тривала дискусія, учасники якої, разом з цією категорією, у не завжди співпадаючих значеннях, використовують такі поняття, як «обсяг ринку» і «розмір ринку». Науковці під потенційною ємністю регіонального туристичного ринку розуміють максимально можливий обсяг продажів у ринковій ситуації, коли всі потенційні споживачі придбають туристичні продукти, виходячи з максимально можливого рівня їх споживання. Потенційна ємність становить найбільший з усіх кількісних параметрів туристичного ринку (рис. 1.11).

Доступна ємність має суто мікроекономічну природу. Вона характеризує обсяг реалізації, на який може претендувати певна компанія з наявним у неї продуктовим асортиментом та його характеристиками.



**Рис. 1.11. Ємність туристичного ринку**

Джерело: побудовано автором з використанням інформації [73].

Іншими словами доступна ємність відображає рівень попиту, який компанія має можливість задовольнити, за умови використання всіх наявних у неї ресурсів. Під час розрахунку доступної ємності ринку туристичне підприємство звужує фактичні межі ринку, розглядаючи як потенційних споживачів тільки тих, хто відповідає її критеріям цільової аудиторії. Кількісне визначення доступної для компанії ємності ринку часто поєднується із розрахунком фактичних ринкових часток у процесі порівняльного конкурентного аналізу туристичних підприємств [73, с. 113-114]. Зауважимо, що на нашу думку, необхідно більше звертати увагу на те, щоб збільшити відсоток доступної ємності ринку у порівнянні із фактичною та потенційною. Одним із факторів такого збільшення може бути ширше впровадження інвестиційно-інноваційних проєктів, здобуття конкурентних переваг перед іншими підприємствами.

Загалом, світ стає все більш відкритим для подорожей між країнами, особливо з огляду на те, що Інтернет робить економіки все більш і більш взаємопов'язаними. Згідно з урядовими даними (США), китайські відвідувачі витрачають на людину більше, ніж середньостатистичний відвідувач, приблизно 7000 доларів за кожен; Це ще один привід для оптимізму щодо нових змін [14].

Китай є одним з найбільш швидкозростаючих ринків виїзних подорожей у світі. Завдяки зростанню наявних доходів та послабленню обмежень на закордонні поїздки, з 2000 року кількість виїзних поїздок зростала в середньому на 22% на рік, досягнувши майже 35 мільйонів у 2006 році. Китай посідає 5-те місце у світі за витратами на поїздки за кордон – у 2007 році було витрачено 30 мільярдів доларів США. У 1995 році Всесвітня туристична організація (UNWTO) передбачила, що до 2020 року Китай генеруватиме 100 мільйонів прибуттів у всьому світі, що зробить його четвертим за величиною ринком у світі (UNWTO Tourism 2020 Vision). З огляду на останні тенденції, компанія планує досягти цієї мети, стверджують дослідники, задовго до 2020 року. Щоб отримати максимальну віддачу від будь-якого ринку, потрібно добре його знати. Метою нового звіту ETC/UNWTO є краще розуміння структури, тенденцій та факторів.



Китайський ринок виїзних подорожей з особливим розумінням іміджу Європи як дестинації охоплює перспективи Китаю як вихідного ринку, включаючи результати опитувань споживачів [119].

Туризм – це діяльність, де капітал, інфраструктура, знання та доступ до глобальних маркетингових та дистриб'юторських мереж є критично важливими. Прямі іноземні інвестиції часто розглядаються як один з найефективніших рушіїв для використання цих елементів. Тому більшість країн, що розвиваються, надають першочергового значення, часто найвищого пріоритету, залученню таких інвестицій [113, с. 6]. На нашу думку, для нашої країни залучення прямих іноземних інвестицій також повинно бути важливим пріоритетом для розвитку вітчизняної туристичної галузі. Для цього в Україні є відповідний потенціал.

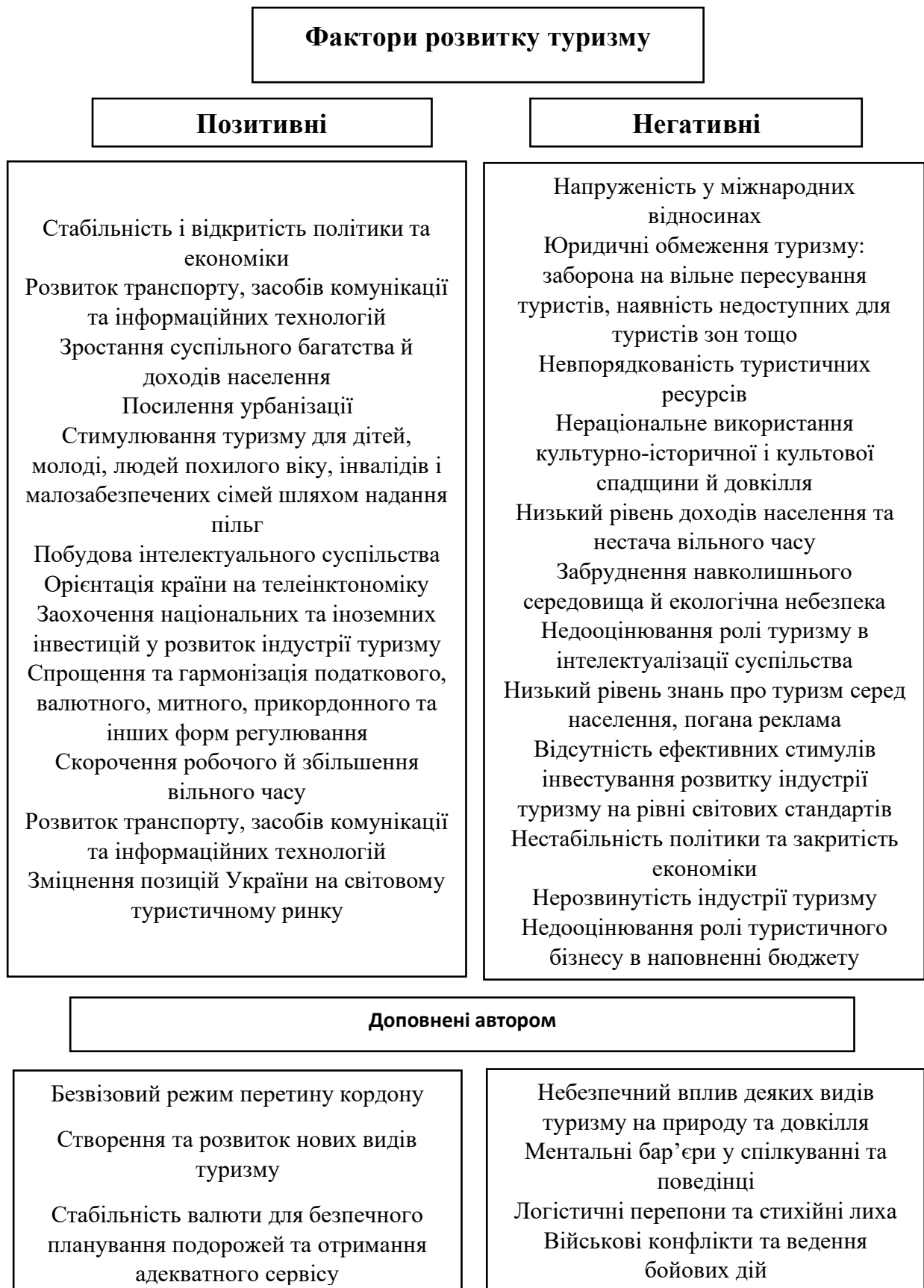
У всьому світі туризм залишається сектором, де домінують жінки. Незважаючи на значні відмінності між регіонами, використання даних Міжнародної організації праці (МОП) з категорії «послуги з розміщення та харчування» як опосередкованого показника показує, що жінки складають більшу частину робочої сили в туризмі в 69 % країн, за які є дані. Цей висновок підкреслює потенціал туризму як ключового сектору для просування гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок [120, с. 32]. Проте, щодо оплати праці, то у 92 країнах світу немає законодавчих положень про рівну винагороду за рівноцінну роботу. Усунення таких бар'єрів для роботи жінки має вирішальне значення, оскільки галузева сегрегація тісно пов'язана зі статтю різниця в оплаті праці та нижча зарплата для жінок, ніж для чоловіків, можуть перешкоджати спроможності жінки просування в кар'єрі [117, с. 31]. Щодо нашої країни, то у вітчизняній туристичній галузі немає ознак гендерної нерівності, і це є одним важливим потенціальним фактором для розвитку туризму. Проте, необхідно проводити цільову інвестиційну політику щодо поліпшення умов праці у видах туристичної діяльності, де працюють переважно жінки.

Якщо розглядати міжнародний туризм з точки зору економічної вигоди приймаючої сторони, то тут проявляється значна вигода. Розвиток туризму в

країні чи регіоні часто розглядається як величезна економічна можливість для створення доходу та зайнятості. Однак, якщо туризм не розвивається та не управляється відповідально, беручи до уваги місцеві потреби та проблеми, фактичні економічні вигоди можуть бути значно меншими, ніж очікувалося. Туроператори можуть сприяти підвищенню економічної стабільності туризму в пункті призначення, створюючи свої продукти для максимізації місцевих, регіональних і національних економічних переваг.

В загальному, позитивні економічні наслідки поділяються на три категорії: прямі, непрямі та індуковані. Прямі вигоди включають витрати туристів у місці призначення на їжу, сувеніри, екскурсії, чайові тощо. Вони також включають гроші, сплачені туроператорами місцевим постачальникам, включаючи готелі та місцевий транспорт компаній. Однак, якщо готель належить іноземцям, ці прямі вигоди будуть зменшені, оскільки частина грошей залишить країну через витік. Прямі місцеві економічні вигоди можна максимізувати шляхом проектування витрат з включенням місцевих постачальників. Непрямі вигоди включають дохід і зайнятість, створені товарами та послугами, що надаються туристам. Наприклад, їжа, закуплена готелями, може забезпечити роботу та дохід для місцевих фермерів або підприємств. Максимальне використання місцевих продуктів може збільшити ці непрямі впливи, що означає залучення більше туристів, щоб отримати таку ж економічну вигоду [114, с. 9].

Інтеграційні процеси у вітчизняній туристичній діяльності з роками будуть тільки покращуватися і вже тепер потрібно розставити пріоритети щодо інвестування галузі. Щоб більше залучати інвестицій, як зовнішніх, так і внутрішніх, необхідно виявити, перш за все, взаємозв'язок туристичної сфери із іншими галузями національної економіки. До того ж необхідно вивчити та проаналізувати вплив туристичної діяльності на довкілля та соціальні процеси нашої країни та визначити фактори та умови, які сприятимуть розвитку туристичної галузі, або ж гальмують ці процеси. Основні стимулюючі та уповільнюючі фактори, які впливають на розвиток туризму та його інвестиційний потенціал в Україні представлені на рис. 1.12.



**Рис. 1.12. Фактори, які впливають на розвиток туристичної сфери в Україні та залучення інвестицій з урахуванням інтеграційних процесів**  
Джерело: доповнено автором до інформації [21].

Цей перелік доповнений нами наступними стимулюючими та уповільнюючими факторами до запропонованих дослідниками, а саме: безвізовий режим перетину кордону, створення та розвиток нових видів туризму, стабільність валюти для безпечного планування подорожей та отримання адекватного сервісу – стимулюючі; та негативний вплив деяких видів туризму на довкілля, ментальні бар'єри у спілкуванні та поведінці, логістичні перепони та стихійні лиха, військові конфлікти та ведення бойових дій – уповільнюючі. За таким уповільнюючим фактором як негативний вплив деяких видів туризму на природу та довкілля та відміну від запропонованого вченими – забруднення навколишнього середовища й екологічна небезпека, маємо на увазі вплив вказаного фактора на зміну ландшафту території, міграції тварин та птахів, занесення туристами карантинних шкідників та рослин, різних хвороб рослин та тварин тощо.

Отже, туристична галузь наша країна має значний потенціал, щоб успішно інтегруватися світовий глобальний ринок. Ми маємо багату культурну та історичну спадщина, а також унікальні природні об'єкти, які є значимими факторами розвитку туристичної галузі. Проте, існують проблеми та складнощі щодо залучення більшої кількості туристів до нашої країни. Туристичний ринок більше орієнтується на виїзд українських туристів за кордон, ніж на збільшення кількості іноземних туристів в Україні. Тому, важливо постійно підвищувати інвестиційний потенціал галузі, розвивати її інфраструктуру та краще позиціонувати вітчизняний туризм на міжнародному рівні.

### **Висновки до розділу 1**

1. У сучасному світі туризм став частиною стилю життя багатьох людей і захоплення туризмом можна розглядати як складову якості їхнього життя. Туризм, перш за все, повинен бути спрямований на відновлення життєвих сил людини, більш повного відпочинку від виконання професійних та побутових обов'язків, отримання відчуття наближеності до природи, насолоди від

споглядання її краси, ознайомлення з природними пам'ятками та історико-культурними закладами. Через багатогранність туристичної діяльності, існує багато видів туризму і в кожній країні вони мають свою специфіку. В Україні можуть розвиватися усі основні види туризму, але пріоритетними його видами в нашій країні, на наш погляд, є культурно-пізнавальний; лікувально-оздоровчий; екологічний (зелений), сільський, промисловий, діловий а також міжнародний.

2. Багатогранність поняття «інвестиційний потенціал» пояснюється багатьма напрямками його застосування, тому єдиного визначення цього поняття немає. Об'єднує ці визначення розуміння, що «інвестиційний потенціал» – сукупність можливостей чи здібностей фінансування розвитку галузі. Поняття «інвестиційний потенціал туристичної галузі» теж не має єдиного визначення, тому ми трактуємо його як сукупність власних та залучених фінансово-економічних та матеріальних ресурсів, які можуть бути використані для реалізації стратегічної мети та тактичних цілей галузі на інноваційній основі.

3. В інвестиційній діяльності туристичної галузі необхідно враховувати нормативно-правові, економічні та організаційні чинники інноваційно-інвестиційних процесів на підприємстві. Такі чинники, як податкова та митна політика держави, кредитна доступність, стабільність правового поля мають значний вплив на ефективність інвестиційного процесу. Це дасть можливість прогнозувати залучення не тільки внутрішніх, а і зовнішніх інвестицій. Питання залучення іноземних інвестицій у туристичну галузь повинні розглядатися комплексно, враховуючи основні чинники інвестиційної стратегії.

4. Зростання інвестиційного потенціалу вітчизняної туристичної галузі значно посилює і загальний її потенціал. З іншого боку, туристичний потенціал України використовується не в повній мірі. Його повнішому використанню за недавнього часу перешкоджали обмеження, пов'язані із COVID 19 та інші негативні чинники, а зараз повномасштабна російська агресія проти нашої країни. Іншими негативними факторами у стримуванні розвитку туристичної галузі є недостатня кількість та якість інфраструктурних об'єктів, низький рівень фінансового та кадрового забезпечення, а також інформаційного забезпечення.

Проте, для розвитку туристичної галузі потрібно знаходити нові можливості, а саме: впровадження сучасних технологій, розширення географії туризму, збільшення привабливості вітчизняної туристичної галузі для іноземних туристів. Ми переконані, що впровадження таких інновацій повинно супроводжуватися збільшенням активності інвестиційної політики держави та приватних інвесторів.

5. Одним із головних чинників залучення інвестицій у вітчизняну туристичну галузь ми визначаємо створення та розвиток регіональних туристичних кластерів на інноваційно-інвестиційній основі. В організації їхньої роботи варто переймати досвід функціонування подібних кластерів в Європейському Союзі. Кластеризація туристичної галузі документально закріплена вищими керівними органами європейського співтовариства. Механізм цього процесу базується на співпраці державних і недержавних організацій за обов'язкової участі громадських організацій, зокрема профспілкових, екологічних, культурних тощо. Застосування в країнах ЄС інтегрованого підходу у створенні кластерів, а особливо у туристичній галузі, посилює економічне зростання не тільки туристичного підприємства як одиниці кластеру, а й економіки регіону в цілому, посилює його інвестиційну привабливість.

6. Сучасні умови ведення туристичного бізнесу передбачають виконання комплексу заходів, спрямованих на підвищення якості надання туристичних послуг. Тому важливим інструментом цього комплексу заходів є екологічна сертифікація туризму та дотримання національних стандартів сфери туризму. Більш повна стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності, створять умови для зміни на краще практики й поведінки всіх учасників туристичного бізнесу. Запровадження прозорих правил гри буде сприяти збільшенню інвестиційного потенціалу туристичної галузі, особливо залучення закордонних інвестицій.

7. Для оптимального формування та розвитку інвестиційного потенціалу туристичних підприємств необхідно дотримуватися певних принципів, зокрема

врахування стратегічних цілей підприємства при формуванні та нарощуванні інвестиційного потенціалу підприємства; забезпечення гнучкості інвестиційного потенціалу до впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища; забезпечення диверсифікованого використання інвестиційного потенціалу; необхідності оптимізації структури інвестиційного потенціалу підприємства; врахування ризиків та їх оцінка при прийнятті рішень щодо використання інвестиційного потенціалу.

8. Для вимірювання ефективності розвитку туристичної галузі необхідна певна система показників. Існує кілька таких систем, проте на нашу думку, Європейську систему показників туризму найбільш повна і підходить для всіх туристичних напрямків, спонукаючи їх до більш раціонального підходу до планування та ведення туристичної діяльності. Ця система досить зручна у використанні для збору даних і детальної інформації та дозволяє суб'єктам туристичного бізнесу контролювати свою діяльність. Хоча вона також не є досконалою. У ній допускається дублювання деяких показників та не визначено їх ступінь впливу на загальний результат. Проте, ця система показників є дієвим інструментом управління, який підтримує стійкий підхід до розвитку туристичної галузі, зокрема її інвестиційного потенціалу.

9. Нинішні складні умови для туристичної галузі України, а саме: повномасштабна російська агресія та продовження дії воєнного стану, не сприяють покращенню позиціонування країни на міжнародному ринку туризму. Відбувається відтік капіталу, зниження реального доходу населення, уповільнилися темпи зростання економіки. Проте потрібно використовувати усі можливості для розвитку міжнародних зв'язків, особливо із країнами Євросоюзу. Для цього необхідно забезпечити формування дієвих механізмів управління розвитком туристичної галузі та ефективніше використовувати туристичні ресурси.

Результати розділу 1 знайшли своє відображення у таких працях автора: [6-10].

## Список використаних джерел до розділу 1

1. Алексєєва Т. І., Тарелкіна Д. О. Інвестування в туристичну індустрію України: сучасний стан, проблеми та перспективи. *Причорноморські економічні студії*. 2016. № 11. С. 52–55. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/13.pdf>
2. Ангелко І. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Український соціум*. 2014. №2 (49). С. 71–79. URL: <http://surl.li/dybdn>
3. Андрусак, Н., & Аніпко, Н. (2022). Туризм в умовах війни: особливості туристичних пріоритетів, пошуку та пропозицій. *Науковий вісник Чернівецького університету : Географія*, (839), 31-39. DOI: <https://doi.org/10.31861/geo.2022.839.31-39>
4. Арбузова Ю. В., Яковенко В. Д. Перспективні напрями розвитку зеленого туризму в Україні. *Інформаційні технології в освіті, науці та виробництві*. 2013. Вип. 3 (4). С. 120–128. URL: <http://dspace.op.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2565/1/18.pdf>
5. Ахламов А. Г., Карпенко Л. М., Козинський С. М., Швець І. В. Формування інвестиційного механізму розвитку територій: індикатори та стратегічні імперативи: монографія / за заг. ред.: А. Г. Ахламов, Л. М. Карпенко. Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2020. 236 с. URL: [http://www.oridu.odessa.ua/9/buk/form\\_invest\\_mech.pdf](http://www.oridu.odessa.ua/9/buk/form_invest_mech.pdf)
6. Білецька Н.В., Транченко Л.В., Яворська В.В., Транченко О.М., Мазур Г.О. Розвиток індустрії туризму та гостинності в Україні. *Підприємництво і торгівля : збірник наукових праць*. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2020. Вип. 26. С. 10-18. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-02>
7. Білецька Н. В., Тарасюк М.В., Нагорний В. В. Роль діджитал процесів в інноваційному розвитку українського бізнесу: економічний аспект. Інвестиції: практика та досвід. 2023. No 9. С. 28- 35. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.9.28>



8. Білецька Н., Головка О., & Лемак В. (2024). Сучасні концепції розвитку туристичних та ресторанних кластерів гірських територій. *Економічний простір*, (191), 40-45. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-8>
9. Білецька Н. В., Папп В.В., Білецький В.В. Вплив конвергентних технологій на управління бізнес-процесами туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання «Економіка та суспільство». Випуск. № 62/2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-59>
10. Білецька Н. В. Інвестиційний потенціал туристичної галузі України в системі стратегічного управління його розвитком. *Бізнес Інформ*. № 5. 2024. С. 175-181. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-175-181>
11. Влащенко Н. М. Інноваційні технології у готельному господарстві : навч. посіб.; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. 150 с. URL: <http://surl.li/tddks>
12. Воловельська, І., & Толстова, А. (2023). Аналіз проблем та перспектив розвитку організаційно-економічних аспектів підприємств туристичної галузі в Україні. *Трансформаційна економіка*, (4 (04), 14-17. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-4-3>
13. Ворсовський О. Л. Теоретико-методичні основи інвестиційного потенціалу підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2007. № 15. С. 8–11.
14. Всесвітня туристична організація [Електронний ресурс]. URL: <http://www.world-tourism.org>.
15. Гавриленко Н. Г., Олійник О. В. Оптимізація інноваційно-інвестиційних процесів підприємства на основі використання ІКТ. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. 2023. № 2 (13). С. 110–120. DOI: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2023.2.12>
16. Гальцова О. Л. Юрченко Н. І. Основні аспекти туристичної галузі України в період євроінтеграції. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 4(15). С. 310–313. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2019-4-49>

17. Герасимів З. М., Христенко Г. М., Особливості розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.5.80>
18. Гладинець Н. І. Особливості стратегічного управління ресурсами підприємств туристичної галузі. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2017. № 12. С. 41–49. URL: [https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2019/12/2017\\_12\\_041.pdf](https://nonproblem.net/wp-content/uploads/2019/12/2017_12_041.pdf)
19. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. *Modern Economics*. 2021. № 30. С. 71–75. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-11](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-11)
20. Гончаров С. М., Кушнір Н. Б. Тлумачний словник економіста / за ред. проф. С. М. Гончарова. К.: Центр учбової літератури, 2009. 264 с.
21. Грибова Д. В., Збарський В. К, Талавиця М. П., Охріменко І. В., Хомів Н. Й., Ярема Л. В.. Стратегія розвитку туристичної галузі в Україні: монографія. Київ. ЦП «КОМПРИНТ»., 2022. 453 с. . URL: [http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/17261/1/monografiya\\_2022\\_.pdf](http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/17261/1/monografiya_2022_.pdf)
22. Грищенко, С. (2023). Туристична індустрія України: аналіз тенденцій та чинників розвитку в координатах повоєнного відновлення. *Економіка та суспільство*, (52). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-29>
23. Гуменюк Г. М., Польова Л. В., Гуменюк А. І. Туристичний кластер як форма розвитку та успіху туристичної діяльності Івано-франківської області. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2022. № 5. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-01>
24. Гуштан Т. В., Каганець-Гаврилко Л. П. Особливості функціонування готельно-ресторанного бізнесу в сучасних умовах. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Вип. 37. С. 242-250. DOI: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.8058587>
25. Давидова О. Г. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. *Вісник Київського національного університету імені*

Тараса Шевченка 2015. № 7(172). С. 65–69. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2015/172-7/9>

26. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції : монографія / За заг. ред. В. Г. Герасименко, О. Л. Михайлюк. К.: ФОП Гуляєва В. М., 2019. 332 с. URL: <http://surl.li/swfcb>

27. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків : ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с. URL: [http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono\\_final.pdf](http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/25921/1/Mono_final.pdf)

28. Дрич А. Основні способи досягнення інвестиційної привабливості України. *Вісник НБУ*. 2010. № 4. С. 40–41. URL: <https://journal.bank.gov.ua/archive/2010/4.pdf>

29. Дяченко Л. А. Суть та особливості управління підприємствами туристичної сфери. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2012. № 1. URL: [http://herald.chite.edu.ua/2012\\_1/](http://herald.chite.edu.ua/2012_1/)

30. Етимологічний словник української мови: У 7 т. Т. 4: Н-П / [уклад.: Р. В. Болдирєв та ін.]; за заг. ред.: В. Т. Коломієць, В. Г. Складенко. Київ, 2003. 656 с. URL: <https://archive.org/details/etslukrmov4>

31. Єпіфанова І. Ю., Бардадин О. А. Сутність інвестиційного потенціалу підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 14. С. 39–42. URL: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=5607&i=6>

32. Загорянська О. Л. Екскурсійна діяльність як перспективний напрям розвитку туристичної галузі. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2020, № 3. С. 72–76. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/01/15-2.pdf>

33. Зарічна О. В. Економічна сутність інвестицій та їх роль в туристичній діяльності. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 5. Ч. 2. С. 81–85. URL: <https://ir.duan.edu.ua/server/api/core/bitstreams/c908dbec-6ac6-4dc0-b1c6-ce6617d30404/content>

34. Зарубіна, А., Сіра, Е., & Демчук, Л. (2022). Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*, (41). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>
35. Збарський В. К., Грибова Д. В. Сучасні особливості розвитку туристичної галузі в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 81–84. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.4.81>
36. Здреник В.С. Інвестиційний потенціал: сутність поняття та проблеми оцінки. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Економіка*. 2016. Вип. 1 (47). Т.1. С. 363–367. URL: <http://surl.li/tevcy>
37. Китайчук Т. Г. Інвестиційна привабливість: теоретичний аналіз та впливові фактори. *Економіка та суспільство*, 2023. № 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-65>
38. Кифяк В. Ф. Розвиток туризму, як один зі сценаріїв покращення соціально-економічного стану Чернівецької області. *Туризм*. 2015. Вип. II (58). С. 67–81. URL: <http://surl.li/serjk>
39. Комеліна О. В., Ісмаїл Шаміла Хассан. Наукові засади розвитку туристичної галузі у сучасних умовах. *Економіка і суспільство*. 2017. № 11. С. 86–90. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/11\\_ukr/14.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/11_ukr/14.pdf)
40. Кондрацька Л. Інвестиційна привабливість індустрії туризму в теперішніх умовах. *Галицький економічний вісник*. 2021. Том 71. № 4. С. 7–13. DOI: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2021.04.007](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2021.04.007)
41. Конституція України. Офіційний сайт Верховної Ради України. 28 червня 1996 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
42. Концептуальні підходи до організації та діяльності туристичних кластерів : монографія /За заг. ред. І. В. Давиденко і О. Л. Михайлюк. К.: ФОП Гуляєва В.М., 2020. 497 с. . URL: <http://surl.li/oczwu>
43. Крамаренко К. М. Формування механізму управління інвестиційною діяльністю підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. №1(18). С. 104–108. DOI: <https://doi.org/10.32840/2522-4263/2020-1-19>

44. Крамарчук С. П., Лубкей Н. П. Теоретичні аспекти управління інноваційним проектом на вітчизняних підприємствах. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 252–255. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/49.pdf>
45. Крейдич І. М., Товмасян В. Р., Підходи до управління інноваційно-інвестиційними процесами на підприємствах. *Економіка та держава*. 2015. № 1. С. 33–35. URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/1\\_2015/9.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/1_2015/9.pdf)
46. Кривенкова Р. Ю. Поняття та сутність туристичного потенціалу : державноуправлінський аспект. *Державне управління : удосконалення та розвиток*. 2019. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2156-2019.9.70>
47. Кудла Н.Є. Формування туристичної політики на регіональному та місцевому рівнях. *Регіональна економіка*. 2012. № 3. С. 43–48. URL: [https://www.re.gov.ua/re201203/re201203\\_043\\_KudlaNY.pdf](https://www.re.gov.ua/re201203/re201203_043_KudlaNY.pdf)
48. Кузьміна, О., & Ярошенко, К. (2023). Інвестиційна привабливість України: оцінка та перспективні напрямки активізації. *Економіка та суспільство*, (49). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-38>
49. Кучерук Г. Ю., Вовк О. М. Економічне обґрунтування комплексної оцінки інвестиційного потенціалу авіапідприємства *Економіка. Фінанси. Право*. 2008. № 3. С.11–15.
50. Ластовенко. О. В. Теоретичні аспекти визначення суті інвестиційного капіталу в сучасних умовах. *Економічний вісник Донбасу*. 2013. .№ 2 (32). С. 92–95.
51. Лебедев І. В. Кластеризація туризму: досвід Європейського Союзу і завдання для України. *Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць*. Одеса : Одеський національний економічний університет. 2020. № 2(73). С. 175–184. DOI: [https://doi.org/10.33987/vsed.2\(73\).2020.175-184](https://doi.org/10.33987/vsed.2(73).2020.175-184)
52. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Тараненко О. О. Міжнародний та вітчизняний туризм в умовах пандемії: нові виклики та реальність. *Інтелект XXI*. 2021. № 3. С. 29–34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2021-3.6>

53. Лущик М. В. Функціонування туристичного сектору Хмельницької області в сучасних умовах. Вісник Хмельницького національного університету 2022, № 2, Том 1. С. 90–100. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(1\)-11](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(1)-11)
54. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). К.: Альтерпрес, 2002. 436 с. Електронний ресурс: URL: [https://infotour.in.ua/lubiceva\\_rtp.htm#google\\_vignette](https://infotour.in.ua/lubiceva_rtp.htm#google_vignette)
55. Мазуренко О. К., Заворуєва О. С. Інформаційно–методичне забезпечення діяльності туристичної галузі в сучасних умовах. *Економічний аналіз*. 2016. Том 25. № 1. С.45–50. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/8355/1/8.pdf>
56. Мазурець Р. Чинники функціонування й розвитку туризму в сучасних умовах. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2015. № 14 (315). С. 65–69. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15244/1/11.pdf>
57. Маковецька І. М., Вознюк І. В. Управління інвестиційною діяльністю сучасного підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2022. №3-4(40). С. 62–66. DOI: <https://doi.org/10.31673/2415-8089.2022.036266>
58. Мальська М. П., Худо В. В., Цибух В. І. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2004. 272 с. URL: <http://lib.pnu.edu.ua/elib/local/sk/sk660178.pdf>
59. Малюта К. Г. Фактори інвестиційної привабливості туристичної сфери України. *Modern Economics*. 2019. Вип. № 13. С. 168–173. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V13\(2019\)-26](https://doi.org/10.31521/modecon.V13(2019)-26)
60. Марценюк, Л. В. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник. Секція : Економічна теорія*. 2015. № 3. С. 76–82. URL: [https://ev.nmu.org.ua/docs/2015/3/EV20153\\_076-082.pdf](https://ev.nmu.org.ua/docs/2015/3/EV20153_076-082.pdf)
61. Машіка Г. В., П'ятка Н. С. Особливості функціонування суб'єктів туристичної індустрії в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-70>



62. Миронюк М. О., Бояринова К. О. Особливості управління інноваційно-інвестиційними процесами на підприємстві. *Актуальні проблеми економіки та управління: зб. наук. праць*. К.: КІП ім. Ігоря Сікорського. 2016. № 10. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/issue/view/2850>

63. Мірошніченко І. В. Теоретичні основи моделювання інвестиційного потенціалу України. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія Економіка. 2011. № 18. С. 572–582. URL: <https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/32716>

64. Морозова, О. (2020). Інвестиційність – основний чинник розвитку туристичної галузі південного регіону. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*, (2), 168-176. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.2.21>

65. Нагірняк А. Я. Львівщина як складова туристичної галузі України. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-30-39>

66. Нагірняк, А. (2021). Український туризм: проблеми та перспективи. *Старожитності Лукомор'я*, (3), 143-149. DOI: <https://doi.org/10.33782/2708-4116.2021.3.85>

67. Ніколаєв К. Д. Екологізація та розвиток сільського зеленого туризму в Україні: монографія. Київ: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. 153 с. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/9512?show=full>

68. Новий тлумачний словник української мови. В 3 т. Т. 3. / [уклад. В. Яременко, О. Сліпушко]. Київ: «Аконіт», 2001. 862 с.

69. Носирев О. О. Конкурентоспроможність та інноваційний розвиток підприємств готельно-ресторанного і туристичного бізнесу. *Збірник наукових праць Одеського національного економічного університету*. 2022. № 11-12 (300-301). С. 110–122. URL: DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2022-11-12-300-301-110-122>

70. Олексюк Г. В., Подольський О. С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. *Регіональна*

економіка. 2022. № 3. С. 95–105. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-3-10>

71. Олексюк. Г. В., Подольський О. С. Проблеми та перспективи туристичної індустрії України в умовах сучасних викликів. Регіональна економіка. 2022. № 3. 95–105. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2022-3-10>

72. Осипенко К. В., Перепадя Ф. Л. Організаційна поведінка як метод управління діяльністю сучасних туристичних підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент*. 2020. № 44. С. 43–49. DOI: <https://doi.org/10.32841/2413-2675/2020-44-5>

73. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / за заг. ред В. Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с. URL: <http://surl.li/bxwngx>

74. Перелік національних стандартів сфери туризму. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: <http://surl.li/szvtc>

75. Підвальна О. Г. Формування механізму управління інноваційною діяльністю компаній індустрії туризму в регіоні. *Підприємництво та інновації*. 2019. № 10. С. 107–113. DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/10.16>

76. Піляк, О., & Джусов, О. (2021). Особливості використання інноваційних інструментів залучення інвестицій у підприємства туристичної галузі: краудфандінг. *Економіка та суспільство*, (27). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-27-28>

77. Піменов В. Г. Розвиток екологічного туризму в Україні: основні поняття, проблеми, сучасний стан Вісник ХДАК. Випуск 52. 2018 С. 198–208. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5333.52.125115>

78. Погуда Н. В. Вплив війни в Україні на туризм: відновлення та розвиток. Туризм в Україні: виклики та відновлення [Електронний ресурс] : 3б. матеріалів Міжнародного туристичного форуму, Київський національний економічний університеті імені Вадима Гетьмана, м. Київ, 21–22 березня 2023 року. К.: КНЕУ, 2023. С. 171–174. URL: <http://surl.li/sweoa>



79. Погуда Н. В., Розметова О. Г. Сучасний стан туристичного ринку України: оцінка та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2018. № 10. . DOI: [10.32702/2307-2105-2018.10.57](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.10.57)

80. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР Редакція від 01.01.2024. URL: [Про туризм | від 15.09.1995 № 324/95-ВР \(rada.gov.ua\)](http://rada.gov.ua)

81. Просторова організація туристично-рекреаційної сфери регіону: монографія / за заг. ред. В. В. Паппа. Мукачєво: Редакційно-видавничий центр МДУ, 2016. 268 с. URL: <http://surl.li/tewrr>

82. Радченко Е. Є. Теоретичні основи формування та розвитку туристичного потенціалу регіону. *Ефективна економіка* 2018. № 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.12.212>

83. Редько К. Ю., Фурс О. С. Основні тенденції розвитку туризму в Україні. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*: зб. наук. пр. 2020. № 17. С. 220–227. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216338>

84. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>

85. Рябова Т. А. Стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4\\_2018/51.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/51.pdf)

86. Сабліна Н. В. Методичний підхід до управління інвестиційним потенціалом підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 15. Ч. 3. 2015. С. 102–105. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_15/economic\\_15\\_3.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_15/economic_15_3.pdf)

87. Світова туристична організація UNWTO [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://www.unwto.org/>

88. Січка І. І. Фактори впливу на інвестиційну привабливість туристичної та туристично-рекреаційної галузі України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. Вип. 10. Ч. 2. С. 96–100. URL: <http://surl.li/tewyi>
89. Скарга О. О. Напрями інтеграції України в світовий ринок туристичних послуг в умовах глобалізації. *Економічний простір*, 2018. Вип. 130. С. 36–49. URI: <http://srd.pgasa.dp.ua:8080/xmlui/handle/123456789/750>
90. Словник термінів туризму : Всесвітня туристична організація (ВТО). Офіційний сайт. URL: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>
91. Соловій І. П., Адамовський О. М., Дубовіч І. А. Сталий туризм: сучасний стан та перспективи розвитку в Україні. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-79>
92. Стойка С. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України в умовах економічної нестабільності. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 21. С. 86–90. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/21\\_2015/20.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/21_2015/20.pdf)
93. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України (від 16.03.2017 № 168-р). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text>
94. Стрішенець О. М. Алієва А. Ю. Теоретичні аспекти формування та розвитку транскордонного ринку туристично-рекреаційних послуг. Структурні зміни в економіці природокористування: теоретичні основи та прикладні аспекти [Текст] : [кол. моногр.] / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. М. Стрішенець. Луцьк : Вежа-Друк, 2016. С. 35–46. URL: <http://surl.li/texmw>
95. Табенська О. І. Розвиток інтеграційних процесів у туристичній сфері: монографія. Вінниця: ТОВ «Твори», 2022. 332 с. URL: <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/31260.pdf>
96. Трілленберг Г. Сільський туризм – важливий важіль економічного підйому депресивних територій. *Вісник THEU*. 2012. № 2. С. 159–167. URL: <http://surl.li/sweqj>

97. Трусова Н. В., Краснодєд Т. Л. Інструменти формування та розвитку світових туристичних кластерів. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 34. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-21>
98. Феєр О. В. Управління інвестиціями як складова інвестиційного механізму підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 5. С. 256–259. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/5\\_ukr/46.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/5_ukr/46.pdf)
99. Фесенко Г. О., Алещенко Л. О. Інвестиційна складова ефективного розвитку туристичного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. DOI: [10.32702/2307-2105-2020.12.200](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.200)
100. Хмелевський О. В., Кошівська М. В. Розвиток туризму в контексті євроінтеграції України. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 2(07). С. 15–20. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/970edc6f-d5d1-441f-9107-34bb897cbb00/content>
101. Цвілій С. М. Аналіз і оцінка інструментів стимулювання розвитку інвестиційного потенціалу туристичної індустрії. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1 (46). С. 149–154. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-21>
102. Черняєв Олександр, Ігнатенко Наталія, Бурдонос Людмила. Аналіз потенціалу туристичної галузі в Україні. *International Science Journal of Management, Economics & Finance*. Vol. 2, No. 1, 2023, pp. 65-74. DOI: <https://doi.org/10.46299/j.isjmef.20230201.07>
103. Четирбук О. Р., Голод А. П. Теоретичні засади інноваційного розвитку територіальних туристичних систем. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2023. № 17. С. 181–186. DOI: <https://doi.org/10.26565/2310-9513-2023-17-16>.
104. Чукіна І. В. Проблеми і потенціал розвитку туристичної галузі в умовах пандемії COVID-19. *Ефективна економіка*. 2022. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.2.87>
105. Шелеметьєва Т. В. Концепції формування механізмів управління розвитком туристичної галузі в Україні в умовах євроінтеграції. *Економіка і*

суспільство. 2018. Вип.16. С. 220–225. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/16\\_ukr/34.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/34.pdf)

106. Шелемєтьєва Т. В. Туристично-рекреаційний потенціал як основа розвитку туризму: науково-теоретичний аспект. *Інфраструктура ринку*. 2018. Вип. 15. С. 30–35. URL: [http://market-infr.od.ua/journals/2018/15\\_2018\\_ukr/8.pdf](http://market-infr.od.ua/journals/2018/15_2018_ukr/8.pdf)

107. Шуплат О. М. Формування поняття «туризм» у сучасній економічній науці. *Ефективна економіка*. 2015. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4659>

108. Юхновська Ю. Формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах. *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2019. Том 57. № 2. С. 18–27. (Економіка та управління національним господарством). DOI: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2019.02.018](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2019.02.018)

109. Язіна, В., Іванцов, С., Стоянов, Г. Теоретичні основи формування фінансового потенціалу підприємств туристичної індустрії та сфери гостинності. *Економіка та суспільство*, 2023. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-105>

110. Якимчук А., Попадинець Н., Валюх А., Скрипко Т., Левков К. Сільський «зелений» туризм як каталізатор розвитку місцевої економіки в процесі децентралізації влади. *Agricultural and Resource Economics*. 2021. Vol. 7. No. 1. P. 232–259. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2021.07.01.12>.

111. Яровий В .Ф., Юрченко В. В. Соціально-економічна ефективність діяльності туристичних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 53. С.135–139. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.53-20>.

112. Cluster policy in the context of eu strategy 2020. URL: <https://www.readkong.com/page/policy-brief-cluster-policy-in-the-context-of-eu-strategy-7303545>

113. FDI in Tourism: The Development Dimension United Nations, 2007. 167 p. URL: <http://surl.li/sweyd>

114. Integrating sustainability into business: A Management Guide for Responsible Tour Operations. United Nations Environment Programme Division of Technology, Industry and Economics. 2005. 63 p. URL: <http://surl.li/sweyh>

115. Summary report on cluster policies and programmes across Europe and priority third countries. 2022. 87 p. European Cluster Collaboration Platform. URL: <http://surl.li/szoxc>

116. The European Union: The European Tourism Indicator System : ETIS toolkit for sustainable destination management. - Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2016, P. 10: URL: <http://surl.li/swfck>

117. World Bank. 2024. *Women, Business and the Law 2024*. Washington, DC: World Bank. 140 p. DOI: <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-2063-2>

118. World Tourism Organization (2004), Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook (English version), UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284407262>

119. World Tourism Organization (2008), The Chinese Outbound Travel Market with Special Insight into the Image of Europe as a Destination, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284412372>

120. World Tourism Organization (2019), Global Report on Women in Tourism – Second Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420384>

## РОЗДІЛ 2

### МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

#### 2.1. Методологічні основи дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі

Наукові дослідження виникнення та розвитку туризму доводять його належність до соціально-культурного середовища, що еволюціонує під впливом держави, культури, науки, економіки. На сьогодні актуальним є науковий пошук статусу туризму у суспільстві; вивчення впливу розвитку туризму на процес децентралізації влади, розбудову сільських територій та розвиток об'єднаних територіальних громад. У контексті публічного управління туризм слід розглядати з позиції аксіології, що передбачає обов'язкове врахування духовних, моральних і гуманітарних аспектів виміру туризму та його зв'язок з формуванням ідеалів, норм та цінностей [50, с. 32].

Дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі, як і будь якої іншої, вимагає чіткого плану дій та визначення способів (методів) досягнення цілей. Вірно вибрана система методів та сукупність прийомів (методологія) наукового дослідження може гарантувати необхідний результат. Вчені зазначають, що в основі застосування методів наукового дослідження лежить методологія або вчення про метод. До найважливіших різновидів методології, що сформувалися у процесі історичного розвитку, належать наведені нижче:

**Консервативна методологія** сформувалася, очевидно, раніше за всі інші різновиди. Вона орієнтована на збереження та зміцнення системи знань.

**Утопічна методологія** спирається на ідею ідеального і її втілення у практику.

**Еклектична методологія** припускає методологічні перенесення, запозичення й інші види діяльності людини, наприклад, виробництво, торгівлю тощо.

*Діалектична методологія* відстоює ідею розвитку всього суцього: поява, становлення і відмирання.

*Раціоналістична методологія* припускає всебічну раціоналізацію пізнавального процесу.

*Позитивістська методологія* припускає операціоналізацію пізнання та його підкорення реальному практичному ефекту.

*Модерністська методологія* розглядає необхідність оновлення класичного раціоналізму новим раціоналізмом.

*Системна методологія* ґрунтується на системних уявленнях пізнаваного і використанні системних методів дослідження.

*Кібернетична методологія* орієнтована на розгляд пізнаваного із формальних позицій шляхом застосування кількісних моделей на основі кібернетичних уявлень.

*Постмодерністська методологія* формується на основних постулатах філософії постмодернізму, що заперечує традиції модернізму, закладені в європейській методологічній традиції Декартом, Спінозою, Кантом, Гегелем і Марксом. В основі методології лежать ідеї дискурсу та деконструкції бінарної опозиції, уживаної в мовному і літературному аналізі, яка означає бінарне протиставлення [33, с. 34-35]. Для дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі ми будемо використовувати декілька вищевказаних методологій, а також їх комбінації. На нашу думку, важливо розглядати інвестиційний потенціал туристичної галузі комплексно, застосовуючи такі методи та прийоми наукового дослідження, які би допомогли повніше розкрити сутність інвестиційного потенціалу та визначити значимість його як одного із найважливіших елементів туристичного потенціалу.

Таким чином, як вважають дослідники, специфіка методології дослідження певного процесу або явища обумовлюється не тільки самою сутністю об'єкта, а й поставленими завданнями, вирішення яких здійснюється в процесі обробки відповідного інформаційного матеріалу. В цьому аспекті відмічають вони, методологічні принципи вивчення господарської діяльності в

туристичному бізнесі мають принципові відмінності порівняно із аналогічними процесами в системі натурального виробництва, сфери послуг, фінансової діяльності тощо [17, с. 23]. Досліджуючи інвестиційний потенціал сфери туризму потрібно врахувати особливості інвестиційного процесу в галузі та основні фактори, які на це впливають. Ми погоджуємося із твердженням дослідників про необхідність дотримання методологічних принципів дослідження та достовірності цифрового матеріалу, який ми використовуємо. В дослідженні інвестиційного потенціалу сфери туризму важливо ширше застосовувати статистичні методи досліджень, зокрема табличний метод та метод зведення і групування. На наше переконання, достовірне подання статистичної інформації є основою для проведення аналізу в дослідженні та прогнозів розвитку економічного потенціалу підприємства, у тому числі й інвестиційного.

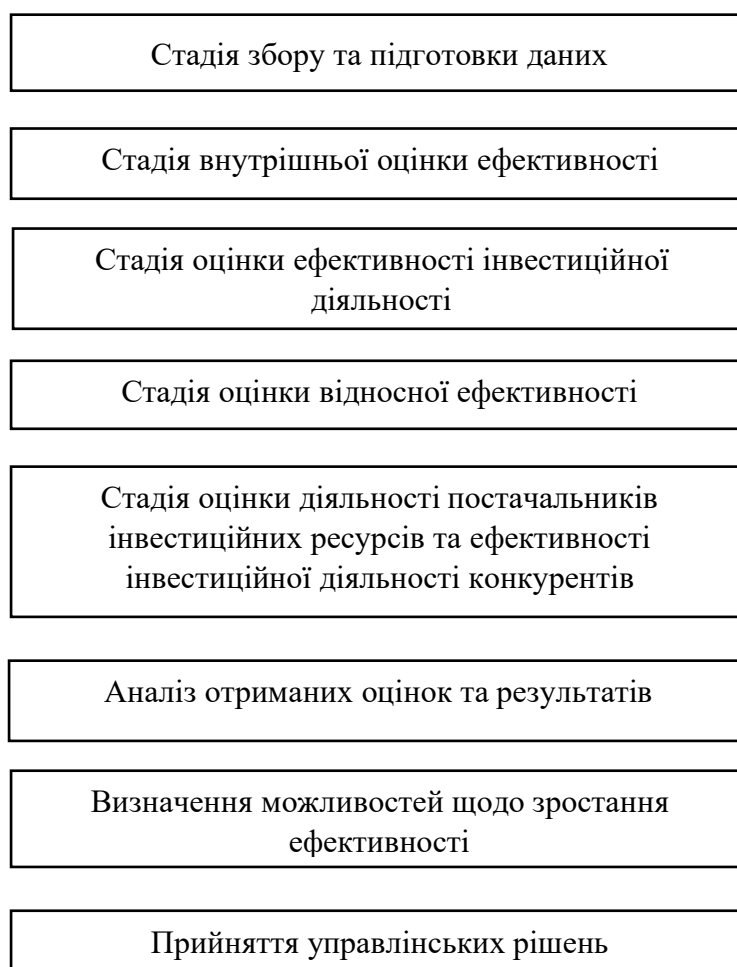
Якщо детально розглянути питання достовірності отриманих результатів дослідження та оцінки ефективності діяльності підприємства, зокрема туристичного, то можна констатувати, що в результаті аналізу приймаються відповідні висновки щодо можливих шляхів розвитку підприємства та приймаються управлінські рішення щодо поліпшення ефективності діяльності досліджуваного підприємства. Зокрема, рішення, на думку науковців, можуть стосуватися:

- усунення слабких місць на підприємстві, що призводять до зростання витрат ресурсів;
- усунення непродуктивних утрат робочого часу;
- заміни, оновлення чи вдосконалення технологій виробництва або окремих його етапів;
- заміни, оновлення чи вдосконалення існуючої маркетингової, логістичної та іншої політики підприємства;
- перегляду конкурентної стратегії підприємства, наприклад її переорієнтацію на наступальну стратегію або стратегію зростання за допомогою придбань;



– здійснення бенчмаркінгу ефективності, тобто переймання досвіду підприємства-еталона, якого було виявлено на останньому етапі третьої стадії методичного підходу, з повним або частковим копіюванням технологій та методів управління.

Після їх виконання традиційно відбувається контроль виконання та повторення оцінки ефективності діяльності підприємства за таким методичним підходом (рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Методичний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємства**  
Джерело: [11].

Циклічність запропонованого вченими методичного підходу забезпечує сталість процесу поліпшення ефективності діяльності підприємства за трьома основними аспектами (абсолютним, відносним та динамічним). Цей процес

лежить, стверджують вони, в основі управління ефективністю діяльності підприємства [11, с. 84].

Огляд літератури, присвяченій питанням аналізу ефективності діяльності підприємства, за твердженням науковців, показав різноманіття методичних підходів. Також можна знайти й різні методики аналізу ефективності діяльності підприємства (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

### Методики аналізу ефективності діяльності підприємства

| Методики                                          | Суть методик                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Горизонтальний і вертикальний аналіз балансу      | Передбачає читання аналізу фінансової звітності та, зокрема, дослідження статей балансу в динаміці, а також структури балансу                                                                                                                                 |
| Коефіцієнтний аналіз                              | Передбачає розрахунок сукупності коефіцієнтів, як відносних величин, які дозволяють робити висновки щодо якісних змін провадження підприємницької діяльності                                                                                                  |
| Порівняльний аналіз                               | Порівнюються кількісні показники підприємства із іншими суб'єктами господарювання, що виступають конкурентами                                                                                                                                                 |
| Факторний аналіз                                  | Будучи одним із методів деталізації, передбачає детальне дослідження вихідних факторів (показників) на результуючий показник – ефективність діяльності підприємства.                                                                                          |
| Вартісні методики                                 | Базуються на встановленні результуючого показника – вартість підприємства – як узагальнюючого критерію ефективності його діяльності                                                                                                                           |
| Методи експертних бальних оцінок                  | Передбачає застосування суб'єктивного підходу та бальної оцінки за окремими аспектами ефективності діяльності підприємства                                                                                                                                    |
| Методика розрахунку темпових показників           | Передбачає обчислення й аналіз темпових показників із «золотого правила економіки підприємства», що характеризується дотриманням наступних пропорцій: темпи росту прибутку вищі за темпи росту отриманих доходів, що вищі за темпи росту активів підприємства |
| Методика розрахунку показників ділової активності | Передбачає аналітичне дослідження системи показників ділової активності підприємства, за якими робиться висновок щодо загальної ефективності діяльності підприємства.                                                                                         |
| Методика розрахунку показників рентабельності     | Полягає у комплексному аналізі групи відносних показників рентабельності, що узагальнено дозволяють робити висновки щодо ефективності діяльності підприємства.                                                                                                |
| Методи оцінки грошових потоків                    | Передбачають застосування аналітичного інструментарію дисконтування при порівнянні різночасових витрат і доходів підприємства                                                                                                                                 |
| Інтегральні методи                                | Передбачають визначення інтегрального показника, що комплексно й узагальнено характеризує ефективність діяльності підприємства                                                                                                                                |

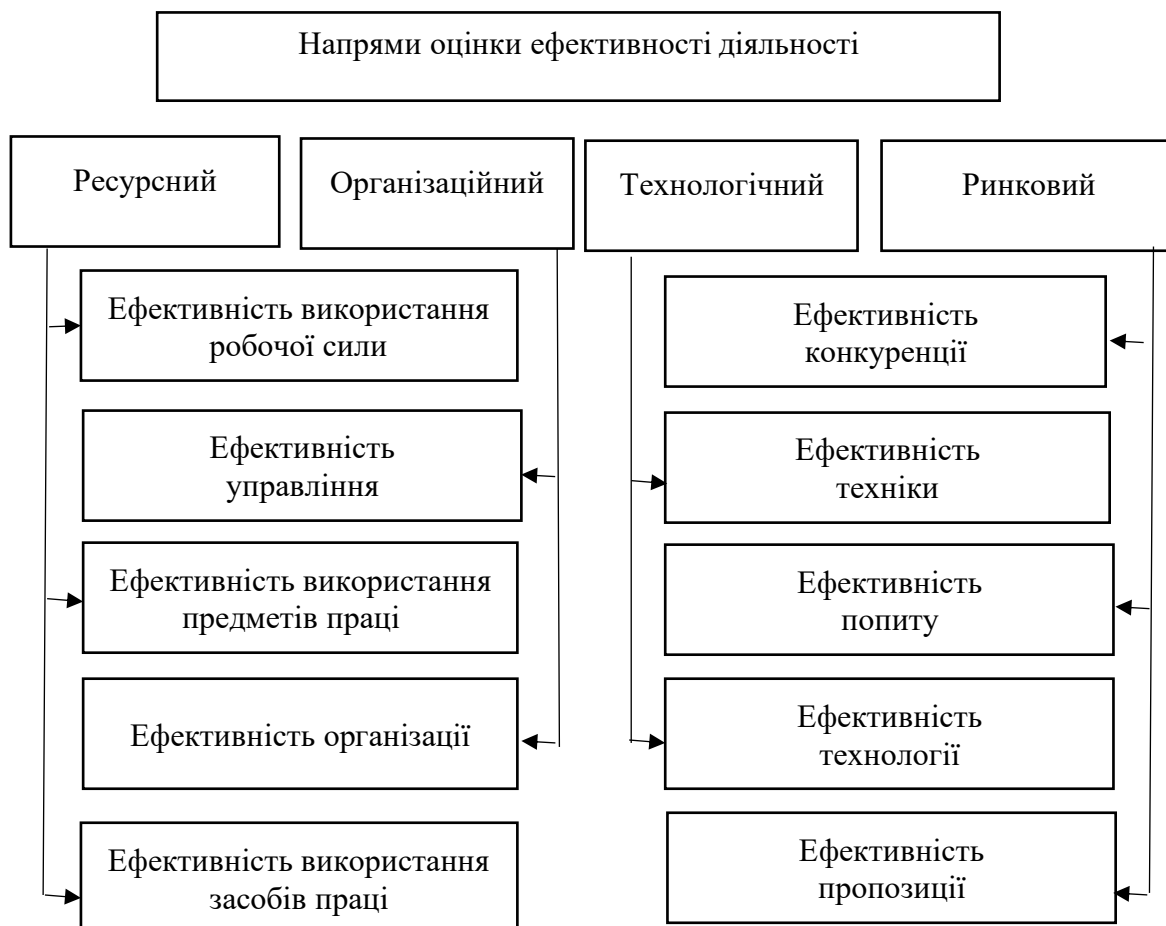
Джерело : побудовано автором із використанням інформації [21].

Ми погоджуємося із твердженням вчених про те, що підвищення ефективності діяльності є однією з основних цілей функціонування будь-якого підприємства і головним критерієм його здатності до подальшого розвитку та посилення його економічного потенціалу. В ході дослідження наукових праць вітчизняних вчених було умовно виділено два підходи до визначення поняття ефективності діяльності – категоріальний та економічний. В процесі аналізу економічного стану підприємства більш доцільним буде зосередження уваги на визначеннях економічного підходу. Так як ефективність діяльності є комплексним поняттям, на чому акцентують увагу декілька вчених, доцільно для його оцінювання обирати низку критеріїв різного спрямування. Часто складно інтегрувати такі показники в єдину зведену систему. З цією метою вчені пропонують використовувати статистичний метод стандартизації досліджуваних величин [45]. Тобто, для оцінки ефективності діяльності підприємства чи галузі в цілому, або окремих процесів чи потенціалів, зокрема інвестиційного, необхідно використовувати критерії різного спрямування, застосовувати широкий набір методичних та економічних підходів, які б дозволили б дати комплексну оцінку ефективності діяльності.

Оскільки загальновизнаних методів для оцінювання та підвищення ефективності діяльності компанії немає, то важливо знайти такі методи, як вважають вчені, які будуть максимально задовольняти вимогам кожної конкретної комерційної організації. Зосередившись на застосуванні цих методів у роботі підприємства, можна досягти великих успіхів. Застосовуючи цілісний підхід до ефективності управління бізнесом, можна досягти високих результатів у діяльності підприємства [24, с. 87]. Погоджуючись із цим твердженням, ми переконані в тому, що саме цілісний, комплексний підхід має бути основним у дослідженні певного явища чи процесу. Звичайно, кожен економічний процес, зокрема інвестиційний, має певні особливості, проте загальнонаукові принципи дослідження мають бути дотримані. До того ж, прогностичні показники збільшення інвестиційного потенціалу підприємства чи галузі мають базуватися на

достатньому обсязі достовірних даних із застосуванням економіко-математичних методів.

Вчені визначають загальні напрями, за якими проводиться оцінка ефективності діяльності підприємства (рис. 2.2).



**Рис. 2.2. Напрями оцінки ефективності діяльності підприємства**

Джерело: [42].

Перший із них – ресурсний, який відображає першочергову необхідність аналізу ефективності використання наявної матеріальної бази виробництва та живої праці. При цьому слід урахувувати рівень завантаження обладнання в часі, структуру собівартості продукції, що виготовляється, з погляду співвідношення в ній часток амортизації, матеріальних витрат, витрат на оплату праці. Зазначені показники слід розглянути в динаміці, а також за можливості порівняти з

показниками найближчих конкурентів. Для оборотних фондів найважливішим показником є швидкість їх обороту, отже, слід проаналізувати чинники її збільшення, зокрема такі: зменшення обсягів незавершеного виробництва; вдосконалення системи матеріально-технічного забезпечення для оптимізації виробничих запасів; прискорення реалізації готової продукції (активізація маркетингової діяльності); зменшення обсягів дебіторської заборгованості. На нашу думку, вищевказані показники можуть бути застосовані і для дослідження інвестиційного потенціалу туристичних підприємств, визначивши їх величини за обсягами інвестиційного капіталу.

У цьому аспекті необхідно звернути увагу й на інші напрями раціоналізації використання матеріальних ресурсів: проаналізувати основні причини втрат та нераціонального використання ресурсів; забезпечити обґрунтоване нормування втрат матеріалів; організувати використання вторинних ресурсів; створити систему заохочення за економію сировини, енергії та матеріалів і відпрацювати її дієвість; акцентувати увагу на використанні сучасних високо-технологічних матеріалів. Що стосується аналізу ефективності використання трудового потенціалу підприємства, то тут слід зосередити увагу на таких аспектах, як: внутрішньозмінні втрати робочого часу; втрати робочого часу внаслідок плинності кадрів; рівень використання техніки, автоматизації праці та комп'ютерної техніки; аналіз системи стимулювання працюючих; визначення професійно-кваліфікаційної структури працюючих. Саме відповідна професійно-кваліфікаційна структура працюючих, на наше переконання, зокрема спеціалістів та службовців, може бути одним із головних каталізаторів залучення інвестицій в туристичне підприємство. Новаторство у використанні ресурсів, позиціонування та підвищення якості туристичних послуг збільшить інноваційний рейтинг підприємства. При цьому насамперед увага звертається на ефективність управління. На нашу думку, у цьому випадку ефективність управління залежить від уміння менеджерів підприємства залучати інвестиції.

Важливим складником ефективності підприємства, а отже, і значним резервом її підвищення є організація виробничого процесу. У конкретних умовах

підприємства слід проаналізувати всі аспекти, що визначають ефективність організації робіт, – від рівня робочого місця окремого працівника чи спеціаліста до рівня підприємства у цілому. У межах ринкового напрямку здійснюється пошук можливостей підвищення ефективності на підприємстві і поза нього [42, с. 643]. Вказані вище загальні напрями, за якими проводиться оцінка ефективності діяльності підприємства можна, на нашу думку, у переважній більшості застосувати до оцінки діяльності туристичного підприємства, зокрема оцінки його інвестиційного потенціалу.

До перерахованих факторів, які впливають на величину інвестиційного потенціалу, на нашу думку, слід додати фактор невизначеності. Цей фактор має відчутний вплив на всі економічні процеси в сучасному світі і він посилюється через економічну та соціальну нестабільність та військові конфлікти, що знижує безпеку інвестицій, особливо закордонних.

Інвестиції є одним із найважливіших засобів забезпечення виходу держави до європейського вектору розвитку, досягнення реальних структурних зрушень в економіці, технологічного переозброєння, підвищення якісних показників діяльності на мікро- та макrorівнях. Оцінка інвестиційної діяльності в національній економіці та її впливу на динаміку потоків міжнародних інвестицій набула актуальності з огляду на трансформаційний характер економіки, різновекторність і непостійність стратегій розвитку. В Україні проблеми інтенсифікації інвестиційних процесів неодноразово ставали предметом наукових пошуків, які здебільшого стосувалися дослідження макроекономічних факторів забезпечення інвестиційної діяльності, розробки інструментів залучення іноземних інвестицій, аналізу окремих аспектів інвестиційних процесів на загальнодержавному рівні [3]. Таке твердження вчених доводить те, що необхідно більше уваги приділяти інвестиційним процесам на мікрорівні, дослідженню мікроекономічних факторів забезпечення інвестиційної діяльності. Якщо розглядати туристичний бізнес, то заінтересованість потенційних інвесторів об'єктом інвестицій та безпека інвестицій повинна стати прерогативою менеджменту туристичних підприємств

та інших зацікавлених у цьому організацій за територіальним принципом. До того ж, ріст інвестиційного потенціалу, на думку деяких вчених, є основою у боротьбі з бідністю, розширення зайнятості та підвищення добробуту сільського населення, покращення якості життя, забезпечення можливостей для розвитку особистості [59, с. 147].

Збільшення інвестицій в туристичні об'єкти в сільській місцевості також може посилити вищевказані процеси, проте важливо, щоб ці інвестиції були екологічними та призводили до розвитку зеленого туризму. Вчені зазначають, що феномену екологічної стійкості підприємства приділяють дедалі більше уваги як у науковій, так і практичній сферах, завдяки чому поняття “екологічна стійкість” перестає бути “*sui generis*” і стає основою для деривацій, формуючи найновіші визначення та методологічні підходи до вивчення цієї категорії. Спостерігається зростання інтересу інвесторів щодо компаній, зорієнтованих на сталий екологічний розвиток [35, с. 161]. Інвестиції в екологію, на наше переконання, повинно стати пріоритетом для туристичних компаній, що значно підвищить їх конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість.

Активізація інвестиційної діяльності також неможлива без відповідного забезпечення сприятливого інвестиційного клімату. Для повномасштабного залучення інвестицій від інвестиційних фондів, приватних інвесторів та грантових коштів надважливе значення має наявність доступної й достовірної інформації про перспективні інвестиційні проекти та можливі вигоди від їхньої реалізації; ефективні інструменти державного управління; прозора система верифікації проектів та ефективна система моніторингу їх результатів з можливістю обміну інформацією; мінімізація корупційних ризиків; відпрацювання механізму страхування інвестиційних ризиків під час війни [30, с. 305]. Ці важливі фактори забезпечення сприятливого інвестиційного клімату також вказують на необхідність надавати більшої уваги інвестиційним процесам з точки зору мікроекономіки. Для координації зусиль усіх зацікавлених сторін у поліпшенні інвестиційного клімату одним із варіантів, як ми вже зазначали раніше, буде створення регіональних кластерів за галузевою ознакою.

Забезпечення інвестиційного клімату – це дуже важливо, проте для оцінки інвестиційного потенціалу, зокрема у туристичній галузі, також необхідно визначити певну методологію дослідження та систему показників.

Методики оцінки інвестиційного потенціалу, на думку деяких вчених, можна розділити на три великі групи:

- експертні бальні оцінки;
- економетричні оцінки суми рангових місць;
- економетричні оцінки статистичних показників.

Усі методики передбачають отримання на виході інтегрального показника, який і характеризує регіон у підсумковому рейтингу. Найбільш поширеними є експертні бальні оцінки на основі макроекономічних або багатофакторних. Застосування більшості експертних методик вимагає проведення трудомістких і дорогих процедур, пов'язаних з опитуванням експертів. Водночас немає можливості підтвердити об'єктивність отриманих результатів через відсутність в методиці критерію достовірності, котрий би був об'єктивним за своєю природою Група економетричних методик не є настільки популярною, оскільки спочатку вони розроблялися для визначення привабливості (активності або конкурентоспроможності) окремих галузей і підприємств. Однак поступова їх адаптація та вдосконалення дозволяє отримувати непогані результати. У цілому ці методики використовують макроекономічні показники у своїх рейтингах [48, с. 149].

Проаналізувавши вітчизняний та зарубіжний досвід досліджень щодо обґрунтування суб'єктів регіонального розвитку туризму, вчені виокремлюють три основні наукові підходи, зміст та відмінності яких подані у табл. 2.2.

Рівень інвестиційного капіталу туристичного підприємства чи галузі загалом багато у чому залежить від ефективності управління, здатності менеджменту до креативних рішень, впровадження інновацій, які би зацікавили потенційних інвесторів. Механізм управління є складною управлінською категорією, яка охоплює важливі компоненти.



Вітчизняні вчені пропонують математичне вираження механізму управління розвитком туристичної індустрії України з урахуванням усіх чинників, котрі на неї впливають:

$$M=f(C; P; R; I; O) \quad (2.1)$$

де: М – механізм управління;

$f$  – функція, що відображає взаємозв'язок між змінними;

С – цілі та стратегії розвитку туристичної галузі;

Р – нормативно-правові акти, що регулюють туристичну галузь;

Р – ресурси (фінансові, природні, людські та ін.);

І – інновації та технології у туризмі;

О – оцінка ефективності та зворотного зв'язку, які дають можливість коригувати й оптимізувати процес управління [46, с. 163]. До цієї формули, на нашу думку, варто було б додати такий чинник як ступінь кооперації та інтеграції підприємств галузі.

Таблиця 2.2

### Зміст головних підходів до дослідження розвитку туризму в регіоні

| Порівняльні ознаки            | Підходи                                                                                                                                                     |                                                                                                              |                                                                                                                                                    |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | галузевий                                                                                                                                                   | просторовий                                                                                                  | системний                                                                                                                                          |
| Конкретні об'єкти дослідження | Види туристичної економічної діяльності об'єднані в галузі (туристичні підприємства, заклади готельно-ресторанного, санаторно-курортного господарства тощо) | Форми територіальної організації туристичної діяльності та туристичні об'єкти (дестинації)                   | Туристична діяльність як системоформувальний компонент та низка підсистем (елементи регіональної суспільної системи, що мають зв'язки із туризмом) |
| Ключові методи                | Статистичний, балансовий                                                                                                                                    | Картографічний                                                                                               | Системний, моделювання                                                                                                                             |
| Основний результат            | Активізація розвитку різних видів туристичної діяльності в регіоні                                                                                          | Оптимізація просторової структури туристичної діяльності в регіоні та використання його туристичних ресурсів | Удосконалення державного регулювання розвитку туризму в регіоні, формування інноваційних структур (кластерів)                                      |

Джерело: [8].

За державно-приватного партнерства, за нашим переконанням, у інвесторів туристичної індустрії з'являться додаткові гарантії щодо інвестованих коштів та суттєво зменшаються ризики в інвестиційній діяльності.

Дослідження та проєктування обсягу інвестиційного потенціалу туристичної галузі неможлива без оцінки сучасного стану туристичного потенціалу галузі та розробки стратегій відновлення та розвитку туристичної індустрії з урахуванням перспектив залучення інвестицій на інноваційній основі.

Організаційні заходи інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу включають: створення сприятливого екологічно орієнтованого підприємницького середовища в регіоні; запровадження системи інноваційного менеджменту з метою забезпечення належного рівня екологічної безпеки регіону; здійснення екологічної експертизи інноваційних проєктів в туристично-рекреаційній сфері; розвиток регіональної туристичної інфраструктури.

Техніко-технологічні заходи передбачають впровадження технологічних інновацій у туристично-рекреаційній сфері, використання зарубіжного науково-технічного досвіду, сприяння суб'єктам господарювання в придбанні іноземних технологічних розробок; розвиток міжрегіональної та міжнародної науково-технічної співпраці. Комплекс фінансових заходів інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу включає: надання державних цільових грантів з метою сприяння розвитку туристичної індустрії та залучення іноземних інвесторів для реалізації інноваційних проєктів у туристично-рекреаційній сфері; раціональний розподіл бюджетних видатків та визначення оптимального рівня оподаткування для суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють свою діяльність у туристичному комплексі.

Важливу роль у формуванні економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу відграють соціально-психологічні заходи. Вони передбачають створення умов, які сприяють відновленню фізичного та

психоемоційного стану населення, формування системи екологічної освіти, що складає основу для відновлення туристично-рекреаційного потенціалу України.

Нормативно-правові заходи інноваційно-інвестиційного забезпечення формування економічної стратегії відновлення туристично-рекреаційного потенціалу полягають у вдосконаленні нормативно-правового регулювання інноваційних процесів на державному та регіональних рівнях [60, с. 420-421]. Розробка таких заходів потребує вибір сукупності певних методичних підходів та показників, за допомогою яких можна було б якісно проаналізувати основні складові туристично-рекреаційного потенціалу, зокрема інвестиційного потенціалу. Важливо також об'єктивно оцінити основні ризики в умовах кризових явищ у вітчизняній туристичній індустрії.

Аналіз наявних теоретико-методичних підходів та вивчення вітчизняного та зарубіжного досвіду щодо використання туристично-рекреаційного потенціалу у кризових умовах господарювання засвідчили, що переважна більшість наукових досліджень базується на оцінці ризиків в умовах кризи та розробці ефективних організаційно-економічних заходів щодо їх подолання, зокрема, антикризового менеджменту на рівні підприємств, що функціонують у сфері туристичної індустрії. На особливу увагу заслуговують дослідження, присвячені антикризовим стратегіям у сфері туристичного маркетингу, розвитку інформаційно-комунікаційних та онлайн технологій у туристично-ресторанному бізнесі, розробки ефективних моделей прогнозування та розробки сценаріїв впливу кризових явищ на розвиток ринку туристичних послуг. Подальші наукові дослідження, на думку вчених, повинні бути направлені на розробку ефективних антикризових заходів для суб'єктів господарювання туристично-рекреаційної сфери в умовах соціально-економічної кризи та воєнного стану, спрямованих на підвищення потенціалу територіальних громад західних регіонів України, підтримку розвитку сільського туризму та ОСГ, що функціонують в аналізованому секторі, активізація розвитку внутрішнього туризму нашої держави [20, с. 167-168]. У цьому аспекті одним із антикризових заходів може стати мобілізація інвестиційних засобів на рівні територіальних громад.

Проведений вище аналіз методичних підходів до дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі свідчить про важливість проведення оцінки інвестиційного потенціалу територіальної громади, як територіальної одиниці, в межах якої підприємства, зокрема туристичної індустрії, можуть з успіхом вирішуватися питання покращення інвестиційного клімату, координації дій щодо залучення інвестицій та забезпечення їх безпеки. При цьому науковий доробок в розробці методів такої оцінки, за твердженням дослідників, є досить насичений різними методами та підходами та свідчить про те що оцінка інвестиційного потенціалу є актуальним, складним та багатокомплексним завданням і потребує застосування різних методичних підходів та інструментів. Сучасні методичні підходи до проведення оцінки інвестиційного потенціалу громад, на їх думку, можна згрупувати та розглядати у вигляді комплексної оцінки, яка складається з восьми основних етапів:

- 1) аналіз соціально-економічного потенціалу громади;
- 2) аналіз забезпечення інфраструктурою громади;
- 3) аналіз фінансового стану громади;
- 4) аналіз інвестиційної активності та привабливості громади;
- 5) SWOT-аналіз;
- 6) порівняння з аналогічними громадами;
- 7) оцінка рівня розвитку інноваційної сфери громади;
- 8) оцінка рівня розвитку галузей економіки громади. Крім того, на наше

переконання, необхідно провести оцінку можливості участі громади у територіальних галузевих кластерах, зокрема туристичних.

Ефективність проведення комплексної оцінки інвестиційного потенціалу територіальної громади залежить від широкого кола різноманітних аспектів, таких як економічні, соціальні, природно-кліматичні, інфраструктурні, правові та техніко-технологічні. Результати комплексної оцінки інвестиційного потенціалу територіальної громади дають можливість виявити сильні та слабкі місця і можуть бути використані при розробці стратегічних планів розвитку громади, прийнятті рішень щодо перспективних напрямів розвитку громади та

залучення інвестиційних ресурсів та створення нових робочих місць [51, с. 125]. Інші дослідники справедливо вважають, що сьогодні кожна територіальна громада має достатньо повноважень і можливостей щодо використання переваг управління нею на засадах територіального маркетингу, однак цей напрям потребує досвіду у фахівців, наукових підходів до розроблення методології, складання плану маркетингу, проведення маркетингових досліджень, використання їх для формування основних планувальних документів сталого розвитку громад [40, с. 26]. Тому, територіальна громада може координувати зусилля господарських суб'єктів, у тому числі і туристичних, щодо поліпшення інвестиційного клімату та більшого притоку інвестицій.

З точки зору інвестиційної привабливості ми погоджуємося із вченими, які вважаємо за доцільне в умовах динамічних процесів трансформації туристичної індустрії виділити основні етапи формування механізмів управління розвитком вітчизняної туристичної галузі. Перший етап передбачає забезпечення конкурентоспроможності національного туристичного продукту, активізацію ринку туристичної індустрії на світовій арені, інформаційну підтримку галузі туризму, систематичне проведення моніторингу природних туристичних й лікувально-оздоровчих ресурсів, підвищення ефективності управління сферою туризму, розвиток в'їзного та виїзного туризму, залучення інвестицій для подальшого розвитку матеріально-технічної бази сфери туризму, покращення якості обслуговування, безпеку подорожуючих, тощо. На другому етапі необхідно забезпечити реалізацію таких заходів, як розвиток сфери туризму з урахуванням рівня добробуту населення, кадрового потенціалу, збереження ресурсів, встановлення контролю за використанням туристичних і природо-лікувальних ресурсів, створення системи маркетингової підтримки шляхом застосування інноваційних методів просування туристичних продуктів та послуг, залучення інвестицій в національну економіку через міжнародну співпрацю. Третій етап вимагає низки управлінських рішень задля раціонального використання і охорони туристичних й природно-лікувальних ресурсів, узгодженості інтересів суб'єктів господарювання, забезпечення збалансованості

усіх складових розвитку туризму як соціально відповідальної, екологічно спрямованої та економічно ефективної діяльності на ринку, надання високотехнологічних послуг відповідно до запитів і потреб клієнтів, дотримання конституційних прав громадян у сфері надання туристичних послуг [46, с. 164-165].

Ще одним із вагомих факторів для залучення інвестицій у туристичну індустрію та формуванню потужного інвестиційного потенціалу туристичної галузі може стати розвиток підприємництва на інноваційній основі. До концептуальних основ розвитку інноваційного підприємництва в туризмі дослідники відносять: В межах формування сприятливого підприємницького середовища:

- зниження бар'єрів для входу на ринок туристичних послуг підприємств малого і середнього бізнесу;
- зниження ставки оподаткування для малих підприємств, які успішно функціонують на ринку туристичних послуг;
- державне фінансування інвестиційних проектів у сфері туристично-готельного бізнесу;
- надання доступних кредитів учасникам туристичного ринку;
- формування пільгових умов кредитування для малих і середніх підприємств сфери туризму;
- виділення державних дотацій на розвиток транспортної інфраструктури, що забезпечує ефективне функціонування сфери туризму;
- розвиток окремих видів туристичної діяльності з огляду на наявний потенціал території;
- стимулювання підприємств сфери туризму, налагодження комплексної системи обслуговування споживачів;
- відновлення туристичної інфраструктури у відповідності з світовими стандартами якості [44, с. 148-149].

Інформаційною основою для розробки методологічних підходів до дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі є статистична

інформація. Дослідники вважають, що статистика туризму покликана методологічно забезпечувати аналіз впливу численних факторів на результати господарської діяльності підприємств сфери туризму, прогнозування ринку туристичних послуг, узагальнення на мікро-, мезо- і макрорівнях, передбачення наслідків прийнятих управлінських рішень. Отже, стверджують вони, виникає потреба у формуванні відповідної системи забезпечення управління у сфері туризму надійною, достовірною й актуальною статистичною інформацією. Створення такої системи відбуватиметься ефективніше за умови формулювання основних принципів формування статистичної звітності для потреб розвитку туризму [32].

Отже, існує багато методичних підходів до дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі. Проте, важливо знайти певний набір методів та показників, враховуючи максимальну кількість факторів, які впливають на його формування та розвиток. Також необхідно врахувати особливості інвестиційного процесу в окремому туристичному підприємстві, його кооперативні та інтеграційні зв'язки з іншими підприємствами, наявність туристичної та соціальної інфраструктури в регіоні тощо. Тому методологічний базис є основою усіх подальших досліджень інвестиційного потенціалу туристичної галузі.

## **2.2. Методичні підходи й показники оцінки інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості туристичної галузі**

Деякі вітчизняні дослідники визначають методичні підходи до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства як способи, що використовуються у процесі оцінки потенціалу підприємства та спрямовані на отримання конкретного результату.

Основними методичними підходами до оцінки інвестиційного потенціалу підприємства та його складових, вважають вони, є вартісний підхід, експертна оцінка, оцінка на основі узагальнюючого показника, комплексний підхід. Розглянемо ці методичні підходи:

1. Вартісний підхід, відповідно до якого інвестиційний потенціал визначається як різниця між майбутньою та поточною вартістю підприємства при тому, що зміна вартості відбулася внаслідок реалізації інвестиційних проектів

$$\text{ІП} = \text{РВП1} - \text{РВП0}, \quad (2.2)$$

де ІП – величина інвестиційного потенціалу;

РВП1 – максимально можлива ринкова вартість підприємства, що може бути досягнута завдяки реалізації інвестиційних можливостей,

РВП0 – поточна ринкова вартість підприємства. Цей метод найбільш повно відображає економічну сутність інвестиційного потенціалу.

2. Експертна оцінка – передбачає визначення рівня інвестиційного потенціалу групою спеціалістів належної кваліфікації на основі визначеного переліку показників. При цьому інвестиційний потенціал може оцінюватись як взагалі, так і за окремими складовими.

Таблиця 2.3

### Характеристика методів оцінювання інвестиційного потенціалу підприємств

| Назви груп методів                                                | Формалізовані моделі                                                                                                                                                                                                 | Головні переваги                                                                           | Головні недоліки                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ті, що базуються на оцінюванні фінансового стану підприємств      | $I_{n1} = i P_{\text{фс}}$ , де $I_{n1}$ – величина інвестиційного потенціалу підприємства;<br>$i$ – параметр пропорційності;<br>$P_{\text{фс}}$ – інтегральний рівень фінансового стану підприємства.               | Простота розрахунків, відносна легкість збирання вхідної інформації.                       | Інвестиційний потенціал підприємства не може визначатися лише рівнем його фінансового стану.                                                               |
| Ті, що базуються на застосуванні кореляційно-регресійного аналізу | $I_{n2} = a_0 + a_1 p_1 + \dots + a_i p_i + \dots + a_n p_n$ ,<br>де $I_{n2}$ – величина інвестиційного потенціалу підприємства;<br>$a_i$ – $i$ -й параметр регресійної залежності; $p_i$ – нормоване значення $i$ - | Статистична значущість отриманих результатів, використовуються дані за низкою підприємств. | Важкість підбору змінних (факторів впливу) та збирання інформації про них, недостатньо обґрунтовується форма зв'язку між незалежними та залежною змінними. |



|                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                           | го показника фінансово-економічного стану підприємства.                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                |                                                                                                                                                                            |
| Ті, що базуються на проведенні оптимізаційних розрахунків | $I_{n3} = I_{opt}$ ,<br>де $I_{n3}$ – величина інвестиційного потенціалу підприємства;<br>$I_{opt}$ – оптимальний обсяг інвестицій у підприємство, за якого максимізується така функція:<br>$\Pi = f(I)$ ,<br>де $\Pi$ – чистий прибуток підприємства як функція від обсягів інвестицій у нього $I$ . | Надає найбільш узагальнену та обґрунтовану оцінку величини інвестиційного потенціалу, має безпосереднє практичне застосування. | Складність побудови формалізованої залежності між обсягом інвестицій та величиною чистого фінансового результату підприємства, складність збирання окремих вихідних даних. |

Джерело: [15].

3. Оцінка на основі узагальнюючого показника – показник раціонального обсягу додаткового інвестування коштів, за якого забезпечується найвищий рівень прибутковості інвестицій, вкладених у дане підприємство.

4. Комплексний підхід – передбачає різнобічну оцінку інвестиційного потенціалу на основі групи показників із можливим залученням експертів. Його перевагою є можливість повноцінного врахування всіх аспектів інвестиційного потенціалу, можливість удосконалювати методику з урахуванням сфери діяльності підприємства тощо. Цей метод широко використовується інвестиційними фондами і не виключає часткового застосування перерахованих вище підходів. При цьому розумно поєднуються різні методичні підходи оцінки ефективності діяльності економічних суб'єктів (графічний, матричний, факторний аналіз тощо). Вони органічно доповнюють один одного при оцінці різних складових інвестиційного потенціалу. Водночас недоліком даного підходу є його трудомісткість, що пояснюється тривалістю збору вихідної інформації, проведенням детальних попередніх розрахунків тощо. Тому важливішим завданням при використанні даного підходу є оптимізація кількості

показників для оцінки та ефективного комбінування найбільш доцільних часткових методологічних прийомів [19, с. 366].

З точки зору деяких науковців, методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства повинна будуватися на засадах стратегічного підходу (враховувати стан як внутрішнього, так і зовнішнього середовища підприємства), включати розширену систему кількісно-якісних показників (див. рис. 2.3).



**Рис. 2.3. Складові інвестиційної привабливості підприємства**

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [36].

Підхід, що пропонується науковцями, передбачає використання системи ретроспективних показників, але їх коло є ширшим та даватиме змогу оцінити мінливість умов існування підприємства (внутрішню і зовнішню), а значить і його здатність адаптуватися до мінливих факторів зовнішнього середовища. За двома складовим інвестиційної привабливості підприємства пропонується оцінювати окремі інтегральні показники, а потім зводити їх до інтегрального показника верхнього рівня. Розуміючи, що зовнішні інвестори не мають повної інформації щодо особливостей розвитку підприємства, його сильних сторін, пропонується робити такий аналіз з використанням інформації, що наводиться у примітках до фінансової звітності, публічних джерелах інформації.

Прикладами ринкових показників можуть бути: динаміка обсягів реалізації, швидкість оновлення асортименту продукції, рівень задоволення клієнтів продукцією, імідж підприємства як виробника тощо. У залежності від специфіки продукції, що реалізує підприємство, система ринкових показників буде різною. Оцінку зовнішньої складової інвестиційної привабливості підприємства пропонується здійснювати на основі експертних методів (індивідуальних або групових). Отримання інформації щодо особливостей функціонування галузі є простішим проте тривалішим через необхідність роботи з великою кількістю джерел інформації, потребою систематизації отриманих даних. При порівнянні інвестиційної привабливості підприємств з однієї галузі зовнішня складова буде однаковою, рішення буде прийматися лише за внутрішньою складовою [36, с. 85-87]. Погоджуючись із таким методичним підходом оцінки інвестиційної привабливості підприємства ми вважаємо за доцільне додати до внутрішньої складової наступні показники, які, зокрема, можна використати і для туристичного підприємства: частка інвестицій підприємства в інвестиціях регіону (громади), у тому числі іноземних; участь підприємства в територіальних кластерах на інвестиційно-інноваційній основі (індекс інвестиційного капіталу); наявність стратегії розвитку підприємства із обов'язковим врахуванням особливостей залучення інвестицій та їх окупності (індекс окупності інвестицій). Ці показники ми додали з точки зору бачення

ефективності вкладення коштів зовнішнього потенційного інвестора, його розрахунків із терміну окупності інвестицій. Ми переконані, що участь туристичного підприємства у територіальних кластерах та участь в інвестиційних проєктах на інноваційній основі підвищує його шанси отримати необхідний обсяг інвестицій. Зовнішній інвестор буде зацікавлений в тому, що в таких проєктах будуть брати участь наукові установи, органи місцевого самоврядування та інші установи та організації, об'єднані за територіальним принципом. У цьому випадку значно підвищуються гарантії економічної безпеки та окупності інвестованих коштів.

Дослідники зазначають, що, як правило, під час розрахунку інтегрального індикатора інвестиційної привабливості використовуються такі економіко-статистичні методи:

**1) метод суми одиниць** – полягає у визначенні підсумку порядкових номерів досліджуваних об'єктів за значеннями показників, на основі яких виконується їх інтегральне оцінювання. Лідером вважається об'єкт, який має найменшу суму місць. Можливий для використання при рівнозначній важливості всіх факторів, масштабу всіх показників і за наявності єдиного базового показника;

**2) метод геометричної середньої, метод коефіцієнтів** – застосовується тільки для відносних показників, значення яких  $\leq 1$  (тобто використання не можливе для розрахунку всіх показників);

**3) метод відстаней** – ґрунтується на встановленні об'єкта-еталона, використовує абсолютну рівнозначність показників, не враховує галузеві особливості та вплив стимулюючих і дестимулюючих факторів;

**4) експертно-статистичний метод** – виконується на основі уточнення експертами параметрів та якості функції, яка використовується для розрахунку рейтингової оцінки;

**5) метод бальних оцінок** – полягає у визначенні загальної суми балів за всіма показниками, відібраними для визначення рейтингів, або у розрахунку

середнього балу певного об'єкта. При цьому обирається об'єкт-еталон, що виступає базою порівняння. Лідером визнається об'єкт з найбільшою сумою балів або з найвищим середнім балом. Використання будь-якого методу ґрунтується на формуванні оптимальної системи аналітичних показників-індикаторів з виділенням основної, найбільш суттєвої ланки при визначенні інвестиційної привабливості, відмежуванням другорядних та побічних факторів, що значно ускладнюють діагностику і суттєво не впливають на кінцевий результат [39, с. 687].

Для оцінки інвестиційного потенціалу туристичної галузі щодо його зростання та рівня його впливу на розвиток туристичного потенціалу, як і для більшості галузей економіки, також необхідно визначити відповідні методичні підходи та показники. Так як інвестиційний потенціал є важливим елементом туристичного потенціалу, перш за все важливо розглянути показники та інструменти оцінки рівня розвитку потенціалу туристичної галузі. За твердженням вчених, вищезазначені показники та інструменти потрібно розділити на блоки: економічний, соціальний та екологічний. Інструменти державно-приватного партнерства, які входять у економічний блок, можна позиціонувати такі як: фінансово-економічні пільги для малого, середнього і великого бізнесу; програми розвитку туристичної галузі на регіональному рівні; інвестиції та маркетинг в галузі туризму. Соціальний блок включає доступність туристських послуг для населення регіону, кадрове забезпечення туристичної галузі, забезпечення безпеки і благополучного перебування туристів на території регіону, забезпечення засобами розміщення та залучення населення до роботи в туристичній галузі і рекреації. В екологічний блок включені інструмент визначення та нормування допустимого антропогенного навантаження, інструмент забезпечення якості навколишнього середовища через створення системи особливо охоронюваних природних територій, природоохоронний, промислово-екологічний і соціально-екологічної індекси. На основі показників, які оцінюють перераховані вище інструменти, формуються інтегральні показники збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в тому чи

іншому регіоні [65, с. 74]. Для формулюються вищевказаних інтегральних показників до екологічного блоку показників ми пропонуємо додати індекс екологічності інвестицій туристичної галузі, який визначається відношенням залучених інвестицій на природоохоронні цілі до загального обсягу інвестицій у туристичний бізнес:

$$I_e = I_{n.e.} / I_{n.t.}, \quad (2.3)$$

де:  $I_{n.e.}$  – обсяг інвестицій на природоохоронні цілі;

$I_{n.t.}$  – загальний обсяг інвестицій у туристичний бізнес.

Дослідниками також пропонується рекреаційно-туристичний потенціал регіону розглядати як інтегральний індекс сумарних інтегральних індексів локальних потенціалів. Склад кожного локального потенціалу характеризується кількісними і якісними показниками, оцінка яких дозволяє визначити інтегральний показник загального рекреаційно-туристичного потенціалу, реальний стан його використання [10, с. 197]. Тобто, іншими словами, для розрахунку інтегрального індексу загального туристичного потенціалу необхідно спочатку визначити інтегральні індекси локальних потенціалів, які, в свою чергу, складаються із складових цього індексу, зокрема індексу інвестиційної привабливості. За визначенням, інвестиційна привабливість – це інтегральний показник, що характеризує доцільність інвестування визначеного об'єкта з позицій конкретного інвестора. За твердженням деяких дослідників наявні методики оцінювання інвестиційної привабливості, передбачають розрахунок інтегрального показника, до складу якого входять коефіцієнти майнового стану, ліквідності та платоспроможності, фінансової стійкості, ділової активності з урахуванням їх відносної значимості та рівня дотримання нормативних значень і характеру динаміки [27, с. 103]. На нашу думку, таке визначення інтегрального індексу туристичного потенціалу, враховує дещо менше показників, ніж попереднє приведені нами визначення такого індексу дослідницею Юхновської Ю.О.



**Рис. 2.4. Індекс інвестиційної привабливості туристично-рекреаційної сфери**

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [25].

До вказаних вченими показників (базових параметрів) індексу інвестиційної привабливості туристично-рекреаційної сфери, як субіндексу інтегрального індексу туристично-рекреаційної сфери автором додано такі показники, як: частка валової доданої вартості виробленої у туристично-рекреаційній сфері до загальної доданої вартості по країні; частка обсягу капітальних інвестицій в туристично-рекреаційну сферу до загального показника по країні; частка обсягу іноземних інвестицій в туристично-рекреаційну сферу до загального показника по країні.

Ми погоджуємося із вченими, які стверджують, що комплексна оцінка інвестиційної привабливості повинна проводитись, виходячи з інтересів як самого підприємства, так й окремих груп інвесторів, які зацікавлені в ефективності вкладення коштів, та чітко визначати ступінь корисності реалізації проектів для всіх учасників процесу інвестування. Для оцінки інвестиційної привабливості не слід зупинятися на одному методі оцінки, так як якісне

оцінювання потребує врахування розширеної кількості критеріїв та підходів, які в комплексі дають змогу об'єктивно визначити ступінь інвестиційної привабливості підприємства на перспективу [54, с. 32-33]. Отже, критерії та індикатори для комплексної оцінки інвестиційної привабливості повинні влаштовувати як підприємство, так і потенційних інвесторів, тобто результати такої оцінки мають бути об'єктивними та зрозумілими.

Науковець Роганова Г.О. дає наступну характеристику методів оцінки інвестиційної привабливості, яка показана на рис.2.5.

Серед недоліків методу інтегральної оцінки інвестиційної привабливості на рис 2.4 вказаний високий ступінь суб'єктивізму та складність визначення перспектив розвитку в довгостроковому періоді. З такими твердженнями можна не погодитись, тому що, по-перше, ступінь суб'єктивізму може бути сприйнятий як врахування певних особливостей інвестиційного процесу певної галузі чи підприємства і це допустимо.

По-друге, складність визначення перспектив розвитку в довгостроковому періоді у більшій мірі залежить від правильності застосування для такої оцінки відповідних економіко-математичних методів та вибору показників, які би знаходилися у відповідній кореляційній та регресійній залежності між собою.

Основними факторами, що впливають на інвестиційну привабливість, на думку інших дослідників, є привабливість продукції підприємства, кадрова, інноваційна, фінансова, територіальна та соціальна привабливість. Одним із основних факторів інвестиційної привабливості підприємства є інвестиційні ризики (ризик упущеної вигоди, ризик зниження прибутку, ризик прямих фінансових втрат). Загалом інвестиційна привабливість з точки зору окремого інвестора може залежати від різного набору факторів, які мають найбільше значення при виборі об'єкта інвестування [49, с. 82]. Тобто, оцінку інвестиційної привабливості можна проводити за допомогою множини певних показників, які враховують вплив найбільшої кількості факторів в кожному конкретному випадку.



| Методи рейтингової оцінки                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| аналіз фінансового стану, при якому оцінюється платоспроможність, фінансова стабільність, прибутковість і ділова активність                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                         |
| Переваги                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Недоліки                                                                                                                                                                                                                |
| оцінка багатьох аспектів діяльності шляхом розрахунку незначної кількості показників; не потребує значних витрат часу; не потребують залучення експертів до досліджень та збору інформації                                                                                                                           | інформація, отримана на основі даних фінансової звітності, може бути недостовірною або викривленою; бракує чіткості та конкретизації                                                                                    |
| Метод інтегральної оцінки інвестиційної привабливості                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                         |
| оцінка фінансового стану; визначення вагомості групових та одиничних показників; визначення частки розмаху варіаційної множини; визначення ранжируваного значення за кожним показником; розрахунок інтегрального показника                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                         |
| Переваги                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Недоліки                                                                                                                                                                                                                |
| найповніша всебічна оцінка інвестиційної привабливості; полягає у використанні факторного аналізу та передбачає розрахунок результативних показників, їх групування за змістом, обґрунтування отриманих значень та оцінку поточного фінансового стану та перспективи його розвитку; врахування інвестиційного ризику | не враховує міжгалузеву специфіку діяльності; потребує залучення експертів; громіздкість та суперечність показників; високий ступінь суб'єктивізму; складність визначення перспектив розвитку в довгостроковому періоді |

**Рис. 2.5. Характеристика методів оцінки інвестиційної привабливості**  
Джерело: побудовано автором на основі інформації [54].

Інші вчені приводять класифікацію таких основних факторів, що підкреслюють туристичну привабливість України, які, в свою чергу є похідною для інвестиційної привабливості:

1. Екологічний (загальний екологічний стан, що склався в країні та характеризується такими показниками, як наявність природних ресурсів, екологічна складова та кліматичні умови, ризики катастроф, рівень розвитку сільського господарства, обсяги споживання свіжої води, скидання забруднених

зворотних вод без очищення або недостатньо очищені природні поверхневі водні об'єкти, викиди забруднюючих речовин до атмосфери);

2. Політичний (показники, що містять інформацію щодо правового регулювання розвитку туристичної діяльності в країні);

3. Економічний (показники, що відображають рівень інфляції, безробіття, прибутки та ціни на туристичні товари й послуги, обсяг інвестицій в основний капітал, вклад туристичної сфери в макроекономічних показниках);

4. Інфраструктура (показник, що свідчить про стан автошляхів і зв'язку, готельних комплексів, закладів харчування та проведення дозвілля, застосування комп'ютерних технологій, мережі Інтернет, комунікаційних технологій, транспорту (швидкісні поїзди, пароми, літаки));

5. Соціальний (показники, що характеризують демографічний стан в країні, тобто рівень природного приросту, наявність субкультур у місті, кількість безробітного населення до працездатного, працездатного та непрацездатного віку);

6. Культурний (кількість загальноосвітніх навчальних закладів, ЗВО, книжковий фонд бібліотек, кількість місць для глядачів у залах демонстрування фільмів, кількість місць у клубних закладах) [7, с. 96].

Тому деякі дослідники справедливо вважають, що під час оцінювання туристичного потенціалу слід урахувати всю сукупність внутрішніх та зовнішніх факторів, що обумовлюють пріоритети та перспективи розвитку туризму в регіоні/країні. За допомогою такої послідовності аналізу можна найбільш повно проаналізувати сучасний стан потенціалу туристичної галузі регіонів/країни. Такий підхід до оцінювання туристичного потенціалу демонструє важливість та перспективність туристичної галузі будь-якого регіону/країни. Але, вони зауважують, що перешкодами формування єдиної (універсальної) методики оцінювання туристичного потенціалу є відмінність у фізичних, географічних, соціальних, економічних умов регіонів, що визначають набір параметрів оцінювання, але й сама форма проведення оцінювання. Для отримання достовірних результатів щодо оцінювання туристичного потенціалу

регіону/країни необхідно використовувати комплексні методики, які надають інтегрований результат за декількома показниками. Також треба враховувати ефективність використання потенціалу, яку має регіон/країна і які впливають на загальну привабливість туристичного напрямку. Потенціал туристичного ринку найчастіше визначають за допомогою методів екстраполяції або експертних оцінок [6, с. 285]. Для прикладу, в таблиці 2.4 наведено критерії та індикатори інвестиційної привабливості готельної діяльності, які пропонують дослідники.

Таблиця 2.4

**Деякі критерії та індикатори оцінки інвестиційної привабливості  
готельної діяльності**

| Критерії та інтегровані показники                             | Алгоритм розрахунку                    | Позначки                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Індекс кількості готельно-ресторанних місць для кожного міста | $I_k = U_f / U_t$                      | $U_f$ – фактична чисельність готельних/ресторанних місць в місті;<br>$U_t$ – теоретична чисельність готельних/ресторанних місць в місті.                        |
| Продовження таблиці 2.4                                       |                                        |                                                                                                                                                                 |
| Індекс завантаженості готелів/ресторанів у містах             | $I_z = Z_i / Z$                        | $Z_i$ – рівень завантаженості готелів/ресторанів в місті, %;<br>$Z$ – середній рівень завантаженості готелів/ресторанів для усіх міст.                          |
| Індекс прибутковості готельної діяльності в містах            | $I_p = P_{mi} / P_m$                   | $P_{mi}$ – прибуток у розрахунку на одне готельне місце в місті, грн.;<br>$P_m$ – середній для всіх міст прибуток у розрахунку на одне готельне місце, грн.     |
| Індекс інвестиційної привабливості готельної діяльності       | $I = \sqrt{I_k \times I_z \times I_p}$ | $I_k$ – індекс кількості готельних місць в місті;<br>$I_z$ – показник завантаженості готелів/ресторанів у місті;<br>$I_p$ – індекс прибутковості готелів міста. |

Джерело: побудовано автором на основі інформації [6].

Якщо проаналізувати вказані в таблиці критерії та індикатори оцінки інвестиційної привабливості готельної діяльності, то на нашу думку, до

розрахунку індексу інвестиційної привабливості готельної діяльності потрібно додати індекс тривалості перебування туриста (відношення середньої тривалості перебування одного туриста до кількості днів у році):

$$Itb = Stb / T, \quad (2.4)$$

де:  $Stb$  – середньої тривалості перебування одного туриста, днів;

$T$  – кількості днів у році (365 днів);

та індекс вартості перебування туриста (середня вартість одного дня перебування туриста в готелі до пропонованої середньої вартості одного місця в готелях міста):

$$Ivt = Svt / Svp, \quad (2.5)$$

де:  $Svt$  – середня вартість одного дня перебування туриста в готелях міста чи регіону;

$Svp$  – пропонована середня вартість одного місця в готелях міста чи регіону.

Алгоритм оцінювання інвестиційної привабливості рекреаційної сфери, запропонований науковицею Опанасюк Ю.А., наведено на рисунку 2.6.

|               |                                                                                       |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 етап</b> | Визначення одиночних показників інвестиційної привабливості                           |
| <b>2 етап</b> | Переведення одиночних показників в індекси                                            |
| <b>3 етап</b> | Визначення значущості (ваги) одиночних показників інвестиційної привабливості         |
| <b>4 етап</b> | Визначення узагальнюючих показників інвестиційної привабливості                       |
| <b>5 етап</b> | Визначення інтегрального показника інвестиційної привабливості                        |
| <b>6 етап</b> | Кластеризація міських агломерацій за показником інвестиційної привабливості рекреації |

**Рис. 2.6. Алгоритм оцінювання інвестиційної привабливості сфери рекреації**

Джерело: [43]

Науковиця зазначає, що на першому етапі оцінювання відбираються одиничні показники інвестиційної привабливості рекреаційного комплексу досліджуваних територій. Методика розрахована на врахування статистичних показників оцінювання, які є загальнодоступними.

На другому етапі обов'язковим є переведення одиничних показників у відносні оцінки (нормування) за допомогою формул:

- для показників стимуляторів (збільшення яких призводить до збільшення інвестиційної привабливості):

$$I_j = x_i - x_{j(\min)} / x_{i(\max)} - x_{j(\min)} \quad (2.6)$$

- для показників де стимуляторів (збільшення яких призводить до зменшення рівня інвестиційної привабливості):

$$I_j = x_{i(\max)} - x_j / x_{i(\max)} - x_{j(\min)}, \quad (2.7)$$

де:  $x_i$  – фактичне значення  $j$ -го показника;

$x_{j(\min)}$  – мінімальне значення одиничного показника, що підлягає оцінці;

$x_{i(\max)}$  – максимальне значення досліджуваного одиничного показника.

На третьому етапі потрібно врахувати значущість кожного одиничного показника. Значущість (вага) кожного показника при розрахунку узагальнюючого показника розраховують експертним опитуванням методом попарних порівнянь, згідно з яким будують множину матриць попарних порівнянь. Попарні порівняння проводять у розгляді переваг (домінування) одного елемента над іншим. Експертами можуть виступати фахівці у сфері інвестицій, бізнесу, керівники органів місцевого самоврядування та науковці.

На третьому етапі визначаються узагальнюючі показники інвестиційної привабливості. Узагальнюючі показники оцінюються за формулою:

$$I_{\text{узаг}} = \sum_{i=1}^m (i_j * r_j), \quad (2.8)$$

де:  $i_j$  – нормований одиничний показник інвестиційної привабливості рекреаційного комплексу регіону;

$r_j$  – значущість даного показника.

При визначенні узагальнюючих показників інвестиційної привабливості (4 етап оцінювання) потрібно оцінити рівень розвитку інвестиційної інфраструктури агломерації, тобто слід врахувати умови ведення бізнесу на цій території, наявність можливостей задоволення цілей інвестора та стан соціальної інфраструктури. Також необхідно оцінити демографічну характеристику регіону. Інвестору цікаво знати кількість потенційних клієнтів об'єктів рекреації, кількість трудових ресурсів, які можна залучити до роботи, їх кваліфікація тощо. При оцінюванні рівня розвитку рекреаційної інфраструктури регіону слід врахувати всі існуючі об'єкти рекреації, кількість туристів та природні умови, що сприяють розвитку рекреації на даній території. Недостатня пропозиція рекреаційних ресурсів та підвищений попит може стати одним з факторів залучення інвестицій на територію агломерації.

Визначення інтегрального показника інвестиційної привабливості слід оцінювати аналогічно узагальнюючим показникам за формулою (2.8) на основі кількісного аналізу розглянутих узагальнюючих показників (одержаних за сумою їх рангової значущості). Вага узагальнюючих показників теж розраховується експертним шляхом.

На останньому шостому етапі оцінювання, наголошує Опанасюк Ю.А., варто провести ранжування інвестиційної привабливості рекреаційної сфери міських агломерацій чи зробити детальний кластерний аналіз і на основі цього визначити пріоритетні регіони інвестиційної привабливості. Можна із впевненістю стверджувати, що в цих регіонах потенційний інвестор може гарантовано отримати значний ефект з мінімальними ризиками. Виважені висновки можуть бути зроблені тільки тоді, коли інтегральні показники інвестиційної привабливості будуть проаналізовані в порівнянні з аналогічними показниками інших регіонів чи відповідними часовими проміжками [43, с. 19-20]. Представляючи у нашій роботі вищевказаний алгоритм оцінювання інвестиційної привабливості сфери рекреації ми хочемо ще раз наголосити на тому, що потрібного результату від такої оцінки можна досягти лише тоді, коли буде врахована максимальна кількість значущих чинників цього процесу.

Інший алгоритм вивчення і оцінювання інвестиційної привабливості галузей демонструють дослідники Овчаренко Т.С. та Степанова А.А. Вони пропонують його здійснювати лише в два етапи. На першому етапі проводиться вибір системи аналітичних показників для оцінки інвестиційної привабливості. На другому етапі по цим галузям проводиться поглиблений аналіз діяльності окремих підгалузей з використанням більш широкої системи показників (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### Показники для визначення інвестиційної привабливості галузі

| Критерії оцінки                                   | Найменування показників                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Прибутковість галузі                              | Коефіцієнт чистого прибутку<br>Коефіцієнт прибутковості реалізації продукції (робіт, послуг)<br>Коефіцієнт прибутковості витрат (рентабельність)                                                                                                                                                                 |
| Ефективність виробничої діяльності галузі         | Фондовіддача<br>Питома вага реалізованої продукції й експорту галузі в загальному обсязі виробленої в галузі продукції                                                                                                                                                                                           |
| Ефективність капітальних вкладень в галузь        | Коефіцієнт окупності інвестицій<br>Коефіцієнт окупності власного капіталу<br>Індекс потенціалу інвестування<br>Питома вага галузі у валовій доданій вартості області                                                                                                                                             |
| Значущість галузі в економіці області та України  | Питома вага галузі у валовій доданій вартості області<br>Питома вага галузі у загальному обсязі промислового виробництва області<br>Питома вага обсягів виробництва економіки області в загальнодержавному виробництві<br>Питома вага обсягів виробництва промисловості області в загальнодержавному виробництві |
| Сталість галузі до економічного спаду виробництва | Співвідношення динаміки обсягу виробництва галузей економіки і промисловості та динаміки обсягу ВВП України                                                                                                                                                                                                      |
| Соціальна значущість галузі                       | Питома вага працівників галузі в загальній кількості зайнятих в економіці                                                                                                                                                                                                                                        |
| Ступінь державної підтримки розвитку галузі       | Співвідношення питомої ваги капітальних вкладень у галузь до загального обсягу державних капітальних вкладень в економіку, промисловість                                                                                                                                                                         |

Джерело: [39].

В представленому алгоритмі вивчення і оцінювання інвестиційної привабливості галузей при розрахунку показників кожного блоку конкретній галузі присвоюється порядковий номер у міру погіршення даного показника. Тобто, чим кращий даний показник, тим менший порядковий номер галузі. Цей номер і буде оцінкою для галузі.

При узагальненій оцінці інвестиційної привабливості галузі бали по всіх показниках підсумовуються і ранжуються в порядку збільшення їх кінцевих сум. Цьому ряду присвоюються нові порядкові номери, які й будуть відображувати рейтинг загальної інвестиційної привабливості [39, с. 687].

На наше переконання, переважну більшість таких показників варто застосувати як додаткові показники до алгоритму, який запропонувала дослідниця Опанасюк Ю.А, якщо йдеться про оцінювання інвестиційної привабливості галузі туризму.

Потреба оцінки частки інновацій у діяльності підприємств впливає на вибір методичних підходів до оцінки інвестиційної привабливості та інвестиційного потенціалу туристичної галузі. На нашу думку, саме збільшення цієї частки дає конкурентні переваги, зокрема і у туристичному бізнесі

Для оцінки ефективності інновацій вченими запропоновано використовувати систему показників, які відображають кінцеві результати реалізації інноваційного проекту, а також співвідношення результатів і витрат, що зумовлені розробкою, виробництвом і експлуатацією нововведень, а саме:

- зміни у товарообороті, продуктивності праці та фондівіддачі;
- валовий дохід, який одержало підприємство у результаті інновацій;
- приріст доходу за період, який був одержаний у результаті інновацій у порівнянні з альтернативою;
- питому вагу валового доходу від інновацій у загальній масі валового доходу за період;
- зміни частки валового доходу, який одержало підприємство від інновації, у загальній масі валового доходу звітного періоду у порівнянні з альтернативою;



- витрати на інновації; зміни в умовах і обсягах проведення інноваційних робіт за допомогою коефіцієнта, який відображає відмінності між базовим об'єктом і нововведеннями;
- економію зниження витрат обертання за рахунок реалізації нововведення за певний період;
- витратоємність продажів (надання послуг – авторське доповнення) і її зміну;
- зміну середньої витратоємності продажів (надання послуг – авторське доповнення) за рахунок нововведень на підприємстві в цілому;
- прибуток від продажів, який отримали за рахунок здійснення інновацій і його приріст (ефект) у порівнянні з альтернативою за період;
- чистий прибуток, який одержало підприємство від реалізації нововведення і його приріст, який одержало підприємство за період від реалізації нововведення у порівнянні з альтернативою;
- рентабельність продажів (надання послуг – авторське доповнення) від інновацій;
- рентабельність інноваційних активів (вартість майна, що вводиться) за показником чистого прибутку (у нашому випадку рентабельність інноваційних активів із обсягу інвестиційних коштів);
- рентабельність капітальних вкладень, які спрямовані на створення і здійснення нововведень;
- приріст рентабельності продажів у результаті нововведень;
- приріст рентабельності інноваційних активів, розрахованої за показником чистого прибутку;
- приріст рентабельності капітальних вкладень в інновацію у порівнянні з рентабельністю капітальних вкладень в альтернативу даній інновації;
- період окупності капітальних вкладень на інновації; інтегральний (загальний) бюджетний ефект за весь термін застосування нововведень. [34, с. 22]. Переважну більшість із вищевказаних показників можна застосувати, як

додаткові, для визначення інтегрального індексу інвестиційної привабливості туристичної галузі.

Отже, методичні підходи й показники оцінки інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості туристичної галузі необхідно визначати та застосовувати комплексно, використовуючи декілька методик. Також потрібно зважати на те, що у кожному конкретному випадку оцінки варто враховувати особливості підприємства чи регіону.

### **2.3. Методологічні аспекти інвестиційних процесів в туристичній галузі в контексті євроінтеграції**

Процес глобалізації світової економіки створює потребу євроінтеграційного розвитку України, що, у свою чергу, сприяє радикальним перетворенням на шляху підвищення рівня соціально-економічного розвитку демократичної держави, закріпленню міжнародного образу країни як конкурентоспроможної і інвестиційно-привабливої з одночасним вдосконаленням політичної системи та сфери захисту прав людини та передбачає відтворення продуктивних сил через відновлення всіх факторів виробництва. Оптимальне поєднання детермінант виробництва зумовлює необхідність пошуку механізмів стабілізації та розвитку процесів відтворення продуктивних сил [12, с. 158]. Беручи до уваги вищезазначене, можна стверджувати, що вітчизняна туристична індустрія, за відповідного законодавчого та ресурсного забезпечення, запровадження механізмів стабілізації та розвитку має усі шанси бути інвестиційно привабливою та конкурентоспроможною галуззю економіки в контексті євроінтеграційного розвитку.

Як зазначають вчені, провідним напрямом позиціонування держави на світовій арені та реалізації національних інтересів є розвиток туристичної галузі національної економіки, що дозволяє створити та закріпити імідж держави, який є базовим елементом її стратегічного капіталу. Саме імідж є найвпливовішим елементом результативності міжнародних відносин, який формує уявлення про

країну як економічний суб'єкт в системі глобальної конкуренції, як об'єкт для інвестиційних відносин та політичного гравця на світовій арені. Туризм є однією з стратегічно важливих галузей економіки більшості країн світу, оскільки туристи є незалежними утворювачами іміджу та джерелом поширення інформації про країну.

Роль туризму почала активно зростати разом із посиленням глобалізації, оскільки саме потоками туристів поширюються соціальні, політичні і економічні заходів, долаючи кордони, реалізуються транс регіональні зв'язки, розширюються мереж соціальної активності і влади. Здобуття країною іміджу туристичної дестинації набуло конкретну цінність, а підтримку цього іміджу слід вважати складником національних інтересів і вважати визначальним напрямом міжнародної інформаційної політики держав світу. Набуття туризмом стратегічного значення визначає його ключовим фактором соціально-економічного прогресу країни [50, с. 31-32]. На нашу думку, одним із головних факторів набуття вітчизняного туризму стратегічного значення є посилення інвестиційних процесів із залученням іноземних інвестицій. Саме це буде важливим індикатором конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу на європейському та світовому ринках.

За допомогою глобалізації туристичні підприємства отримують нові можливості для розвитку та розширення своєї діяльності на міжнародному рівні. Вони можуть привертати більше клієнтів з різних країн та налагоджувати партнерські зв'язки з іншими підприємствами з метою спільного розвитку. Однак глобалізація також створює виклики для туристичних підприємств. Конкуренція з боку інших міжнародних гравців може бути суворою, і для збереження конкурентоспроможності необхідно активно застосовувати стратегії маркетингу, вдосконалювати якість послуг та забезпечувати інноваційний підхід. Розробка та впровадження інноваційних технологій в діяльність туристичних підприємств дозволить підвищити їх ефективність та конкурентоспроможність. Наприклад, використання цифрових рішень, штучного інтелекту та аналітики даних може полегшити процеси бронювання,

підвищити задоволення клієнтів та покращити управління [37, с. 145]. Запровадження інноваційних технологій може стати одним із важливих факторів підвищення інвестиційної привабливості вітчизняної туристичної індустрії.

Туризм є високоприбутковим бізнесом, тому завжди існує конкурентна боротьба між країнами світу, в якій власне перемагають ті, які володіють не тільки значними туристичними можливостями, але й здатні запропонувати туристам унікальні та різноманітні туристичні послуги. Отже, кожна країна світу має свій характерний рівень туристичної конкурентоспроможності, що свідчить про успішність туристичної галузі та потенційність залучення інвестиційного капіталу [52, с. 76]. Україна також має унікальні можливості для розвитку вітчизняного туризму, проте є багато факторів, які перешкоджають цьому процесу. Недостатнє позиціонування вітчизняних туристичних об'єктів, зокрема в країнах Європи, бюрократичні перепони, недосконале законодавство, низька кооперація між туристичними підприємствами та підприємствами інфраструктури не дають можливості залучати в галузь достатньої кількості інвестицій.

У цьому сенсі необхідно удосконалювати методичні підходи до покращення інвестиційних процесів, брати приклад залучення інвестицій у розвинутих країн Європи та світу. На наше переконання, враховуючи реалії сьогодення (воєнний стан, повномасштабну російську агресію) вітчизняній туристичній галузі необхідно більше орієнтуватися на залучення саме іноземних інвестицій. Щоб зацікавити потенційного іноземного інвестора потрібно, насамперед, розробити відповідну стратегію, в якій розглянути методологічні аспекти процесу інвестування і, впроваджуючи цю стратегію, відродити вітчизняну туристичну галузь. Як відомо, з 1 червня 2023 року Україна отримала право очолити 68-ме засідання Європейської Комісії ВТО ООН, що свідчить про визнання її ролі в туристичній сфері. На 69-тій сесії Європейської Комісії ВТО ООН, Україна, яка очолює європейський сектор, представила свою програму розвитку туризму на 2024-2025 роки [67].

Деякі вітчизняні вчені переконані, що членство в європейських структурах може надати Україні можливості для отримання деяких переваг через:

- збільшення доступу до місткого туристичного ринку ЄС, що динамічно розвивається;
- стимулюючий вплив на економічну політику, зокрема туристичну, для впровадження механізмів та інституцій за зразком держав ЄС;
- зростання конкурентоспроможності вітчизняного туристичного ринку внаслідок припливу капіталів та інвестицій, прискорення технологічного прогресу, пристосування його стандартів до потреб закордонних туристів [9, с. 143]. Проте, на наше переконання, членство в європейських структурах може вплинути на зростання припливу капіталів та інвестицій лише за умови, коли вітчизняна туристична індустрія зможе посилити конкурентоспроможність через покращення внутрішньої організації бізнесу, зменшення бюрократичних перепон, забезпечення безпеки інвестицій та інше. Іншими словами, потенційні закордонні інвестори повинні побачити та відчувати наше прагнення до змін на краще, а не навпаки. У цьому сенсі для визначення рівня розвитку галузі та готовності її до залучення іноземних інвестицій, перш за все необхідно визначити відповідні методичні підходи щодо покращення інвестиційних процесів, підібрати необхідні показники оцінки міжнародної інвестиційної привабливості туристичної галузі.

Виокремлення поняття «міжнародна інвестиційна конкурентоспроможність» на основі системного підходу при вивченні міжнародної інвестиційної діяльності дозволяє розкрити комплексність міжнародної інвестиційної діяльності як об'єкту дослідження, виявити різноманітні зв'язки та поєднати їх у цілісний комплекс [56, с. 34].

На основі системного підходу можна визначити сферу міжнародного інвестування як систему, яка має на вході вхідні інвестиційні потоки, характеристики та параметри яких визначає інвестиційний клімат та вихід, який визначається зміною потоків міжнародних інвестицій. Такий підхід дозволяє визначити міжнародну інвестиційну конкурентоспроможність як результат

інвестиційної активності іноземних інвесторів, яка реалізує інвестиційну привабливість та вже враховує оцінку та прийнятність інвестиційних ризиків для інвестора, по-суті, йдеться про «рентабельність» інвестиційного потенціалу [56, с. 34].

$$IK=IA / IP, \quad (2.9)$$

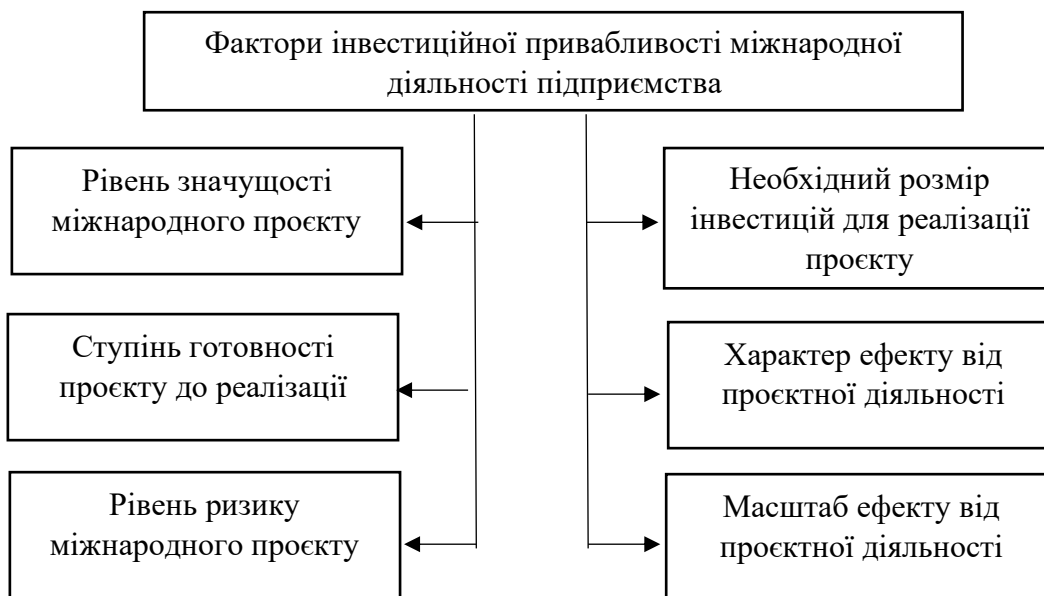
де: ІК – міжнародна інвестиційна конкурентоспроможність;

ІА – інтегрований показник інвестиційної активності іноземних інвесторів;

ІП – інтегрований показник інвестиційної привабливості (галузі, фірми).

Оцінку міжнародної інвестиційної конкурентоспроможності полегшує наявність широкого кола методів оцінки обох параметрів: інвестиційної активності та інвестиційної привабливості. Оцінка інвестиційної активності здійснюється із використанням широкого кола показників. Можна навести, як приклад, методику консалтингової фірми Ernst&Yang для оцінки інвестиційної активності, яка застосовується при підготовці "EY Global Investment Monitor" (GIM). Методика передбачає аналіз низки абсолютних та відносних показників прямих іноземних інвестицій (обсяг прямих іноземних інвестицій, кількість проєктів, кількість учасників, створені робочі місця, секторальна структура, географічна структура, частка в регіоні, тощо) [56, с. 34].

Особливості інвестиційної підтримки розвитку міжнародної діяльності підприємства визначаються набором факторів його інвестиційної привабливості (рис. 2.7). Для туристичної галузі рівень ризику міжнародного проєкту, на наше переконання, є дуже важливим, так, як усі інші вищезначені фактори можна розглядати, коли є відповідне забезпечення безпеки міжнародного проєкту. Іншими словами, потенційний інвестор у нинішній складній економічній та політичній обстановці у світі, перш за все піклується безпекою інвестованих коштів.



**Рис. 2.7. Фактори інвестиційної привабливості міжнародної діяльності підприємства**

Джерело: [13].

Завдяки міжнародній інвестиційній привабливості туризм є важливим джерелом валютних надходжень, позитивно впливає на розвиток торгівлі, є прискорювачем соціальних змін у суспільстві, стимулює розвиток та модернізацію транспортно-комунікаційної інфраструктури, а також відіграє важливу роль у подоланні негативних наслідків в економіці країн [55, с. 34].

З цієї точки зору ми розглядаємо дослідження вчених, які стверджують, що євроінтеграція на сьогодні є важливим аспектом розвитку вітчизняної туристичної галузі, що може привести до низки таких позитивних ефектів:

- 1) збільшення туристичних потоків на території України;
- 2) активізування іноземних інвестицій;
- 3) поліпшення якості надання туристичних послуг;
- 4) розбудова вітчизняної інфраструктури;
- 5) поповнення державного та місцевих бюджетів тощо.

Серед основних напрямів конвертації інноваційного потенціалу туристичної галузі у безпосередньо її переваги можна виділити:

- розробку та випуск якісно нових видів туристичного продукту, готельних послуг;
- застосування та використання нових інформаційних технологій в наданні готельних, транспортних, фінансових послуг;
- переосмислення та наповнення новими властивостями традиційних послуг та впровадження нових послуг;
- освоєння абсолютно нових туристичних ресурсів;
- застосування креативних форм організаційно-управлінської діяльності при розробці, виробництві, споживанні туристичних послуг;
- дослідження і вихід на нові ринки туристських послуг з новими та традиційними туристичними послугами; організаційні зміни у розробці, виробництві і споживанні традиційного туристичного продукту [53].

Погоджуємося із дослідниками, які констатують, що для досягнення переваг у туризмі від євроінтеграції Україна повинна діяти проактивно, використовуючи вітчизняний природний та історико-культурний потенціали, зокрема:

- 1) вдосконалити законодавчу базу;
- 2) налагодити інфраструктуру;
- 3) стимулювати інвестиції;
- 4) проводити ефективну міжнародну маркетингову діяльність тощо.

У комплексі такі заходи дадуть можливість не тільки інтенсифікувати розвиток вітчизняної туристичної галузі, яка може стати одним із основних напрямів розвитку економіки країни, а й інтегруватися в євроспільноту та світове співтовариство [9, с. 144]. Тобто, слід розуміти, що приплив інвестицій у вітчизняну туристичну галузь, зокрема іноземних, не може бути достатнім, коли туристична індустрія буде пасивною, не буде діяти на випередження, не буде шукати креативних рішень актуальних питань, спираючись на прогресивні методичні підходи для оцінки та вироблення стратегії своєї діяльності.

Як справедливо відзначають дослідники, Україна має потенційну інвестиційну привабливість, зокрема для іноземних інвесторів, завдяки



вигідному положенню у центрі Європи. Проте, інвестиційний клімат країни залишається нажаль несприятливим для залучення іноземних та вітчизняних інвестицій. Це, у першу чергу, пов'язано з тим, що в країні нестійка політична ситуація, мають місце побоювання з боку капіталовкладників відносно некоректних умов роботи. До негативних обставин слід віднести недостатній рівень захисту права власності, відсутність адаптованої до світових стандартів нормативної бази, яка повинна захистити не тільки інвестора, а і підприємство, що використовує іноземні та вітчизняні інвестиції. Відзначимо також і низький рівень корпоративної культури [1, с. 199]. Звичайно, в складних сьогоdnішніх умовах воєнного стану та широкомасштабної російської агресії важко забезпечити належну безпеку іноземним інвестиціям, проте пошук нових можливостей розвитку туристичного бізнесу, краще позиціонування туристичних об'єктів, започаткування спільних інвестиційних проєктів, спрощення бюрократичних процедур залучення інвестицій в галузь тощо, може надати впевненості інвесторам вкладати більше коштів.

Європейська інтеграція на сучасному етапі – це магістральний напрямок розвитку континенту, який визначить ситуацію в самій Європі у третьому тисячолітті, так і її місце у світі. З часу свого заснування у 1957 р. (ЄЕС, а сам ЄС-1991) Європейський Союз поступово перетворився на один із найпотужніших політичних та фінансово-економічних центрів сучасного світу, ключовий компонент європейської безпеки, ядро системи європейських стандартів. Європейський Союз об'єднує країни на основі спільних економічних, політичних та соціальних цілей. Країни Союзу твердо йдуть за збалансований та стійкий, соціальний та економічний прогрес. Це досягається шляхом створення простору без внутрішніх кордонів, зміцнення економічної та соціальної інтеграції та утворення економічного та валютного союзу. Створення єдиного ринку для 500 млн. європейців, що забезпечує вільне переміщення людей, товарів, послуг та капіталу. Україні вдалося подолати більшість труднощів на шляху європейської інтеграції та стати невід'ємною частиною оновленої Європи. Здійснивши перетворення у правовій, економічній, фінансовій, соціальній та

політичній сферах, країна значною мірою досягне поставлених на початку інтеграційного шляху цілей. На сьогодні українська політична система, побудована на демократичних засадах, має стати однією з найстабільніших у Європі. Відкритість економіки, підприємницький клімат, стабільність фінансової системи, як і багато інших чинників, мають сприяти Україні стати однією з найпривабливіших європейських держав для ведення бізнесу. Численні соціологічні опитування свідчать, що довіра українців до європейських інституцій дуже висока, на думку громадян України європейська інтеграція була правильним рішенням [61, с. 120]. До того ж, реалії сьогодення свідчать про те, що європейський вибір країни є правильним та своєчасним. Туристична галузь України, інтегруючись у європейський економічний простір, зможе динамічно розвиватися, залучаючи більше іноземних інвестицій.

Відносно міжнародного рекреаційного туризму в контексті євроінтеграційних процесів, Україна має великий потенціал, однак існує низка проблем підвищення рівня розвитку рекреаційно-туристичної діяльності, а саме: неефективність та нераціональність використання природних ресурсів; відсутність стратегічної політики щодо підвищення рівня розвитку рекреаційної сфери та її подальше забезпечення; недорозвинута інфраструктура, особливо транспортна; низька якість надання послуг рекреаційно-туристичної діяльності.

Через ці основні проблеми українська рекреаційно-туристична діяльність, на відміну від інших країн Європейського Союзу, значно відстає у розвитку рекреаційної сфери. Відповідно більша частина населення України надають перевагу іноземні рекреаційно-туристичній діяльності так, як фактично за ті ж самі ціни, вони отримують високоякісне обслуговування, тим самим, вони стають іноземними інвесторами у підвищення рівня розвитку економіки країн загалом [4, с. 51]. Тобто, прагнучи більше інтегруватися у європейський туристичний простір вітчизняній туристичній індустрії, перш за все, необхідно підвищувати якість туристичних послуг. Залучення більшої кількості інвестицій, на нашу думку, можливе лише за умови вироблення чіткої стратегії розвитку галузі. В свою чергу розробка та впровадження такої стратегії повинна мати

відповідне методологічне супроводження, визначенням системи методів та показників, які допоможуть правильно визначити мету та алгоритм цього процесу.

Вчені наголошують на тому, що розвиток туризму в Україні виконуватиме позитивну роль у соціально-економічному зміцненні країни лише за умови його поступового та паралельного розвитку з іншими сферами суспільного життя. Туризм може бути не лише чинником економічного зростання і виходу країни на світовий туристичний ринок, а й засобом усебічної інтеграції у світовий економічний простір на засадах реалізації його комунікативно-інтеграційної складової [22, с. 112]. Ми погоджуємося з таким баченням вчених розвитку вітчизняної туристичної галузі. Поділяємо думку дослідників про те, що впевнений вихід країни на світовий туристичний ринок та успішне закріплення в ньому можливе лише за паралельного розвитку, з точки зору залучення іноземних інвестицій, й інших галузей економіки. Виокремлення лише однієї галузі серед інших як інвестиційно привабливої, можуть посіяти сумніви у потенційних інвесторів щодо безпеки своїх інвестованих коштів в нашій країні.

Виходячи з того, що нині вітчизняна економіка, зокрема туристична галузь, функціонує а умовах певної нестабільності, можна констатувати, що однією із основних перешкод у посиленні інвестиційного процесу є ризики інвестиційних проєктів. Запропоновані дослідниками групи методів зниження втрат від ризиків, доповнені автором технологічними методами, зображені на рисунку 2.8.

Для мінімізації впливу проєктних ризиків застосовують наступні прийоми:

- уникнення ризику, що передбачає свідоме рішення не наражатися на конкретний вид ризику;
- попередження збитку, що являє собою дії, які вчиняють для мінімізації імовірності втрат та зменшення їх наслідків;
- взяття наслідків ризику на себе, що характеризується покриттям збитку за рахунок власних ресурсів;
- перенесення ризику на інших осіб.



**Рис. 2.8. Методи мінімізації втрат від інвестиційних ризиків**

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [63].

Внаслідок широкого вибору методики регулювання ступеня ризику виникає проблема вибору найбільш коректного заходу у конкретній ситуації. Для більш дієвого результату, вважають вчені, можна використовувати проектування модуля «імовірність виникнення втрат» / «рівень збитків» за градацією ймовірності та величиною збитків на підставі досліджень та експертних оцінок. Найбільш оптимальним варіантом вибору наряду оптимізації ризику, є ефективна комбінація декількох методів, де головним критерієм для вибору є обґрунтоване співвідношення між досягнутим ступенем мінімізації ризику та необхідними для цього витратами [63, с. 122]. Для обґрунтування вказаного співвідношення, на нашу думку, варто скористатися системою показників, яка включає як показники кількісного оцінювання рівня ризику так і відносні показники. В процесі оцінки ризиків необхідно застосовувати об'єктивні та суб'єктивні методи визначення ймовірності настання події. Крім того, для оцінки величини фінансових ризиків використовують три групи показників, які можна застосувати для оцінки інвестиційних ризиків у туристичній галузі:

- статистичні величини (стандартне відхилення, варіація, дисперсія);

- непрямі показники ризиковості діяльності, обчислені у формі фінансових коефіцієнтів, зокрема індексу ризику, за даними публічної звітності;

- аналітичні показники (індикатори), призначені для оцінки конкретного виду ризику, зокрема інвестиційного, у процесі внутрішнього аналізу діяльності підприємницьких структур.

Оцінку ступеня інвестиційного ризику іноді можна визначити за допомогою коефіцієнта інвестиційного ризику:

$$W = \frac{x^{\max}}{K}, \quad (2.10)$$

де  $W$  – коефіцієнт інвестиційного ризику,

$x^{\max}$  – максимально можливий обсяг збитків (грош. од.),

$K$  – обсяг інвестиційних ресурсів з урахуванням точно відомих надходжень коштів (грош. од.).

Вчені також пропонують такий методичний підхід до оцінювання ризику як небезпека чи дія, що може спричинити певний наслідок, що піддається вимірюванню. Тобто вимірюється не сама величина ризику, а величина наслідку (позитивна чи негативна); а також ризик є ймовірністю, невизначеністю (вимірюються кількість та імовірність подій, які призводять до наслідку) [14, с. 21]. Вони також розглядають наступний методичний підхід до управління ризиками, який охоплює широкий спектр дій, котрі можна представити як послідовність певних етапів (рис. 2.9).

Україна має значні потенційні можливості для динамічного розвитку туристичної індустрії й відповідної інтеграції у світовий туристичний простір. З урахуванням досліджень купівельної спроможності можемо виявити періодичність та динамічність прибутку за певний період. Зростання купівельної спроможності тільки збільшить частку бізнес-туристів в Україні та приблизить підприємство до надання тільки якісних послуг з вимогами міжнародних стандартів. Євроінтеграційні процеси, що відбуваються сьогодні, відіграють важливу роль у формуванні нового покоління бізнесменів та політиків, які все

частіше беруть участь у міжнародних конгресах і форумах за кордоном не тільки як слухачі, а й як спікери.

|               |                                                                                                                                                                                                 |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1 етап</b> | Усвідомлення й виявлення ризику, визначення причин його виникнення і ризикових сфер.                                                                                                            |
| <b>2 етап</b> | Аналіз та оцінка ризику – якісна (конкретизація видів, визначення збитків та їх імовірності, заходи протидії та їх вартість) та кількісна (аналіз точки беззбитковості, чутливості, сценаріїв). |
| <b>3 етап</b> | Вибір методів (прийомів) управління ризиком.                                                                                                                                                    |
| <b>4 етап</b> | Застосування вибраних методів, мінімізація витрат на їх здійснення.                                                                                                                             |
| <b>5 етап</b> | Оцінка результатів, що передбачає постійний контроль рівня ризиків із застосуванням механізму зворотного зв'язку.                                                                               |

**Рис. 2.9. Методичний підхід до послідовності етапів управління ризиками**

Джерело: сформовано автором на основі [14].

У контексті формування якісно нової інституційної площини розвитку економіки знань потребують ґрунтовних подальших досліджень. Так як, розвиток туристичної галузі в Україні за умов глобалізації та євроінтеграції потребує актуалізації видів туристичної діяльності, здійснення інтеграції з міжнародними лідерами туристичної галузі, запровадження вже існуючого світового досвіду із задоволення попиту споживачів галузі [16, с. 140]. Впровадження світового досвіду щодо організації та надання туристичних послуг, формування інвестиційної валізи, процедури залучення інвестицій, на нашу думку, є ще одним важливим фактором підвищення міжнародної інвестиційної привабливості галузі.

Розвиток міжнародного туризму, вважають вчені, сприяє покращенню іміджу України на ринку туристичних послуг. Цікаві для інвесторів проекти щодо залучення інвестицій в галузі інфраструктури та енергетики України були запропоновані деяким країнами Європейського Союзу, такими як Польща,

Словаччина. Проект щодо перетворення України на «магніт для інвесторів» є підтвердженням курсу нашої країни на подальший розвиток міжнародного туризму та євроінтеграції [2, с. 8].

При розгляді процесів і практик розвитку міжнародного туризму важливо оцінити практики, що стосуються сталого туризму. У разі міжнародного сталого розвитку туризму в центрі уваги руху прихильності туристів є економічний розвиток, глобалізація світової економіки, зменшення торгових бар'єрів, заохочення інвестицій у туризм, розвиток транспортної галузі та розширення обміну між різними країнами. Згідно з опитуванням, проведеним Всесвітньою туристичною організацією з метою виявлення мотивів подорожей туристів у США, Великобританії, Франції та Канаді, більшість з них віддають перевагу дикій природі в дикій природі. Інші основні переваги включають спостереження за птахами, рідкісними видами та відвідування корінного населення.

Інші основні напрямки розвитку міжнародного туризму є методами запобігання забрудненню навколишнього середовища. Організації туристичної галузі займаються проблемами забруднення повітря, землі та води. Управління відходами громадського харчування є однією зі складних сфер у більшості туристичних організацій, ці відходи пов'язані не лише з харчовими відходами, а й з консервними банками, пляшками та папером. Існує суворе законодавство щодо поводження з міжнародними відходами громадського харчування. Законодавство передбачає два варіанти боротьби з такими відходами, включаючи сміттєзвалище або спалювання [23].

На наше переконання, у сучасному світі туристична індустрія набуває особливих атрибутів, які вибудовуються у нову модель, зокрема з погляду залучення інвестицій як елементу ефективного розвитку. Вченими виділяються наступні властивості здійснення туристичного бізнесу в умовах постіндустріальної інформаційної економічної моделі:

1. Можливість відходу від використання унікальних природних ресурсів як засобу отримання надприбутку. Масовість туристичного бізнесу, його орієнтація на споживача із середнім рівнем освіти знижує рівень привабливості

ексклюзивних природних та культурних пам'яток, оскільки «середній споживач» неспроможний відповідним чином матеріально оцінити художній рівень або натуральну красу об'єкта. Переважна більшість клієнтів віддає перевагу зовнішнім ефектам, намагаючись у процесі рекреації максимально абстрагуватися від активної розумової діяльності в умовах агресивного конкурентного середовища.

2. Креативність як організаційна і технологічна основа здійснення постіндустріального туризму у всіх його проявах. Епоха високих технологій дозволяє за допомогою комп'ютерних програм здійснити планування підприємницької діяльності, максимально наближуючи її до природно-кліматичних умов, специфіки рельєфу та наявної матеріальної бази. В цьому аспекті підвищуються вимоги до наявності творчих здібностей серед керівного персоналу туристичних об'єктів, необхідність пошуку нових форм роботи з клієнтами, створення раніше невідомих видів туристичної продукції тощо.

3. Формування комунікаційної мережі як фактору свого конкурентоспроможного функціонування. За сучасних умов тривале існування будь-якої складової туристичної індустрії є неможливим в стані ізоляції. Незалежно від організаційно-правової або галузевої диференціації, відповідний суб'єкт господарювання зобов'язаний бути активним учасником спеціалізованої інформаційної мережі. В її межах відбувається пошук потенційних клієнтів та бізнес-партнерів, здійснюється моніторинг ситуації на ринку тощо. Особливої значущості набуває спроможність формувати власний інформаційний простір, враховуючи необхідність здійснювати господарську діяльність у глобальному відкритому бізнес-середовищі.

4. Кадрове забезпечення як засіб забезпечення ефективної діяльності. Проблема підготовки кваліфікованих фахівців є однією з найважливіших для будь-якої складової підприємницького середовища, що функціонує згідно принципів інформаційної економіки. Більше того, за сучасних умов представники відповідної господарюючої одиниці мають приймати активну участь у цьому процесі, особливо на стадії практичної адаптації отриманих



теоретичних та методичних знань до реалії конкретної бізнес-структури. Також питання взаємодії із регіональними науково-навчальними центрами мають входити до переліку постійних завдань фірм, які займаються туристичною діяльністю в різних сферах.

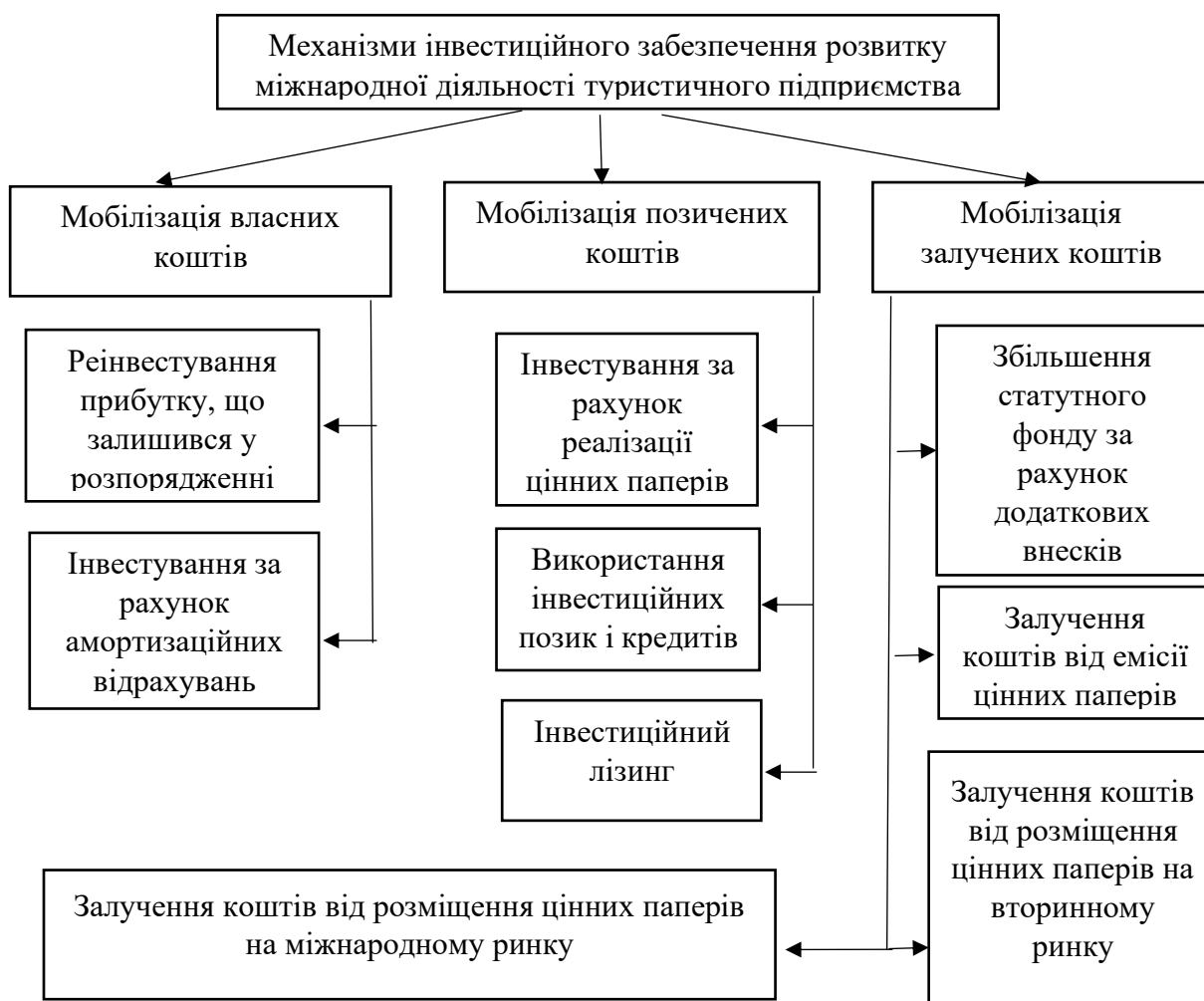
5. Соціально-економічна значущість туристичної індустрії як складова статусу розвиненої держави. З одного боку, для переважної більшості країн світу ця галузь, навіть у формі потужної індустрії, є лише одним з бюджетоформуючих факторів. Водночас слід відмітити, що розвиток туризму сприяє залученню в країну іноземців, що, в свою чергу, дозволяє формувати імідж держави, базуючись на думці світової спільноти. Більше того, відкритість за умов глобалізації є невід'ємною складовою провідних країн світу [17, с. 25]. Погоджуючись із вищеописаними властивостями здійснення туристичного бізнесу хочемо звернути увагу на вміння та здібності менеджменту туристичного підприємства до практичної адаптації отриманих теоретичних та методичних знань в реаліях конкретної бізнес-структури. Тобто, потрібно не тільки володіти теоретичними та методичними методами та знаннями, а й уміло використовувати їх для посилення інвестиційних процесів.

У цьому зв'язку, на думку вчених, необхідно акцентувати увагу на створенні умов для формування інвестиційного потенціалу національної економіки – її спроможності ефективно освоїти вкладений капітал, що передбачає розроблення та реалізацію таких інвестиційних програм та проєктів, які відповідають сучасним національним інтересам та враховують інтереси інвесторів. Водночас потрібно активно нарощувати зусилля з розвитку системи вітчизняного інвестування, створюючи перешкоди для вивозу капіталу через офшори (податковий контроль, адміністративна та карна відповідальність) та можливості для легалізації бізнесу (фіскальні – податкові пільги, канікули, кредитні – пільгові кредити та кредити з можливістю реструктуризації боргів, кредити на відкриття бізнесу тощо).

У цілому ж слід констатувати, що подальше посилення глобалізаційних процесів сприятиме загостренню проблеми національної ідентичності,

вирішення якої багатьма країнами вбачається у посиленні державного впливу на міжнародне економічне співробітництво через упровадження протекціоністських заходів у торговельній, міграційній, інвестиційній сферах, що, своєю чергою, сприятиме посиленню геоекономічної та геополітичної напруги у світі. У цих умовах виникає необхідність формування нових засад світової економічної стабілізації та розвитку. Тобто можна стверджувати, що на початку XXI ст. процес глобалізації динамізується і проявляється в певних, властивим саме йому формах. Вони переважно викристалізуються і дістають матеріальне втілення у збільшенні обсягів та диверсифікації структури міжнародної торгівлі, інтенсифікації міжнародних фінансових трансакцій, виникненні транснаціонального бізнесу, різкому зростанні вивозу прямих закордонних інвестицій та інтенсифікації міжнародної міграції робочої сили [5, с. 28-29].

Налагодження механізму інвестування, яке дозволить забезпечити залучення інвестицій для реалізації потенційних можливостей та розвитку вітчизняного туризму є необхідним з метою підвищення конкурентоспроможності на ринку, мотивації діяльності та, звісно, розвитку підприємства. Вченими запропоновано систему механізмів інвестування, в якій виокремлено три основні групи, такі як механізми мобілізації власних коштів, механізми позичених коштів, механізми залучених коштів, зокрема і для туристичних підприємств (рис. 2.10). До механізму мобілізації залучених коштів автор додав елемент залучення коштів від розміщення цінних паперів на міжнародному ринку. Дослідники стверджують, що визначення джерел фінансування проектів розвитку міжнародної діяльності залежить від наявного фінансового механізму підприємства, який, з точки зору сучасних науковців, може бути директивним або регульованим, залежно від рівня фінансового менеджменту підприємства [13, с. 343-344].



**Рис. 2.10. Система механізмів інвестиційного забезпечення розвитку міжнародної діяльності підприємства**

Джерело: побудовано автором із використанням інформації [13].

Розглядаючи питання особливостей інноваційного розвитку туристичної галузі в Україні, слід зазначити, що першочерговим заходом має стати розробка інноваційного розвитку національного туризму з урахуванням світового досвіду та євроінтеграції, розвиток кібербезпеки, впровадження сучасних технологій. Водночас слід враховувати, що в Україні в період післявоєнного відновлення необхідно активно популяризувати туристичний потенціал, розвивати сучасні та перспективні інноваційні ініціативи та залучати до цього процесу міжнародних партнерів, впроваджувати сучасні технології, пілотні туристичні проекти, відбудовувати сучасну інфраструктуру, таким чином, щоб вона мала новітні технології. У повоєнній відбудові України варто також врахувати досвід країн,

які мають туристичний потенціал, але зазнали втрат від війни чи збройних конфліктів, або навіть знаходяться у стані воєнного конфлікту та не зважаючи на це розвивають туризм [41, с. 108].

Тому для просування українського туристичного потенціалу необхідно активно приймати участь в міжнародних туристичних заходах, залучати партнерів та профільних організацій до створення та реалізації програми відродження туризму. Корисним є також досвід Грузії, в якій військовий конфлікт 2008 року спричинив руйнівний вплив на туристичну галузь, але значно підвищив рівень впізнаваності країни у світі. Але спрощення візового режиму, покращення інвестиційного клімату завдяки сприятливій законодавчій підтримці, будівництво та відновлення музеїв дозволило залучити стабільний туристичний потік [28]. В Європі та в усьому світі, через військові дії в нашій державі, все більше сприймають Україну як країну, що успішно протистоїть ворогу та намагається розвиватися. Ця обставина після закінчення бойових дій, на нашу думку, може значно підвищити зацікавленість іноземних інвесторів більше вкладати інвестиційних коштів на відновлення України, зокрема і туристичного бізнесу.

На міжнародному рівні значну увагу приділяють руху прямих інвестицій, оскільки вони надають можливість збільшити економічний потенціал країни-реципієнта, забезпечити розширення експорту товарів і послуг, створити додаткові робочі місця тощо. Разом з інвестиціями країна отримує також можливості запровадження нових технологій не лише виробництва, а й управління [13, с. 347]. Таке твердження дослідників справедливе, на наше переконання, і для окремих галузей економіки, зокрема туристичної.

Проведені вченими дослідження у сфері залучення прямих іноземних інвестицій на підприємство вказують на доцільність акцентування зусиль підприємства на його готовності до залучення прямих іноземних інвестицій, оскільки це засвідчує його зацікавленість у здійсненні процесу та демонструє намір реалізувати інвестиційний проект; передбачає реалізацію його інвестиційної привабливості шляхом активізації її основних складників;

ідентифікує зважений вибір та усвідомлення власників підприємства щодо стратегії його розвитку та можливих її наслідків; є вихідною передумовою вступу в безпосередній процес налагодження співпраці з іноземними партнерами у формі прямих іноземних інвестицій [38, с. 83].

Прямі іноземні інвестиції мають переваги з іншими видами економічної допомоги. Пояснити це можна тим, що вдяки ним підвищується ефективність економіки країни-реципієнта. Тому що у виробництво впроваджуються нові технології. Крім цього такі інвестиції не збільшують борг, а навпаки сприяють його зменшенню. Суб'єкти, які виступають прямими іноземними інвесторами, за класифікацією деяких дослідників, діляться на три групи:

а) ТНК (транснаціональні компанії), що охоплюють материнську компанію, її дочірні підприємства а також асоційовані підприємства за кордоном. Це довгострокові інвестиції в негрошовій формі, тобто обладнання, технології для того щоб освоїти нові ринки своєю продукцією і доступу до ресурсів;

б) приватні інвестори-підприємці, мета яких є швидке одержання прибутку. Тому об'єктами їх капіталовкладень є малі та середні підприємства, які швидко можуть почати розвиватись;

в) інституціональні інвестори – фінансові посередники, а саме банки, інвестиційні та страхові компанії, міжнародні фінансові організації), які залучають кошти через продаж акцій. Зазвичай це короткострокові капіталовкладення, купуючи великі пакети акцій компаній. У системі національних рахунків до прямих іноземних інвестицій відносять:

1) первинні вкладення за кордоном власного капіталу – це поглинання або злиття компаній, створення спільних підприємств, філій, дочірніх та асоційованих компаній, яке розуміє піж собою придбання понад 10% пакету акцій компанії;

2) реінвестиції – це частина доходу об'єкта інвестування, яка не розподілена і не переказана прямому інвестору, а була знов вкладена у його розвиток;

3) внутрішньо-корпоративні трансфери капіталу у формі кредитів, субсидій або ж позик між прямим інвестором та філіями, дочірніми й асоційованими компаніями [26, с. 117].

Таблиця 2.6

**Методичний підхід до оцінки властивостей системи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства**

| <i><b>Властивості</b></i> | <i><b>Змістова характеристика</b></i>                                                                                 |
|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Цілеспрямованість         | Сукупність компонентів, які функціонують спільно задля досягнення однієї цілі                                         |
| Цілісність                | Сукупність компонентів, які в поєднанні створюють нову цілісність із притаманними лише їй поведінкою та властивостями |
| Структурність             | Поведінка системи зумовлена не лише особливостями окремих компонентів, а й властивостями її структури                 |
| Ієрархічність             | Наявність підпорядкованості компонентів системи в рамках їх взаємовідносин                                            |
| Відкритість               | Здатність системи взаємодіяти із зовнішнім середовищем, забезпечуючи досягнення цілі                                  |
| Динамічність              | Змінність системи та її розвиток                                                                                      |
| Множинність               | Притаманність кожному компоненту системи лише йому характерних особливостей поведінки, стану                          |
| Ізольованість             | Можливість розгляду кожного компонента системи автономно для виокремлення лише йому притаманних властивостей          |
| Декомпозиційність         | Здатність системи розподілятися на окремі підсистеми з подальшим поділом залежно від завдань та масштабу              |
| Керованість               | Здатність компонентів системи піддаватися цілеспрямованому впливу для досягнення мети                                 |

Джерело: [38].

Вчені зазначають, що зовнішньоекономічний аспект туристичної діяльності залишається менш дослідженим і вимагає поглибленого вивчення, особливо в частині розробки й удосконалення методик оцінки передумов і факторів зовнішньоекономічної діяльності туристичних підприємств, обґрунтування рекомендацій щодо підвищення їх конкурентоспроможності на зовнішніх ринках [31, с. 225]. Це твердження стосується також інвестицій в туристичні підприємства, зокрема інвестицій у відновлення туристичної спадщини.

Проте, вплив культурних інвестицій, за твердженням дослідників, виходить далеко за межі захисту історичної спадщини та розвитку туризму –

функцій, які традиційно вважаються притаманними культурі з економічної точки зору. Оцінка впливу показує ефект від інвестицій, що позначається на міському плануванні, розвитку економічного виробництва та підприємництва (малі та середні підприємства в культурній та креативній індустріях, які грають суттєву роль у цифровій економіці), працевлаштування та здатність приваблювати іноземні інвестиції, а також побічні ефекти на інші сектори економіки у пошуку інновацій.

Як і з іншими інвестиціями, досвід управлінських команд має надзвичайно велике значення у прийнятті рішення щодо подальшої роботи, особливо під час розгляду сталості впливів. Успіх залежить від здатності розробити спільне бачення, яке може трансформувати однократне втручання (пов'язане з одним заходом) у силу, яка сприятиме розвитку регіону та його громадської та підприємницької енергії протягом тривалого часу [47, с. 122]. В контексті залучення іноземних інвестицій, на наше переконання, необхідно забезпечити покращення інвестиційного клімату. На створення відповідного інвестиційного клімату значний вплив має успішний менеджмент підприємства та галузі в цілому.

З позиції покращення інвестиційного клімату в Україні та активізації іноземного інвестування деякі дослідники вважають за доцільне:

- 1) запровадження державних стимуляторів розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму та виходу з економічної кризи;
- 2) чітке й однозначне визначення пріоритетів у зовнішній політиці орієнтованої на створення зони вільної торгівлі з ЄС;
- 3) боротьбу з інфляцією, безробіттям, трудовою міграцією;
- 4) впровадження економічного механізму страхування ризиків іноземних інвесторів;
- 5) забезпечення рівномірного розподілу обсягів іноземних інвестицій за регіонами країни з послабленим рівнем розвитку інвестиційної інфраструктури туристичних підкомплексів, не привабливих для українських інвесторів;

6) забезпечення усунення технічних бар'єрів в процесі відшкодування ПДВ та митного оформлення товарів, забезпечення пільгового податкового режиму під час здійснення масштабних капіталовкладень в індустрії туризму країни;

7) розвиток системи державних гарантій, що надаються інвестору в пріоритетних для держави напрямках інвестування;

8) активізація заходів щодо формування позитивного іміджу суб'єктів вітчизняної індустрії туризму [62, с. 62]. Тобто, на покращення інвестиційного клімату в нашій країні впливає багато факторів. Для забезпечення необхідного інвестиційного клімату, зокрема і для туристичного бізнесу, на нашу думку, потрібно вжити якомога більшу кількість заходів, які будуть спиратися на сукупність методик та прийомів, зрозумілих інвесторам. Вчені зазначають, що методологічною базою з напрямків інституційного аналізу сучасних особливостей функціонування туристичної галузі як складної багатоукладної системи є теорія стейкхолдерів [18].

Вчені зазначають, що міжнародні туристичні організації є елементом туристичної системи, який відіграє важливу роль у переконанні інших суб'єктів посилити свої зусилля для досягнення сталого розвитку. Крім того, це ті міжнародні туристичні організації, які перебувають у тісному взаємозв'язку з усіма трьома питаннями сталого розвитку: економічним, соціальним та екологічним [66]. Тому, на наше переконання, участь України в міжнародних туристичних організаціях є значним поштовхом для вітчизняних туристичних підприємств та галузі загалом для динамічного розвитку в усіх вищезазначених сферах, а також більшого залучення іноземних інвестицій.

Отже, із посиленням процесів глобалізації вітчизняні туристичні підприємства отримують нові можливості та переваги для розвитку своєї діяльності на міжнародному рівні, зокрема у пошуку іноземних інвесторів. Проте, така участь, на наше переконання, потребує підготовки відповідної методологічної бази, а саме: удосконалення методичних підходів до покращення



інвестиційних процесів, впровадження прогресивної методики для оцінки та вироблення стратегії своєї діяльності.

## **Висновки до розділу 2**

1. Для оцінки ефективності діяльності підприємства чи галузі в цілому, або окремих процесів чи потенціалів, зокрема інвестиційного, необхідно використовувати критерії різного спрямування, застосовувати широкий набір методичних та економічних підходів, які б дозволили б дати комплексну оцінку такої ефективності діяльності. Саме цілісний, комплексний підхід має бути основним у дослідженні певного явища чи процесу. Звичайно, кожен економічний процес, зокрема інвестиційний, має певні особливості, проте загальнонаукові принципи дослідження мають бути дотримані. До того ж, прогностні показники збільшення інвестиційного потенціалу підприємства чи галузі мають базуватися на достатньому обсязі достовірних даних із застосуванням економіко-математичних методів.

2. Складність оцінювання величини інвестиційного потенціалу туристичних підприємств полягає, зокрема, в тому, що на цю величину прямо або опосередковано впливають різноманітні фактори. Необхідно більше уваги приділяти інвестиційним процесам на мікрорівні, дослідженню мікроекономічних факторів забезпечення інвестиційної діяльності. Якщо розглядати туристичний бізнес, то заінтересованість потенційних інвесторів об'єктом інвестицій та безпека інвестицій повинна стати прерогативою менеджменту туристичних підприємств та інших зацікавлених у цьому організацій за територіальним принципом.

3. Розробка методичного підходу до оцінки інвестиційного потенціалу туристичної галузі потребує вибору сукупності певних методик та показників, за допомогою яких можна було б якісно проаналізувати основні складові інвестиційного потенціалу. Важливо також об'єктивно оцінити основні ризики в умовах кризових явищ у вітчизняній туристичній індустрії.

4. Територіальна громада може координувати зусилля господарських суб'єктів, у тому числі і туристичних, щодо поліпшення інвестиційного клімату та більшого притоку інвестицій. У цьому аспекті одним із антикризових заходів може стати мобілізація інвестиційних засобів на рівні територіальних громад. Результати комплексної оцінки інвестиційного потенціалу територіальної громади дають можливість виявити сильні та слабкі місця і можуть бути використані при розробці стратегічних планів розвитку громади, зокрема розвитку туристичних підрозділів на території громади, та розробку методичних підходів щодо залучення інвестиційних ресурсів та створення нових робочих місць.

5. Інформаційною основою для розробки методологічних підходів до дослідження інвестиційного потенціалу туристичної галузі є статистична інформація. Статистика туризму повинна методологічно забезпечувати аналіз впливу численних факторів на результати господарської діяльності підприємств сфери туризму, аналіз і прогнозування ринку туристичних послуг та обсяг інвестиційних ресурсів туристичних підприємств, зокрема залучення у галузь іноземних інвестицій. Тому виникає необхідність у формуванні системи забезпечення ефективного управління у сфері туристичної індустрії достовірною статистичною інформацією.

6. Участь туристичного підприємства у територіальних кластерах та в інвестиційних проєктах на інноваційній основі підвищує його шанси на отримання необхідного обсягу інвестицій. Зовнішній інвестор зацікавлений в тому, що в таких проєктах будуть брати участь не тільки туристичні підприємства, а й наукові установи, органи місцевого самоврядування та інші установи та організації, об'єднані за територіальним принципом. Гарантії економічної безпеки та окупності інвестованих коштів у цьому випадку значно підвищуються.

7. На основі показників економічного, соціального і екологічного блоків, які оцінюють рівень збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі, формуються інтегральні показники. Для розрахунку інтегрального індексу

загального туристичного потенціалу необхідно спочатку визначити інтегральні індекси локальних потенціалів, які, в свою чергу, складаються із складових цього індексу, зокрема індексу інвестиційної привабливості. До екологічного блоку таких показників ми пропонуємо визначати індекс екологічності інвестицій туристичної галузі, який визначається відношенням залучених інвестицій на природоохоронні цілі до загального обсягу інвестицій у туристичний бізнес.

8. Критерії та індикатори для комплексної оцінки інвестиційної привабливості повинні влаштовувати як підприємство, так і потенційних інвесторів, тобто результати такої оцінки мають бути об'єктивними та зрозумілими. Складність визначення перспектив розвитку в довгостроковому періоді у більшій мірі залежить від правильності застосування для такої оцінки відповідних економіко-математичних методів та вибору показників, які би знаходилися у відповідній кореляційній та регресійній залежності між собою. Тому, оцінку інвестиційної привабливості потрібно проводити за допомогою множини певних показників, які враховують вплив найбільшої кількості факторів в кожному конкретному випадку.

9. На вибір методичних підходів до оцінки інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості туристичної галузі в значній мірі впливає і потреба оцінки частки інновацій у діяльності підприємства. На нашу думку, саме збільшення цієї частки дає конкурентні переваги, зокрема і у туристичному бізнесі. Для оцінки ефективності інновацій використовується система показників, яка відображає результати впровадження інноваційного проекту. Переважну більшість таких показників можна застосувати, як додаткові, для визначення інтегрального індексу інвестиційної привабливості туристичної галузі.

10. Вітчизняна туристична індустрія, за відповідного законодавчого та ресурсного забезпечення, запровадження механізмів стабілізації та розвитку має усі шанси бути інвестиційно привабливою та конкурентоспроможною галуззю економіки в контексті євроінтеграційного розвитку. Одним із головних факторів набуття вітчизняного туризму стратегічного значення є посилення інвестиційних

процесів із залученням іноземних інвестицій. Саме це буде важливим індикатором конкурентоспроможності вітчизняного бізнесу на європейському та світовому ринках.

11. Україна має унікальні можливості для розвитку вітчизняного туризму, проте є багато факторів, які перешкоджають цьому процесу. Недостатнє позиціонування вітчизняних туристичних об'єктів, низька кооперація між туристичними підприємствами та підприємствами інфраструктури не дають можливості залучати в галузь достатньої кількості інвестицій. У цьому сенсі необхідно удосконалювати методичні підходи до покращення інвестиційних процесів та інвестиційного клімату, брати приклад залучення інвестицій у розвинутих країн Європи та світу. На наше переконання, враховуючи реалії сьогодення (воєнний стан, повномасштабну російську агресію) вітчизняній туристичній галузі необхідно більше орієнтуватися на залучення саме іноземних інвестицій.

12. Членство України в європейських структурах може вплинути на зростання припливу капіталів та інвестицій лише за умови, коли вітчизняна туристична індустрія зможе посилити конкурентоспроможність через покращення внутрішньої організації бізнесу, зменшення бюрократичних перепон, забезпечення безпеки інвестицій та інше. Іншими словами, необхідно переконати потенційних закордонних інвесторів у нашому прагненні до змін на краще. У цьому сенсі для визначення рівня розвитку галузі та готовності її до залучення іноземних інвестицій, перш за все необхідно визначити відповідні методичні підходи щодо покращення інвестиційних процесів, підібрати необхідні показники оцінки міжнародної інвестиційної привабливості туристичної галузі.

Результати розділу 2 знайшли своє відображення у таких працях автора: [6-9].

## Список використаних джерел до розділу 2

1. Дикань О. В., Новак Т. О. Теоретичні та методологічні підходи до стратегії інвестиційної привабливості України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 195–199. DOI: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i59.113610>
2. Алексєєва Т. І. Міжнародний туризм як чинник європейської інтеграції України: сьогодення та майбутнє. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. Вип. 29. С. 7–11. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-29-1>
3. Атамас О.П. Інвестиційна діяльність в Україні: реалії сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 54. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-42>
4. Бабікова К. О. Перспективні напрями вдосконалення системи еколого-економічного забезпечення рекреаційного туризму в контексті євроінтеграції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 15. С. 46–51. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2021.15.46>
5. Бестужева С.В., Козуб В.О. Теоретико-методичні аспекти визначення впливу глобалізаційних процесів на розвиток економіки України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Вип. 36. С. 25–30. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2021-36-4>
6. Білецька Н., Наумов О., Наумов О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету* 2024, № 5. С. 554-560. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-84>.
7. Білецька Н. В. Інституційне забезпечення залучення інвестицій до розвитку туристичного сектору. *Економічний простір*. 2024. № 194. С. 3-7. <https://doi.org/10.30838/EP.194.3-7>

8. Білецька Н.В. Розробка методичного підходу до впровадження ланцюжків доданої вартості в діяльність підприємств туристичного сектору. *Наукові перспективи*. 2024. № 10(52). С. 373-884 DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10\(52\)-373-384](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10(52)-373-384)
9. Білецька Н.В. Впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі. *Проблеми економіки*. № 3 (61), 2024. С.84-91. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-3-84-91>
10. Горин Г. В. Систематизація методологічних підходів до визначення сутності поняття «рекреаційно-туристичний потенціал регіону». *Регіональна економіка*. 2014. №2. С. 187–199. URL: [https://ird.gov.ua/pe/re201402/re201402\\_187\\_HorynHV.pdf](https://ird.gov.ua/pe/re201402/re201402_187_HorynHV.pdf)
11. Горобець Т.А., Гончарук А.Г. Методичний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємств малого та середнього бізнесу. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. № 5(73). С. 77–86. DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-5-12>
12. Дідовець А. Теоретико-методологічні аспекти відтворення продуктивних сил в умовах євроінтеграції. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. № 1 (21). С. 151–159. DOI: [https://doi.org/10.25140/2411-5215-2020-1\(21\)-151-159](https://doi.org/10.25140/2411-5215-2020-1(21)-151-159)
13. Дунська А.Р., Бесараб К.М. Інвестиційне забезпечення розвитку міжнародної діяльності підприємства. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2019. С. 340–350. URL: <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/26936e63-f1c8-4466-9ab4-4025a2254eb1/content>
14. Дьяченко Я.Я. Удосконалення системи управління ризиками інвестиційних проектів. *Наукові праці НДФІ*. 2018. № 4 (85). С. 17–29. URL: [https://npndfi.org.ua/docs/NP\\_18\\_04\\_017\\_uk.pdf](https://npndfi.org.ua/docs/NP_18_04_017_uk.pdf)
15. Ємельянов О.Ю., Петрушка Т.О., Симак А.В. Інвестиційний потенціал підприємств: сутність, чинники формування та методи оцінювання. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 60. С. 87–91. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct60-16>

16. Захарова Т. Оцінка ефективності заходів щодо вдосконалення управління підприємствами туристичної галузі в умовах євроінтеграції. *Вісник економіки*. 2021. Вип. 4. С. 129–142. DOI: <https://doi.org/10.35774/visnyk2021.04.129>
17. Збарський В. К., Грибова Д. В., Методологічні основи дослідження функціонування туристичної галузі. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 21–26. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306#6792.2020.4.21>
18. Збарський В.К., Грибова Д.В. Інституційні засади дослідження розвитку туристичної галузі. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.2.8>
19. Здреник В.С. Інвестиційний потенціал: сутність поняття та проблеми оцінки. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. 2016. Вип. 1 (47). Т.1. С. 363–367. URL: <http://surl.li/unvex>
20. Каганець-Гаврилко Л.П. Теоретико-методичні підходи до аналізу та оцінки використання туристично-рекреаційного потенціалу в умовах кризи. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: зб. наук. праць. 2023. № 1 (82). С. 162- 170. DOI <https://doi.org/10.31375/2226-1915-2023-1-162-170>
21. Камінська І.М., Ковальчук Н.В., Демидович А.С., Горчинська І.П. Теоретико-методичні підходи до аналізу ефективності діяльності підприємства. *Економічний форум*. 2021. № 1(2). С. 79–87. DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2021-2-10>
22. Карачина Н.П., Савіцька О.О. Розвиток міжнародного туризму в Україні у контексті світової інтеграції. *Молодий вчений*. 2014. № 5 (08). С. 109–113. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2014/5/28.pdf>
23. Кириченко О. Характерні особливості розвитку міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-56> URL: [https://www.researchgate.net/publication/362495061\\_HARAKTERNI\\_OSOBLIVOS TI ROZVITKU MIZNARODNOGO TURIZMU](https://www.researchgate.net/publication/362495061_HARAKTERNI_OSOBLIVOS_TI_ROZVITKU_MIZNARODNOGO_TURIZMU)

24. Козирєва О., Грузіна І., Бондаренко, І. Дослідження методичних підходів до оцінювання ефективності діяльності підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2023. № (29). С. 83–88. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-3583/29.13>
25. Коркуна О.І. Методичні засади оцінювання потенціалу розвитку туристично-рекреаційної сфери в економіці регіонів. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*. 2020. № 1(13). С. 152–158. DOI: [https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1\(13\)-152-158](https://doi.org/10.31339/2313-8114-2020-1(13)-152-158) URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1195956.pdf>
26. Короленко Н.В., Біла Д.В. Сутність прямих іноземних інвестицій у міжнародних відносинах: вплив на соціально-економічний розвиток країн та їх наслідки. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Збірник наукових праць*. 2021. № 3-4 (280-281). С. 115-121. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2021-3-4-280-281-115-121>
27. Крамаренко К.М. Інвестиційна привабливість підприємства та методичні підходи до її визначення. *Причорноморські економічні студії*. Випуск 10. 2016. С. 101–104. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/10-2016/22.pdf>
28. Краснокутська Ю., Сегеда І., Безпалова А. Післявоєнне відновлення туристичної індустрії України в контексті сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. № (56). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-88>
29. Кривенкова Р. Ю. Теоретико-методологічні засади дослідження туристичного потенціалу в державному управлінні. *Державне управління та місцеве самоврядування : зб. наук. пр.* Дніпро : ДРІДУ НАДУ. 2021. № 1 (48). С. 16 – 23. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/36785>
30. Лоза С. Інвестування в Україні: основні тенденції, проблеми та перспективи активізації. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 2. Том 2. С. 297–306. DOI: [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2\(2\)-47](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-304-2(2)-47)
31. Мазур В. С. Сучасні аспекти розвитку туристичного бізнесу в Україні. *Бізнесінформ*. 2019. № 2 С, 224–230. . URL:



[http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37323/1/business-inform-2019-2\\_0-pages-224\\_230.pdf](http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37323/1/business-inform-2019-2_0-pages-224_230.pdf)

32. Марусей Т.В. Особливості статистичних досліджень туристичної галузі. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 40. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-72>

33. Методологія та організація наукових досліджень. за ред. І.С. Добронравової (ч. 1), О.В. Руденко (ч. 2). К.: ВПЦ "Київський університет", 2018. 607 с. URL: <http://philsci.univ.kiev.ua/biblio/Methodol.pdf>

34. Мушеник І. М. Методологічні підходи щодо оцінки розвитку інноваційної діяльності підприємства. *Scientific collection «Interconf»*. 2021. № 58. С. 21–24. DOI: <https://doi.org/10.51582/interconf.21-22.05.2021.003> URL: <http://surl.li/unvya>

35. Нагара М. Методологічні аспекти екологічної стійкості підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 2. С.161–168. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.02.161>

36. Найдовська А., Андрієнко Я. Систематизація методик аналізу інвестиційної привабливості підприємства. *Молодий вчений*. 2023. № 6 (118). С. 84–88. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-6-118-17>

37. Нікітенко К. Вплив глобалізації на міжнародну конкурентоспроможність туристичних підприємств. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. № 16. С. 140–146. DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2023.16.19>

38. Нікітіна А.В. Особливості та способи залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства за умов глобалізації світогосподарських відносин. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22. С. 78–83. URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/17.pdf>

39. Овчаренко Т.С., Степанова А.А. Методичні підходи щодо визначення інвестиційної привабливості галузей України. *Молодий вчений*. №5(45). 2017. С. 684–689. URL: <http://surl.li/untnu>

40. Олексюк Г. В., Попадинець Н. М., Самотій Н. С. Управління територіальними громадами на засадах територіального маркетингу: теоретико-методологічні аспекти. *Регіональна економіка*. 2021. № 3. С. 15–27. DOI: <https://doi.org/10.36818/1562-0905-2021-3-2>
41. Омельчак, Г. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1(46). С. 106–109. DOI: <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2023-46-14>
42. Онокало В.Г. Теоретичні аспекти ефективності діяльності підприємства та підходи до її оцінки. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип.13. С. 641–644. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/13\\_ukr/108.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/108.pdf)
43. Опанасюк Ю.А. Методологічні основи оцінювання інвестиційної привабливості рекреаційного комплексу міських агломерацій. *Вісник СумДУ. Серія «Економіка»*. 2020. № 1. С. 16–24. URL: [https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1\\_2020/1\\_2020\\_2\\_Opanasiyk.pdf](https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/1_2020/1_2020_2_Opanasiyk.pdf)
44. Охота В.І., Сагайдак Т.Я. Концептуальні аспекти розвитку підприємництва в туристичній індустрії. *Сталий розвиток економіки*. 2017. № 1(34). С. 146–151. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/322>
45. Панасюк Т. П. Методичні підходи аналізу ефективності господарської діяльності підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2019. № 13. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/issue/view/8629>
46. Пась Я.І., Сідікі О.С., Тарчинець М. В. Формування ефективних механізмів управління розвитком вітчизняної туристичної галузі в умовах євроінтеграції. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*. 2023. Вип. 39. С. 160–166. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10244112> URL: <https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/999>
47. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі : кол. монографія. Вид. 5-е / за наук. ред. Л. Ю. Матвійчук. Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2019. 320 с. URL:

[https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/761/2/Монографія%202019\\_Чепурда\\_ЛМ.pdf](https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/761/2/Монографія%202019_Чепурда_ЛМ.pdf)

48. Пілько А. Д., Кіс В. В. Інвестиційний клімат та інвестиційний потенціал регіону як об'єкти моделювання. *Бізнесінформ*. 2015. № 9. С. 146–152. URL:

[https://www.researchgate.net/publication/308400747\\_Investment\\_Climate\\_and\\_Investment\\_Potential\\_of\\_Region\\_as\\_Objects\\_for\\_Modeling](https://www.researchgate.net/publication/308400747_Investment_Climate_and_Investment_Potential_of_Region_as_Objects_for_Modeling)

49. Погребняк А.Ю., Лопатюк В. С. Оцінка інвестиційної привабливості підприємства. *Економічний вісник НТУУ «Київський політехнічний інститут»*. 2023. № 26. С. 79–83. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.26.2023.287411>

50. Потравка, Л., Пічура, І. (2020). Публічне управління розвитком туристичної галузі в умовах трансформацій національної економіки України. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2020. Вип. 3. С. 30–36. DOI: <https://doi.org/10.32851/2708-0366/2020.3.4>

51. Присяжна Т.Т. Методичні підходи до оцінки інвестиційного потенціалу територіальних громад. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 9. С. 119–126. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.9.119>

52. Прокопишин-Рашкевич Л.М., Шадурська Б.О., Петрович Й.М. Індустрія туризму в Україні: перспективні напрями та виклики сучасності. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»*. Т. 4, № 1, 2020. С. 72–82. DOI: <https://doi.org/10.23939/semi2020.01.072>

53. Радченко О.П., Горбаченко С.А. Стратегія розвитку туристичної галузі України в умовах невизначеності. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 24. DOI: <https://doi.org/0.32782/2524-0072/2021-24-31> URL: [https://www.researchgate.net/publication/350696394\\_STRATEGIA\\_ROZVITKU\\_TURISTICNOI\\_GALUZI\\_UKRAINI\\_V\\_UMOVAN\\_NEVIZNACENNOSTI](https://www.researchgate.net/publication/350696394_STRATEGIA_ROZVITKU_TURISTICNOI_GALUZI_UKRAINI_V_UMOVAN_NEVIZNACENNOSTI)

54. Роганова Г.О. Інвестиційна привабливість підприємств: сутність, фактори впливу, методичні підходи. *International Journal of Innovative*

*Technologies in Economy*. 2019. № 4(24). С. 28–34. DOI: [https://doi.org/10.31435/rsglobal\\_ijite/30062019/6531](https://doi.org/10.31435/rsglobal_ijite/30062019/6531)

55. Роїк О.Р. Економічні аспекти розвитку туристичної сфери у сучасних умовах. Державне управління та адміністрування, сфера обслуговування, економіка та міжнародні відносини як рушійні сили економічного зростання держав XXI століття (2 видання): колективна наукова монографія. 2021. Розділ 3. С. 33–46. DOI: <https://doi.org/10.36074/paaaseeirdfegcc.ed-2.03>

56. Софіщенко І. Теоретичні та прикладні аспекти визначення конкурентоспроможності міжнародних інвестицій. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015 № 8 (173). С. 32–35. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2015/173-8/5>

57. Стратегічні пріоритети туристичної галузі України в умовах євроінтеграції: історико-культурний та соціально-економічний аспекти : Монографія / [За загальною редакцією В. В. Ципко]. Київ: «Видавництво Людмила», 2018. 246 с. URL: [http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/2271/Васильчук\\_%20СТРАТЕГІЧНІ.pdf?sequence=1](http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/2271/Васильчук_%20СТРАТЕГІЧНІ.pdf?sequence=1)

58. Суханова А.В. Методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-62>

59. Томашук І.В., Інвестиційний потенціал сільських територій: основні аспекти розвитку. *Сталий розвиток економіки*. 2018. № 1(38). С. 140–149. URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/200>

60. Філюк С.М. Система інноваційно-інвестиційних заходів економічної стратегії для відновлення туристично-рекреаційного потенціалу України. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 2. С. 417–425. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2022-2-51>

61. Худавердієва В.А. Політико-економічні аспекти української євроінтеграції: реальність і перспективи. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та*

*світове господарство*. 2022. Вип. 44. С. 116–122. DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2022-44-18>

62. Цвілий С.М. Методичний підхід до комплексної оцінки розвитку інвестиційного потенціалу індустрії туризму. *Інтелект XXI*. 2023. № 4. С. 53–64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2023-4.10>

63. Чернега В.В., Клименко М.А. Сучасні підходи до ризик-менеджменту інвестиційних проєктів. *Молодий вчений*. 2022. № 11 (111). С. 119–123. DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-11-111-25>

64. Школьний О.О. Теоретико-методологічні аспекти дослідження інноваційних процесів у туризмі та гостинності в сільській місцевості. *Агросвіт*. 2022. № 2. С. 18–23. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2022.2.18>

65. Юхновська Ю.О. Теоретичні засади збалансованого розвитку потенціалу національної туристичної галузі. *Review of transport economics and management*. 2020. Вип. 3(19). С. 66–78. DOI: [https://doi.org/10.15802/rtem.v0i3\(19\).210853](https://doi.org/10.15802/rtem.v0i3(19).210853)

66. Berbeka Krzysztof, Alejziak Wieslaw and Berbeka Jadwiga. Sustainable development goals of Agenda 2030 in the declarations and aims of international tourism organisations. *Journal of travel & tourism marketing*. 2024, Vol. 41, no. 1, 142–153. DOI: <https://doi.org/10.1080/10548408.2023.2239862> URL: <http://surl.li/unwda>

67. Tourism in time of war: the UN proposed to revive Ukraine's tourism industry. Visit Ukraine. Website. URL: <https://visitukraine.today/blog/2769/tourism-in-time-of-war-the-un-proposed-to-revive-ukraines-tourism-industry>

### РОЗДІЛ 3

## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

### 3.1. Тенденції динаміки інвестиційних процесів у розвитку світової індустрії туризму

Індустрія туризму є однією з найважливіших складових світової економіки, яка генерує значні доходи та створює сотні мільйонів робочих місць по всьому світу. Динаміка інвестиційних процесів у туристичній галузі безпосередньо впливає на стійкість економік багатьох країн, особливо тих, що сильно залежать від туризму. Актуальність дослідження тенденцій динаміки інвестицій у світову туристичну індустрію обумовлена необхідністю аналізу причин коливань інвестицій, визначення перспектив відновлення після пандемії та врахування глобальних змін, таких як цифровізація, зміна туристичних вподобань і перехід до сталого туризму. Це дозволить розробити дієві стратегії для ефективного інвестування та забезпечення стійкого зростання галузі.

Пандемія COVID-19 кардинально змінила інвестиційний ландшафт у світовій туристичній індустрії, викликавши різке скорочення обсягів інвестицій. Однак, після подолання кризових явищ, відновлення інвестицій у туризм може стати вирішальним фактором для економічного відновлення та стійкого розвитку галузі в майбутньому. Так, останні 10 років перед пандемією COVID-19 світова індустрія туризму була однією з рушійних сил економічного зростання світової економіки, забезпечуючи щороку 1,7 трлн дол. США доходу, що складало 4 % світового ВВП і близько 29 % експорту послуг. При цьому туризм забезпечував близько 300 млн робочих місць, тобто кожен десятий найманий працівник був задіяний у сфері туризму. У туристичну галузь спрямовано 7 % загального обсягу інвестицій, частка туризму у світових споживчих витратах складає 11 %, а у податкових надходженнях – 5 % [17].

Дослідження тенденцій динаміки інвестиційних процесів у розвитку світової індустрії туризму проводимо поетапно (рис. 3.1).

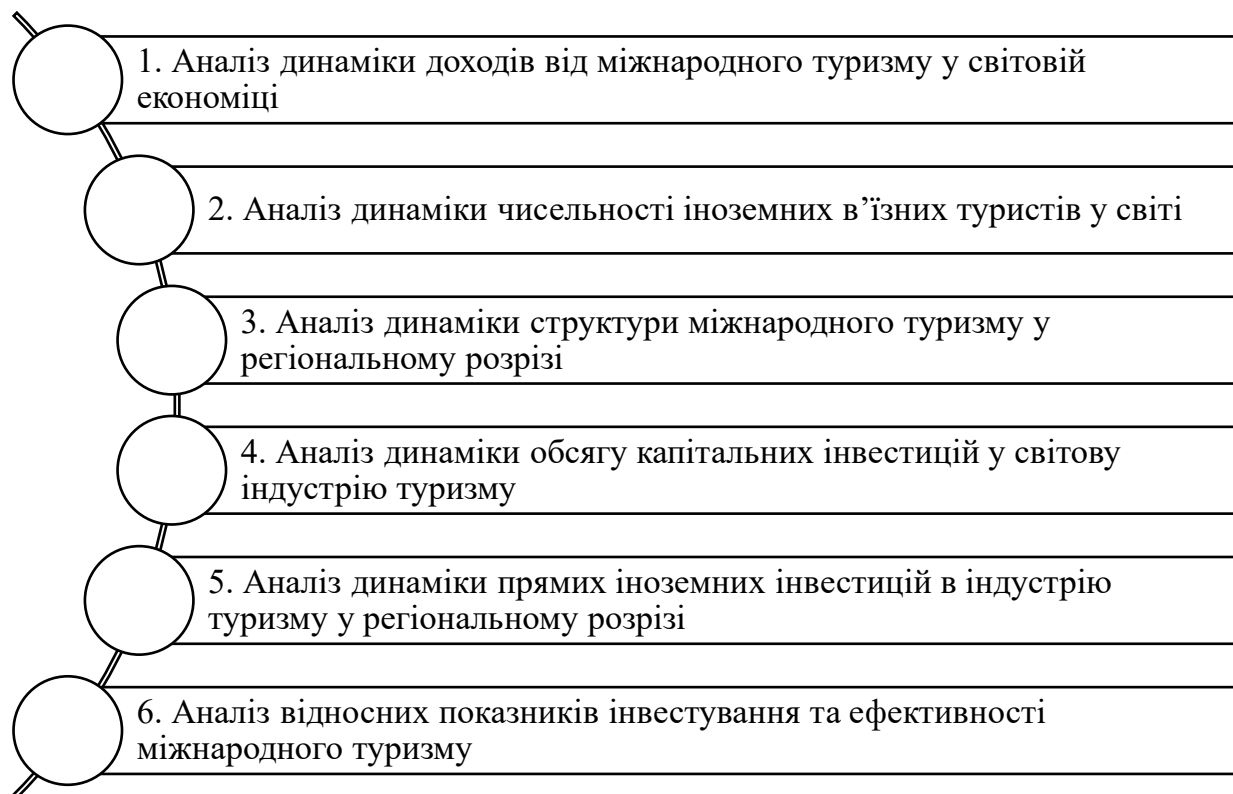


Рис. 3.1. Послідовність аналізу тенденцій динаміки інвестиційних процесів у розвитку світової індустрії туризму

Джерело: розроблено автором.

Керуючись запропонованою послідовністю аналізу інвестиційних процесів у міжнародному туризмі, на першому етапі проведемо аналіз динаміки доходів від міжнародного туризму у світовій економіці (рис. 3.2).

З даних, наведених на рис. 3.2, видно, що річні доходи від міжнародного туризму у світовій економіці за 2006–2023 рр. подвоїлися, при чому їх середньорічний приріст склав +3,9 % за середньорічного обсягу 1119,2 млрд дол. США. Найбільш загрозливим для міжнародного туризму виявився 2020 рік, коли доходи сягнули історичного мінімуму за останні 20 років у обсязі 558,7 млрд дол. США.

Упродовж 2006–2019 рр. доходи від міжнародного туризму постійно зростали, за винятком зниження на 7,5 % у 2009 році, яке, пов'язане зі світовою

фінансовою кризою т. з. Великою Рецесією. У цьому періоді максимальний обсяг доходів був зафіксований у 2019 році на рівні 1487,4 млрд. дол. США.

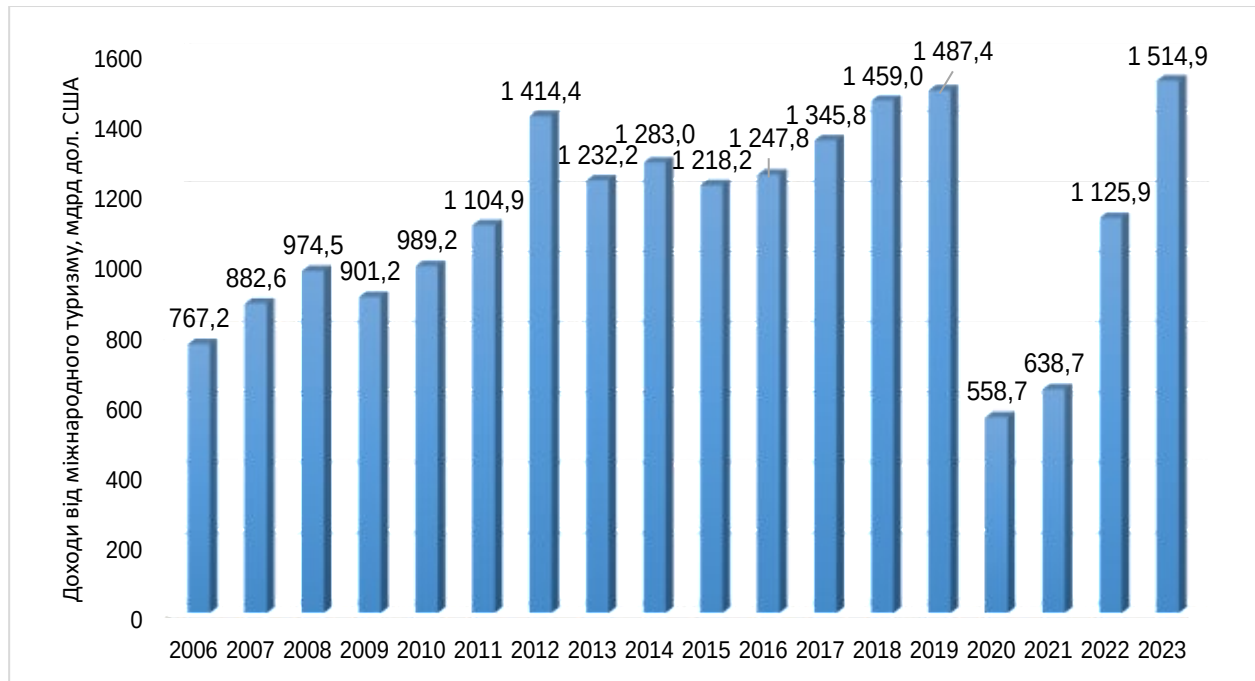


Рис. 3.2. Динаміка доходів від міжнародного туризму у світовій економіці, млрд дол. США

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [25].

2020 рік став переломним через пандемію COVID-19, коли доходи від міжнародного туризму різко скоротилися на 62,4 %, порівняно з 2019 роком, до 558,7 млрд дол. США, що стало результатом суттєвих обмежень подорожей та глобальних карантинних заходів. Відновлення почалося у 2021 році (приріст доходів склав +14,3 %, порівняно з 2020 роком), але пожвавлення зростання туристичної галузі почалося лише у 2022 році, коли доходи склали 1125,9 млрд. дол. США або 75,7 % обсягу доходів допандемійного 2019 року. Згідно з даними на 2023 рік, світова індустрія туризму за доходом перевищила допандемійний 2019 рік на 1,8 %, сягнувши історичного максимуму 1514,9 млрд дол. США, тобто туристична галузь не лише відновилася після пандемії, але й перевищила допандемійні рівні економічного розвитку.

Отже, можна стверджувати, що міжнародний туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки, яка швидко реагує як на глобальні кризи,



так і на посткризове відновлення. Цей феномен пояснюється низкою факторів, які впливають на розвиток індустрії туризму та її здатність до стійкості й відновлення після потрясінь. Так, на розвиток і постковідне відновлення міжнародного туризму впливали різні групи факторів: економічні, соціальні, технологічні та політичні. Кожна з цих груп факторів сприяє зростанню попиту на туристичні послуги, робить їх доступнішими та створює умови для швидкого реагування на глобальні виклики та кризи [1]. Розглянемо детальніше виокремлені групи факторів розвитку і постковідного відновлення міжнародного туризму.

Фактори економічного зростання у різних регіонах світу були одними із ключових, що сприяли розвитку туризму. Адже зростання добробуту населення підвищує платоспроможність громадян, стимулюючи попит на подорожі, як у межах своєї країни, так і за кордон. У міру зростання доходів у розвинутих країнах зростає попит на нові туристичні продукти та послуги, що сприяє розвитку індустрії туризму. Крім того, глобалізація сприяє активній взаємодії країн у сфері туризму. Відкриття ринків та розвиток міжнародних економічних відносин веде до збільшення кількості подорожей для ділових зустрічей, участі в міжнародних конференціях, форумах та інших бізнес-заходах, що також позитивно впливає на туристичну галузь.

Зміни в демографічних та соціальних структурах населення також відіграють важливу роль у розвитку туризму. Збільшення кількості людей похилого віку та молоді, які активно подорожують, створює нові ринки для туристичних послуг. Водночас зміна стилю життя та прагнення до нових вражень та досвіду сприяють популярності індивідуальних подорожей, еко-туризму та культурних поїздок. Суттєву роль відіграє також зростаюча мобільність населення. Полегшення візових режимів між багатьма країнами, розвиток бюджетних авіап перевезень та підвищення доступності міжнародних подорожей створюють умови для зростання туристських потоків.

Револьюційні зміни у сфері інформаційних технологій зробили подорожі значно простішими та доступнішими для широких верств населення. Завдяки

розвитку інтернет-технологій, мобільних додатків та онлайн-платформ, організація подорожі стала доступною буквально на відстані одного кліку. Можливість бронювання квитків, готелів та інших туристичних послуг через інтернет, розвиток таких платформ, як Booking.com, Airbnb, а також численні туристичні додатки полегшують процес планування та реалізації подорожей. Крім того, цифровізація дозволяє туристичній індустрії краще адаптуватися до змін на ринку. Наприклад, під час глобальної пандемії COVID-19 технології відіграли ключову роль у впровадженні нових стандартів безпеки та віддаленого доступу до туристичних послуг. Використання технологій для дотримання санітарних норм, таких як безконтактне обслуговування, стало важливим елементом посткризового відновлення туризму.

Політичні рішення та міжнародне співробітництво також значно впливають на розвиток туристичної галузі. Відкриття кордонів та спрощення візових процедур для громадян різних країн сприяють збільшенню туристських потоків. Налагодження міжнародних відносин у сфері безпеки, зниження загрози тероризму та стабілізація політичної ситуації в різних регіонах світу створюють сприятливі умови для розвитку міжнародного туризму. Політика держав щодо стимулювання внутрішнього туризму під час кризових періодів також відіграє важливу роль у посткризовому відновленні галузі. Наприклад, у багатьох країнах під час пандемії COVID-19 були прийняті програми підтримки туристичних операторів, готельного бізнесу та інших сфер, що залежать від туризму, що дозволило галузі пережити кризу та швидше відновитися після неї.

Глобальні надходження від міжнародного туризму різко зросли у 2023 році порівняно з попереднім роком, оголосившись від впливу COVID-19. Після того, як з початком пандемії доходи від міжнародного туризму в усьому світі знизилися до 560 мільярдів доларів США, у наступні роки стабільно зростали, перевищивши 1,5 трильйона доларів США у 2023 році, що є найвищим показником, зафіксованим на сьогодні.

У той час як глобальні надходження від в'їзного туризму перевищили рівень до пандемії, кількість іноземних в'їзних туристів у всьому світі

залишалася нижчою за показник 2019 року, становлячи близько 1,3 млрд осіб у 2023 році (рис. 3.3).

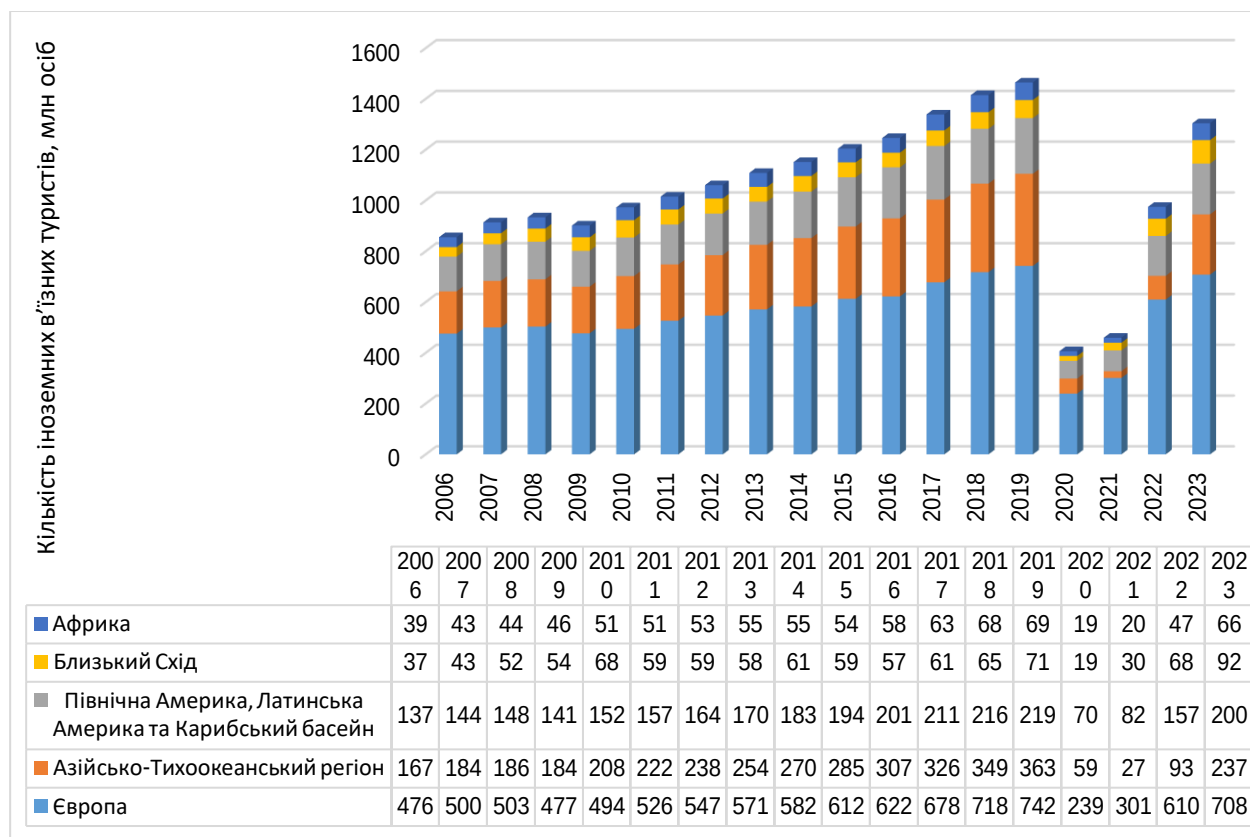


Рис. 3.3 Чисельність іноземних в'їзних туристів (міжнародних туристичних прибуттів) у всьому світі за 2006–2023 рр. у регіональному розрізі, млн осіб

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [29].

На рис. 3.3 відображено динаміку кількості іноземних в'їзних туристів у різних регіонах світу з 2006 до 2023 року, що дає змогу оцінити основні тенденції змін у привабливості кожного з них для міжнародних туристів упродовж аналізованого періоду. Так, рис. 3.3 демонструє стійке зростання кількості туристів з 2006 до 2019 року, що досягає піку в 2019 році на рівні понад 1,46 млрд туристів. Отже, чисельність іноземних в'їзних туристів у світі склала 19 % загальної чисельності населення нашої планети напередодні пандемії COVID-19, тобто у середньому кожен п'ятий мешканець перетинав кордони своєї країни, щоб виїхати з неї у цілях міжнародного туризму, натомість, як у 2006 році лише кожен восьмий житель планети (12,9 % загальної чисельності) виїздив за межі своєї країни для подорожі. Це зростання насамперед пов'язане з прискореним

розвитком міжнародної транспортної інфраструктури, спрощенням візових процедур, збільшенням кількості авіарейсів та підвищенням добробуту населення переважної більшості країн світу.

Різне падіння кількості туристів у 2020 році (до 406 млн) чітко показує катастрофічний вплив пандемії COVID-19 на міжнародний туризм. У цей період більшість країн запровадили карантинні обмеження, закриття кордонів і обмеження на авіаперельоти, що фактично паралізувало глобальний туризм. Після цього у 2021 році спостерігається незначне відновлення (до 459 млн туристів), однак цей рівень був ще далеким від показників до пандемії. У 2022 році кількість туристів досягла 975 млн, що свідчить про помітне відновлення галузі. У 2023 році показник підвищився до 1,3 млрд туристів, однак він ще не досяг допандемійного рівня 2019 року, склавши лише 89 %. Реальні тенденції динаміки в'їзних туристських потоків дають розуміння того, що туристична індустрія поступово виходить із кризи, але процес відновлення тривалий і залежить від низки економічних і політичних чинників.

За даними рис. 3.3 проведемо регіональний аналіз в'їзних туристських потоків. Так, зважаючи на обсяги міжнародних прибуттів, саме Європа є найпривабливішим регіоном для іноземних туристів. Кількість туристів, які в'їжджали до європейських країн у 2019 році досягла піку – 742 млн осіб, що склало +56,1 % приросту, порівняно з 2006 роком. Однак, у 2020 році, внаслідок карантинних протипандемійних заходів, цей показник різко зменшився до 239 млн осіб, скоротившись у 3,1 рази, порівняно з 2019 роком. Відновлення 2022 року було стрімким, оскільки чисельність в'їзних туристів зросла удвічі, порівняно з 2021 роком, сягнувши 610 млн осіб, а станом на кінець 2023 року кількість туристичних прибуттів до європейських країн склала 708 млн осіб або 95,3 % допандемійного 2019 року. Очевидно, що 2024 рік ознаменується новим рекордним показником міжнародного в'їзного туризму, який свідчитиме про повне відновлення галузі після пандемії COVID-19.

Спільні тенденції постпандемійного відновлення міжнародної індустрії туризму разом з Європою демонструють також інші регіони. Так, Азійсько-

Тихоокеанський регіон демонстрував стабільне зростання кількості туристів, досягнувши 363 млн осіб у 2019 році, що стало історичним максимумом, а приріст, порівняно з 2006 роком +117,6 % – удвічі вищий, порівняно з Європою. Проте, у 2020 році цей показник скоротився до 59 млн, у понад 6 разів, порівняно з 2019 роком, що було найбільшим падінням, порівняно з іншими регіонами, це пояснюється суворими карантинними заходами в таких країнах, як Китай, Японія та Південна Корея. У 2021–2023 рр. темпи відновлення міжнародного туризму в країнах Азійсько-Тихоокеанського регіону залишаються повільними: у 2021 році лише 27 млн в'їзних туристів або 7,3 % рівня 2019 року, у 2022 році – 93 млн туристів або 25,7 % рівня 2019 року, у 2023 році – 237 млн туристів або 65,4 % рівня 2019 року. Результати аналізу постпандемійного відновлення туристичної індустрії Азійсько-Тихоокеанського регіону свідчать про те, що саме цей регіон найбільше постраждав від наслідків пандемії COVID-19 і його відродження у структурі міжнародного туризму відбувається значно повільнішими темпами, порівняно з рештою туристичних регіонів.

Аналізуючи тенденції динаміки в'їзного міжнародного туризму в країнах Північної Америки, Латинської Америки та Карибського басейну, слід зазначити, що до пандемії кількість туристів у цьому регіоні стабільно зростала, досягнувши 219 млн у 2019 році (+60,3 %, порівняно з 2006 роком). У 2020 році, внаслідок протипандемійних заходів, у цьому регіоні відбулося різке падіння міжнародних прибуттів до 70 млн осіб – у 3,1 рази, порівняно з 2019 роком. Проте у 2021–2023 рр. американські країни демонструють більш активне відновлення порівняно, з азійськими: у 2021 році в американські та карибські країни в'їхало на 17,2 % більше, порівняно з 2020 роком, у 2020 році – на 92,2 % більше, порівняно з 2021 роком, у 2023 році – на 27,4 % більше, порівняно з 2022 роком. Загалом на кінець 2023 року обсяг міжнародних прибуттів у країнах Північної Америки, Латинської Америки та Карибського басейну досяг 91,3 % рівня допандемійного 2019 року. Виявлені тенденції динаміки пов'язані насамперед з активною політикою багатьох американських країн щодо залучення туристів і послаблення обмежень на подорожі.

Країни Близького Сходу упродовж 2006–2019 рр. демонстрували стабільне зростання кількості іноземних туристів з середньорічним приростом +5,5 % – друге місце після країн Америки, сягнувши у 2019 році свого піку в 71 млн осіб, на 91,2 % більше, порівняно з 2006 роком. Крім того, з 2011 до 2017 року кількість іноземних туристів знижується через арабські революції, війну в Сирії та інші конфлікти. Проте, у 2020 році цей показник скоротився до 19 млн осіб, у понад 3,7 рази, порівняно з 2019 роком. У 2021–2023 рр. темпи відновлення міжнародного туризму на Близькому Сході були найвищими, порівняно з рештою регіонів, склавши у середньому +68,3 % приросту на рік, у результаті чого станом на кінець 2023 року кількість міжнародних прибуттів до країн Близького Сходу сягнула історичного максимуму 92 млн осіб або 129,4 % рівня 2019 року. Тобто Близький Схід – це єдиний регіон, індустрія туризму в якому відновилася у 2023 році зі значним приростом після пандемії COVID-19. Причинами такого стрімкого відновлення стала стабілізація безпеки у ОАЕ, Катарі та Саудівській Аравії, а також суттєве зменшення кількості збройних конфліктів на ключових туристичних напрямках. Також у 2022 році Катар провів Чемпіонат світу з футболу, що привернуло значний потік туристів і стало важливою стратегічною подією, яка підвищила інтерес туристів до всього Близького Сходу. Нарешті, Саудівська Аравія та ОАЕ активно інвестували у розвиток інфраструктури для залучення туристів, включаючи нові курорти, готелі та культурні центри тощо.

Останнім аналізованим регіоном за в'їзними туристськими потоками є країни Африки, регіон з найменшою кількістю туристичних прибуттів станом як на кінець 2019 року так і на кінець 2023 року. Так, до 2019 року в країнах Африки спостерігається сталий приріст туристських потоків, зокрема завдяки популяризації таких напрямків, як Єгипет, Марокко, Південна Африка та Кенія. Однак цей ріст був обмежений частими політичними кризами та безпековими ризиками в деяких регіонах, що утримувало туристів від подорожей до певних частин континенту. 2020 рік став критичним для туристичної індустрії Африки, як і для решти світу, через глобальну пандемію COVID-19, що призвела до

різкого скорочення в'їзду туристів до 19 млн осіб і серйозно вдарила по туристичному сектору регіону. Період 2021–2023 рр. демонструє поступове відновлення туристичного потоку, зокрема завдяки відновленню міжнародних рейсів, зняттю карантинних обмежень та поступовому відновленню глобальної економіки. У 2023 році кількість туристів досягла 66 мільйонів, що свідчить про значне покращення порівняно з кризовим періодом пандемії, проте рівень все ще не досяг показників 2019 року, склавши 96,1 %.

Отже, рис. 3.3 чітко демонструє вплив пандемії на глобальний туризм і його поступове відновлення. Кількість міжнародних туристичних прибуттів у всьому світі зросла в усіх регіонах у 2023 році порівняно з попереднім роком. Тим не менш, за винятком Близького Сходу, кількість в'їзних прибуттів залишалася нижчою за показники, зафіксовані до впливу пандемії COVID-19. Загалом у Європі упродовж аналізованого періоду була найбільша кількість в'їзних туристів, і, відповідно, внесок її у міжнародну індустрію туризму найбільший (рис. 3.4).

Дані, наведені на рис. 3.4, що показують динаміку структури міжнародного туризму за в'їзними туристськими потоками у регіональному розрізі за період 2006–2023 рр., демонструють значні зміни в географічному розподілі туристських потоків по всьому світу. При чому, суттєві зміни спостерігаються у частках внеску країн Європи, Азійсько-Тихоокеанського регіону, а також Близького Сходу та Африки. Окремо варто відзначити вплив пандемії COVID-19, який зумовив найбільші зміни та диспропорції у структурі міжнародного туризму. Загалом, незмінним залишається ієрархія внеску кожного регіону, тобто, якщо визначити структуру міжнародного туризму за середньорічною чисельністю в'їзних туристів у 2006–2023 рр. то внесок Європи буде найбільшим – 52,9 %, Азійсько-Тихоокеанського регіону – 21,1 %, Північної Америки, Латинської Америки та Карибського басейну – 15,7 %, Близького Сходу – 5,4 %, Африки – 4,8 %. Отже, не менше половини в'їзних туристських потоків припадає на європейські країни.

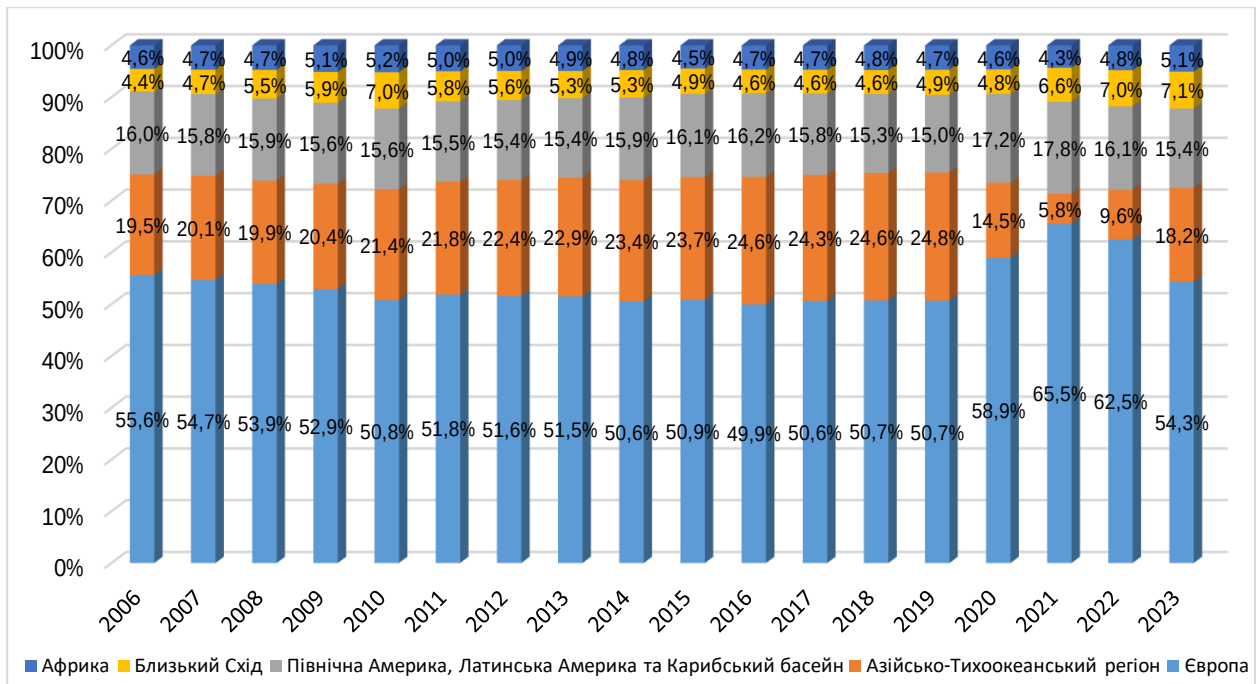


Рис. 3.4. Динаміка структури міжнародного туризму за в'їзними туристськими потоками у регіональному розрізі, %

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [29].

Упродовж 2006–2019 рр. середньорічна частка Європи була на рівні 51,7 % від загальних світових туристських потоків. Цей регіон традиційно є найбільшим отримувачем туристів завдяки розвиненій інфраструктурі, культурним пам'яткам, а також безпечному та стабільному середовищу. Проте пандемія 2020 року кардинально змінила ситуацію. У 2020 році частка Європи зросла до 58,9 %, а у 2021 році – до 65,5 %. Це зростання пояснюється тим, що внутрішній туризм в Європі залишався відносно активним, тоді як міжконтинентальні подорожі були суттєво обмежені. Однак із відновленням міжнародного туризму у 2022–2023 рр. частка Європи знизилася з 62,5 % до 54,3 %.

Азійсько-Тихоокеанський регіон демонстрував стале зростання з 19,5 % у 2006 році до 24,8 % у 2019 році, що свідчить про його зростаючу популярність як туристичного напрямку. Зростання пояснюється розвитком туристичної інфраструктури, особливо в таких країнах, як Китай, Японія, Таїланд та інших країнах Південно-Східної Азії. Однак, пандемія найбільше вдарила по міжнародному туризму саме в цьому регіоні, і в 2020–2021 рр. його частка впала



до 14,5 % і 5,8 % відповідно. Це було пов'язано з найбільш жорсткими карантинними заходами та обмеженнями на подорожі, особливо в Китаї та інших країнах. Проте, у 2022–2023 рр. частка регіону почала відновлюватися до 18,2 %.

Країни Північної Америки, Латинської Америки та Карибського басейну демонстрували стабільні показники з часткою на рівні 15–16 % упродовж більшості років аналізованого періоду. Після незначного зниження під час пандемії (17,2 % у 2020 році) регіон швидко відновився у 2021–2023 рр., досягнувши 16,1 % у 2022 році та 15,4 % наприкінці 2023 року. Зростання пояснюється активною туристичною політикою США та відновленням туризму в Латинській Америці і на Карибах, зокрема на популярних туристичних островах.

Частка Близького Сходу у світових туристичних потоках демонструє динаміку зростання до 2010 року, коли вона сягнула 7 %. Це було пов'язано з розвитком туристичної інфраструктури в таких країнах, як ОАЕ, Катар і Саудівська Аравія. Проте нестабільність у регіоні, пов'язана з політичними та соціальними конфліктами, призвела до тимчасового зниження частки Близького Сходу в наступні роки. У 2020–2021 рр. частка регіону почала відновлюватися до 7,1 % завдяки стабілізації ситуації в деяких країнах і активним зусиллям із залучення туристів.

Африка протягом досліджуваного періоду демонструвала стабільні показники на рівні 4,5–5 %. Пандемія спричинила значне зниження частки регіону до 4,3 % у 2021 році, однак регіон поступово відновлювався у 2022–2023 рр. до 5,1 %. Зростання пояснюється активною популяризацією африканських туристичних напрямків та зняттям карантинних обмежень.

Отже, загальна динаміка міжнародного туризму демонструє відновлення після пандемії, проте його структура за регіонами суттєво змінилася. Європа залишилася лідером за кількістю в'їзних туристських потоків завдяки активному внутрішньому туризму. Азійсько-Тихоокеанський регіон значно постраждав, але показує позитивні ознаки відновлення. Африка та Близький Схід також

відновлюються, хоча наявність конфліктів та економічних труднощів дещо стримує їх зростання.

Після аналізу доходів від міжнародного туризму та вхідних туристських потоків перейдемо безпосередньо до аналізу тенденцій динаміки інвестиційних процесів та їх впливу на розвиток світової індустрії туризму. Насамперед слід розуміти, що в інвестиційному процесі ключовими є капітальні інвестиції, тобто капіталовкладення у основний капітал, туристичну інфраструктуру, технології та послуги, які забезпечують довгострокове економічне зростання, конкурентоспроможність галузі та сприяють залученню міжнародних і внутрішніх туристів. Розглянемо напрями впливу капітального інвестування (табл. 3.1).

Виходячи з даних, наведених у табл. 3.1, можна зробити висновок, що капітальні інвестиції є життєво важливими для підтримки та розвитку індустрії туризму. Вони сприяють розвитку інфраструктури, впровадженню інновацій, створенню робочих місць, підвищенню конкурентоспроможності, екологічній сталості та диверсифікації економіки.

Таблиця 3.1

### Напрями впливу капітального інвестування на індустрію туризму

| Напрямок впливу                        | Характеристика впливу                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                      | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 1. Розвиток туристичної інфраструктури | Інфраструктура є основою для функціонування туристичного сектора. Капітальні інвестиції в розвиток аеропортів, готелів, транспортних шляхів, розважальних комплексів та туристичних об'єктів забезпечують комфорт і безпеку туристів. Наприклад, модернізація аеропортів та будівництво нових доріг полегшують доступ до популярних туристичних місць, підвищуючи їх привабливість для відвідувачів. Інвестування в інфраструктуру також допомагає країнам залучати великі міжнародні заходи та форуми, що сприяє розвитку бізнес-туризму. |
| 2. Технологічний розвиток туризму      | Капітальні інвестиції дозволяють впроваджувати новітні технології, що підвищують ефективність і якість туристичних послуг. Сучасні ІТ-рішення, зокрема онлайн-бронювання, мобільні додатки для туристів, системи керування готелями та електронні платежі, спрощують процеси планування подорожей та перебування в готелях. Крім того, використання цифрових платформ дозволяє туристичним операторам та готельним мережам краще взаємодіяти з клієнтами, персоналізувати послуги та підвищувати лояльність туристів.                      |

Продовження табл. 3.1

| 1                                                | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. Створення нових робочих місць                 | Інвестиції в туризм стимулюють створення робочих місць у різних секторах економіки, включно з готельним бізнесом, транспортом, ресторанним бізнесом, сферою розваг та культурною індустрією. Капітальні вкладення у туристичну галузь особливо важливі для країн, що розвиваються, де туризм може стати основним джерелом зайнятості. Зростання кількості робочих місць сприяє підвищенню добробуту місцевого населення та стимулює розвиток малих і середніх підприємств, пов'язаних з туристичним бізнесом. |
| 4. Підвищення конкурентоспроможності регіонів    | Завдяки капітальним інвестиціям туристичні маршрути можуть залишатися конкурентоспроможними на світовому ринку. Інвестиції в маркетинг, брендинг та покращення якості послуг допомагають окремим регіонам або країнам відзначитися серед інших популярних туристичних напрямків. Крім того, сучасна, високоякісна туристична інфраструктура приваблює туристів з високим рівнем доходу, що дозволяє підвищити економічний ефект від туризму.                                                                  |
| 5. Сталий розвиток і екологічна відповідальність | Сучасний туризм вимагає відповідального підходу до довкілля. Інвестиції в екологічно салі рішення, такі як використання відновлюваних джерел енергії, зменшення викидів парникових газів, розумне використання водних ресурсів та управління відходами, дозволяють туристичним об'єктам мінімізувати свій вплив на природу. Такі інвестиції не тільки підтримують стійкість навколишнього середовища, а й приваблюють туристів, які віддають перевагу екологічно свідомим подорожам.                          |
| 6. Диверсифікація економіки                      | Капітальні інвестиції в туризм можуть стати важливим чинником диверсифікації економіки, особливо для країн, що залежать від сировинних ресурсів або аграрного сектора. Туризм дозволяє створювати нові економічні можливості та залучати іноземну валюту, що сприяє зниженню залежності від традиційних галузей. Завдяки туризму країни можуть зміцнювати свою економічну стійкість та забезпечувати довготривале зростання.                                                                                  |

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [12; 14; 16; 27; 32]

Завдяки капітальним інвестиціям туризм стає важливим елементом стратегії економічного розвитку багатьох країн, забезпечуючи стабільні доходи, створюючи можливості для інновацій та сприяючи сталому розвитку.

Зважаючи на те, що капітальні інвестиції в індустрію доцільно розглядати як ключовий фактор пропозиції в міжнародному туризмі [28, с. 813], проведемо аналіз тенденцій динаміки глобального обсягу капітальних інвестицій в індустрію туризму (рис. 3.5).

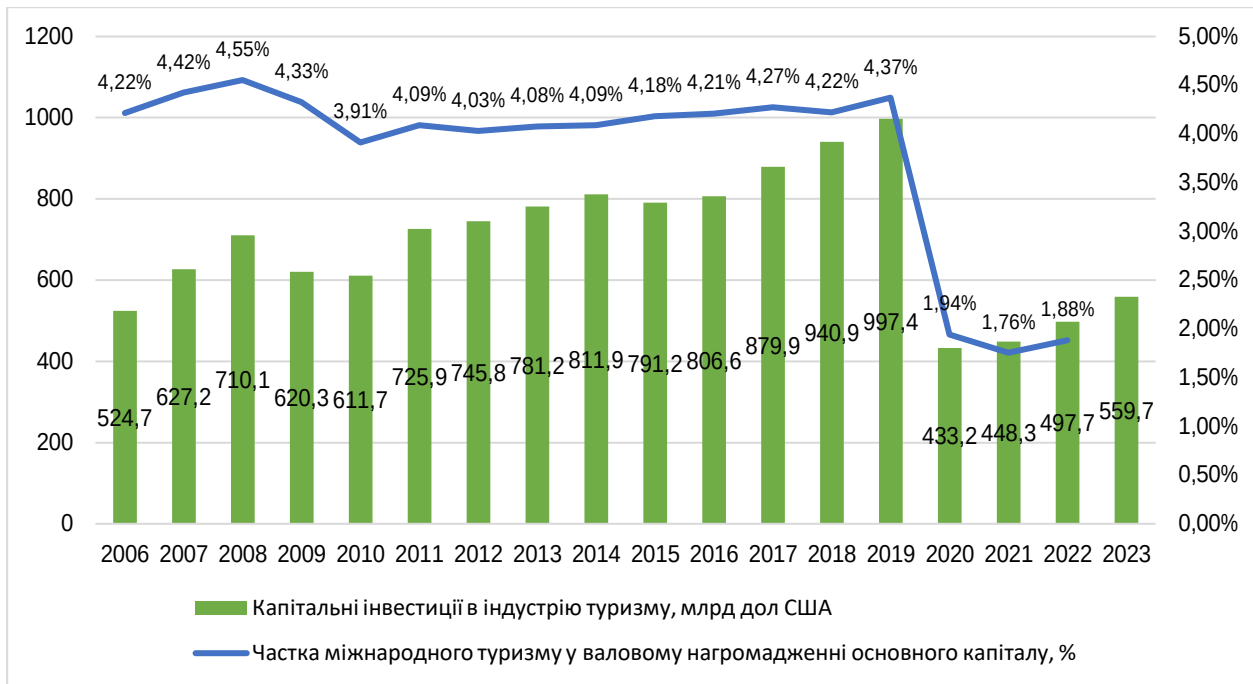


Рис. 3.5. Динаміка обсягу капітальних інвестицій у світову індустрію туризму, млрд дол. США

Джерело: Сформовано за даними, наведеними у [29; 39–41]

Дані щодо обсягу капітальних інвестицій у світову індустрію туризму, наведені на рис. 3.5, демонструють різновекторну динаміку за період 2006–2023 рр. Щорічні обсяги капітальних вкладень відображають стан світової економіки, наявність глобальних криз та зміни в туристичній індустрії. Так, у період 2006–2008 рр. спостерігається стабільний ріст капітальних інвестицій у туризм: з 524,7 млрд дол. США у 2006 році до 710,1 млрд дол. у 2008 році. Такий ріст зумовлений насамперед глобальним економічним зростанням до Великої Рецесії. Світова економіка перебувала у фазі підйому, що сприяло збільшенню інвестицій у туристичну галузь. Країни активно вкладали кошти в інфраструктуру, готелі, транспортні системи та інші ключові елементи туристичного сектору. При цьому багато країн, особливо в Азії, демонстрували зростання середнього класу, що збільшило попит на міжнародні подорожі, стимулюючи розвиток галузі.

Починаючи з 2009 року, капітальні інвестиції різко зменшилися до 620,3 млрд дол. США, і залишалися на нижчому рівні в 2010 році (611,7 млрд дол.

США). Це було прямим наслідком глобальної фінансової кризи 2008 року, яка призвела до скорочення туристських потоків, банкрутства багатьох компаній та зниження доходів урядів і корпорацій. Це, у свою чергу, зменшило можливості для капітальних інвестицій. Також представники великого туристичного бізнесу та уряди країн урізали свої бюджети, віддаючи перевагу захисту власних економік і відновленню після кризи.

З 2011 року інвестиції поступово відновлювалися, досягнувши піку в 2019 році – 997,4 млрд дол. США. Справа в тому, що після фінансової кризи почалося стійке економічне зростання в багатьох країнах, яке сприяло збільшенню інвестицій у туризм. Також з'явилися нові технології в управлінні туризмом, такі як онлайн-бронювання та цифрові маркетингові інструменти, які залучали інвесторів. Це сприяло збільшенню кількості туристів і потреби в новій інфраструктурі. Зростання інтересу до туризму в Азії, особливо в Китаї та Індії, стимулювало розширення інвестицій.

Різде падіння інвестицій у 2020 році (до 433,2 млрд дол. США) було спричинене глобальною пандемією COVID-19. Вона мала величезний вплив на туристичну галузь. Глобальні обмеження на поїздки різко зменшили потік туристів, що призвело до заморожування багатьох інвестиційних проектів та припинення розвитку нових об'єктів інфраструктури. Готелі та авіакомпанії, які є основними бенефіціарами капітальних інвестицій, зазнали величезних збитків, що вплинуло на зменшення інвестицій у ці сектори. Після спаду 2020 року, у 2022 та 2023 роках інвестиції почали поступово відновлюватися, досягнувши 559,7 млрд дол. США у 2023 році. Постковідному зростанню обсягів капітальних інвестицій сприяло те, що переважна більшість країн почала відкривати свої кордони для туристів після успішної вакцинації населення, що стимулювало відновлення галузі. Крім того, пандемія створила потребу в нових підходах до управління туризмом, таких як розвиток еко-туризму та інвестиції в інноваційні технології безпеки та охорони здоров'я. Також, оскільки міжнародні поїздки все ще були обмежені, багато країн переорієнтували свої інвестиції на внутрішні туристичні ринки.

Глобальна індустрія туризму вважається інвестиційно привабливою, проте рівень її привабливості варіюється в залежності від економічних умов, глобальних криз та регіональних факторів. З одного боку, до 2019 року стабільний рівень капітальних інвестицій, що перевищував 4 % від валового нагромадження основного капіталу, свідчив про впевненість інвесторів у довгостроковій перспективі цієї галузі. Туризм є стратегічною галуззю для економік багатьох країн, забезпечуючи значні доходи та робочі місця, що робить його привабливим для капіталовкладень, однак пандемія COVID-19 та її наслідки різко знизили інвестиційну активність у секторі, що видно зі скорочення частки інвестицій до рівнів нижче 2 % у 2020–2021 рр. Це свідчить про вразливість галузі до глобальних потрясінь, таких як пандемії, економічні кризи або військові конфлікти. Зважаючи на поступове відновлення у 2022 році, можна говорити про повернення інтересу до інвестицій у туризм, але він все ще залишається чутливим до глобальних і локальних криз. У майбутньому галузь може знову стати інвестиційно привабливою, особливо з розвитком нових технологій, стійкого туризму та адаптацією до нових реалій.

Отже, аналіз динаміки обсягів капітальних інвестицій у світову індустрію туризму показує, що галузь залежить від глобальних економічних трендів і подій, таких як фінансова криза та пандемія. Відновлення інвестицій після кожної кризи свідчить про високу стійкість туристичної індустрії та її здатність адаптуватися до нових викликів. Однак, для подальшого стабільного зростання важливою залишається диверсифікація інвестиційних потоків, зокрема в технологічні інновації та екологічно стійкі проекти.

Розглянемо інший тип інвестування індустрії туризму – прямі іноземні інвестиції (ПІІ), що мають суттєві відмінності за походженням і призначенням, порівняно з капітальними інвестиціями. ПІІ – це вкладення іноземних компаній чи інвесторів у розвиток бізнесу або інфраструктури в іншій країні. У випадку туристичної індустрії це можуть бути інвестиції в будівництво чи придбання готелів, туристичних курортів, розважальних парків або будь-якої іншої туристичної інфраструктури. Основна особливість ПІІ полягає в тому, що

іноземний інвестор отримує контрольний пакет або значний вплив на управління інвестованим підприємством. Також ПІІ часто сприяють передачі технологій і знань, що підвищує рівень управління і стандартів у галузі.

Капітальні інвестиції, на відміну від ПІІ, можуть походити з різних джерел, як внутрішніх, так і зовнішніх, і призначені для поліпшення або розширення наявних активів у туристичній галузі. Ці інвестиції направлені на будівництво, реконструкцію або модернізацію інфраструктури: аеропортів, доріг, готелів, туристичних об'єктів, необхідних для розвитку туристичного сектору.

Підсумовуючи, варто зазначити, що згадані типи інвестицій для розвитку туризму є критично важливими, але ПІІ зосереджені на отриманні контролю над туристичним бізнесом та стратегічного впливу на туристичний ринок країни, тоді як капітальні інвестиції спрямовані на інфраструктурні потреби та фізичні активи. Динаміка ПІІ у регіональному розрізі наведена у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

**Динаміка прямих іноземних інвестицій в індустрію туризму  
(регіональний розріз), млрд дол. США**

| Прямі іноземні інвестиції                 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Середнє |
|-------------------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| 1. Азійсько-Тихоокеанський регіон         | 9,6  | 3,4  | 8,0  | 10,3 | 6,6  | 30,3 | 25,6 | 5,3  | 2,6  | 1,2  | 10,3    |
| 2. Європа                                 | 4,0  | 1,9  | 5,3  | 3,7  | 6,4  | 25,9 | 11,6 | 6,4  | 4,3  | 2,9  | 7,2     |
| 3. Північна Америка                       | 2,5  | 2,5  | 4,6  | 1,3  | 2,9  | 3,5  | 3,7  | 1,0  | 1,2  | 1,1  | 2,4     |
| 4. Латинська Америка та Карибський басейн | 3,5  | 1,0  | 2,0  | 2,4  | 3,2  | 9,0  | 11,3 | 4,0  | 1,1  | 2,5  | 4,0     |
| 5. Близький Схід та Африка                | 4,7  | 3,5  | 1,5  | 2,7  | 3,2  | 5,8  | 8,7  | 1,5  | 2,4  | 2,5  | 3,7     |
| Усього                                    | 24,3 | 12,3 | 21,4 | 20,4 | 22,3 | 74,5 | 60,9 | 18,2 | 11,6 | 10,2 | 27,6    |
| Частка туризму у загальному обсязі ПІІ, % | 1,13 | 0,63 | 0,76 | 0,73 | 1,03 | 7,93 | 3,50 | 1,50 | 0,51 | 0,57 | 1,39    |

Джерело: Сформовано за даними, наведеними у [19; 33; 34]

Дані табл. 3.2 показують, що загальна сума ПІІ у туристичну галузь демонструє значні коливання протягом цього періоду. У 2013 році загальні інвестиції становили 24,3 млрд дол. США, але у 2014 році цей показник знизився удвічі. Це падіння може бути пов'язане зі зміною світових економічних умов або

кризами, які відбулися у певних регіонах. У 2015 та 2016 роках обсяги інвестицій дещо відновилися, досягнувши 21,4 і 20,4 млрд дол. США відповідно.

Найбільший стрибок обсягу ППІ спостерігається у 2018 році, коли їх загальний обсяг сягнув 74,5 млрд дол. США. Це може бути наслідком зростання інтересу інвесторів до туристичної галузі, особливо у світлі глобальної економічної стабілізації та зростаючого попиту на туризм. Проте у 2019 році інвестиції почали знижуватися, що, ймовірно, було передвісником глобальної пандемії. У 2020 році обсяг інвестицій різко знизився у 3,3 рази, порівняно з рівнем 2019 року через пандемію COVID-19, яка значно вплинула на туристичний сектор. У 2022 році показник дещо стабілізувався на рівні 10,2 млрд дол. США, однак це у 6 разів менше, порівняно з рівнем 2019 року.

Азійсько-Тихоокеанський регіон, один із найбільш активних у галузі туризму, демонстрував досить різкі коливання. У 2013 році обсяг інвестицій у цей регіон становив 9,6 млрд дол. США, але у 2014 році він впав до 3,4 млрд дол. США. З 2015 року спостерігається відновлення, з максимумом у 30,3 млрд дол. США у 2018 році. Проте вже до 2022 року інвестиції знизилися до 1,2 млрд дол. США, що може бути пов'язано з суворими обмеженнями на поїздки та закриттям кордонів через пандемію.

Європа демонструвала відносно стабільну динаміку, хоча також зазнала значних коливань. У 2013 році обсяг ППІ у туристичну галузь Європи становив 4 млрд дол. США, а у 2014 році він знизився до 1,9 млрд дол. США. Відновлення почалося у 2015 році, досягнувши піку у 2018 році з показником у 25,9 млрд дол. США. Однак, у 2020–2022 рр. обсяг інвестицій знову впав до 2,9 млрд дол. США через пандемію, що показує значний негативний вплив обмежень на поїздки та локдаунів у Європі.

Північна Америка також зазнала коливань у туристичних інвестиціях. Після стабільних показників у 2013–2015 рр. (2,5–4,6 млрд дол. США), у 2016–2019 рр. спостерігалось зниження до 3,7 млрд дол. США у 2019 році. Пандемія призвела до ще більшого скорочення ППІ до 1,2 млрд дол. США у 2021 році. Не



зважаючи на незначне покращення у 2022 році (1,1 млрд дол. США), це свідчить про слабе відновлення туристичного сектора у цьому регіоні.

Латинська Америка та Карибський басейн, традиційно популярні туристичні напрямки, демонстрували досить нестабільну динаміку інвестицій. У 2013 році інвестиції в цей регіон становили 3,5 млрд дол. США, однак уже у 2014 році показник різко впав до 1 млрд дол. США. Відновлення почалося у 2016 році, з досягненням піку у 2019 році (11,3 млрд дол. США). Вже у 2021 році, внаслідок пандемії, обсяги інвестування знизилися до 1,1 млрд дол. США, а відновлення 2022 року було дуже слабким – всього 2,5 млрд дол. США інвестицій. У 2013 році Близький Схід та Африка отримали 4,7 млрд дол. США ПІІ, проте у 2015 році обсяги інвестування упали до 1,5 млрд дол. США. За наступні 5 років інвестування поступово відновлювалося з піком у 5,8 млрд дол. США у 2018 році. Пандемійне скорочення інвестування стабілізувалося у 2022 році на рівні 2,5 млрд дол. США.

Загалом, аналіз табл. 3.2 показує, що пандемія COVID-19 мала суттєвий глобальний вплив на міжнародний туризм. Усі регіони зазнали різкого зниження інвестицій через закриття кордонів, обмеження на поїздки та загальну невизначеність. Найбільший стрибок інвестицій спостерігався у 2018 році, коли економіка міжнародного туризму перебувала на підйомі. Проте, навіть після пандемії інвестори залишаються обережними, і повне відновлення туристичної галузі ще не досягнуто. Ключовими регіонами, що зазнали найбільших втрат, є Азійсько-Тихоокеанський регіон, Європа та Латинська Америка. Відновлення туристичних інвестицій у 2022 році залишається слабким, і для того, щоб туристична галузь у частині прямого іноземного інвестування повернулася до допандемійного рівня, знадобиться ще декілька років стабілізації та росту.

Аналіз частки туризму у загальному обсязі ПІІ за період 2013–2022 рр. вказує на значні коливання інвестиційної привабливості цієї галузі. У 2013 році частка становила 1,13 %, що було стабільним показником. Однак у 2014–2016 рр. спостерігалось зниження до 0,63–0,73 %, що може бути пов'язано із загальною економічною нестабільністю. У 2017 році ситуація покращилася, і частка зросла

до 1,03 %. Найбільш помітне зростання відбулося у 2018 році, коли частка туризму у ПІІ досягла 7,93 %, що може свідчити про суттєві інвестиційні проекти в цій сфері. Проте вже в 2019-2020 роках частка знову знизилася до 3,50 % та 1,50 %, а пандемія COVID-19 у 2020 році спричинила ще більше зниження. У 2021–2022 рр. частка туризму в ПІІ залишалася на рівні нижче 1 %, що свідчить про продовження складнощів для галузі після пандемії. Загалом, ці дані відображають значну залежність туризму від глобальних економічних та політичних чинників, зокрема від пандемій та економічних криз.

Аналіз відносних показників інвестування та ефективності міжнародного туризму за період з 2006 до 2023 року дає змогу оцінити розвиток і динаміку туристичної галузі у глобальному контексті. Розглянемо детально кожен із показників, зокрема зміни, тенденції та їх можливі причини. У табл. 3.3 зведено відносні показники:

- доходів: від міжнародного туризму на душу населення, від міжнародного туризму на 1 в'їзного туриста, від міжнародного туризму у % до ВВП;
- капітальних інвестицій в індустрію туризму: на душу населення, на 1 в'їзного туриста, у % до ВВП;
- коефіцієнт доходності капітальних інвестицій у міжнародний туризм.

У обчисленні запропонованих показників задіяні результати аналізу динаміки доходів від міжнародного туризму у світовій економіці (див. рис. 3.1), чисельності іноземних в'їзних туристів у світі (див. рис. 3.2), капітальних інвестицій у світову індустрію туризму (див. рис. 3.5).

Виходячи з даних, наведених у табл. 3.3, проведемо аналіз інвестиційної привабливості та ефективності міжнародного туризму у 2006–2023 рр. Так, аналіз динаміки доходів від міжнародного туризму на душу населення за період 2006–2023 рр. демонструє нерівномірне зростання з кількома спадними періодами. Початковий стабільний ріст із 115,6 дол. США у 2006 році до 198,1 дол. США у 2012 році відображає покращення міжнародної туристичної активності та інвестицій у сектор.

Таблиця 3.3

**Відносні показники інвестування та ефективності міжнародного туризму**

| Найменування показника                                                       | 2006  | 2007  | 2008   | 2009  | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   |
|------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 1. Доходи від міжнародного туризму на душу населення, дол. США               | 115,6 | 131,4 | 143,3  | 130,9 | 141,9  | 156,6  | 198,1  | 170,4  | 175,3  | 164,5  | 166,6  | 177,6  | 190,4  | 192,1  | 71,4   | 81,0   | 141,6  | 188,8  |
| 2. Доходи від міжнародного туризму на 1 в'їзного туриста, дол. США           | 897,0 | 966,0 | 1043,7 | 999,9 | 1016,8 | 1088,5 | 1334,1 | 1111,5 | 1114,3 | 1011,7 | 1001,3 | 1005,3 | 1031,1 | 1015,5 | 1375,1 | 1390,4 | 1155,0 | 1161,7 |
| 3. Доходи від міжнародного туризму у % до ВВП                                | 1,48  | 1,51  | 1,52   | 1,48  | 1,49   | 1,49   | 1,87   | 1,58   | 1,61   | 1,62   | 1,63   | 1,65   | 1,68   | 1,69   | 0,65   | 0,65   | 1,11   | 1,44   |
| 4. Капітальні інвестиції в індустрію туризму на душу населення, дол. США     | 79,1  | 93,4  | 104,4  | 90,1  | 87,8   | 102,9  | 104,4  | 108,1  | 111,0  | 106,9  | 107,7  | 116,1  | 122,8  | 128,8  | 55,4   | 56,8   | 62,6   | 69,7   |
| 5. Капітальні інвестиції в індустрію туризму на 1 в'їзного туриста, дол. США | 613,5 | 686,4 | 760,5  | 688,2 | 628,8  | 715,1  | 703,4  | 704,7  | 705,2  | 657,1  | 647,3  | 657,3  | 664,9  | 681,0  | 1066,2 | 975,9  | 510,6  | 429,2  |
| 6. Капітальні інвестиції в індустрію туризму у % до ВВП                      | 1,01  | 1,08  | 1,11   | 1,02  | 0,92   | 0,98   | 0,99   | 1,00   | 1,02   | 1,05   | 1,05   | 1,08   | 1,09   | 1,13   | 0,51   | 0,46   | 0,49   | 0,53   |
| 7. Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій у міжнародний туризм         | 1,46  | 1,41  | 1,37   | 1,45  | 1,62   | 1,52   | 1,90   | 1,58   | 1,58   | 1,54   | 1,55   | 1,53   | 1,55   | 1,49   | 1,29   | 1,42   | 2,26   | 2,71   |

Джерело: Сформовано та проведено розрахунки за даними, наведеними у [20; 21; 25; 29; 30; 39–41].

Проте, з 2013 до 2015 року доходи скоротилися через економічні труднощі та політичну нестабільність у ряді країн. Найбільший спад відбувся у 2020 році – до 71,4 дол. США – через глобальну пандемію COVID-19, яка призвела до різкого скорочення міжнародних поїздок. Відновлення розпочалося у 2021 році, і до 2023 року показник досяг 188,8 дол. США, ілюструючи тенденцію до поступового відродження галузі після пандемії.

Доходи на одного в'їзного туриста є ключовим показником ефективності міжнародного бізнесу та його розвитку. У 2006 році цей показник складав 897 дол. США і зростав до 1334,1 дол. США у 2012 році. Зростання свідчить про збільшення вартості туристичних послуг, удосконалення туристичних пропозицій і більш високу якість обслуговування. Починаючи з 2013 року, доходи від 1 туриста знижувалися і у 2015 році склали 1011,7 дол. США, що могло бути пов'язане з макроекономічними коливаннями та змінами у світовій економіці. У 2020 році, коли пандемія обмежила можливість подорожей, спостерігається значне зростання цього показника до 1375,1 дол. США, оскільки обмежена кількість подорожей була здебільшого високовартісною. Туристи, які подорожували в цей період, витрачали більше коштів через додаткові заходи безпеки та підвищені витрати на організацію поїздок. У 2021–2023 рр. цей показник стабілізувався на рівні близько 1161,7 дол. США, що свідчить про поступове відновлення туристичного сектору.

Доходи від міжнародного туризму у % до ВВП показують вплив туристичної галузі на світову економіку. Упродовж 2006–2019 рр. цей показник залишався стабільним і варіювався в межах 1,48–1,69 %, що свідчить про важливість туризму у складі світової економіки. Однак, у 2020 році цей показник різко знизився до 0,65 %, що було пов'язано із серйозним зменшенням кількості туристичних поїздок через пандемію COVID-19. Туризм був однією з галузей, які найбільше постраждали під час пандемії. Лише у 2022 році доходи від міжнародного туризму у % до ВВП почали підвищуватися і досягли 1,11 %, що демонструє поступове повернення туристичної активності та відновлення впливу на економіку.

Показник капітальних інвестицій в індустрію туризму на душу населення відображає обсяги капітальних інвестицій у туристичну індустрію на кожного жителя планети. З 79,1 дол. США у 2006 році він поступово зростав до 128,8 дол. США у 2019 році, що свідчить про зростання уваги інвесторів до розвитку туристичної інфраструктури та збільшення капіталовкладень. Це також було пов'язано із підвищеним попитом на туристичні послуги та необхідністю покращення умов для туристів. Проте у 2020 році цей показник знизився до 55,4 дол. США через пандемію. Економічна невизначеність та скорочення туристських потоків призвели до того, що інвестори відмовлялися від капіталовкладень у цю галузь. У 2021–2023 рр. інвестиції почали поступово зростати, досягнувши 69,7 дол. США у 2023 році. Це свідчить про повернення інтересу до туристичного сектору з боку інвесторів та позитивні очікування щодо його подальшого розвитку.

Капітальні інвестиції на одного в'їзного туриста показують, скільки коштів інвестується для забезпечення одного туриста інфраструктурою та послугами. До 2019 року цей показник стабільно зростав, сягнувши 681 дол. США у 2019 році. Це вказує на збільшення інвестицій у туристичні об'єкти та розширення туристичних можливостей. У 2020 році, коли через пандемію туристичні потоки значно скоротилися, капітальні інвестиції на одного туриста різко зросли до 1066,2 дол. США. Це відображає ситуацію, коли при зменшенні кількості туристів капіталовкладення залишалися досить високими, оскільки багато проєктів вже були в процесі реалізації. У 2023 році цей показник знизився до 429,2 дол. США, що свідчить про нормалізацію ситуації і відновлення туристських потоків.

Капітальні інвестиції в індустрію туризму у % до ВВП упродовж 2006–2019 рр. коливалися в межах 0,92–1,13 %, що вказує на стабільну увагу інвесторів до капіталовкладень у туристичну галузь. Пандемія спричинила значне зниження цього показника до 0,51 % у 2020 році. Це було зумовлено скороченням як інвестицій, так і економічної активності в цілому. З 2021 року

ситуація поступово почала відновлюватися, і у 2023 році цей показник становив 0,53 %, отже країни знову починають вкладати ресурси в розвиток туризму.

Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій у міжнародний туризм є важливим показником, який дозволяє оцінити ефективність вкладення капіталу в туристичну індустрію. У період 2006–2019 рр. цей показник варіювався від 1,37 до 1,90, що свідчить про стабільний рівень ефективності капіталовкладень. Зростання коефіцієнта доходності з 1,46 у 2006 році до 1,90 у 2012 році можна пояснити стабільним збільшенням туристських потоків і відповідних доходів, тоді як капітальні інвестиції також продовжували зростати, але дещо повільніше. Негативний вплив пандемії на туристичну галузь у 2020 році призвів до скорочення туристських потоків і доходів, що знизило коефіцієнт доходності до 1,29. Однак це був короточасний спад, і вже у 2021 році показник зріс до 1,42, а у 2022 – до 2,26, що свідчить про ефективне використання капіталовкладень у постпандемійний період. Зростання до 2,71 у 2023 році є підтвердженням того, що туристична індустрія відновлюється, і стає більш інвестиційно привабливою. Це можна пояснити тим, що більшість інфраструктурних проєктів були завершені або перебудовані під нові реалії, а попит на туризм після пандемії різко зріс.

Аналіз показників інвестування та ефективності міжнародного туризму свідчить про те, що до 2019 року галузь туризму демонструвала стабільне зростання, як у доходах, так і в капітальних інвестиціях. Пандемія COVID-19 призвела до значного спаду у 2020–2021 рр., однак уже в 2022–2023 рр. спостерігається відновлення, хоча ще не на рівні докризових показників. Ефективність капітальних інвестицій, за даними коефіцієнта доходності, є високою, що вказує на перспективність подальших вкладень у цю галузь.

Слід зазначити, що аналіз відносних показників інвестування та ефективності міжнародного туризму за 2006–2023 рр. демонструє складну, але водночас динамічну картину розвитку цієї галузі. У період до 2020 року спостерігалось стабільне зростання капітальних інвестицій і доходів від туризму, що свідчить про зростання попиту на міжнародні туристичні послуги та

інвестиційну привабливість цієї галузі для інвесторів. Пандемія COVID-19 спричинила значний спад туристичної активності у 2020 році, що призвело до різкого зниження доходів на душу населення, доходів від туризму на одного в'їзного туриста, а також загального обсягу інвестицій. Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій також знизився, що вказує на кризу в галузі, але вже у 2021–2022 рр. почалося поступове відновлення. Попри пандемію, у 2022–2023 рр. інвестиції в туризм знову почали зростати, а ефективність капіталовкладень навіть перевищила докризові рівні. Це підтверджує важливість індустрії туризму для глобальної економіки і її високий потенціал для подальшого розвитку. Туризм залишається однією з ключових галузей, здатних швидко відновлюватися після криз і забезпечувати високий рівень рентабельності для інвесторів.

Міжнародний туризм, попри всі виклики, залишається однією з найбільш перспективних галузей світової економіки. Після пандемії стрімко зростатимуть туристичні потоки, що стане стимулом для нових інвестицій. Зважаючи на прискорення мобільності населення, розвиток цифрових платформ для організації подорожей, а також інновацій у сфері туристичних послуг, можна передбачити, що доходи від туризму продовжуватимуть зростати. Інвестори повинні орієнтуватися на стійкі та інноваційні проєкти в галузі туризму, зокрема на розвиток екологічних та відповідальних туристичних послуг, використання цифрових технологій і створення умов для підвищення туристичної привабливості регіонів.

Отже, туристична індустрія демонструвала постійне зростання доходів на душу населення та на одного в'їзного туриста. Це було зумовлено підвищенням глобальної мобільності, зростанням кількості міжнародних подорожей та вдосконаленням туристичних послуг. Капітальні інвестиції були драйвером розвитку, зростаючи до 2020 року та демонструючи підвищену увагу інвесторів до туристичної галузі. Це забезпечувало розвиток інфраструктури, підвищення якості послуг та збільшення привабливості туристичних напрямків. Пандемія COVID-19 стала ключовим фактором різкого спаду і у 2020 році туризм зазнав

одного з найбільших потрясінь у своїй історії, що спричинило падіння всіх ключових показників ефективності та інвестицій. Водночас це стало можливістю для реструктуризації та переосмислення туристичних моделей. У 2021–2023 рр. міжнародна індустрія туризму почала відновлюватися, показники інвестицій і доходів знову зросли, що свідчить про стійкість цього сектору та його здатність швидко адаптуватися до нових умов. Ефективність інвестицій у туризм після пандемії значно зросла, тобто інвестори бачать перспективу в туристичному секторі, особливо в умовах зростаючого попиту на міжнародні подорожі.

### **3.2. Місце України у інвестиційному потенціалі розвитку туристичної галузі**

Інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі України є важливим чинником її економічного зростання та інтеграції до глобального туристичного ринку. Туризм, як сектор економіки, має потужний мультиплікативний ефект, здатний стимулювати розвиток інших галузей, таких як транспорт, готельний бізнес, ресторанний сектор, сфера послуг та культура. В умовах постпандемічного та повоєнного відновлення України, туризм може стати однією з рушійних сил економічної стабілізації та міжнародної інтеграції.

Формування інвестиційного потенціалу галузі залежить від кількох ключових факторів. По-перше, це природні ресурси та історико-культурна спадщина, які створюють унікальну базу для розвитку різних видів туризму, включно з екологічним, культурним та історичним туризмом. По-друге, розвиток туристичної інфраструктури та покращення транспортної доступності є вирішальними для залучення іноземних інвесторів. По-третє, сприятливе бізнес-середовище, зокрема ефективна державна політика підтримки туризму, зниження бюрократичних бар'єрів та активна співпраця з міжнародними партнерами, також визначають привабливість галузі для капіталовкладень. Тому для розкриття інвестиційного потенціалу туристичної галузі України важливо не лише ефективно використовувати природні та культурні ресурси, але й



забезпечувати інноваційний розвиток інфраструктури та створювати сприятливі умови для інвесторів.

Перш ніж почати оцінку стану інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України, слід визначитися з основними видами економічної діяльності, які охоплюють різні аспекти туризму – діяльність туристичних підприємств, готелів, закладів харчування, музеїв, інших розважальних закладів, консалтингу, пасажирського транспорту тощо (рис. 3.6).

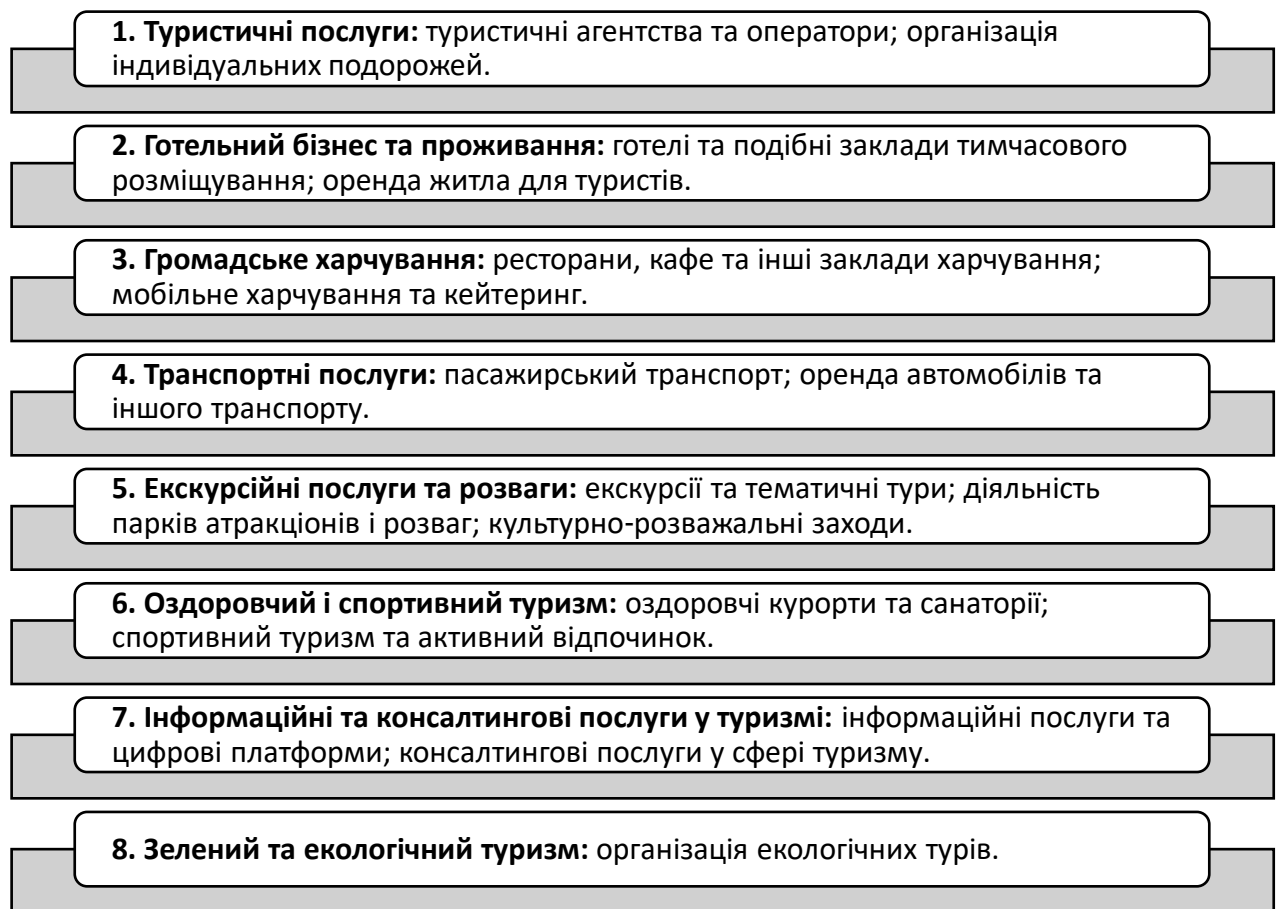


Рис. 3.6. Примірний перелік видів економічної діяльності у галузі туризму

Джерело: проведено вибірку та сформовано згідно Класифікації видів економічної діяльності ДК 009:2010 (КВЕД) [6].

На рис. 3.6 відображено примірну класифікацію видів туристичної діяльності, якою можуть займатися суб'єкти підприємництва. Власне туристичні послуги надають туристичні агентства та оператори, які займаються організацією подорожей, надають туристам готові туристичні пакети, що включають переліт, трансфер, проживання, екскурсії та інші послуги. Тобто

агентства працюють як посередники між туристами і операторами, тоді як оператори формують повноцінні тури. Організація індивідуальних подорожей полягає у тому, що туристи самостійно планують свої поїздки, але користуються послугами агентів для бронювання квитків, готелів або оренди автомобілів. Готельний бізнес та проживання охоплює діяльність готелів, мотелів, хостелів та інших об'єктів, що надають послуги розміщення туристів. Готельний сектор забезпечує не тільки проживання, але й інші сервіси, такі як ресторани, конференц-зали, басейни тощо. У сегменті індивідуальних або сімейних подорожей популярним напрямом є оренда квартир, будинків, котеджів та інших видів житла для тимчасового проживання туристів.

Важливим видом діяльності у сфері туризму є надання послуг харчування туристам у ресторанах, кафе, барах, готелях. Заклади громадського харчування часто стають окремою туристичною привабливістю (гастрономічний туризм). Послуги кейтерингу, надання харчування під час заходів, фестивалів або екскурсій – важлива складова туризму, особливо для організованих груп. Туристичні послуги вимагають забезпечення перевезень між містами, країнами та туристичними об'єктами. Це може бути організовано через пасажирські залізничні, автобусні або морські та річкові перевезення. Оренда автомобілів, велосипедів або іншого транспорту для пересування на місці є популярною послугою для туристів, особливо у випадку індивідуальних поїздок. Важливим напрямом туристичної діяльності є організація концертів, фестивалів, театральних вистав, музейних екскурсій і виставок, що можуть залучати туристів як ключові події.

Організація екскурсійних турів, тематичних подорожей (історичних, культурних, екологічних) є одним з ключових напрямів у туристичній сфері. Цей вид діяльності може включати екскурсії з гідами, походи, тури визначними пам'ятками та іншими культурно-історичними об'єктами. Крім того, парки атракціонів, зоопарки, аквапарки та інші об'єкти для розваг туристів є важливим сегментом в організації дозвілля для сімейних та групових туристів. Напрямок оздоровчого і спортивного туризму охоплює діяльність санаторіїв, курортів, де

туристи отримують медичні та релаксаційні послуги, організацію спортивних змагань, активний відпочинок на природі (похідний туризм, екстремальні види спорту, велотури), а також рекреаційні послуги, наприклад, йога-ретріти.

Останні роки зростає роль інформаційних послуг і платформ, які дозволяють туристам планувати поїздки онлайн, бронювати квитки, проживання та екскурсії через спеціалізовані веб-сайти та мобільні додатки. Консалтинг включає дослідження туристичних ринків, стратегічне планування для туристичних компаній, розробку маркетингових програм для залучення туристів. Зелений туризм передбачає подорожі до природних об'єктів (національних парків, заповідників) з акцентом на збереженні екології. Цей напрям є актуальним для України, яка має значні природні ресурси.

Отже, виходячи з даних рис. 3.6 та Класифікації видів економічної діяльності ДК 009:2010 (КВЕД) [6], до туристичної галузі будемо відносити такі види економічної діяльності:

- пасажирський залізничний транспорт міжміського сполучення (49.1);
- інший пасажирський наземний транспорт (49.3);
- пасажирський морський транспорт (50.1);
- пасажирський річковий транспорт (50.3);
- пасажирський авіаційний транспорт (51.1);
- допоміжна діяльність у сфері транспорту (52.2);
- тимчасове розміщування й організація харчування (I);
- діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність (79);
- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок (R).

Саме цей перелік буде покладено у пошук та обробку даних офіційної статистики з метою аналізу ключових факторів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України. Варто зазначити, що наведений перелік включає дещо розширений спектр видів діяльності, частина з яких не є суто туристичною. Так, пасажирський транспорт (залізничний, морський, авіаційний) обслуговує не тільки туристів, а й бізнес-мандрівників, місцевих

жителів та інші групи населення, а допоміжна діяльність у сфері транспорту (КВЕД 52.2) включає послуги складування, логістики та обслуговування вантажних перевезень, що не завжди є туристично орієнтованою діяльністю.

Спочатку розрахуємо обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання туристичної галузі України як узагальнюючий показник, що відображає доходи від туризму (табл. 3.4). Як видно з даних табл. 3.4, частина даних не оприлюднена у зв'язку з конфіденційністю згідно вимог Закону України «Про офіційну статистику». Тобто достеменно встановити, якими є обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання туристичного сектору України неможливо, пропонуємо під час проведення аналізу послуговуватися виключно відкритими даними офіційної статистики, що оприлюднені у вільному доступі без обмежень для користувачів інформації, на основі дотримання класифікації, наведеній на рис. 3.6.

Таблиця 3.4

**Розрахунок обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів  
господарювання туристичної галузі України, млрд грн**

| КВЕД   | Значення показника за роками |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |
|--------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|        | 2010                         | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   |
| 49.1   | к*                           | 0,00   | 0,00   | к      | к      | 0,54   | 0,00   | 0,01   | 0,00   | к      | к      | к      | к      | 0,00   |
| 49.3   | 8,26                         | 9,38   | 10,75  | 11,03  | 10,52  | 13,35  | 14,52  | 18,55  | 22,98  | 27,70  | 19,31  | 25,63  | 18,92  | 22,60  |
| 50.1   | 0,08                         | 0,06   | 0,03   | 0,05   | 0,02   | 0,02   | 0,02   | 0,03   | 0,07   | к      | к      | к      | к      | к      |
| 50.3   | 0,01                         | к      | 0,07   | 0,05   | 0,03   | 0,04   | 0,01   | 0,04   | 0,03   | 0,02   | 0,03   | 0,04   | к      | к      |
| 51.1   | 12,47                        | 16,75  | к      | к      | к      | 18,76  | 25,66  | 33,62  | 41,50  | 43,33  | 18,50  | к      | 9,64   | к      |
| 52.2   | 75,68                        | 95,61  | 115,04 | 112,16 | 107,94 | 140,42 | 128,30 | 148,81 | 161,36 | 196,90 | 182,30 | 200,42 | 153,66 | 193,68 |
| I      | 16,58                        | 18,21  | 23,91  | 30,32  | 22,68  | 29,07  | 37,61  | 48,97  | 63,59  | 77,86  | 66,45  | 107,29 | 38,18  | 62,22  |
| 79     | 4,70                         | 4,89   | 6,08   | 6,27   | 4,51   | 5,52   | 7,01   | 8,43   | 11,87  | 15,93  | 8,32   | 17,81  | 3,51   | 5,20   |
| R      | 3,36                         | 5,02   | 9,03   | 13,96  | 17,09  | 6,96   | 7,69   | 10,55  | 13,12  | 14,95  | 12,20  | 20,97  | 8,48   | 65,07  |
| Всього | 121,15                       | 149,92 | 164,90 | 173,84 | 162,79 | 214,14 | 220,83 | 269,00 | 314,52 | 376,70 | 307,10 | 372,15 | 232,39 | 348,77 |

\* к – дані не оприлюднювалися з метою виконання вимог Закону України «Про офіційну статистику» [10] щодо забезпечення гарантій органів державної статистики щодо статистичної конфіденційності.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними, наведеними у [8].

Дані, наведені у табл. 3.4, відображають динаміку обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання туристичної галузі України за період з 2010 до 2023 р., яка була зростаючою, хоча спостерігалися значні коливання. Так, загальний обсяг реалізації в 2010 році становив понад 121 млрд грн, тоді як у 2023 році він збільшився утричі, сягнувши близько 349 млрд грн. Найвищий показник був зафіксований у 2019 році – 376,7 млрд грн, після чого відбувся спад у 2020–2021 рр., пов'язаний з пандемією COVID-19 та її впливом на туристичний сектор. У розрізі видів діяльності відбулися такі зміни:

- інший пасажирський наземний транспорт демонстрував постійне зростання з 2010 до 2019 року, сягнувши піку в 27,70 млрд грн, проте у 2020–2021 рр. спостерігається значний спад, який поступово відновлюється до 22,60 млрд грн у 2023 році;
- допоміжна діяльність у сфері транспорту має найвищі показники серед усіх категорій, стабільно зростаючи до 196,90 млрд грн у 2019 році, проте, як і в інших сегментах, у 2020 році відбулося зниження, з подальшим відновленням у 2021–2023 рр.;
- вид економічної діяльності «Тимчасове розміщування й організація харчування» продемонстрував стабільне зростання до 2019 року, проте через пандемію обсяги значно впали до 66,45 млрд грн у 2020 році, хоча вже у 2023 році показник зріс до 62,22 млрд грн;
- мистецтво, спорт, розваги та відпочинок зазнали значних коливань, зокрема у 2020 році відбулося суттєве падіння. У 2023 році цей сектор показав вражаюче відновлення до 65,07 млрд грн.

Різкі коливання у 2020–2021 рр. пов'язані з пандемією, яка суттєво вплинула на міжнародний туризм, транспорт та послуги з розміщення. У 2022–2023 рр. негативно впливали також війна та економічні обмеження в Україні, які стримували розвиток деяких секторів економіки, тоді як інші (наприклад, допоміжна діяльність у сфері транспорту) показали значне відновлення. Загалом, попри значні коливання в різних сегментах туристичної галузі, спостерігається позитивна динаміка відновлення після кризових періодів, зокрема пандемії, що

вказує на високий потенціал галузі туризму для подальшого розвитку в майбутньому.

Отже, провівши аналіз обсягів реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання туристичного сектору України, слід дослідити її місце у міжнародному туризмі на глобальному та європейському рівні на основі питомої ваги доходу від туризму в Україні у глобальних та європейських доходах від міжнародного туризму. При цьому обсяги реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання туристичного сектору України, зведені у національній грошовій одиниці, доцільно привести до однакових грошових одиниць з іншими доходами, розрахованими у доларах США, шляхом їх ділення на середньорічний курс дол. США до грн. результати розрахунків зведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

### Місце України у світовому та європейському міжнародному туризмі

| Показник                                                   | Значення показника за роками |        |        |        |        |        |        |        |        |        |       |       |        |        |
|------------------------------------------------------------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
|                                                            | 2010                         | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   | 2015   | 2016   | 2017   | 2018   | 2019   | 2020  | 2021  | 2022   | 2023   |
| Дохід від туризму (Україна), млрд грн                      | 121,1                        | 149,9  | 164,9  | 173,8  | 162,8  | 214,1  | 220,8  | 269,0  | 314,5  | 376,7  | 307,1 | 372,2 | 232,4  | 348,8  |
| Курс дол. США / грн                                        | 7,94                         | 7,97   | 7,99   | 7,99   | 11,89  | 21,84  | 25,55  | 26,60  | 27,20  | 25,85  | 26,96 | 27,29 | 32,34  | 36,57  |
| Дохід від туризму (Україна), млрд дол. США                 | 15,27                        | 18,82  | 20,64  | 21,75  | 13,70  | 9,80   | 8,64   | 10,11  | 11,56  | 14,57  | 11,39 | 13,64 | 7,19   | 9,54   |
| Дохід від міжнародного туризму (світ), млрд дол. США       | 989,2                        | 1104,9 | 1414,4 | 1232,2 | 1283,0 | 1218,2 | 1247,8 | 1345,8 | 1459,0 | 1487,4 | 558,7 | 638,7 | 1125,9 | 1514,9 |
| Дохід від міжнародного туризму (Європа), млрд дол. США     | 494,2                        | 526,3  | 547,0  | 571,1  | 582,2  | 612,4  | 622,3  | 677,6  | 717,7  | 742,4  | 239,4 | 301,0 | 609,6  | 707,9  |
| Частка України у міжнародному туризмі світу за доходом, %  | 1,54                         | 1,70   | 1,46   | 1,77   | 1,07   | 0,80   | 0,69   | 0,75   | 0,79   | 0,98   | 2,04  | 2,14  | 0,64   | 0,63   |
| Частка України у міжнародному туризмі Європи за доходом, % | 3,09                         | 3,58   | 3,77   | 3,81   | 2,35   | 1,60   | 1,39   | 1,49   | 1,61   | 1,96   | 4,76  | 4,53  | 1,18   | 1,35   |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними, наведеними у [8; 9; 29].

Табл. 3.5 демонструє місце України в світовому та європейському міжнародному туризмі аналіз доходів від туризму, порівняно з глобальними та

європейськими показниками, у контексті світових тенденцій з 2010 до 2023 рр., з урахуванням девальвації національної грошової одиниці та її впливу на туристичну галузь. Доходи від туризму в Україні за досліджуваний період мали тенденцію до зростання, сягнувши пікового обсягу 376,7 млрд грн або 14,6 млрд дол США у 2019 році. Однак кризи, пов'язані з пандемією COVID-19 та війною, негативно вплинули на туристичну галузь, що призвело до подвійного зниження доходів у 2020–2022 рр. При цьому динаміка відновлення 2023 року – +33 % у дол. США і +50 % у грн – свідчить про поступову стабілізацію.

Частка України на світовому ринку туризму в доходах відображає її місце у міжнародній туристичній системі. У 2010 році частка України становила 1,54 % від загальносвітового доходу, поступово зростаючи до 1,77 % у 2013 році, що можна пов'язати з підвищенням інтересу до країни під час та після Чемпіонату Європи з футболу 2012 року, також покращенням інфраструктури. Проте економічна криза 2014 року та подальші військові дії на Донбасі суттєво знизили частку України до 0,8 % у 2015 році, яка надалі залишалась на рівні нижче 1 %. Важливо зазначити, що у 2020–2021 рр. частка України дещо зросла до 2 %, проте це скоріше пов'язано із загальним скороченням світового туристичного ринку під час пандемії, а не із зростанням туристичного доходу України. У 2022–2023 рр. частка України знову знизилася до рівня 0,63–0,64 % через воєнні дії та економічні наслідки війни.

Позиції України на європейському туристичному ринку за доходом також мали позитивну динаміку до 2013 року, коли частка сягнула 3,81 %. Війна та кризи 2014-2015 рр. значно вплинули на цей показник, який у 2015 році знизився до 1,6 %, а у 2016 році – до 1,4 %. У період пандемії 2020 року частка знову різко зросла до 4,8 %, що пояснюється скороченням туристичних доходів інших європейських країн на фоні жорстких карантинних обмежень, в той час як в Україні був значно послаблений локдаун. У 2022–2023 рр. частка України у міжнародному туризмі знову знизилась до 1,18–1,35 % насамперед через вплив повномасштабного вторгнення, який втілюється у тимчасовій окупації туристичних дестинацій усього побережжя Азовського моря та частини

побережжя Чорного моря, а також закриттям українського неба для пасажирського авіатранспорту.

Українська туристична галузь має значний потенціал, однак знаходиться під впливом численних внутрішніх і зовнішніх факторів. Ключовими викликами залишаються економічні кризи, девальвація національної грошової одиниці та російсько-українська війна. Саме пандемія COVID-19 та війна суттєво вплинули на позиції України як на світовому, так і на європейському туристичних ринках. Частка України на світовому ринку міжнародного туризму за доходом в останні роки залишається на рівні, нижчому 1 %, що свідчить про недостатню реалізацію потенціалу вітчизняної галузі. Для поліпшення аналізованих показників необхідно розвивати туристичну інфраструктуру, сприяти міжнародній співпраці та залучати інвестиції. Важливою є також стабілізація економіки та валютного курсу, що позитивно вплине на конкурентоспроможність України як туристичної дестинації. Розширення спектру туристичних послуг та акцент на безпеку туристів допоможе відновити довіру міжнародних мандрівників та стимулювати зростання доходів.

Виходячи з послідовності аналізу, наведеної на рис. 3.7, наступним етапом дослідження місця України у інвестиційному потенціалі розвитку туристичної галузі буде аналіз динаміки чисельності іноземних в'їзних туристів, який доцільно поєднати з вітчизняними виїзними туристами до інших країн (рис. 3.7).

Рис. 3.7. надає важливу інформацію про зміни в'їзних і виїзних туристських потоків упродовж 2009–2022 рр. та дозволяє проаналізувати вплив різних факторів на мобільність населення, таких як соціально-економічні потрясіння, кризи та пандемії. Так, з 2009 до 2013 року спостерігалось стабільне зростання кількості в'їзних туристів в Україну, що може свідчити про підвищення привабливості країни для іноземців та розвиток туристичної інфраструктури, особливо під час і після Чемпіонату Європи з футболу 2012 року. Проте з 2014 року відбувається різке зниження кількості іноземних туристів, що, ймовірно, є наслідком анексії Криму та початку військових дій на сході України.



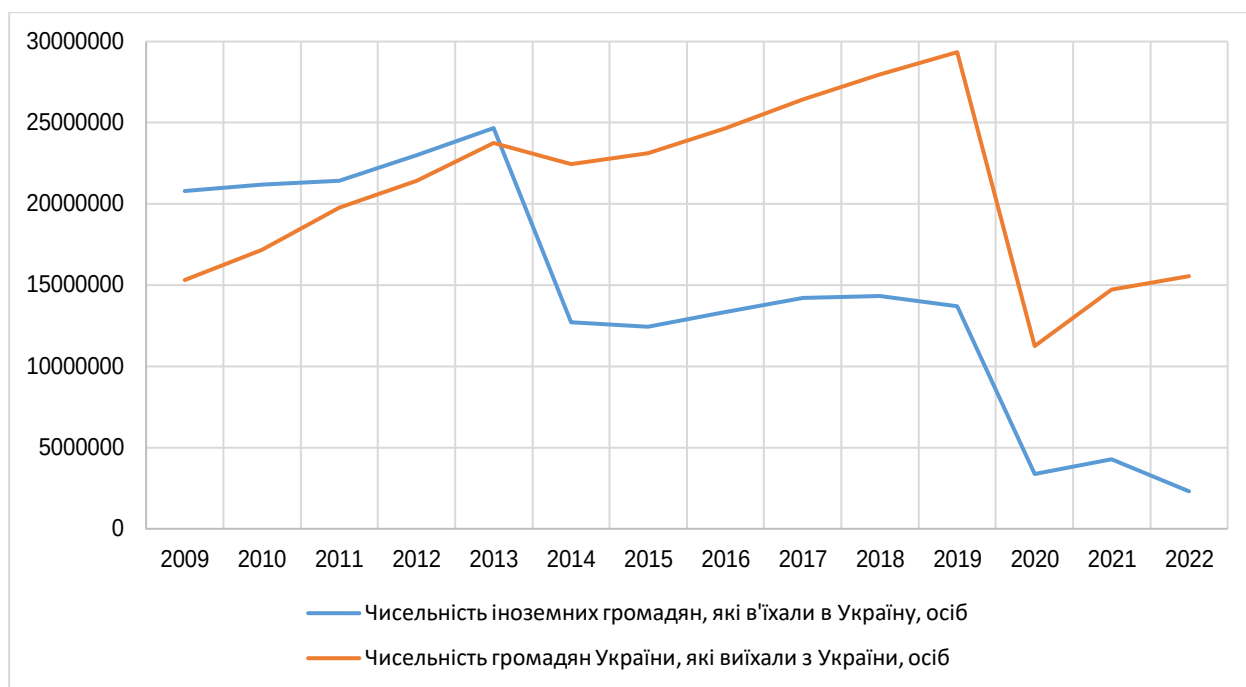


Рис. 3.7. Порівняльна динаміка в'їзних і виїзних туристських потоків в Україні упродовж 2009–2022 рр.

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [2].

Далі кількість в'їзних туристів залишається відносно стабільною, але на низькому рівні до 2020 року. Рис. 3.7 також показує стабільне зростання кількості громадян України, які виїжджали за кордон з 2009 року, сягаючи піку в 2019 році. Це може бути пов'язано з відкриттям безвізового режиму з ЄС у 2017 році, що значно спростило подорожі для українців. Пік виїзного туризму у 2019 році відображає максимальну мобільність громадян України до початку пандемії.

У 2020 році обидва графіки, зображені на рис. 3.7, зазнають різкого падіння, що відображає вплив пандемії COVID-19. Більшість країн світу, включно з Україною, впровадили жорсткі обмеження на міжнародні подорожі та закрили кордони, що значно зменшило потоки туристів. Чисельність іноземних туристів, які в'їжджали в Україну, падає до найнижчого рівня за досліджуваний період, і ця тенденція зберігається до 2022 року. Чисельність громадян України, які виїжджали за кордон, також значно зменшилася у 2020 році, хоча цей показник дещо відновлюється у 2021 та 2022 роках.

Динаміка туристських потоків також відображає вплив соціально-економічних та політичних криз. Зокрема, значне зниження в'їзного туризму з 2014 року можна пов'язати з військовими діями на сході України та загостренням відносин з Росією. Це зменшило привабливість країни для іноземних туристів через зростання рівня ризику. Проте, навіть на тлі цих подій, виїзний туризм продовжував зростати, що може свідчити про стабільний інтерес громадян України до подорожей за кордон і поступове зростання купівельної спроможності до 2019 року. Після спаду через пандемію у 2020 році, виїзний туризм показує деяке відновлення у 2021–2022 рр., хоч і не досягає рівнів 2019 року. Це відображає поступове послаблення карантинних обмежень та повернення до міжнародних подорожей. Натомість в'їзний туризм не демонструє значного відновлення, і у 2022 році чисельність іноземних громадян, які в'їжджають в Україну, залишається на низькому рівні, що може бути пов'язано як із затяжними наслідками пандемії, так і з новими безпековими загрозами, зокрема через повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році.

Отже, аналіз рис. 3.7 дозволяє зробити декілька важливих висновків. По-перше, туристські потоки є дуже чутливими до зовнішніх факторів, таких як пандемії, війни та політичні кризи. По-друге, після впровадження безвізового режиму з ЄС, кількість громадян України, які виїжджають за кордон, значно зросла, що свідчить про інтеграцію України у світовий туристичний ринок. По-третє, пандемія COVID-19 значно вплинула на мобільність населення, а її негативні наслідки відчуються навіть через декілька років.

Перейдемо до дослідження місця України у в'їзних туристських потоках міжнародного туризму, яке є важливим для оцінки її конкурентоспроможності на світовому ринку. Також доцільно порівняти результати обрахунку частки України у міжнародному туризмі за в'їзними туристськими потоками з частками у доходах від міжнародного туризму (див. табл. 3.5). Результати зобразимо графічно (рис. 3.8).

Аналіз графіків, наведених на рис. 3.8, проводиться з метою визначення місця України у глобальних доходах міжнародного туризму та в'їзних

туристичних потоках за період 2009–2022 рр., а також дозволяє оцінити динаміку та особливості українського туристичного сектора в контексті світового та європейського ринку. Розглянемо кожен з показників, представлених на графіку, а також визначимо фактори, що могли вплинути на ці зміни. Так, на початку періоду (2009–2012 рр.) частка України у міжнародному туризмі світу за доходом коливалася в межах 1,5–1,8 %. З 2013 року, коли почалися політичні та економічні виклики, пов’язані з Революцією Гідності та подальшою агресією Росії, відбувся різкий спад цього показника, який досяг найнижчого рівня у 2014–2015 рр. – близько 1 %. Згодом, до 2018 року, спостерігалось невелике відновлення, але значення показника залишилося відносно низьким, а у 2022 році впало до історичного мінімуму через військові дії.

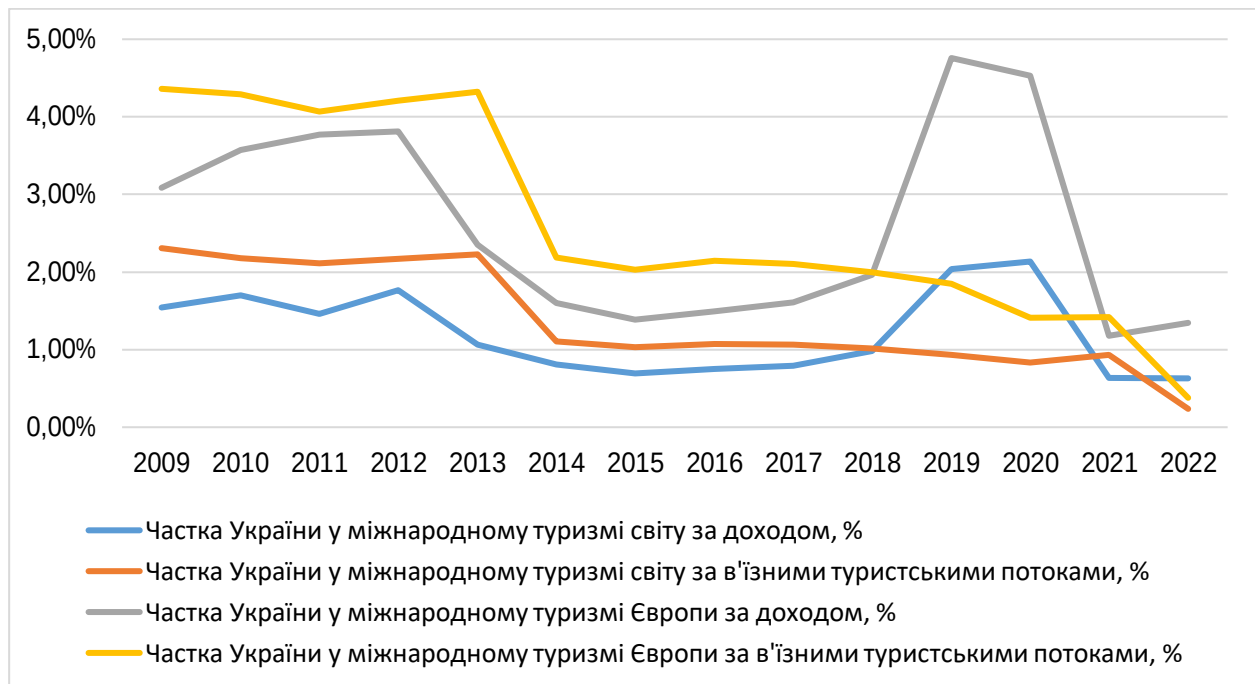


Рис. 3.8. Місце України у глобальних доходах міжнародного туризму та в'їзних туристських потоках

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними [2; 8; 9; 25; 29].

Частка України у міжнародному туризмі світу за в'їзними туристськими потоками була стабільною на рівні приблизно 2 % до 2014 року. Від початку російсько-української війни та анексії Криму Україна стала менш привабливою для іноземних туристів, що призвело до значного скорочення в'їзних потоків.

Подальша стабілізація не досягла рівня довоєнного періоду, а у 2022 році показник різко знизився, що зумовлено повномасштабною фазою війни та пов'язаними з нею обмеженнями.

Частка України у міжнародному туризмі Європи за доходом на початку аналізованого періоду (до 2014 року) була досить значною, тримаючись на рівні 3–4 %. Це свідчило про певний інтерес до України як до туристичного напрямку серед європейських туристів. Однак, у 2014 році почався різкий спад, і у наступні роки цей показник залишався на низькому рівні. Війна та економічні труднощі суттєво обмежили можливості України залучати туристів, що відобразилося на низькому рівні доходів. Незначне покращення у 2021 році пояснюється певною стабілізацією ситуації, але у 2022 році знову відбулося різке зниження через ескалацію війни.

Частка України у міжнародному туризмі Європи за в'їзними туристськими потоками, як і попередні показники, демонструє подібну динаміку: стабільне зниження після 2013 року через зменшення інтересу туристів до України. До 2014 року частка України у європейському туризмі трималася на рівні 4–4,5 %, але після початку конфлікту ця частка різко скоротилася і вже не досягала колишніх значень. Різке падіння частки України у в'їзних туристських потоках у 2022 році до мінімальних рівнів свідчить про суттєві обмеження, викликані війною, через які катастрофічно знизилася туристична привабливість українських DESTINATION.

Загалом український туристичний сектор значно постраждав від внутрішніх і зовнішніх викликів, зокрема від війни, політичної нестабільності та економічних труднощів. Такі події, як Революція Гідності, анексія Криму, війна на Донбасі та повномасштабна агресія Росії у 2022 році, мали вирішальний вплив на зниження частки України у глобальних та європейських показниках туризму. Також варто зазначити, що пандемія COVID-19 у 2020–2021 рр. негативно вплинула на міжнародний туризм у всьому світі, і Україна не стала винятком. Однак, навіть після певного відновлення у 2021 році, український туристичний

сектор не зміг повернутися до колишнього рівня, що пов'язано з подальшою ескалацією війни у 2022 році.

Отже, для відновлення та зміцнення позицій України на туристичному ринку необхідні комплексні зусилля у сфері безпеки, інфраструктури, а також міжнародної співпраці, спрямовані на покращення іміджу країни та відновлення туристичних потоків після завершення військових дій, де роль інвестування займе провідне місце. Тому наступний етап аналізу місця України у інвестиційному потенціалі розвитку туристичної галузі стосуватиметься безпосередньо капітального інвестування.

Розглянемо динаміку обсягів капітальних інвестицій у туристичну галузь України за 2020–2023 рр. (рис. 3.9).

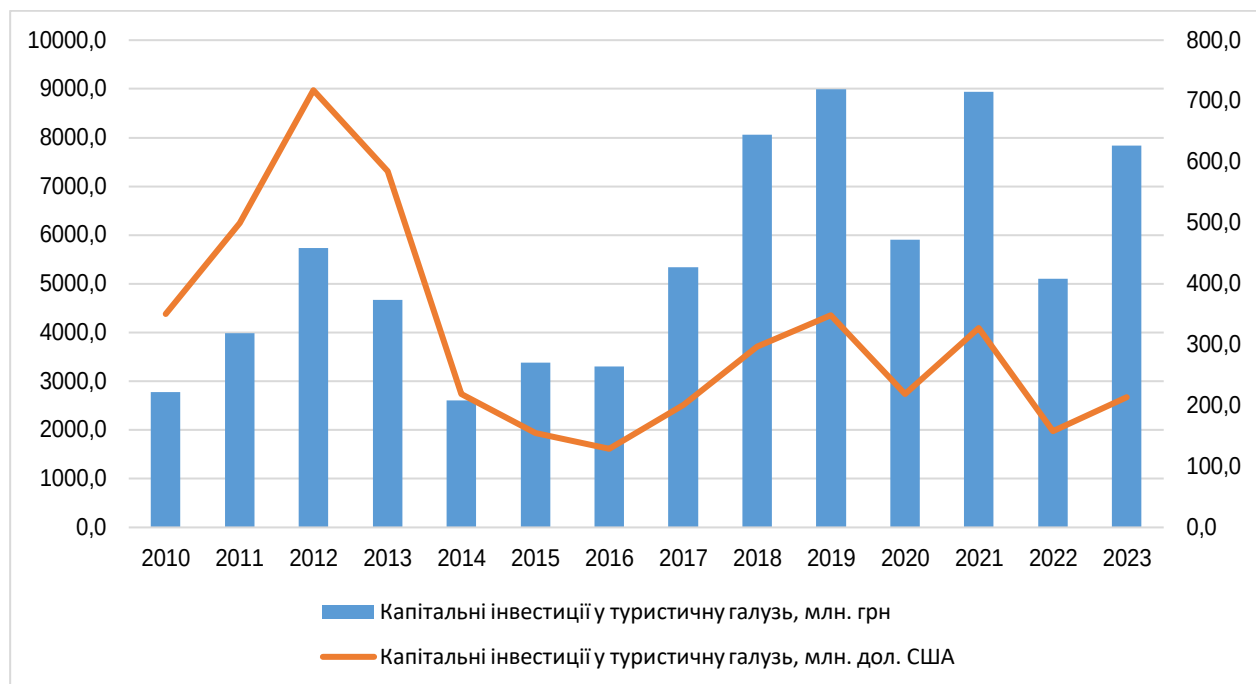


Рис. 3.9. Динаміка обсягів капітальних інвестицій у туристичну галузь України за 2010–2023 рр.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними [5; 9].

Аналіз рис. 3.9 можна розділити на кілька ключових аспектів: зміни капітальних інвестицій у туристичну галузь в гривнях та доларах США за роками, основні тенденції, можливі причини цих змін та потенційні висновки. Графік показує динаміку капітальних інвестицій у туристичну галузь з 2010 до

2023 року у двох валютах, що дозволяє оцінити інвестиційну активність з двох точок зору, враховуючи як внутрішній, так і міжнародний контекст.

Згідно рис. 3.9, інвестиції у гривнях поступово зростали з 2010 року, досягаючи піку у 2019 році. Після цього відбулося зниження у 2020 році, насамперед через економічні наслідки пандемії COVID-19, яка суттєво вплинула на туристичну галузь. Проте, починаючи з 2021 року, знову спостерігається підйом інвестицій, і до 2023 року вони повернулися на досить високий рівень, хоча й трохи нижчий за показники 2019 року. Щодо інвестицій у доларах США, то тут спостерігається значна волатильність. З 2010 до 2012 року обсяг капітальних інвестицій збільшився з 350 млн дол. США більш як удвічі, сягнувши історичного максимуму 717,8 млн дол. США в 2012 році – році проведення Чемпіонату Європи з футболу. Очевидно, що за цей період відбувалося прискорене освоєння інвестицій у туристичну інфраструктуру задля підготовки до події загальноєвропейського масштабу, організаторами якого були Спілка європейських футбольних асоціацій УЄФА спільно з Україною та Польщею – господарями чемпіонату. Однак, після цього відбувається різкий спад, який продовжується до 2016 року. Це пов'язано з девальвацією гривні, економічною нестабільністю та політичними факторами, які могли вплинути на довіру міжнародних інвесторів. Починаючи з 2017 року, інвестиції у доларах стабілізуються на рівні між 200 та 400 млн дол. США, хоча у 2019 і 2021 роках знову присутні коливання.

Варто відзначити, що зміни в обсягах інвестицій у гривнях та доларах не завжди збігаються. Наприклад, у 2012 році інвестиції у доларах були на піку, тоді як у гривнях спостерігається лише помірне зростання. Це може свідчити про різні економічні фактори, такі як інфляція, курс валют, міжнародна економічна ситуація, що впливала на вартість долара відносно гривні. У періоди значної інфляції або девальвації, як, наприклад, під час політичної нестабільності чи економічних криз, реальний обсяг інвестицій у доларах може виглядати меншим, тоді як у гривнях він може зростати через інфляційні процеси. Це чітко

прослідковується у періоді початку російського вторгнення з 2014 до 2016 рік, коли інвестиції у гривнях знижуються не так різко, як у доларах.

Варто зазначити, що на інвестиційні процеси в туристичній галузі вплинули різні зовнішні та внутрішні фактори. Після 2013 року відбувається значний спад інвестицій у доларах, що може бути наслідком політичної кризи та початку воєнних дій на сході України. Це знизило привабливість України для іноземних інвесторів, що й призвело до падіння обсягів капіталу в доларах. У 2020 році, коли світова пандемія негативно вплинула на туристичну галузь у всьому світі, інвестиції у гривнях різко знизилися. Це відбулося тому, що туристичний бізнес значно постраждав від карантинних обмежень, введених для стримування COVID-19, що вплинуло на обсяги вкладень у розвиток інфраструктури. Починаючи з 2021 року, можна побачити зростання інвестицій у гривнях, що вказує на відновлення економіки після пандемії та, можливо, на зростання попиту на внутрішній туризм.

На основі аналізу графіків можна виділити кілька ключових тенденцій. Навіть у роки, коли інвестиції у гривнях зростали, доларовий еквівалент не завжди показував позитивну динаміку, що свідчить про певний ризик для міжнародних інвесторів у курсових коливаннях. Після різких спадів у 2016 та 2020 роках, інвестиції мали тенденцію до відновлення, що свідчить про адаптацію галузі до кризових умов господарювання або змін у зовнішньому середовищі. Останні роки демонструють підвищення обсягів інвестицій у гривнях, тобто внутрішні інвестори починають активно вкладати кошти в туристичну галузь, особливо у контексті зростання внутрішнього туризму.

На основі проведеного аналізу можна зробити декілька висновків. Так, для збільшення обсягів капітальних інвестицій у доларах важливо покращувати інвестиційний клімат в Україні, створюючи сприятливі умови для іноземного капіталу та зменшуючи економічні ризики. З огляду на стабільне зростання інвестицій у гривнях, Україна може зосередитися на розвитку внутрішнього туризму, що сприятиме покращенню економічної ситуації та створенню нових робочих місць у регіонах. Через залежність від курсових коливань необхідно

створити механізми, які б дозволили мінімізувати вплив девальвації на галузь. Враховуючи чутливість туристичної галузі до зовнішніх факторів, розробка чіткої стратегії відновлення після кризових ситуацій допоможе зменшити вплив майбутніх економічних та політичних змін.

Отже, динаміка капітальних інвестицій у туристичну галузь відображає складну картину, де спостерігається чутливість інвестицій до політичних, економічних та соціальних факторів. Різкі зміни інвестицій у доларах та стабільніше зростання у гривнях вказують на те, що галузь знаходиться у постійному процесі адаптації до нових викликів. Така нестабільність потребує ефективних стратегій управління інвестиціями та зусиль для стабілізації й розвитку галузі як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Далі, розрахувавши частки капітальних інвестицій у сектор туризму в загальному обсязі капітальних інвестицій української економіки та міжнародного туризму, оцінимо місце вітчизняного туризму в інвестиційних процесах України і світу. Для цього на рис. 3.10 відобразимо динаміку часток капітальних інвестицій у туристичну галузь в Україні та частку України у капітальних інвестиціях світової індустрії туризму за 2010–2023 рр.



Рис. 3.10. Місце вітчизняного туризму в інвестиційних процесах України та світу в динаміці за 2020–2023 рр.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними [5; 9; 33; 34].



З даних, наведених на рис. 3.10, видно, що частка туризму в капітальних інвестиціях в Україні (синя лінія) демонструє коливання, які відображають змінність вкладень у цей сектор у межах загальної економіки країни. З 2010 до 2012 року частка туризму зростає, сягаючи історичного максимуму 2,1 % у 2012 році. Це може свідчити про період активного розвитку туризму та інвестицій в інфраструктуру в межах реалізації масштабних проєктів у ході підготовки до Чемпіонату Європи з футболу 2012 року. Після 2013 року спостерігається значний спад, що сягає найнижчого рівня 0,92 % у 2016 році. Цей спад може бути наслідком політичної та економічної кризи, що виникла після 2014 року, коли розпочалися військові дії на сході України. З 2017 року відзначається тенденція до відновлення інвестицій в туристичний сектор, хоча вона не досягає попереднього пікового значення. У 2019 році частка зросла до 1,44%, але далі знову коливалася в межах 1,16–1,33 %. У 2023 році частка стабілізувалася на рівні 1,25 %, що свідчить про відносну стабільність, але й недостатність інвестиційного потенціалу галузі для значного зростання.

Частка України у капітальних інвестиціях у світову індустрію туризму (помаранчева лінія) значно нижча і практично не змінюється протягом періоду. Значення залишаються в межах від 0,021% до 0,117%, що відображає незначний вплив України на глобальні інвестиції у туризм. У 2012 році був відносно високий показник – 0,117 %, що може свідчити про зростання інтересу до України насамперед як господарки Чемпіонату Європи з футболу в цілому та проведення фіналу в Києві зокрема. Після цього значення стабілізуються на нижчому рівні, насамперед через вплив військових дій та економічної нестабільності, що обмежує притік іноземного капіталу в український туристичний сектор. У 2023 році показник знову становить 0,035%, що свідчить про низьку міжнародну зацікавленість та значний потенціал для розвитку туристичної галузі України, якщо будуть створені відповідні умови.

На основі проведеного аналізу можна зробити такі основні висновки. Коливання частки туризму в капітальних інвестиціях в Україні показують, що ця галузь є чутливою до економічних та політичних змін. Після кризового періоду

2014–2016 рр. відбувається часткове відновлення, але показники не досягають рівня 2012 року, що свідчить про необхідність підтримки цієї галузі для стимулювання внутрішнього туризму. Низький рівень частки України у світовій індустрії туризму вказує на обмежену зацікавленість іноземних інвесторів, ймовірно, через політичні та економічні ризики. Це може бути викликом для країни, але також відкриває можливості для залучення іноземного капіталу у повоєнний період.

Для подальшого розвитку Україні варто створювати сприятливі умови для іноземних інвесторів у туристичному секторі, зокрема через спрощення державного регулювання, податкові пільги та розбудову туристичної інфраструктури. Враховуючи низьку стабільність міжнародних інвестицій, Україні необхідно розробити програми для підтримки внутрішніх інвесторів у туристичному секторі, особливо у періоди криз. Внутрішній туризм може стати стійким джерелом прибутків та підтримувати економіку, навіть за умов нестабільності на міжнародному рівні. Загалом, тенденції, відображені на рис. 3.10, свідчать як про можливості, так і виклики для розвитку української туристичної галузі в умовах обмеженого притоку капіталу та економічної нестабільності.

Аналіз відносних показників інвестування та ефективності індустрії туризму в Україні за період з 2006 до 2023 року дає змогу оцінити розвиток і динаміку туристичної галузі у загальнонаціональному та глобальному контекстах. Розглянемо детально зміни, тенденції та їх можливі причини по кожному з досліджуваних показників. У табл. 3.6 зведено такі відносні показники, як: доходи від туризму на душу населення; доходи від туризму на 1 в'їзного туриста; доходи від туризму у % до ВВП; капітальні інвестиції в індустрію туризму на душу населення; капітальні інвестиції в індустрію туризму на 1 в'їзного туриста; капітальні інвестиції в індустрію туризму у % до ВВП; коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму. У розрахунку цих показників задіяні результати аналізу динаміки доходів від туризму в Україні (див. табл. 3.5), чисельності іноземних в'їзних туристів в

Україну (див. рис. 3.7), капітальних інвестицій в індустрію туризму України (див. рис. 3.9).

У табл. 3.6 зведено динаміку значень комплексних показників, що відображають відносні зміни в інвестуванні та ефективності туристичної галузі України з 2010 до 2023 року. Аналіз даних допоможе зрозуміти тенденції та виклики розвитку цього сектору економіки в умовах внутрішніх та зовнішніх кризових факторів, таких як політичні та економічні зміни, вплив COVID-19, а також наслідки російсько-української війни.

Виходячи з даних, наведених у табл. 3.6, проведемо аналіз інвестиційної привабливості та ефективності туристичної галузі України у 2010–2023 рр. Крім оцінки тенденцій динаміки досліджуваних показників, доцільно оцінити їх значення, обчислені за даними України з середніми значеннями, обчисленими за глобальними даними міжнародного туризму (див. табл. 3.3).

З 2010 до 2023 року доходи від туризму на душу населення в Україні зросли у 3,6 рази (з 2641 до 9426,1 грн), демонструючи загальну позитивну тенденцію, незважаючи на коливання. Зниження доходів спостерігалось у 2014, 2020 та 2022 роках, що можна пов'язати насамперед з початком російсько-української війни та її фазою повномасштабного вторгнення, а також пандемією COVID-19. Через коливання валютного курсу доходи у доларах знизилися після 2013 року, сягнувши найнижчого рівня у 2022 році (189,1 дол. США), тоді як історичний максимум зафіксовано у 2012–2013 рр. Це свідчить про значний вплив інфляції та девальвації на туристичний сектор.

Доходи від туризму на одного в'їзного туриста зросли з 5713,5 грн у 2010 році до значних 100725,8 грн у 2022 році, що, ймовірно, пов'язано зі скороченням туристичних потоків, що підвищило середній дохід на одного відвідувача. У дол. США показник також виріс, проте, лиш у 4,3 рази (порівняно з 17,6 рази у грн.), що показує економічну значимість кожного туриста в умовах скорочення їхньої загальної кількості.

Таблиця 3.6

**Відносні показники інвестування та ефективності індустрії туризму в Україні**

| Найменування показника                                                       | 2010   | 2011   | 2012   | 2013   | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | 2021    | 2022     | 2023   |
|------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|--------|
| 1. Доходи від туризму на душу населення, грн                                 | 2641,0 | 3280,0 | 3616,8 | 3821,6 | 3595,8  | 4741,0  | 4903,1  | 5993,6  | 7037,7  | 8470,0  | 6946,7  | 8487,1  | 6115,5   | 9426,1 |
| 2. Доходи від туризму на душу населення, дол. США                            | 332,8  | 411,7  | 452,6  | 478,1  | 302,5   | 217,0   | 191,9   | 225,4   | 258,7   | 327,7   | 257,7   | 311,0   | 189,1    | 257,7  |
| 3. Доходи від туризму на 1 в'їзного туриста, грн                             | 5713,5 | 7000,4 | 7165,6 | 7046,4 | 12806,4 | 17229,8 | 16562,4 | 18904,0 | 21929,5 | 27477,0 | 90801,1 | 87114,5 | 100725,8 | д/н    |
| 4. Доходи від туризму на 1 в'їзного туриста, дол. США                        | 720,0  | 878,6  | 896,7  | 881,6  | 1077,4  | 788,7   | 648,2   | 710,8   | 806,2   | 1063,1  | 3368,3  | 3192,6  | 3114,4   | д/н    |
| 5. Доходи від туризму у % до ВВП                                             | 10,81  | 11,11  | 11,30  | 11,42  | 10,26   | 10,77   | 9,26    | 9,02    | 8,83    | 9,47    | 7,27    | 6,83    | 4,44     | 5,33   |
| 6. Капітальні інвестиції в індустрію туризму на душу населення, грн          | 60,5   | 87,1   | 125,8  | 102,7  | 57,6    | 75,0    | 73,2    | 119,0   | 180,4   | 202,3   | 133,6   | 204,0   | 134,4    | 211,8  |
| 7. Капітальні інвестиції в індустрію туризму на душу населення, дол. США     | 7,6    | 10,9   | 15,7   | 12,9   | 4,8     | 3,4     | 2,9     | 4,5     | 6,6     | 7,8     | 5,0     | 7,5     | 4,2      | 5,8    |
| 8. Капітальні інвестиції в індустрію туризму на 1 в'їзного туриста, грн      | 131,0  | 185,9  | 249,3  | 189,4  | 205,0   | 272,6   | 247,3   | 375,2   | 562,3   | 656,4   | 1746,2  | 2093,5  | 2213,2   | д/н    |
| 9. Капітальні інвестиції в індустрію туризму на 1 в'їзного туриста, дол. США | 16,5   | 23,3   | 31,2   | 23,7   | 17,2    | 12,5    | 9,7     | 14,1    | 20,7    | 25,4    | 64,8    | 76,7    | 68,4     | д/н    |
| 10. Капітальні інвестиції в індустрію туризму у % до ВВП                     | 0,25   | 0,30   | 0,39   | 0,31   | 0,16    | 0,17    | 0,14    | 0,18    | 0,23    | 0,23    | 0,14    | 0,16    | 0,10     | 0,12   |
| 11. Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму         | 43,62  | 37,66  | 28,75  | 37,20  | 62,48   | 63,21   | 66,96   | 50,38   | 39,00   | 41,86   | 52,00   | 41,61   | 45,51    | 44,51  |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за даними, наведеними у [2; 5; 8; 9; 20; 30].

Частка доходів від туризму у ВВП зменшилася з 10,81% у 2010 році до 5,33 % у 2023 році. Максимальне значення було зафіксовано в 2013 році (11,42 %), після чого цей показник почав знижуватися і сягнув найменшого значення 4,44 % у 2022 році. Така тенденція вказує на зменшення ролі туристичної галузі в економіці країни, що може бути наслідком кризових умов, які стримують розвиток туризму.

Капітальні інвестиції в індустрію туризму на душу населення у грн. зросли з 60,5 грн у 2010 році до 211,8 грн у 2023 році, тобто у 2,2 рази, не зважаючи на періоди спадів, зокрема у 2014, 2015 та 2020 роках. Це свідчить про певну активізацію інвестування туристичної галузі в останні роки. Унаслідок коливань курсу гривні до долара США, інвестиції в доларовому еквіваленті значно знизилися після 2014 року. У 2023 році вони сягнули 5,8 дол. США проти 7,6 дол. США у 2010 році (–24,1 %), при цьому країні показник набував у 2012 році (максимум 15,7 дол. США на душу населення) та у 2016 році (мінімум 2,9 дол. США на душу населення).

Капітальні інвестиції на одного в'їзного туриста суттєво зросли з 131 грн у 2010 році до 2213,2 грн у 2022 році (у 16,9 рази). Це може свідчити про те, що навіть при зменшенні кількості туристів держава та інвестори продовжують вкладати кошти в туристичну інфраструктуру. Аналогічна тенденція спостерігається і у дол. США, хоча після 2014 року сума була менш стабільною через коливання валютного курсу.

Частка капітальних інвестицій в туризм у ВВП країни залишається низькою, коливаючись від 0,25% у 2010 році до 0,12% у 2023 році. Цей показник свідчить про те, що, не зважаючи на зростання інвестицій у гривнях, вкладення в туризм як відсоток ВВП залишаються недостатніми для суттєвого впливу на економіку країни. Максимум був зафіксований у 2012 році (0,39%).

Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій у туризм показує ефективність вкладених коштів у туристичну галузь. Він значно коливається: від 28,75 % у 2012 році до 66,96 % у 2016 році. Найвищий рівень був досягнутий у 2016 році, що може свідчити про суттєве скорочення капіталовкладень. Проте

останні роки показник стабілізувався на рівні 40-45 %, що свідчить про середній рівень прибутковості інвестицій у туристичний сектор.

Загальне зростання доходів від туризму на душу населення свідчить про певний потенціал галузі. Однак, для збільшення доходів на тлі політичної нестабільності та девальвації національної валюти слід забезпечити привабливі умови для розвитку внутрішнього туризму. Низька частка капітальних інвестицій у туризм у ВВП, особливо в умовах кризи, вимагає державної підтримки та стимулів для залучення приватних та міжнародних інвестицій. Не зважаючи на певне зростання капіталовкладень, коефіцієнт доходності капітальних інвестицій вказує на необхідність оптимізації їх використання. Потрібні більш ефективні стратегії інвестування, спрямовані на довгострокове зростання прибутковості галузі. Хоча доходи від туризму на одного в'їзного туриста зростають, кількість міжнародних туристів зменшується. Це вказує на важливість активного просування України як туристичного напрямку на міжнародному ринку та забезпечення відповідної інфраструктури для залучення іноземних відвідувачів. Через значні коливання валютного курсу, доходи у доларах знизилися, що погіршує привабливість країни для іноземних туристів. Необхідна стабілізація економіки для забезпечення стабільного валютного курсу та інвестиційного клімату.

Не зважаючи на виклики, туристична індустрія України має потенціал для зростання. Держава повинна стимулювати розвиток туристичної інфраструктури, надавати податкові пільги для інвесторів та підтримувати розвиток малого бізнесу у цій сфері. Загалом, туристична галузь України має низку обмежень, пов'язаних із нестабільністю та недостатністю інвестицій, але при належному управлінні та підтримці ця галузь може стати важливим фактором для відновлення економіки країни у повоєнний період.

Аналізуючи дані табл. 3.6 з показниками інвестування та ефективності туристичної галузі України у порівнянні з глобальними показниками (див. табл. 3.3), можна виділити кілька важливих тенденцій, які допомагають зрозуміти, як український туризм виглядає на міжнародній арені. Важливо зазначити, що

обидві таблиці охоплюють тривалий період (від 2006 до 2023 років), включаючи періоди економічних криз, пандемії COVID-19 та російсько-української війни, що впливає на обидва набори даних.

Доходи від міжнародного туризму на душу населення глобально демонструють відносно стабільне зростання. У 2019 році цей показник становив 192,1 дол. США, а у 2023 році досяг 188,8 дол. США, що показує відновлення після зниження під час пандемії у 2020 році. В Україні показник доходів від туризму на душу населення у 2023 році склав 257,7 дол. США, що значно перевищує глобальний показник. Однак, цей показник сильно залежить від валютного курсу та економічної стабільності країни. Порівняно з глобальним ринком, доходи від туризму в Україні є більш волатильними через вплив зовнішніх факторів.

Глобально доходи на одного в'їзного туриста відносно стабільні, в межах 900–1100 дол. США, за винятком зростання у 2020 році до 1375,1 дол. США, пов'язаного з пандемією та скороченням кількості туристів. В Україні цей показник демонструє різкі зміни. Наприклад, у 2020 році він досяг 3368,3 дол. США, порівняно з 1063,1 дол. США у 2019 році. Таке зростання пояснюється значним скороченням кількості в'їзних туристів на тлі COVID-19, що збільшило середній дохід на одного туриста. У 2022 році доходи на одного в'їзного туриста склали 3114,4 дол. США, що значно перевищує глобальний середній показник, але це зростання пов'язане більше з кількісними змінами, ніж з якісним розвитком туризму.

У середньому глобальний внесок туризму у ВВП становить близько 1,5 % з коливанням до 1,69 % у 2019 році. Під час пандемії цей показник суттєво зменшився, сягнувши 0,65 % у 2020 році. В Україні доходи від туризму у % до ВВП значно вищі порівняно з глобальними показниками, хоча й демонструють тенденцію до зниження. У 2013 році цей показник становив 11,42 %, а у 2023 році – 5,33 %. Такий значний внесок вказує на те, що українська економіка значною мірою покладається на туризм у певні періоди, проте зменшення його

частки у ВВП може свідчити про зниження значимості туризму в економіці країни насамперед через вплив воєнного стану.

Середні капітальні інвестиції у туризм на душу населення у світі залишаються стабільними з невеликим зростанням, сягнувши 69,7 дол. США у 2023 році. Це свідчить про стабільну підтримку туристичної інфраструктури на глобальному рівні. В Україні капітальні інвестиції на душу населення значно нижчі за глобальні. У 2023 році вони склали лише 5,8 дол. США, що показує недостатнє фінансування та розвиток інфраструктури туризму в Україні. Така низька інвестиційна активність є важливим обмеженням для розвитку галузі, особливо в умовах кризи.

На світовому рівні капітальні інвестиції на одного туриста знижувалися, зокрема у 2022 році (510,6 дол. США) та у 2023 році (429,2 дол. США). Це може бути зумовлено зменшенням інвестицій через економічну невизначеність. В Україні цей показник також коливається, однак його рівень значно нижчий, ніж у світі. У 2022 році він становив 68,4 дол. США, що свідчить про відсутність масштабних інвестицій у покращення туристичної інфраструктури для залучення іноземних туристів. Це вказує на те, що інфраструктура потребує більше інвестицій для підвищення конкурентоспроможності.

У середньому капітальні інвестиції в туризм на глобальному рівні складають близько 1 % від ВВП, що є стабільним показником підтримки галузі. В Україні капітальні інвестиції в туризм у % до ВВП значно нижчі, досягнувши 0,12 % у 2023 році. Це ще раз підкреслює низький рівень інвестування, що може бути наслідком пріоритетного спрямування державних та приватних інвестицій в інші сфери в умовах кризи.

Глобальний коефіцієнт доходності капітальних інвестицій показує відносно стабільний рівень ефективності, перебуваючи в межах 1,5–1,9 у більшості років. У 2022 та 2023 роках показник значно зріс, що свідчить про підвищення прибутковості інвестицій. В Україні цей показник показує більшу волатильність, однак у 2023 році він досяг 44,51, що свідчить про стабільність прибутковості навіть в умовах кризи.



Отже, Україна значно відрізняється від глобальних показників у галузі туризму. Головні виклики українського туристичного сектору пов'язані з недостатніми інвестиціями, високою залежністю від зовнішніх факторів та нестабільністю економічного середовища. Глобальні показники показують стабільність та поступове зростання, тоді як в Україні сектор залишається нестабільним. Для забезпечення сталого розвитку галузі Україні потрібна стабільна інвестиційна підтримка, покращення туристичної інфраструктури та залучення іноземних туристів через маркетинг та розвиток бренду країни.

### **3.3. Ключові фактори формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України**

Туристична галузь є важливим сектором економіки, здатним стимулювати зростання і забезпечувати сталі доходи як на національному, так і на регіональному рівнях. Розвиток туризму сприяє створенню нових робочих місць, збільшує податкові надходження, стимулює інвестиції в інфраструктуру, та зміцнює міжнародний імідж країни. Для України, яка володіє значним природним, культурним та історичним потенціалом, розвиток туристичної галузі є надзвичайно перспективним напрямом, особливо в контексті післявоєнного відновлення та економічної стабілізації. Однак, для ефективного використання цього потенціалу необхідні значні інвестиції, що дозволить поліпшити туристичну інфраструктуру, розвинути нові туристичні продукти та підвищити рівень обслуговування.

Інвестиційний потенціал туристичної галузі в Україні визначається низкою факторів, серед яких можна виділити політичні, економічні, соціальні, технологічні та екологічні аспекти. Кожен з них впливає на рівень привабливості туристичної галузі для інвесторів та визначає успішність реалізації інвестиційних проектів. У сучасних умовах особливого значення набувають питання безпеки, правової захищеності інвестицій, державної підтримки та створення сприятливого інвестиційного клімату. Україна стикається з

численними викликами, які перешкоджають активному залученню інвестицій у туристичний сектор. Проте, правильне розуміння та ефективне управління факторами, що формують інвестиційний потенціал, можуть суттєво вплинути на розвиток галузі та підвищити її конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Насамперед слід звернути увагу на політичні фактори, які відіграють ключову роль у формуванні інвестиційного потенціалу туристичної галузі. Політична стабільність, наявність прозорих правил гри для інвесторів, захист прав власності та боротьба з корупцією є визначальними умовами для залучення іноземного капіталу. В умовах війни, що триває, та нестабільної політичної ситуації в Україні інвестиційні ризики значно зростають, що може відлякувати потенційних інвесторів. Проте повоєнний період може стати стимулом для нових інвестицій, особливо якщо держава зможе забезпечити прозору та передбачувану політику у сфері підтримки туризму.

Економічні фактори також мають значний вплив на розвиток інвестиційного потенціалу в туризмі. Серед них ключовими є загальний рівень економічного зростання, стан фінансового ринку, рівень інфляції та стабільність національної валюти. Українська економіка потребує підтримки, а туристична галузь може виступати як один з драйверів економічного зростання. Розвиток туризму сприяє диверсифікації економіки, залученню валютних надходжень та зміцненню місцевого бізнесу. Інвестори зазвичай орієнтуються на країни з високим економічним потенціалом, тому поліпшення економічної ситуації в Україні є важливим кроком до залучення інвестицій у туризм.

Соціальні фактори також мають істотне значення, адже туризм є галуззю, що тісно пов'язана з людьми. Доступ до кваліфікованої робочої сили, високий рівень обслуговування та орієнтованість на клієнта є важливими елементами, що впливають на привабливість туристичного продукту. Крім того, інвестиції в туризм мають позитивний соціальний ефект, оскільки сприяють підвищенню рівня життя населення, розвитку інфраструктури та зменшенню безробіття. Таким чином, соціальні фактори стають не лише передумовою для залучення

інвестицій, а й їхнім результатом, створюючи позитивний соціально-економічний вплив на місцеве населення.

Технологічні фактори є ще одним важливим аспектом, що впливає на інвестиційний потенціал туристичної галузі. Сучасний туризм дедалі більше залежить від новітніх технологій, зокрема інтернету, мобільних додатків, цифрових платформ для бронювання та маркетингу. Використання новітніх технологій дозволяє підвищити ефективність обслуговування туристів, знизити витрати на адміністрування та забезпечити кращий досвід для відвідувачів. В умовах цифровізації, яка набирає обертів, інвестори активно шукають можливості для впровадження інноваційних рішень у туристичній галузі. Для України розвиток технологічної інфраструктури є перспективним напрямом, який може привабити інвестиції як у традиційні, так і в нові форми туризму.

Екологічні фактори відіграють особливу роль у формуванні інвестиційного потенціалу в умовах зростання попиту на екологічно чистий та сталий туризм. Захист навколишнього середовища, збереження природних ресурсів та розвиток еко-туризму стають дедалі важливішими для туристичної індустрії. Світові тенденції свідчать, що інвестори починають звертати увагу на проекти, які відповідають принципам сталого розвитку. В Україні наявність унікальних природних ресурсів, таких як Карпати, Чорне море, Дніпро та інші, створює значний потенціал для розвитку еко-туризму. Це може стати важливим чинником для залучення інвестицій у туристичну галузь, особливо з урахуванням глобальної екологічної політики та зобов'язань України у сфері охорони довкілля.

Інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі в Україні є складним і багатофакторним явищем. Політичні, економічні, соціальні, технологічні та екологічні аспекти утворюють комплексне середовище, яке впливає на рішення інвесторів щодо вкладення капіталу у туристичну індустрію країни. В умовах глобальної конкуренції за інвестиції Україна повинна активно розвивати свої конкурентні переваги та створювати сприятливий інвестиційний клімат. Післявоєнне відновлення країни надає унікальну можливість для розвитку

туристичної галузі та залучення інвестицій, що сприятиме економічному зростанню та підвищенню якості життя населення. Ефективне використання інвестиційного потенціалу вимагає цілеспрямованих дій на державному рівні, зокрема щодо розробки стратегічних програм розвитку туризму, забезпечення правової стабільності та підтримки інноваційних проєктів.

Виходячи з наведеного поділу факторів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України на політичні, економічні, соціальні, технологічні та екологічні, пропонуємо таку класифікацію (рис. 3.11).

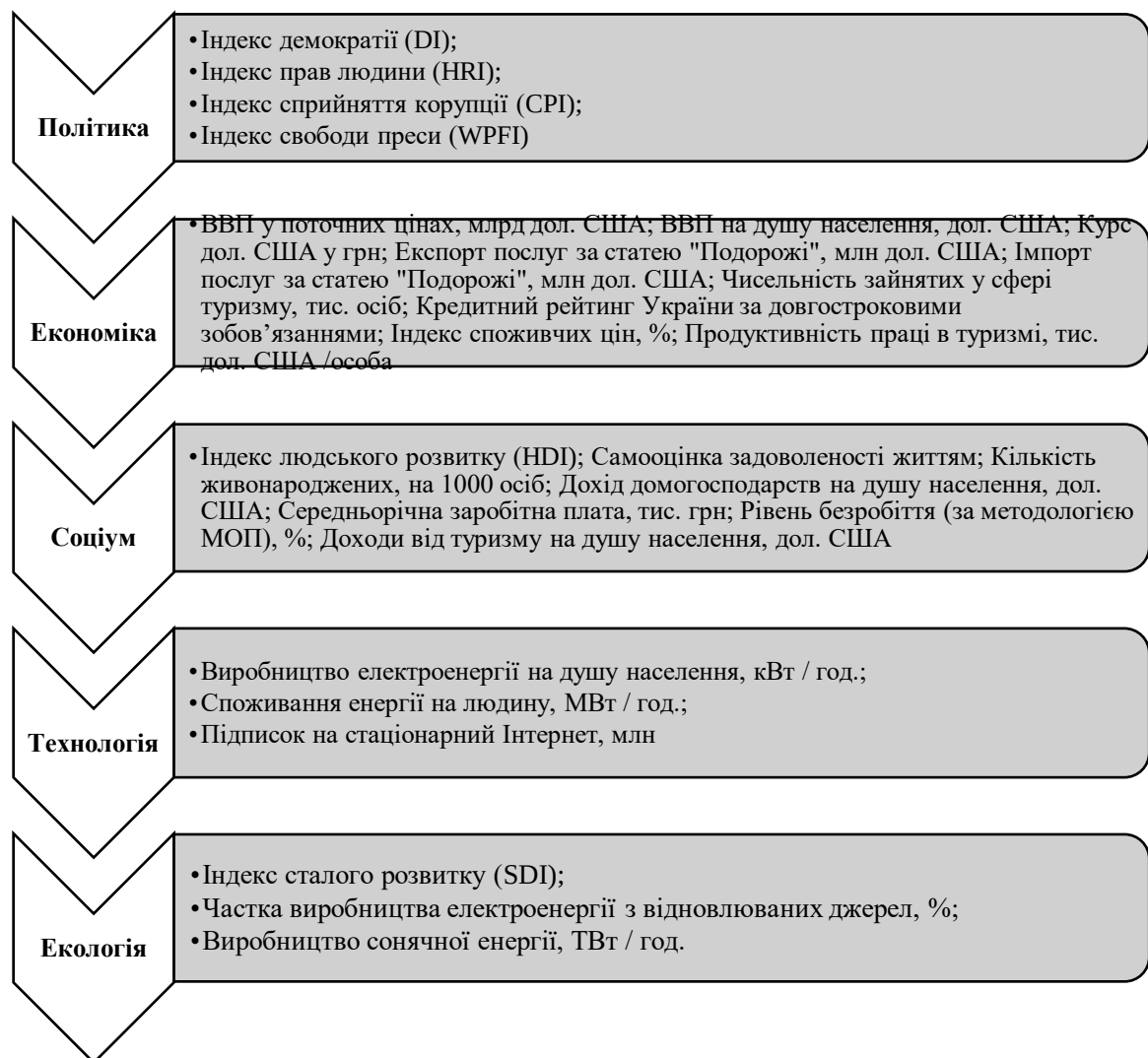


Рис. 3.11. Класифікація факторів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України

Джерело: сформовано автором.

З даних рис. 3.11 видно, що політичні фактори включають індекси, які характеризують політичну ситуацію та правову захищеність інвестицій. До них належать індекс: демократії, прав людини, сприйняття корупції та свободи преси. Ці показники мають велике значення для інвесторів, оскільки відображають стабільність та прозорість правової системи, що сприяє зниженню інвестиційних ризиків. Економічні фактори охоплюють показники, що характеризують економічний стан країни. Це такі показники, як ВВП, курс долара, експорт та імпорт туристичних послуг, чисельність зайнятих у сфері туризму, кредитний рейтинг України, індекс споживчих цін та продуктивність праці у туризмі. Вони вказують на економічний потенціал та здатність країни підтримувати інвестиції в туристичну інфраструктуру. Соціальні фактори містять індекс людського розвитку, рівень задоволеності життям, народжуваність, доходи домогосподарств, рівень заробітних плат та рівень безробіття. Ці показники відображають соціальну стабільність і добробут населення, що впливають на загальну привабливість країни як туристичного напрямку. Технологічні фактори включають виробництво і споживання енергії на душу населення, а також рівень доступу до інтернету. Ці показники характеризують рівень технологічного розвитку країни, що важливо для сучасного туриста та для забезпечення якісного обслуговування. Екологічні фактори охоплюють індекс сталого розвитку, частку відновлюваних джерел енергії та виробництво сонячної енергії. Ці показники є важливими в контексті зростаючого попиту на екологічно безпечний туризм.

Загалом, на рис. 3.11 представлено комплексний підхід до аналізу інвестиційного потенціалу туристичної галузі, що враховує більшість ключових аспектів для залучення інвестицій. Очевидно, що перелік факторів можна розширювати за принципом «чим більше, тим краще», проте мета факторного аналізу насамперед оптимізаційна, що полягає у відборі тих факторів, які чинять на інвестиційний потенціал вирішальне значення. При цьому інтерпретація інвестиційного потенціалу є проблемою методологічного характеру.

Важливо зазначити, що інвестиційний потенціал туристичної галузі залежить не лише від окремих факторів, але й від взаємодії між ними. Наприклад, економічна стабільність створює базу для розвитку туристичної інфраструктури, але без належного рівня політичної стабільності та прозорості правової системи ці ресурси можуть залишатися недосяжними або ризикованими для інвесторів. Тому досягнення балансу між окремими аспектами, представленими на рисунку, має вирішальне значення для створення сприятливих умов для інвестицій.

Методологічна складність інтерпретації інвестиційного потенціалу полягає в тому, що не всі фактори мають однаковий вплив у різних умовах. Так, у кризових ситуаціях, таких як економічні чи політичні потрясіння, на перший план можуть виходити показники політичної стабільності та безпеки, тоді як у стабільних умовах більший акцент робиться на економічні й технологічні показники. Тому аналіз інвестиційного потенціалу туристичної галузі повинен бути адаптивним і враховувати динамічність факторів, що впливають на галузь у конкретний період часу.

Оптимізація факторного аналізу для визначення інвестиційного потенціалу полягає також у необхідності враховувати специфіку України, де питання безпеки та інфраструктурного відновлення є актуальними. Наприклад, у зв'язку з руйнуванням туристичної інфраструктури в деяких регіонах, зростає значення технологічних та екологічних факторів, які можуть забезпечити стале відновлення галузі. Відновлення та підтримка туристичної інфраструктури з використанням відновлюваних джерел енергії сприятиме підвищенню привабливості України як туристичного напрямку з точки зору екологічності.

Важливо також враховувати, що інвестиційний потенціал не є статичною величиною; він змінюється під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів, таких як світові економічні тенденції, кліматичні зміни, зміни у споживчих вподобаннях тощо. Тому оцінка інвестиційного потенціалу повинна проводитися на постійній основі, з урахуванням найновіших даних і тенденцій, а також бути достатньо гнучкою, щоб реагувати на нові виклики і можливості, які виникають на глобальному ринку туризму.

Таким чином, комплексний підхід, що враховує оптимальний набір факторів і динаміку змін у туристичній галузі, є основою для стратегічного управління інвестиційним потенціалом. Висока адаптивність та можливість швидкого реагування на зміни – це те, що дозволяє туристичній галузі ефективно використовувати свій інвестиційний потенціал у сучасних умовах.

Виходячи з абсолютних і відносних показників інвестицій, детально розглянутих у попередніх параграфах цього розділу, пропонуємо для формалізації та інтерпретації інвестиційного потенціалу індустрії туризму взяти абсолютний показник «Капітальні інвестиції у туристичну галузь», млн дол. США, а також відносний показник «Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму».

Перейдемо до аналізу ключових факторів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України з урахуванням впливу політичного середовища (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

**Політичні фактори впливу на формування інвестиційного потенціалу  
розвитку туристичної галузі України**

| Показник                         | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015 | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|----------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Індекс демократії (DI)           | 6,30  | 5,94  | 5,91  | 5,84  | 5,42  | 5,70 | 5,70  | 5,69  | 5,69  | 5,90  | 5,81  | 5,57  | 5,42  | 5,06  |
| Індекс прав людини (HRI)         | 0,77  | 0,78  | 0,79  | 0,75  | 0,61  | 0,63 | 0,66  | 0,67  | 0,67  | 0,73  | 0,76  | 0,76  | 0,61  | 0,63  |
| Індекс сприйняття корупції (CPI) | 24    | 23    | 26    | 25    | 26    | 27   | 29    | 30    | 32    | 30    | 33    | 32    | 33    | 36    |
| Індекс свободи преси (WPI)       | 46,83 | 54,00 | 54,00 | 63,21 | 63,07 | 60,9 | 67,07 | 66,81 | 68,84 | 67,54 | 67,48 | 67,04 | 55,76 | 61,19 |

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [3; 15; 24; 38]

Табл. 3.7 відображає динаміку політичних факторів, які впливають на формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України, показує динаміку ключових індикаторів, пов'язаних з політичним середовищем

країни. Аналізуючи динаміку політичних факторів, слід зазначити, що індекс демократії демонструє певне погіршення з 2010 року: з 6,30 в 2010 році він знизився до 5,06 у 2023 році. Це свідчить про зниження рівня демократичності та, можливо, зростання авторитарних тенденцій або обмежень демократичних свобод, що може негативно впливати на довіру інвесторів. Індекс прав людини показує схожу тенденцію. У 2010–2012 рр. значення цього показника було близьким до 0,78–0,79, але в 2014 році, після подій Революції Гідності та початку російсько-української війни, цей індекс знизився до 0,61. Незначне зростання спостерігалось до 2021 року, але у 2022 році він знову впав до 0,61, що може свідчити про складну ситуацію з правами людини під час повномасштабного вторгнення.

Індекс сприйняття корупції інтерпретує рівень корупції у країні (чим вищий показник, тим менший рівень корупції), поступово зростав з 24 у 2010 році до 36 у 2023 році. Це свідчить про зменшення корупційних ризиків, хоча вони залишаються значними, що впливає на привабливість туристичної галузі для іноземних інвесторів. Індекс свободи преси також показує нестабільну динаміку. Найнижче значення було зафіксоване у 2013 році (63,21), а найвище – в 2018 році (68,84). Останніми роками він залишався відносно стабільним, що вказує на певні труднощі у сфері свободи слова, важливі для демократичної привабливості країни.

Загалом, аналіз показників табл. 3.7 свідчить про вплив політичної ситуації в Україні на інвестиційний потенціал туристичної галузі. Політична стабільність, демократичні процеси, рівень корупції та свобода преси залишаються важливими чинниками для формування привабливого інвестиційного середовища.

Для дослідження впливу як політичних, так і решти факторів, формалізованих відповідними показниками, використовується методичний апарат парного кореляційного аналізу, який полягає у статистичній обробці числових даних і встановленні щільності стохастичного (кореляційного) зв'язку між парою показників. Для проведення кореляційного аналізу цього



застосовується спеціалізоване програмне забезпечення, за допомогою якого будується кореляційна матриця або матриця коефіцієнтів парної кореляції, за фактичними значеннями яких установлюється щільність стохастичного зв'язку. Будь-який коефіцієнт кореляції ( $r$ ) може набувати значень від  $-1$  до  $+1$ , де крайнє  $r = -1$  свідчить про функціональний обернений зв'язок, а крайнє  $r = +1$  – функціональний прямий зв'язок,  $r = 0$  сигналізує про відсутність зв'язку між показниками, а будь-які проміжні значення – про наявність стохастичного зв'язку різної щільності за принципом – чим значення коефіцієнта парної кореляції більше наближене до крайнього  $\pm 1$ , тим зв'язок щільніший. Також зв'язок вважається щільним і статистично значущим, коли значення  $0,5 \leq r \leq 1$  (прямий зв'язок) або  $-1 \leq r \leq -0,5$  (обернений зв'язок).

Побудуємо кореляційну матрицю міри впливу політичних факторів на обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь України та коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

**Кореляційна матриця впливу політичних факторів на показники  
інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України**

|             | <i>DI</i> | <i>HRI</i> | <i>CPI</i> | <i>WPFI</i> | <i>CIT</i> | <i>RCIT</i> |
|-------------|-----------|------------|------------|-------------|------------|-------------|
| <i>DI</i>   | 1         |            |            |             |            |             |
| <i>HRI</i>  | 0,7286    | 1          |            |             |            |             |
| <i>CPI</i>  | -0,6816   | -0,4092    | 1          |             |            |             |
| <i>WPFI</i> | -0,3761   | -0,2571    | 0,5255     | 1           |            |             |
| <i>CIT</i>  | 0,4780    | 0,7503     | -0,5354    | -0,3719     | 1          |             |
| <i>RCIT</i> | -0,2728   | -0,6345    | 0,0758     | 0,3155      | -0,7980    | 1           |

Примітка: *DI* – індекс демократії; *HRI* – індекс прав людини; *CPI* – індекс сприйняття корупції; *WPFI* – індекс свободи преси; *CIT* – капітальні інвестиції у туристичну галузь; *RCIT* – коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними, наведеними у [3; 8; 9; 15; 24; 38].

Перш ніж провести аналіз табл. 3.8, слід зауважити, усі 4 індекси є стимуляторами, тобто їх зростання свідчить про покращення політичного життя в країні. Зрозуміло, що покращення політичного життя має впливати на

підвищення рівня інвестиційного потенціалу туристичної галузі і, відповідно, між політичними факторами й капітальним інвестуванням має бути виключно прямий зв'язок, тобто  $r > 0$ . У випадку оберненого зв'язку вважаємо дію фактору на капіталовкладення у туристичну галузь неадекватною.

Що стосується коефіцієнта доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму то у випадку, коли вплив політичного фактору на обсяг капітальних інвестицій прямий, а на коефіцієнт доходності капітальних інвестицій – обернений, робиться висновок, що інвестиції зростали швидше, ніж доходи, тобто політичний фактор сприяв розширенню виробництва і стимулював зростання інвестиційного потенціалу, у т. ч. в умовах скорочення попиту на туристичні послуги під впливом кризових явищ. Саме така ситуація спостерігається під впливом індексу прав людини, який має позитивну кореляцію найвищої щільності стохастичного зв'язку з капітальними інвестиціями у туристичну галузь ( $r = 0,7503$ ) з-поміж решти політичних факторів. При цьому вплив індексу прав людини на коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму є оберненим ( $r = -0,6345$ ), а це може свідчити крім того, що високий рівень прав людини забезпечує стабільність інвестиційного розвитку, але водночас збільшує витрати на регуляції, що знижує доходність.

Слід зазначити, що вплив індексу прав людини на інвестиційний потенціал туризму в Україні свідчить про значну залежність між повагою до прав людини і привабливістю туристичної галузі для інвесторів. Інвестори зазвичай прагнуть уникати країн з низьким рівнем прав людини, оскільки це може свідчити про соціальні нестабільності або ризик непередбачуваних регуляційних змін, які можуть негативно вплинути на бізнес. Отже, покращення у сфері прав людини може сприяти збільшенню обсягів капітальних інвестицій у туристичну індустрію.

З даних табл. 3.8 також видно, що між індексом демократії та капітальними інвестиціями в туристичну галузь присутній стохастичний зв'язок середньої щільності (коефіцієнт кореляції 0,4780). Це вказує на те, що покращення

демократичних умов сприяє збільшенню інвестицій, оскільки інвестори надають перевагу країнам із стабільною демократичною системою. Високий рівень демократії знижує ризики для інвесторів, сприяє прозорості ринку та забезпечує захист прав власності, що особливо важливо для довгострокових вкладень у туризм. Водночас негативна кореляція між капітальними інвестиціями та їх доходністю ( $r = -0,7980$ ) означає, що великі обсяги інвестицій не завжди гарантують високу рентабельність, особливо в умовах падіння попиту на туристичні послуги під впливом негативного зовнішнього середовища.

Отже, політичні фактори відіграють важливу роль у формуванні інвестиційного потенціалу туристичної галузі України. Покращення демократичних показників, прав людини та боротьба з корупцією можуть суттєво підвищити рівень інвестицій. Водночас, для досягнення високої рентабельності капіталу важливим є не лише збільшення обсягу інвестицій, але й забезпечення ефективності їх використання.

Перейдемо до аналізу ключових факторів формування інвестиційного потенціалу розвитку туризму в Україні з урахуванням впливу економічного середовища (табл. 3.9).

Аналіз економічних факторів, представлених у табл. 3.9, допомагає зрозуміти, як макроекономічні показники впливають на інвестиційний потенціал туристичної галузі України. Ці фактори відображають динаміку валового внутрішнього продукту (ВВП), валютного курсу, зайнятості, експорту та імпорту послуг туризму, інфляції та продуктивності праці в туризмі, що, у свою чергу, впливає на загальну привабливість інвестицій в індустрію туризму. Так, ВВП України у поточних цінах коливався протягом аналізованого періоду, зі значним падінням у 2014–2015 рр. через економічну кризу, викликану анексією Криму та військовими діями на сході України. Після цього спостерігається поступове зростання, яке позитивно впливає на інвестиційну привабливість. ВВП на душу населення також демонструє зростання, що свідчить про певну стабілізацію економіки. Проте, зниження ВВП у 2022 році відображає негативний вплив війни, що створює ризики для інвесторів.

Таблиця 3.9

**Економічні фактори впливу на формування інвестиційного потенціалу  
розвитку туристичної галузі України**

| Показник                                              | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|-------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ВВП у поточних цінах, млрд дол. США                   | 141,2 | 169,3 | 182,6 | 190,5 | 133,5 | 91,0  | 93,4  | 112,1 | 130,9 | 153,9 | 156,6 | 199,8 | 162,0 | 178,8 |
| ВВП на душу населення, дол. США                       | 3078  | 3705  | 4005  | 4188  | 3105  | 2125  | 2188  | 2638  | 3097  | 3662  | 3752  | 4828  | 4576  | 5181  |
| Курс дол. США у грн                                   | 7,94  | 7,97  | 7,99  | 7,99  | 11,89 | 21,84 | 25,55 | 26,60 | 27,20 | 25,85 | 26,96 | 27,29 | 32,34 | 36,57 |
| Експорт послуг туризму, млн дол. США                  | 3788  | 4294  | 4842  | 5083  | 1612  | 1082  | 1078  | 1261  | 1445  | 1620  | 356   | 950   | 774   | д/н   |
| Імпорт послуг туризму, млн дол. США                   | 3742  | 4461  | 5104  | 5763  | 5061  | 5101  | 5970  | 7121  | 7899  | 8517  | 4691  | 6251  | 19736 | д/н   |
| Чисельність зайнятих у туризмі, тис. осіб             | 630,9 | 591,2 | 620,4 | 618,1 | 538,2 | 513,5 | 518,9 | 525,7 | 574,9 | 600,3 | 532,7 | 520,5 | 402,5 | д/н   |
| Кредитний рейтинг України*                            | 8     | 9     | 8     | 7     | 6     | 3     | 7     | 7     | 7     | 8     | 8     | 8     | 1     | 5     |
| Індекс споживчих цін, %                               | 109,4 | 108,0 | 100,6 | 99,7  | 112,1 | 148,7 | 113,9 | 114,4 | 110,9 | 107,9 | 102,7 | 109,4 | 120,2 | 112,9 |
| Продуктивність праці в туризмі, тис. дол. США / особа | 24,2  | 31,8  | 33,3  | 35,2  | 25,4  | 19,1  | 16,7  | 19,2  | 20,1  | 24,3  | 21,4  | 26,2  | 17,9  | д/н   |

\* тут взято кредитний рейтинг Standard & Poor's за довгостроковими зобов'язаннями і 21 рангу, що інтерпретується буквеними позначеннями від D (дефолт) до AAA (найвищий інвестиційний клас), присвоєно числові значення з кроком 1 від 0 для дефолту до 21 для AAA.

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [2; 4; 7–9; 20; 30].

Курс долара до гривні суттєво зріс після 2014 року, що може бути обумовлено політичними та економічними факторами, зокрема, кризою та військовими діями. Девальвація гривні знижує витрати для іноземних інвесторів, однак створює ризики нестабільності та інфляції, що може стримувати інвестиції у туристичну галузь. Експорт туристичних послуг різко зменшився у 2014–2015 рр., але після цього спостерігається деяке відновлення. Імпорт туристичних послуг, навпаки, показує тенденцію до збільшення, що може вказувати на високий попит українців на іноземні туристичні послуги. Значне перевищення обсягу імпорту над експортом створює дисбаланс, що негативно впливає на економічний баланс у галузі та знижує інвестиційну привабливість. Чисельність

зайнятих у туризмі знижується, що свідчить про нестабільність ринку праці у цій галузі. Падіння зайнятості може бути пов'язане з кризовими явищами в економіці та війною, що обмежує можливості розвитку туризму і створює ризики для інвесторів.

Кредитний рейтинг України значно знизився у 2014–2015 рр., що є індикатором зростання ризиків для іноземних інвесторів. У 2022 році рейтинг був на мінімальному рівні, що відображає економічні та політичні ризики, пов'язані з військовими діями. Низький рейтинг обмежує можливості залучення дешевих кредитів, що є важливим для фінансування інвестиційних проектів у туризмі. Висока інфляція, особливо у 2014–2015 рр., значно знизилу купівельну спроможність, що негативно впливає на внутрішній туризм. Продуктивність праці у туризмі також знизилася, що свідчить про недостатній рівень розвитку інфраструктури та низьку ефективність управління ресурсами у цій сфері. Це може обмежувати інвестиційний потенціал, адже низька продуктивність знижує рентабельність інвестицій.

Аналіз економічних факторів показує, що стабілізація макроекономічних показників, зокрема зростання ВВП, поліпшення кредитного рейтингу та зниження інфляції, сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості туристичної галузі України. Однак, поточна нестабільність та наслідки війни значно обмежують потенціал розвитку галузі.

Побудуємо кореляційну матрицю міри впливу економічних факторів на обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь України та коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму (табл. 3.10).

Аналіз економічних факторів, представлених у табл. 3.10, відображає вплив макроекономічних показників на інвестиційний потенціал туристичної галузі України. Розглянуті показники, як ВВП, курс долара, експорт та імпорт послуг, рівень зайнятості, кредитний рейтинг, індекс споживчих цін та продуктивність праці, суттєво впливають на інвестиційні можливості галузі.

Таблиця 3.10

**Кореляційна матриця впливу економічних факторів на показники  
інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України**

|                          | <i>GDP</i> | <i>GDP<sub>pc</sub></i> | <i>USD<sub>UAH</sub></i> | <i>ETS</i> | <i>ITS</i> | <i>NET</i> | <i>UCR</i> | <i>CPrI</i> | <i>LPT</i> | <i>CIT</i> | <i>RCIT</i> |
|--------------------------|------------|-------------------------|--------------------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| <i>GDP</i>               | 1          |                         |                          |            |            |            |            |             |            |            |             |
| <i>GDP<sub>pc</sub></i>  | 0,918      | 1                       |                          |            |            |            |            |             |            |            |             |
| <i>USD<sub>UAH</sub></i> | -0,137     | 0,208                   | 1                        |            |            |            |            |             |            |            |             |
| <i>ETS</i>               | 0,462      | 0,215                   | -0,891                   | 1          |            |            |            |             |            |            |             |
| <i>ITS</i>               | 0,088      | 0,375                   | 0,574                    | -0,355     | 1          |            |            |             |            |            |             |
| <i>NET</i>               | 0,255      | -0,046                  | -0,725                   | 0,743      | -0,709     | 1          |            |             |            |            |             |
| <i>UCR</i>               | 0,246      | -0,045                  | -0,444                   | 0,402      | -0,715     | 0,766      | 1          |             |            |            |             |
| <i>CPrI</i>              | -0,629     | -0,449                  | 0,292                    | -0,447     | 0,172      | -0,505     | -0,687     | 1           |            |            |             |
| <i>LPT</i>               | 0,740      | 0,507                   | -0,789                   | 0,857      | -0,387     | 0,674      | 0,495      | -0,567      | 1          |            |             |
| <i>CIT</i>               | 0,624      | 0,319                   | -0,704                   | 0,889      | -0,312     | 0,728      | 0,525      | -0,587      | 0,925      | 1          |             |
| <i>RCIT</i>              | -0,768     | -0,617                  | 0,261                    | -0,628     | -0,073     | -0,493     | -0,358     | 0,585       | -0,669     | -0,798     | 1           |

Примітка: *GDP* – ВВП у поточних цінах, млрд дол. США; *GDP<sub>pc</sub>* – ВВП на душу населення, дол. США; *USD<sub>UAH</sub>* – курс дол. США у грн; *ETS* – експорт послуг туризму, млн дол. США; *ITS* – імпорт послуг туризму, млн дол. США; *NET* – чисельність зайнятих у туризмі, тис. осіб; *UCR* – кредитний рейтинг України; *CPrI* – індекс споживчих цін, %; *LPT* – продуктивність праці в туризмі, тис. дол. США / особа.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними, наведеними у [2; 4; 7–9; 20; 30].

Негативний вплив курсу долара на продуктивність праці в туризмі ( $r = -0,7893$ ) і капітальні інвестиції у туристичну галузь ( $r = -0,7038$ ) свідчить про те, що знецінення гривні знижує конкурентоспроможність галузі. Девальвація валюти може знизити витрати для іноземних туристів, що потенційно збільшує попит на послуги, однак така нестабільність відлякує інвесторів, оскільки призводить до непередбачуваності прибутків і зростання ризиків.

Експорт туристичних послуг позитивно корелює з капітальними інвестиціями ( $r = 0,8892$ ) та продуктивністю праці ( $r = 0,8572$ ). Це вказує на те, що зростання експорту сприяє збільшенню інвестицій у галузь, оскільки більше іноземних туристів призводить до збільшення прибутків та потребує інфраструктурних покращень. Водночас, імпорт туристичних послуг показує змішаний вплив: помірно позитивна кореляція з курсом долара ( $r = 0,5738$ )

свідчить, що знецінення гривні може стимулювати українців витратити кошти за кордоном, що знижує внутрішню інвестиційну активність.

Чисельність зайнятих у сфері туризму має позитивну кореляцію з кредитним рейтингом ( $r = 0,7658$ ), що вказує на значення стабільного фінансового стану для збереження зайнятості та підтримки інвестицій у галузь. Вищий кредитний рейтинг сигналізує про менші ризики для інвесторів, що може сприяти залученню нових капіталовкладень.

Індекс споживчих цін негативно впливає на інвестиційний потенціал, адже висока інфляція ( $r = -0,5868$  з капітальними інвестиціями) знижує купівельну спроможність населення, що впливає на попит у туризмі та обмежує інвестиційну привабливість. Продуктивність праці має високу кореляцію з капітальними інвестиціями ( $r = 0,9248$ ), що вказує на те, що ефективність праці є важливим чинником для зростання інвестиційного потенціалу.

Таблиця 3.11

**Соціальні фактори впливу на формування інвестиційного потенціалу  
розвитку туристичної галузі України**

| Показник                                          | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|---------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Індекс людського розвитку (HDI)                   | 0,766 | 0,772 | 0,774 | 0,774 | 0,774 | 0,764 | 0,767 | 0,771 | 0,771 | 0,774 | 0,762 | 0,755 | 0,734 | д/н   |
| Самооцінка задоволеності життям                   | д/н   | 5,09  | 5,09  | 5,09  | 4,68  | 4,32  | 4,1   | 4,1   | 4,33  | 4,56  | 4,87  | 5,08  | 5,07  | 4,87  |
| Кількість живонароджених, на 1000 осіб            | 10,91 | 11,05 | 11,42 | 11,17 | 10,63 | 9,8   | 9,61  | 8,78  | 8,13  | 7,82  | 7,55  | 6,98  | 5,68  | 5,63  |
| Дохід домогосподарств на душу населення, дол. США | 2032  | 2241  | 2412  | 2601  | 1786  | 1110  | 1136  | 1428  | 1694  | 2181  | 2145  | 2470  | д/н   | д/н   |
| Середньомісячна заробітна плата, тис. грн         | 2,3   | 2,6   | 3,0   | 3,3   | 3,5   | 4,2   | 5,2   | 7,1   | 8,9   | 10,5  | 11,6  | 14,0  | 14,8  | 17,4  |
| Доходи від туризму на душу населення, дол. США    | 332,8 | 411,7 | 452,6 | 478,1 | 302,5 | 217,0 | 191,9 | 225,4 | 258,7 | 327,7 | 257,7 | 311,0 | 189,1 | 257,7 |
| Рівень безробіття (за методологією МОП), %        | 8,1   | 7,9   | 7,5   | 7,2   | 9,3   | 9,1   | 9,4   | 9,5   | 8,8   | 8,2   | 9,5   | 9,8   | д/н   | д/н   |

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [2; 8; 9; 11; 22; 23; 30; 35; 37].

Отже, економічні фактори, як ВВП, курс долара, зайнятість, індекс споживчих цін, кредитний рейтинг та продуктивність праці, мають вагомий вплив на інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі України. Стабільні економічні показники стимулюють інвесторів, тоді як нестабільність та високі інфляційні ризики можуть обмежувати інвестиційну активність у галузі.

Аналізуючи динаміку індексу людського розвитку, відображену у табл. 3.11, слід зазначити, що цей комплексний показник охоплює рівень життя, освіти та тривалість життя, стабільно залишався високим до 2014 року, але після початку кризи та військових дій в Україні почав знижуватися. У 2022 році HDI знизився до 0,734. Погіршення цього показника свідчить про зниження якості життя, що може негативно впливати на туристичну галузь, адже привабливість країни для іноземних туристів залежить від соціальних умов. Крім того, самооцінка задоволеності життям серед населення знизилася з 5,09 у 2012 році до 4,32 у 2015 році, але почала відновлюватися до 5,08 у 2021 році. Цей показник відображає настрої населення, що також може впливати на розвиток внутрішнього туризму. Зниження кількості живонароджених з 11,42 на 1000 осіб у 2012 році до 5,63 у 2023 році свідчить про демографічну кризу, яка впливає на довгостроковий інвестиційний потенціал країни, у тому числі в туристичній галузі. Скорочення чисельності населення призводить до зменшення робочої сили, яка може обслуговувати туристичний сектор, а також зменшення внутрішнього споживчого попиту, що може знизити обсяги внутрішнього туризму.

Доходи домогосподарств на душу населення значно знизилися у 2014-2015 рр., що пов'язано з економічною кризою, і почали зростати лише у 2017 році. Зростання середньорічної заробітної плати, яка збільшилася з 2,3 тис. грн у 2010 році до 17,4 тис. грн у 2023 році, відображає певне покращення економічної ситуації та збільшення купівельної спроможності населення. Зростання доходів може стимулювати попит на туристичні послуги, оскільки люди з вищими доходами частіше витрачають кошти на відпочинок, що сприяє розвитку галузі



та залученню інвестицій. Доходи від туризму на душу населення коливалися, досягаючи максимуму у 2013 році (478,1 дол. США), після чого спостерігалось різке падіння до 191,9 дол. США у 2016 році. Хоча цей показник почав зростати до 311 дол. США у 2021 році, він залишається нестабільним, що обмежує привабливість галузі для інвесторів.

Рівень безробіття зазнав коливань, зростаючи у кризові роки. У 2021 році він склав 9,8%. Високий рівень безробіття може свідчити про нестабільність економічної ситуації, що, в свою чергу, обмежує можливості розвитку туризму, оскільки знижує купівельну спроможність населення та зменшує потенційну кількість робочої сили у сфері обслуговування.

Отже, соціальні фактори, такі як рівень життя, доходи населення, демографічна ситуація та рівень безробіття, мають значний вплив на інвестиційний потенціал туристичної галузі України. Позитивна динаміка цих показників може підвищити інтерес інвесторів до галузі, тоді як їх зниження згортає перспективи розвитку.

Побудуємо кореляційну матрицю міри впливу соціальних факторів на обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь України та коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму (табл. 3.12).

Таблиця 3.12

**Кореляційна матриця впливу соціальних факторів на показники  
інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України**

|      | <i>HDI</i> | <i>SALS</i> | <i>NLB</i> | <i>HIpc</i> | <i>AMS</i> | <i>TRpc</i> | <i>UR</i> | <i>CIT</i> | <i>RCIT</i> |
|------|------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|-----------|------------|-------------|
| HDI  | 1          |             |            |             |            |             |           |            |             |
| SALS | -0,2714    | 1           |            |             |            |             |           |            |             |
| NLB  | 0,7257     | -0,0295     | 1          |             |            |             |           |            |             |
| HIpc | 0,0626     | 0,9118      | 0,0750     | 1           |            |             |           |            |             |
| AMS  | -0,6962    | 0,1786      | -0,9800    | 0,1445      | 1          |             |           |            |             |
| TRpc | 0,5170     | 0,6131      | 0,6148     | 0,8407      | -0,4717    | 1           |           |            |             |
| UR   | -0,6347    | -0,4987     | -0,6747    | -0,5400     | 0,5776     | -0,8529     | 1         |            |             |
| CIT  | 0,4439     | 0,5806      | 0,5637     | 0,7800      | -0,4290    | 0,9528      | -0,8442   | 1          |             |
| RCIT | -0,0946    | -0,6263     | -0,0401    | -0,7918     | -0,0722    | -0,6924     | 0,6673    | -0,7980    | 1           |

Примітка: HDI – Індекс людського розвитку; SALS – самооцінка задоволеності життям; NLB – кількість живонароджених, на 1000 осіб; HIpc – дохід домогосподарств на душу

населення, дол. США; AMS – середньомісячна заробітна плата, тис. грн; TRpc – доходи від туризму на душу населення, дол. США; UR – рівень безробіття (за методологією МОП), %.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними, наведеними у [2; 8; 9; 11; 22; 23; 30; 35; 37].

Як видно з даних табл. 3.12, індекс людського розвитку має позитивний кореляційний зв'язок середньої щільності з капітальними інвестиціями у туристичну галузь ( $r = 0,4439$ ) та доходами від туризму на душу населення ( $r = 0,5170$ ). Це свідчить про те, що покращення загального рівня життя, тривалості життя, освіти й доходів населення сприяє розвитку туризму. Високий рівень HDI зазвичай робить країну привабливою для інвесторів, оскільки це означає кращу інфраструктуру, вищу якість обслуговування та більший попит на туристичні послуги.

Самооцінка задоволеності життям має сильний прямий зв'язок із доходом домогосподарств на душу населення ( $r = 0,9118$ ) та доходами від туризму ( $r = 0,6131$ ). Задоволеність життям вказує на добробут населення, і підвищення цього показника сприяє розвитку туристичної галузі, оскільки люди, які більше задоволені життям, мають більшу ймовірність подорожувати та витратити кошти на відпочинок. Висока задоволеність життям також сприяє зростанню внутрішнього туризму, що стимулює інвестиції у галузь.

Позитивна кореляція між кількістю живонароджених і доходами від туризму ( $r = 0,6148$ ) вказує на важливість демографічного чинника. Зростання населення може створювати більший потенціал для розвитку внутрішнього туризму, що стимулює попит на туристичні послуги та інфраструктуру. Однак, кількість живонароджених має слабшу кореляцію з капітальними інвестиціями ( $r = 0,5637$ ), що свідчить про те, що цей чинник є менш значущим для залучення зовнішніх інвестицій, порівняно з економічними факторами.

Доходи домогосподарств на душу населення позитивно корелюють з доходами від туризму ( $r = 0,8407$ ) та капітальними інвестиціями у туристичну галузь ( $r = 0,78$ ). Це свідчить про те, що вищий рівень доходів сприяє зростанню

туризму, оскільки люди з вищим рівнем доходів частіше подорожують та витрачають більше коштів на відпочинок.

Рівень безробіття має негативну кореляцію з капітальними інвестиціями у туристичну галузь ( $r = -0,8442$ ) та доходами від туризму ( $r = -0,8529$ ). Це свідчить про те, що високий рівень безробіття знижує інтерес інвесторів до галузі, оскільки безробіття вказує на економічну нестабільність, що обмежує можливості для розвитку туризму.

Отже, соціальні фактори, такі як рівень життя, доходи домогосподарств, задоволеність життям та рівень безробіття, мають значний вплив на інвестиційний потенціал туристичної галузі. Позитивна динаміка цих показників сприяє розвитку туризму та залученню інвестицій, тоді як негативні тенденції обмежують можливості для зростання галузі.

Проведемо аналіз впливу технологічних факторів на формування інвестиційного потенціалу розвитку туризму в Україні (табл. 3.13). Аналіз технологічних факторів свідчить про їх значний вплив на інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі України.

Таблиця 3.13

**Технологічні фактори впливу на формування інвестиційного потенціалу  
розвитку туристичної галузі України**

| Показник                                                 | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|----------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Виробництво електроенергії на душу населення, кВт / год. | 4133  | 4283  | 4380  | 4290  | 4049  | 3639  | 3671  | 3494  | 3597  | 3486  | 3366  | 3571  | 2839  | 2814  |
| Споживання енергії на людину, МВт / год.                 | 31,24 | 32,40 | 31,78 | 30,23 | 26,77 | 22,31 | 23,42 | 21,84 | 22,77 | 21,66 | 20,92 | 21,47 | 16,27 | 16,78 |
| Кількість підписок на стаціонарний Інтернет, млн         | 2,96  | 3,17  | 3,64  | 4,00  | 3,95  | 4,98  | 5,13  | 5,24  | 5,41  | 6,78  | 7,77  | 7,57  | 7,19  | 8,06  |

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [13; 26].

Дані табл. 3.13 показують, що виробництво електроенергії на душу населення в Україні знизилося з 4133 кВт/год у 2010 році до 2814 кВт/год у 2023 році. Це свідчить про зменшення енергетичних ресурсів, доступних для розвитку інфраструктури, що може стримувати інвестиції в туристичну галузь, оскільки надійне енергопостачання є критично важливим для функціонування готелів, ресторанів та туристичних об'єктів. Подібна тенденція спостерігається і в споживанні енергії на людину, яке зменшилося з 31,24 МВт/год у 2010 році до 16,78 МВт/год у 2023 році. Це може свідчити про скорочення економічної активності, що також негативно впливає на інвестиційний клімат.

Значне зростання кількості підписок на стаціонарний Інтернет із 2,96 млн у 2010 році до історичного максимуму в 8,06 млн у 2023 році свідчить про покращення цифрової інфраструктури в Україні. Розширення доступу до Інтернету є позитивним фактором для розвитку туризму, оскільки забезпечує легкість бронювання послуг, реклами туристичних об'єктів та підвищує зручність для туристів. Інтернет-підключення також сприяє залученню інвесторів, що надає переваги в умовах зростаючої цифровізації туристичного сектору.

Отже, загальний вплив технологічних факторів на формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України є суттєвим і багатогранним. Розвиток енергетичної та цифрової інфраструктури має як позитивні, так і негативні аспекти для туристичного сектору. З одного боку, зниження виробництва та споживання електроенергії на душу населення може свідчити про скорочення економічної активності й нестачу енергоресурсів, що негативно позначається на туристичній галузі. Недостатнє енергопостачання обмежує розвиток інфраструктури, необхідної для комфортного обслуговування туристів, таких як готелі, ресторани, а також туристичні й розважальні об'єкти, що потребують стабільного електроживлення. З іншого боку, значне зростання доступу до Інтернету та покращення цифрової інфраструктури створює можливості для розвитку туристичної галузі. Цифровізація сприяє зручності бронювання, полегшує маркетинг та просування туристичних послуг, а також

забезпечує туристам доступ до інформації про Україну. Це також робить туристичний бізнес більш привабливим для інвесторів, оскільки цифрові послуги стають важливою складовою сучасного туристичного досвіду. Загалом, для підвищення інвестиційного потенціалу туристичної галузі України важливо підтримувати розвиток як енергетичної, так і цифрової інфраструктури, оскільки ці технологічні фактори безпосередньо впливають на конкурентоспроможність країни та інвестиційну привабливість туризму.

Побудуємо кореляційну матрицю міри впливу технологічних факторів на обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь України та коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму (табл. 3.14). Розглянемо, як кожен із факторів впливає на формування інвестиційного потенціалу.

Таблиця 3.14

**Кореляційна матриця впливу технологічних факторів на показники  
інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України**

|             | <i>EPpc</i> | <i>ECpc</i> | <i>SFLI</i> | <i>CIT</i> | <i>RCIT</i> |
|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| <i>EPpc</i> | 1           |             |             |            |             |
| <i>ECpc</i> | 0,9726      | 1           |             |            |             |
| <i>SFLI</i> | -0,8795     | -0,880      | 1           |            |             |
| <i>CIT</i>  | 0,7166      | 0,7503      | -0,4988     | 1          |             |
| <i>RCIT</i> | -0,2457     | -0,3369     | 0,0922      | -0,7980    | 1           |

Примітка: *EPpc* – виробництво електроенергії на душу населення, кВт / год.; *ECpc* – споживання енергії на людину, МВт / год.; *SFLI* – кількість підписок на стаціонарний Інтернет, млн.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними, наведеними у [22–25; 38; 39].

З табл. 3.14 видно, що виробництво електроенергії на душу населення має високий позитивний зв'язок із капітальними інвестиціями у туристичну галузь ( $r = 0,7166$ ). Це свідчить, що збільшення виробництва електроенергії сприяє залученню інвестицій у туристичний сектор, оскільки стабільне енергопостачання є основою для розвитку інфраструктури та зручностей, необхідних для туристів. Водночас існує слабкий обернений зв'язок із

коефіцієнтом доходності капітальних інвестицій ( $r = -0,2457$ ), що може означати зниження рентабельності в умовах енергетичної залежності або витрат на підтримку електромережі.

Споживання енергії на людину також позитивно корелює з капітальними інвестиціями ( $r = 0,7503$ ), що підтверджує важливість енергоспоживання для розвитку інфраструктури туризму. Високе енергоспоживання вказує на активну економіку, яка може підтримувати зростання туристичного сектору. Однак негативний кореляційний зв'язок із коефіцієнтом доходності ( $r = -0,3369$ ) свідчить про те, що надмірне споживання енергії може знижувати ефективність інвестицій.

Кількість підписок на стаціонарний Інтернет має позитивний зв'язок з капітальними інвестиціями ( $r = -0,4988$ ) та слабку позитивну кореляцію з доходністю інвестицій ( $r = 0,0922$ ). Це може означати, що хоча доступ до Інтернету важливий для туризму, інвестори не розглядають його як головний фактор для вкладень у туризм. Проте доступ до Інтернету, як цифровий індикатор, може сприяти інноваціям у сфері туризму та підвищувати ефективність використання ресурсів.

Загалом, дані табл. 3.14 свідчать, що виробництво та споживання енергії є ключовими технологічними факторами, які впливають на залучення інвестицій у туризм, тоді як Інтернет залишається додатковим, але менш важливим чинником.

Проведемо аналіз впливу останньої групи – екологічних факторів на формування інвестиційного потенціалу розвитку туризму в Україні (табл. 3.15).

Дані табл. 3.15 показують, що Індекс сталого розвитку демонструє стабільне зростання протягом 2010–2023 рр. з 69,92 до 74,81. Це свідчить про покращення загальних екологічних умов, що є важливим для привабливості туристичних напрямків. Вищий рівень Індексу сталого розвитку може позитивно вплинути на інвестиційну привабливість, оскільки туристи все більше звертають увагу на екологічні стандарти країн, які вони відвідують.

Таблиця 3.15

**Екологічні фактори впливу на формування інвестиційного потенціалу  
розвитку туристичної галузі України**

| Показник                                                    | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017 | 2018 | 2019  | 2020  | 2021  | 2022  | 2023  |
|-------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Індекс сталого розвитку                                     | 69,92 | 70,04 | 70,44 | 70,59 | 71,01 | 71,51 | 71,21 | 71,7 | 71,7 | 72,19 | 73,08 | 73,76 | 73,64 | 74,81 |
| Частка виробництва електроенергії з відновлюваних джерел, % | 7,09  | 5,74  | 5,65  | 7,77  | 5,56  | 4,34  | 5,63  | 6,96 | 8,15 | 7,7   | 11,47 | 13,78 | 16,09 | 19,74 |
| Виробництво сонячної енергії, ТВт / год.                    | 0     | 0,03  | 0,33  | 0,57  | 0,43  | 0,48  | 0,49  | 0,72 | 1,11 | 2,93  | 5,37  | 6,33  | 5,08  | 5,71  |

Джерело: сформовано за даними, наведеними у [31; 36].

Частка виробництва електроенергії з відновлюваних джерел також показує тенденцію до зростання, особливо з 2019 року. У 2023 році цей показник досяг 19,74%, що свідчить про значний прогрес у переході на відновлювані джерела енергії. Зростання частки зеленої енергетики підвищує екологічну привабливість країни та знижує екологічний вплив на туристичні ресурси, що є вагомим фактором для залучення інвестицій у стійкий туризм.

За аналізований період також суттєво зросло виробництво сонячної енергії. Якщо у 2010 році цей показник був відсутній, то у 2023 році він досягнув 5,71 ТВт/год. Це свідчить про розвиток сонячної енергетики в Україні, що є важливим кроком до зниження викидів і підтримки екологічної сталості. Така динаміка позитивно впливає на туристичну галузь, зокрема шляхом підвищення її енергоефективності.

Загалом, тенденції до збільшення частки відновлюваних джерел та зростання індексу сталого розвитку створюють передумови для підвищення інвестиційної привабливості туристичної галузі України. Екологічні інвестиції стають важливим критерієм, і розвиток стійких енергетичних практик може сприяти залученню туристів, зацікавлених у відповідальному туризмі.

Побудуємо кореляційну матрицю міри впливу екологічних факторів на обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь України та коефіцієнт

доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму (табл. 3.16). Розглянемо, як кожен із екологічних факторів впливає на формування інвестиційного потенціалу.

Таблиця 3.16

**Кореляційна матриця впливу екологічних факторів на показники  
інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України**

|             | <i>SDI</i> | <i>EGRS</i> | <i>SEP</i> | <i>CIT</i> | <i>RCIT</i> |
|-------------|------------|-------------|------------|------------|-------------|
| <i>SDI</i>  | 1          |             |            |            |             |
| <i>EGRS</i> | 0,8878     | 1           |            |            |             |
| <i>SEP</i>  | 0,9337     | 0,8876      | 1          |            |             |
| <i>CIT</i>  | -0,4987    | -0,2699     | -0,3178    | 1          |             |
| <i>RCIT</i> | 0,0694     | -0,1973     | -0,0900    | -0,7980    | 1           |

Примітка: *SDI* – Індекс сталого розвитку; *EGRS* – частка виробництва електроенергії з відновлюваних джерел, %; *SEP* – виробництво сонячної енергії, ТВт / год.

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними, наведеними у [2; 5; 8; 9; 31; 36].

З табл. 3.16 видно, що Індекс сталого розвитку має високий позитивний кореляційний зв'язок із часткою виробництва електроенергії з відновлюваних джерел ( $r = 0,8878$ ) та виробництвом сонячної енергії ( $r = 0,9337$ ). Це означає, що з підвищенням Індексу сталого розвитку зростає використання відновлюваної енергії, що може позитивно впливати на туристичну галузь, підвищуючи її привабливість для екологічно свідомих інвесторів. Проте Індекс сталого розвитку має обернений зв'язок середньої щільності з капітальними інвестиціями в туризм ( $r = -0,4987$ ), а це може вказувати на те, що, хоча екологічна стабільність важлива, вона не є основним фактором залучення капіталовкладень в туристичний сектор.

Частка виробництва електроенергії з відновлюваних джерел також позитивно корелює з виробництвом сонячної енергії ( $r = 0,8876$ ), що свідчить про розвиток відновлюваної енергетики в Україні. Однак її зв'язок із капітальними інвестиціями в туристичну галузь є слабким і оберненим



( $r = -0,2699$ ), що може свідчити про певні бар'єри для інвесторів у сфері туризму, пов'язані з трансформацією енергетичного сектору.

Виробництво сонячної енергії має найсильніший зв'язок з Індексом сталого розвитку ( $r = 0,9337$ ), що вказує на пряму залежність між екологічними показниками сталого розвитку і розширенням «зеленої» енергетики. Проте обернений кореляційний зв'язок слабкої щільності із капітальними інвестиціями ( $r = -0,3178$ ) може вказувати на те, що інвестори ще не повністю оцінюють вплив сонячної енергії на рентабельність туристичних проектів.

Виходячи з результатів проведеного аналізу, можна констатувати, що, хоча екологічні фактори сприяють підвищенню сталого розвитку та «зеленій» привабливості туристичної галузі, вони не завжди прямо впливають на обсяги інвестицій чи доходність, що може потребувати додаткових стимулів для залучення капіталу в екологічно сприятливі проекти.

Отже, результати проведеного аналізу інвестиційного потенціалу туристичної галузі України показують, що його формування залежить від багатьох взаємопов'язаних факторів: політичних, економічних, соціальних, технологічних та екологічних. Політична стабільність, низький рівень корупції, розвиток демократичних процесів і забезпечення свободи преси є основними чинниками, що впливають на довіру інвесторів та сприяють створенню привабливого інвестиційного середовища. У свою чергу, стабільна економічна ситуація, яка включає зростання ВВП, поліпшення кредитного рейтингу та контроль над інфляцією, є важливими для стимулювання інвестицій у туристичний сектор. Військова нестабільність обмежує розвиток туристичної галузі через зниження інвестиційної привабливості, тоді як соціально-економічні фактори, зокрема рівень доходів і зайнятість, безпосередньо впливають на попит на туристичні послуги та можливості розширення інфраструктури. Технологічні аспекти, зокрема розвиток цифрової та енергетичної інфраструктури, також мають вагомий вплив. Недостатнє енергопостачання може стати серйозним бар'єром для розвитку туристичних об'єктів, тоді як цифровізація галузі, зокрема через зручність бронювання та просування послуг, створює додаткові

можливості для залучення інвестицій. Екологічні фактори, такі як зростання частки відновлюваних джерел енергії та сталий розвиток, формують передумови для підвищення «зеленої» привабливості галузі, залучаючи інвесторів, зацікавлених у відповідальному туризмі. Проте, екологічні інвестиції поки не мають прямого впливу на прибутковість, і для активного залучення капіталу в екологічні проекти потрібні додаткові стимули. Загалом, збалансований розвиток усіх цих факторів є необхідним для підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності туристичної галузі України на міжнародному рівні.

### **Висновки до розділу 3**

Одержані результати аналізу сучасного стану інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України дозволяють зробити такі висновки.

1. Галузь міжнародного туризму стабільно демонструвала зростання доходів як на душу населення, так і на одного в'їзного туриста. Це було спричинено збільшенням глобальної мобільності, зростанням кількості міжнародних подорожей та покращенням якості туристичних послуг. Капітальні інвестиції виступали ключовим драйвером розвитку галузі, зростаючи до 2020 року та привертаючи увагу інвесторів. Завдяки цьому розвивалася інфраструктура, підвищувалася якість сервісу і збільшувалася привабливість туристичних напрямків. Однак, пандемія COVID-19 у 2020 році стала вирішальним фактором, що спричинив глибоку кризу в туризмі, призвівши до різкого падіння всіх основних показників ефективності та інвестицій. Разом з тим, ця криза відкрила можливості для реструктуризації та переосмислення існуючих туристичних моделей. У 2021–2023 рр. галузь почала відновлюватися: знову зросли показники доходів та інвестицій, що засвідчило стійкість сектору й його здатність швидко адаптуватися до нових викликів. Після пандемії ефективність інвестицій у туризм значно підвищилася, що свідчить про оптимізм

інвесторів та перспективність галузі в умовах зростаючого попиту на міжнародні подорожі.

2. Інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі України запропоновано розглядати як ключовий чинник економічного зростання та інтеграції до глобального ринку. Визначено, що туризм має мультиплікативний ефект, стимулюючи суміжні галузі, зокрема транспорт, ресторанний бізнес, культурний сектор та сферу послуг. В умовах постпандемічного та повоєнного відновлення України туризм може стати рушійною силою стабілізації економіки та міжнародної співпраці. Запропоновано також розширений спектр видів економічної діяльності, що охоплює транспорт, заклади розміщення й харчування, а також мистецтво й спорт, з урахуванням їхнього впливу на туристичну галузь. Обґрунтовано, що розвиток інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України вимагає комплексного підходу з акцентом на інноваційність, партнерство та стійке використання природних і культурних ресурсів.

3. Аналіз туристичної галузі України за 2010–2023 рр. свідчить, що попри зростання доходів від туризму до пікових значень близько 380 млрд грн у 2019 році, кризи, викликані пандемією COVID-19 і війною, призвели до суттєвого зниження доходів у 2020–2022 рр. до понад 230 млрд грн., у 2023 році спостерігається поступове відновлення галузі. Частка України у світовому туризмі коливалася від 1,54 % у 2010 році до 0,63 % у 2023 році. Подібні тенденції спостерігались і в європейському туризмі: після пікового значення 3,81 % у 2013 році цей показник впав до 1,35 % у 2023 році. Основні причини – військові дії, окупація частини територій та економічні труднощі. Значний спад в'їзного туризму спостерігався після 2014 року, тоді як виїзний туризм демонстрував стабільне зростання до пандемії. Основні виклики для галузі – інфраструктурні втрати, девальвація гривні та безпекові ризики. Для відновлення необхідно розвивати інфраструктуру, залучати інвестиції та акцентувати на безпеці туристів.

4. Динаміка капітальних інвестицій у туристичну галузь України за 2010–2023 роки демонструє значний вплив економічних, політичних і соціальних факторів. Аналіз показує зростання інвестицій до 9 млрд грн у 2019 році, після чого відбувся спад до 5,9 млрд грн у 2020 році внаслідок пандемії COVID-19. Поступове відновлення з 2021 року свідчить про адаптацію галузі до кризових умов. Значна волатильність інвестицій у доларах США пояснюється девальвацією гривні, економічною нестабільністю та політичними ризиками, що знижували довіру іноземних інвесторів. Натомість зростання вкладень у гривнях у періоди нестабільності відображає переважно активність внутрішніх інвесторів. Частка туризму в загальному обсязі капітальних інвестицій в Україні залишається нестабільною, з піком 2,1 % у 2012 році (підготовка до Євро-2012) та найнижчим рівнем 0,92 % у 2016 році. Частка України у світових інвестиціях у туризм є незначною, що вказує на низький рівень міжнародної зацікавленості. Для розвитку галузі важливими є створення сприятливого інвестиційного клімату, підтримка внутрішнього туризму, мінімізація впливу валютних ризиків і стабілізація економічних умов. Це сприятиме залученню як внутрішніх, так і міжнародних інвестицій у туристичний сектор.

5. Визначено, що формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України залежить від широкого спектра взаємопов'язаних чинників: політичних, економічних, соціальних, технологічних та екологічних. Політична стабільність, низький рівень корупції, розвиток демократії та свобода преси є ключовими складовими, що впливають на довіру інвесторів і сприяють формуванню сприятливого інвестиційного клімату. Економічна стабільність, яка передбачає зростання ВВП, покращення кредитного рейтингу та контрольовану інфляцію, є ще одним важливим фактором, що стимулює інвестиції в туризм. Проте, військові дії створюють суттєві перешкоди для розвитку галузі, адже інвестори зазвичай уникають вкладень у ризикованих умовах. Соціальні чинники, зокрема рівень доходів, зайнятість населення та демографічна ситуація, безпосередньо впливають на попит на туристичні послуги, що визначає інвестиційну привабливість галузі. Підвищення рівня життя стимулює інтерес до

розвитку туристичної інфраструктури. Значну роль відіграють і технологічні фактори, зокрема розвиток цифрових технологій та енергетичної інфраструктури. Відсутність належного енергопостачання може стати серйозною перешкодою для розвитку туристичних об'єктів, тоді як цифровізація процесів бронювання і просування туристичних послуг відкриває нові можливості для залучення інвестицій. Екологічні аспекти, зокрема розвиток відновлюваних джерел енергії та впровадження принципів сталого розвитку, сприяють підвищенню «зеленої» привабливості галузі. Це може зацікавити інвесторів, орієнтованих на відповідальний туризм. Однак, екологічні проєкти поки що не забезпечують високої прибутковості, тому для активізації таких інвестицій потрібні додаткові стимули. Гармонійний розвиток усіх визначених факторів є необхідною умовою для підвищення інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності туристичної галузі України на міжнародній арені.

Результати розділу 3 знайшли своє відображення у таких працях автора: [1,2].

### Список використаних джерел до розділу 3

1. Білецька Н.В. Фактори розвитку інвестиційної привабливості туристичної сфери країни. *Економічний простір*. 2024. (191). С. 440-445. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-74>
2. Білецька Н. В. Дослідження міжнародного досвіду забезпечення інституційного підґрунтя залучення інвестицій для розвитку туристичного сектора. *Бізнес Інформ*. 2024. №10. С. 252 – 259. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-10-252-259>
3. Індекс сприйняття корупції CPI-2023. *Transparency International Ukraine*. URL: <https://cpi.ti-ukraine.org/>
4. Індеси споживчих цін на товари та послуги у 2002-2023 роках (рік до попереднього року). *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/ct/isc\\_rik/isc2002-2020rik\\_pr.xls](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2020/ct/isc_rik/isc2002-2020rik_pr.xls)

5. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ibd/ibd\\_rik/ibd\\_u/ki\\_rik\\_u\\_e\\_bez.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2013/ibd/ibd_rik/ibd_u/ki_rik_u_e_bez.htm)
6. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 : Національний класифікатор України від 11.10.2010 р. № 457. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/vb457609-10#Text>
7. Кредитний рейтинг. *Міністерство фінансів України*. URL: <https://mof.gov.ua/en/kreditnij-rejting-potochni-rejtingi-zagalna-informacija-istorichni-zmini>
8. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності (2010-2023). *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/pssg/orpsg\\_ek\\_2010\\_2021\\_ue.xlsx](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/fin/pssg/orpsg_ek_2010_2021_ue.xlsx)
9. Офіційний курс гривні до іноземних валют (середній за період). *Національний банк України*. URL: <http://surl.li/quejcp>
10. Про офіційну статистику : Закон України від 16.08.2022 р. № 2524-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2524-20#Text>
11. Середньомісячна заробітна плата штатних працівників за видами економічної діяльності. *Державна служба статистики України*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/gdn/szpshp/arh\\_szp\\_ed\\_u.html](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2021/gdn/szpshp/arh_szp_ed_u.html)
12. Фесенко Г. О., Алещенко Л. О. Інвестиційна складова ефективного розвитку туристичного бізнесу. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.12.200>
13. Access to Energy. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/energy-access>
14. Anaba M. I., Ching G. H., Masud M. M. Factors influence residents' investment decision for tourism industry development. *International Journal of*

*Applied Economics, Finance and Accounting*. 2023. Vol. 16. No. 1. P. 66–76. DOI: <https://doi.org/10.33094/ijaefa.v16i1.890>

15. Democracy index. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/grapher/democracy-index-eiu?time=latest>

16. Dwyer L., Forsyth P., Dwyer W. Investment by tourism firms. *Tourism Economics and Policy*. Bristol, Blue Ridge Summit : Channel View Publications, 2020. P. 293–327. DOI: <https://doi.org/10.21832/9781845417338-013>

17. Enabling Frameworks for Tourism Investment Drivers and Challenges shaping Investments in Tourism. *UN Tourism*. URL: <https://www.unwto.org/investment/un-tourism-investment-guidelines-SA1>

18. Fertility Rate. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/fertility-rate>

19. Foreign direct investment, net inflows (BoP, current US\$). *World Bank Group data*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD>

20. GDP (current US\$). *World Bank Group data*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>

21. Gross fixed capital formation (current US\$). *World Bank Group data*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NE.GDI.FTOT.CD?end=2023&start=1960&view=chart>

22. Happiness and Life Satisfaction. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/happiness-and-life-satisfaction>

23. Human Development Index (HDI). *Human Development Reports*. URL: <https://hdr.undp.org/data-center/human-development-index#/indicies/HDI>

24. Human rights index. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/grapher/human-rights-index-vdem>

25. International tourism receipts worldwide from 2006 to 2023 (in billion U.S. dollars). *Statista. Travel, Tourism & Hospitality*. URL: <https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/>

26. Internet. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/internet>

27. Matichyn Yu. Investment as an effective instrument for the development of tourism and recreation business in Ukraine. *European Journal of Economics and Management*. 2020. Vol. 6. No. 4. P. 83–88. DOI: <https://doi.org/10.46340/eujem.2020.6.4.11>
28. Nguyen C. P., Binh P. T., Su T. D. Capital investment in tourism: A global investigation. *Tourism Planning & Development*. 2020. Vol. 20. No. 5. P. 805–831. DOI: <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1857825>
29. Number of international tourist arrivals worldwide from 2005 to 2023, by region (in millions). *Statista. Travel, Tourism & Hospitality*. URL: <https://www.statista.com/statistics/186743/international-tourist-arrivals-worldwide-by-region-since-2010/>
30. Population, total. *World Bank Group data*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL>
31. Renewable Energy. *Our World in Data*. URL: <https://ourworldindata.org/renewable-energy>
32. Stauvermann P. J., Kumar R. R. Productivity growth and income in the tourism sector: Role of tourism demand and human capital investment. *Tourism Management*. 2017. Vol. 61. P. 426–433. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.006>
33. TOURISM INVESTMENT 2018: Global greenfield investment trends in tourism. *fDi Insights*. URL: <https://www.fdiintelligence.com/content/special-report/tourism-investment-2018-global-greenfield-investment-trends-in-tourism-73352>
34. TOURISM INVESTMENT 2023: Global greenfield investment trends in tourism. *fDi Insights*. URL: <https://www.fdiinsights.com/fdi/report2023>
35. Ukraine Household Income per Capita. *CEIC*. URL: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/ukraine/annual-household-income-per-capita>
36. Ukraine. *Sustainable Development Report*. URL: <https://dashboards.sdindex.org/profiles/ukraine>



37. Unemployment, total (% of total labor force) (modeled ILO estimate). *World Bank Groupe*. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/SL.UEM.TOTL.ZS>
38. World Press Freedom Index. *Reporters Without Borders*. URL: <https://rsf.org/en/index?year>
39. World Travel & Tourism Economic Impact 2011 World. London : World Travel & Tourism Council, 2011. 13 p. URL: <https://www.foresightfordevelopment.org/sobipro/download-file/46-840/54>
40. World Travel & Tourism Economic Impact 2017 World. London : World Travel & Tourism Council, 2017. 15 p. URL: <https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/world2017.pdf>
41. World Travel & Tourism Economic Impact 2023 APEC. London : World Travel & Tourism Council, 2017. 16 p. [https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/647df24b7c4bf560880560f9\\_EIR2023-APEC.pdf](https://assets-global.website-files.com/6329bc97af73223b575983ac/647df24b7c4bf560880560f9_EIR2023-APEC.pdf)

## РОЗДІЛ 4

### СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

#### **4.1. Комплексна оцінка формування інвестиційного потенціалу розвитку індустрії туризму України**

Україна, перебуваючи на шляху євроінтеграції, стикається з численними викликами і водночас відкриває для себе нові можливості для економічного зростання. Як було обґрунтовано у попередньому розділі дисертаційного дослідження, однією з галузей, яка має значний потенціал для розвитку, є туристична індустрія. Туризм не лише сприяє формуванню позитивного іміджу країни на міжнародній арені, а й виступає важливим індикатором економічного, соціального та культурного розвитку. Утім, для розкриття цього потенціалу необхідно визначити стратегічні пріоритети формування інвестиційного потенціалу галузі, що дозволить забезпечити її стійкий розвиток у відповідності до вимог сучасного ринку та інтеграційних процесів з Європейським Союзом.

Процес євроінтеграції, який передбачає адаптацію української економіки до стандартів ЄС, висуває нові вимоги до розвитку інвестиційного клімату в туристичній галузі. Європейські ринки характеризуються високими стандартами якості, орієнтацією на сталий розвиток, прозорістю та ефективністю інвестиційних процесів. У цьому контексті стратегічно важливим стає створення сприятливих умов для залучення капіталовкладень від іноземних і внутрішніх інвесторів у розвиток туристичної інфраструктури, поліпшення якості послуг та збереження унікальних природних і культурних ресурсів. Визначення таких пріоритетів дозволить не лише збільшити інвестиційний потік у галузь, але й забезпечити її конкурентоспроможність на глобальному рівні.

Крім того, туристична галузь є важливим елементом сталого розвитку країни, що узгоджується зі стратегією ЄС щодо збереження природних ресурсів

і боротьби зі змінами клімату. В Україні, яка має унікальний природний та культурний потенціал, зростає потреба у впровадженні «зелених» технологій у сфері туризму. Це може стати додатковим стимулом для інвесторів, орієнтованих на екологічно відповідальні проекти. Водночас стратегічні пріоритети повинні враховувати і виклики, пов'язані з відновленням країни після війни, необхідністю модернізації інфраструктури та підвищенням її доступності для туристів.

В умовах євроінтеграції важливість визначення стратегічних пріоритетів для розвитку туристичної галузі підвищується, оскільки туризм має потенціал стати одним із драйверів економічного відновлення України. Розвиток туристичної інфраструктури здатний забезпечити створення нових робочих місць, стимулювати розвиток суміжних галузей, таких як транспорт, готельно-ресторанний бізнес, культура, виробництво сувенірної продукції тощо. Це, у свою чергу, сприятиме підвищенню добробуту населення та активізації регіонального розвитку. Однак, для реалізації цього потенціалу необхідно враховувати сучасні виклики, зокрема жорстку конкуренцію на міжнародному туристичному ринку, технологічну трансформацію галузі та зміни в уподобаннях і потребах туристів.

Розробка стратегічних пріоритетів формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України також сприятиме посиленню її інтеграції до європейського туристичного простору. Це передбачає не лише адаптацію до європейських стандартів, але й активну участь у міжнародних туристичних програмах, обмін досвідом і технологіями, просування бренду України як привабливої туристичної дестинації. Усе це стане можливим лише за умов чітко визначених стратегічних орієнтирів, які враховуватимуть як внутрішні, так і зовнішні фактори впливу. Саме тому визначення стратегічних пріоритетів формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України в умовах євроінтеграції є необхідним кроком для забезпечення її стійкого розвитку, інтеграції до європейського ринку та зміцнення економіки країни в цілому. Це вимагає комплексного підходу, який включатиме аналіз сучасних тенденцій,

визначення сильних і слабких сторін галузі, а також врахування вимог європейських партнерів. Лише на основі цих пріоритетів можна створити ефективну стратегію, що сприятиме перетворенню України на конкурентоспроможного гравця у світовій туристичній індустрії (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Послідовність розроблення стратегічних пріоритетів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах європейської інтеграції

Джерело: авторська розробка.

Рис. 4.1 ілюструє ключові етапи розроблення стратегічних пріоритетів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Послідовність представлена у вигляді шести етапів, кожен із яких відіграє важливу роль у забезпеченні стійкого розвитку галузі. Кожен із цих елементів вартий детального розгляду з акцентом на їхнє значення у загальному процесі.

Перший етап «Мультиваріативне моделювання інвестиційного потенціалу» передбачає використання різноманітних методів і підходів для оцінки можливостей інвестування в туристичну галузь. Основна мета – врахувати широкий спектр факторів, включаючи економічні, соціальні,

політичні, екологічні тощо. Мультиваріативне моделювання дозволяє створити реалістичні сценарії для прогнозування інвестиційного потенціалу, зважаючи на різні можливі зміни внутрішнього та зовнішнього середовища.

На двох етапах сценарного прогнозування основний акцент робиться на побудові сценаріїв розвитку галузі – базовому, оптимістичному та песимістичному. Сценарний підхід дозволяє врахувати невизначеність та динамічність зовнішніх умов, таких як інтеграційні процеси, геополітичні зміни та економічні кризи. Цей метод дає можливість оцінити ризики та можливості для залучення інвестицій, а також сприяє розробленню стратегій, які адаптуються до різних умов. Перший етап сценарного прогнозування полягає у розробці трьох прогнозних сценаріїв факторних ознак, введених у мультиваріативну модель. Другий етап сценарного прогнозування – це власне розробка трьох сценаріїв прогнозів для складових інвестиційного потенціалу – обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь, доходів від туризму та доходності інвестицій.

Етап оптимізації інвестиційного потенціалу фокусується на визначенні найкращих шляхів використання доступних ресурсів. Його мета – підвищити ефективність інвестицій через раціональний розподіл капіталу, обираючи найбільш перспективні проекти та регіони для вкладень. Цей етап також передбачає врахування європейських стандартів і практик, що є важливим у контексті євроінтеграції.

На етапі розроблення стратегічних пріоритетів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі визначаються конкретні напрями, які слід розвивати для покращення інвестиційного клімату в туристичній галузі. Ці пріоритети мають бути узгоджені з європейськими практиками та вимогами, а також спрямовані на створення умов для сталого розвитку галузі. Важливо, щоб вони враховували як потреби внутрішніх інвесторів, так і вимоги до залучення іноземного капіталу.

Останній етап запропонованої послідовності (див. рис. 4.1) фокусується на створенні довгострокової стратегії для розвитку туристичної галузі у

післявоєнний період. Враховуючи виклики відновлення інфраструктури, економічної стабілізації та інтеграції до європейського туристичного простору, цей етап є критично важливим. Він передбачає поєднання інноваційних підходів із традиційними методами розвитку, орієнтацію на сталий туризм і використання «зелених» технологій.

Послідовність, представлена на рис. 4.1, відображає комплексний підхід до визначення стратегічних пріоритетів розвитку інвестиційного потенціалу туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Вона спрямована на формування конкурентоспроможної та привабливої для інвесторів галузі, що сприятиме адаптації до європейських стандартів і зміцненню національної економіки. Далі, відповідно до цієї послідовності, реалізується перший етап, для чого запропоновано алгоритм побудови мультиваріативної моделі оцінювання інвестиційного потенціалу туристичної галузі (рис. 4.2).

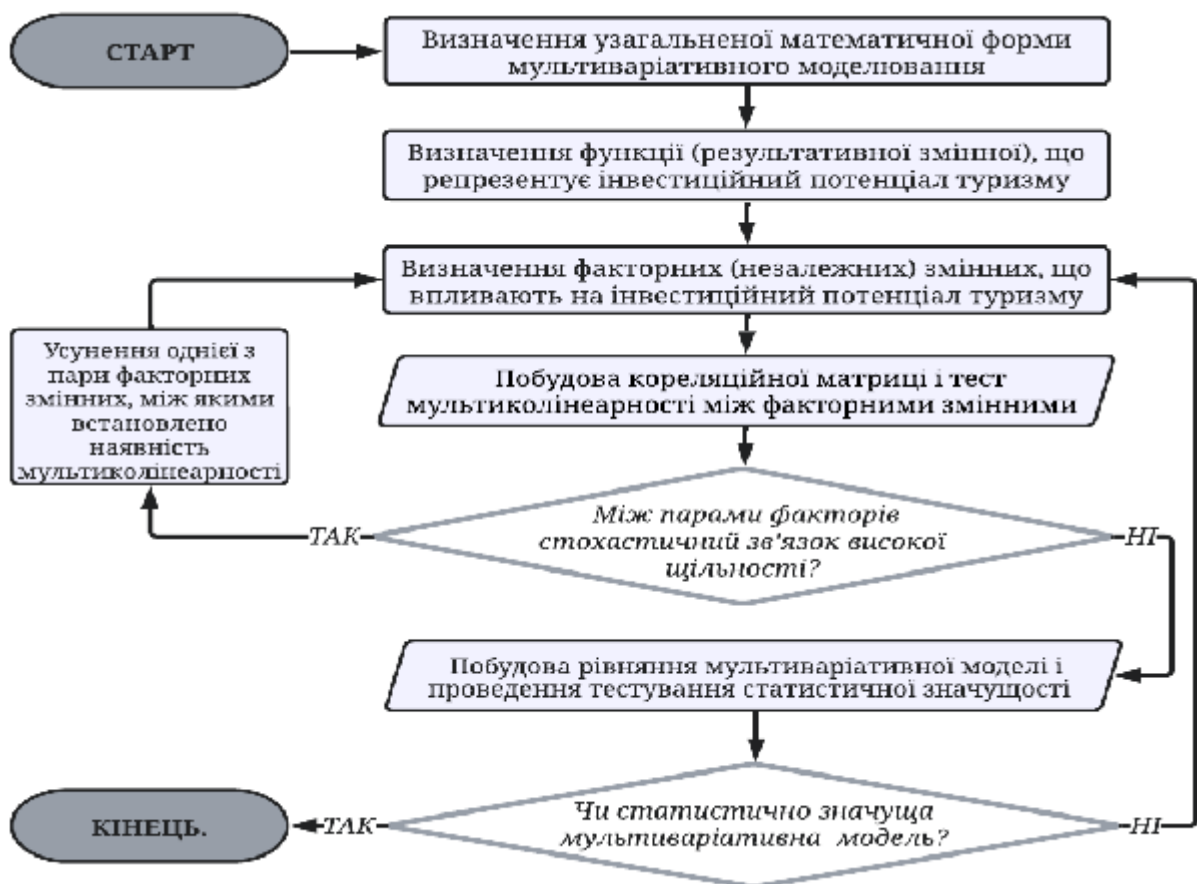


Рис. 4.2. Узагальнений алгоритм мультиваріативного моделювання інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі

Джерело: авторська розробка.

Його можна описати як послідовність етапів, яка має на меті забезпечити побудову статистично значущої моделі, придатної для практичного використання у стратегічному плануванні та прийнятті управлінських рішень. Розглянемо детальніше кожен етап. Так, на першому етапі встановлюється математична структура моделі, яка має відповідати характеру досліджуваної системи. Це може бути лінійна або нелінійна модель, регресійний аналіз або інші методи мультиваріативного аналізу. Вибір форми залежить від складності взаємозв'язків між змінними та цілей дослідження.

Наступним кроком є визначення залежної змінної (результативної функції), яка представляє інвестиційний потенціал туризму. Це може бути агрегований індекс, розрахований на основі кількісних і якісних показників, або конкретний параметр, наприклад, обсяг інвестицій, надходження від туризму тощо. Наступним етапом є ідентифікація незалежних змінних (факторів), які впливають на залежну змінну. Це можуть бути соціально-економічні, екологічні, інфраструктурні чи інституційні фактори. Важливо на цьому етапі зібрати надійні дані та забезпечити їх відповідність критеріям достовірності й релевантності.

Алгоритм, представлений на рис. 4.2, передбачає побудову кореляційної матриці для перевірки мультиколінеарності між незалежними змінними. Якщо між певними парами факторів виявляється високий рівень кореляції, одна з таких змінних вилучається. Це важливий крок, оскільки мультиколінеарність може спотворити результати моделювання, зробивши модель статистично нестабільною. Далі оцінюється щільність стохастичного зв'язку між парами факторів. Якщо зв'язок занадто високий, це може свідчити про надмірну залежність, що вимагає додаткового коригування набору змінних.

Коли набір незалежних змінних оптимізовано, здійснюється побудова рівняння моделі та її тестування на статистичну значущість. Використовуються різні критерії, такі як F-критерій, коефіцієнт детермінації  $R^2$  та р-значення для перевірки адекватності моделі. Заключним етапом є перевірка одержаної моделі на статистичну значущість. У випадку, коли статистичні критерії підтверджують

значущість моделі, алгоритм завершується, і отримана модель може бути використана для подальших досліджень. У разі невідповідності критеріям значущості здійснюється повернення до попередніх етапів для уточнення параметрів моделювання.

Основними перевагами запропонованого алгоритму є таке: у ньому чітко структуровані всі етапи, забезпечено логічність процесу моделювання; враховано мультиколінеарність, а усунення корельованих змінних мінімізує ризик помилок у моделі; можливість повернення до попередніх етапів дає змогу коригувати процес у разі потреби. Основні недоліки алгоритму пов'язані з трудоемністю та затратами часу, оскільки етапи, пов'язані зі збором даних і перевіркою змінних, можуть потребувати значних зусиль і тривалості. Також ставляться високі вимоги до даних, необхідна якісна та повна інформація для кожної змінної. Очевидно, що існує складність реалізації алгоритму для осіб без досвіду статистичного аналізу.

Отже, представлений на рис. 4.2 алгоритм є комплексним інструментом для оцінювання інвестиційного потенціалу туристичної галузі, який забезпечує високу точність і адаптивність моделювання. Його застосування сприяє прийняттю обґрунтованих рішень у сфері управління туризмом.

Для того, щоб визначити узагальнену математичну форму мультиваріативного моделювання, слід виходити з того, що економічні відносини у своїй суті є нелінійними, тому важливою буде нелінійна форма зв'язку. При цьому в мультиваріативному або багатофакторному моделюванні нелінійною моделлю може бути виключно степенева функція виду:

$$y = \beta_0 \cdot x_1^{\beta_1} \cdot x_2^{\beta_2} \cdot \dots \cdot x_m^{\beta_m}, \quad (4.1)$$

де  $y$  – результативна (залежна) змінна, яка інтерпретує інвестиційний потенціал розвитку туристичної галузі;

$x_1, x_2, \dots, x_m$  – факторні (незалежні) змінні кількістю  $m$ ;



$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_m$  – параметри моделі або коефіцієнти регресії, які показують, на скільки відсотків зміниться результативна змінна при зростанні відповідної факторної змінної на 1 %;

$\beta_0$  – вільний член рівняння.

Власне, для реалізації мультиваріативного моделювання інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі, рівняння, зображене у формулі (4.1), переведемо у лінійну форму через процедуру логарифмізації:

$$\ln y = \ln \beta_0 + \beta_1 \ln x_1 + \beta_2 \ln x_2 + \dots + \beta_m \ln x_m. \quad (4.2)$$

Для визначення залежної змінної (результативної функції) доцільно взяти відносний показник «Коефіцієнт доходності капітальних інвестицій в індустрію туризму» який обчислюється як відношення обсягу надходжень від туризму до обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь. Саме складові цього показника представлятимуть інвестиційний потенціал туризму. Отже, виникає необхідність вирішити 2 завдання – реалізувати мультиваріативне моделювання обсягу капітальних інвестицій в туристичну галузь (перша модель) з урахуванням впливу ключових факторів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України, а також побудувати парну залежність обсягу доходів туристичної галузі від капітальних інвестицій (друга модель). Тобто у першій моделі незалежними змінними (факторними ознаками) слід узяти показники, систематизовані та досліджені у параграфі 3.3 дисертаційного дослідження (див. рис. 3.11, табл. 3.7–3.16), комплексний вплив яких на результативну змінну слід статистично оцінити за допомогою мультиваріативного аналізу. У другій моделі залежною змінною буде обсяг доходів від туризму, а незалежною змінною – обсяг капітальних інвестицій у туристичну галузь.

Тест мультиколінеарності між незалежними змінними (факторними ознаками) проводиться на основі значень коефіцієнтів парної кореляції, задля чого будується кореляційна матриця (або матриця коефіцієнтів парної

кореляції). При цьому явищем мультиколінеарності вважається стан, за якого між парою незалежних змінних (факторних ознак) існує стохастичний (кореляційний) зв'язок високої щільності. Отже, в основі тесту мультиколінеарності покладено діагностику щільності стохастичного (кореляційного) зв'язку, яку доцільно проводити за допомогою методики, запропонованої та апробованої у [4, с. 634–635]. Згідно цієї методики визначається статистична значущість усіх коефіцієнтів парної кореляції шляхом співставлення їх фактичних значень з критичним, розрахованим на основі нормативного значення F-критерію Фішера для парної моделі, з урахуванням того, що масив даних кожної змінної представлений 14 значеннями. Для цього використовується функція Excel: =FINV(0,05;1;14-1-1);  $F = 4,7472$ .

Отже, отримане теоретичне значення F-критерію Фішера є нормативним для коефіцієнта парної кореляції і сигналізує про його статистичну значущість і стохастичний (кореляційний) зв'язок високої щільності, а також у всіх випадках, коли розраховане значення  $F \geq 4,7472$ . У такому випадку приймається рішення про наявність мультиколінеарності. Обчислити F-критерій Фішера можна за формулою:

$$F = \frac{r^2}{1-r^2} \cdot \frac{n-m-1}{m}, \quad (4.3)$$

де  $m$  – кількість незалежних змінних або факторних ознак (у випадку тесту мультиколінеарності  $m = 1$ );

$n$  – кількість значень змінної у масиві даних (у нашому локальному випадку  $n = 14$ ).

Згадана методика [4] полягає у розрахунку єдиного значення коефіцієнта парної кореляції ( $r$ ), для якого  $F = 4,7472$ , за умови, що у формулі (4.3) відомі значення  $n$ ,  $m$  і  $F$ :

$$\begin{aligned}
F &= 4,7472 = \frac{r^2}{1-r^2} \cdot \frac{14-1-1}{1} = \frac{12r^2}{1-r^2}; \\
12r^2 &= 4,7472 \cdot (1-r^2); \\
12r^2 &= 4,7472 - 4,7472r^2; \\
16,7472r^2 &= 4,7472; \\
r^2 &= 0,2835; \\
r &= \sqrt{0,2835} = \pm 0,5324.
\end{aligned} \tag{4.4}$$

Отже, відсутність мультиколінеарності між будь-якими двома незалежними змінними (факторними ознаками) буде прийматися у всіх випадках розрахункових значень коефіцієнта парної кореляції у діапазоні:

$$r \in (-0,5324; 0,5324) \tag{4.5}$$

Саме вираз (4.5) є основним оціночним діапазоном даних для проведення тесту мультиколінеарності між факторними ознаками перед включенням їх до мультиваріативної моделі інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Будуємо кореляційну матрицю факторних і результативних змінних формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України (табл. 4.1).

З даних, наведених у табл. 4.1, видно, що з-поміж 325 значень коефіцієнтів парної кореляції між усіма можливими парами факторних ознак 181 значення або 55,7 % перевищують за модулем значення 0,532 (для зручності зафарбовані сірим кольором), а тому, згідно формули (4.5), сигналізують про наявність стохастичного зв'язку високої щільності, тобто мультиколінеарності. Слід зазначити, що найбільшою проблемою, яку створює мультиколінеарність у економіко-математичному моделювання, є насамперед спотворення параметрів мультиваріативної моделі, неадекватності статистичних оцінок, що в кінцевому рахунку призводить до суттєвих відхилень у результатах прогнозування та помилкових результатів дослідження.

Таблиця 4.1

**Кореляційна матриця факторних і результативних змінних формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України**

|                    | DI     | HRI    | CPI    | WPFI   | GDP    | GDPpc  | USD <sub>UAH</sub> | ETS    | ITS    | NET    | UCR    | CPrI   | LPT    | HDI    | SALS   | NLB    | Hlpc   | AMS    | TRpc   | UR     | EPpc   | ECpc   | SFLI   | SDI    | EGRS   | SEP    | CIT    | RT* |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----|
| DI                 | 1      |        |        |        |        |        |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| HRI                | 0,729  | 1      |        |        |        |        |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| CPI                | -0,682 | -0,409 | 1      |        |        |        |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| WPFI               | -0,376 | -0,257 | 0,525  | 1      |        |        |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| GDP                | -0,073 | 0,525  | 0,096  | -0,193 | 1      |        |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| GDPpc              | -0,388 | 0,210  | 0,413  | -0,119 | 0,918  | 1      |                    |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| USD <sub>UAH</sub> | -0,662 | -0,540 | 0,946  | 0,547  | -0,137 | 0,208  | 1                  |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| ETS                | 0,606  | 0,604  | -0,805 | -0,599 | 0,462  | 0,215  | -0,891             | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| ITS                | -0,514 | -0,491 | 0,550  | -0,009 | 0,088  | 0,375  | 0,574              | -0,355 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| NET                | 0,780  | 0,702  | -0,630 | -0,220 | 0,255  | -0,046 | -0,725             | 0,743  | -0,709 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| UCR                | 0,568  | 0,788  | -0,346 | 0,091  | 0,246  | -0,045 | -0,444             | 0,402  | -0,715 | 0,766  | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| CPrI               | -0,245 | -0,620 | 0,059  | -0,016 | -0,629 | -0,449 | 0,292              | -0,447 | 0,172  | -0,505 | -0,687 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| LPT                | 0,366  | 0,682  | -0,622 | -0,334 | 0,740  | 0,507  | -0,789             | 0,857  | -0,387 | 0,674  | 0,495  | -0,567 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| HDI                | 0,427  | 0,322  | -0,554 | 0,148  | -0,124 | -0,404 | -0,565             | 0,473  | -0,772 | 0,812  | 0,677  | -0,305 | 0,450  | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| SALS               | -0,018 | 0,482  | -0,094 | -0,574 | 0,907  | 0,829  | -0,315             | 0,495  | 0,140  | 0,121  | 0,061  | -0,447 | 0,701  | -0,271 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| NLB                | 0,647  | 0,408  | -0,944 | -0,380 | -0,162 | -0,493 | -0,933             | 0,779  | -0,701 | 0,708  | 0,436  | -0,138 | 0,599  | 0,726  | -0,030 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| Hlpc               | 0,306  | 0,812  | -0,152 | -0,233 | 0,981  | 0,951  | -0,431             | 0,565  | -0,115 | 0,619  | 0,661  | -0,739 | 0,839  | 0,063  | 0,912  | 0,075  | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| AMS                | -0,663 | -0,298 | 0,938  | 0,365  | 0,328  | 0,633  | 0,879              | -0,691 | 0,650  | -0,629 | -0,346 | 0,011  | -0,438 | -0,696 | 0,179  | -0,980 | 0,144  | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| TRpc               | 0,458  | 0,728  | -0,613 | -0,346 | 0,640  | 0,322  | -0,776             | 0,898  | -0,417 | 0,773  | 0,561  | -0,598 | 0,985  | 0,517  | 0,613  | 0,615  | 0,841  | -0,472 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |        |     |
| UR                 | -0,628 | -0,532 | 0,676  | 0,567  | -0,449 | -0,303 | 0,759              | -0,922 | 0,156  | -0,916 | -0,295 | 0,393  | -0,768 | -0,635 | -0,499 | -0,675 | -0,540 | 0,578  | -0,853 | 1      |        |        |        |        |        |        |        |     |
| EPpc               | 0,675  | 0,587  | -0,910 | -0,347 | 0,078  | -0,298 | -0,956             | 0,858  | -0,723 | 0,813  | 0,585  | -0,320 | 0,790  | 0,725  | 0,163  | 0,953  | 0,437  | -0,895 | 0,764  | -0,771 | 1      |        |        |        |        |        |        |     |
| ECpc               | 0,707  | 0,633  | -0,915 | -0,508 | 0,143  | -0,216 | -0,971             | 0,907  | -0,646 | 0,810  | 0,588  | -0,375 | 0,778  | 0,641  | 0,259  | 0,930  | 0,445  | -0,869 | 0,792  | -0,795 | 0,973  | 1      |        |        |        |        |        |     |
| SFLI               | -0,609 | -0,280 | 0,937  | 0,534  | 0,203  | 0,484  | 0,899              | -0,773 | 0,441  | -0,605 | -0,306 | 0,072  | -0,486 | -0,580 | 0,058  | -0,941 | 0,019  | 0,952  | -0,528 | 0,621  | -0,880 | -0,899 | 1      |        |        |        |        |     |
| SDI                | -0,749 | -0,384 | 0,934  | 0,404  | 0,261  | 0,579  | 0,885              | -0,774 | 0,583  | -0,720 | -0,421 | 0,127  | -0,481 | -0,705 | 0,142  | -0,954 | 0,022  | 0,976  | -0,521 | 0,704  | -0,899 | -0,898 | 0,962  | 1      |        |        |        |     |
| EGRS               | -0,646 | -0,222 | 0,794  | 0,066  | 0,514  | 0,796  | 0,680              | -0,408 | 0,683  | -0,579 | -0,364 | -0,102 | -0,206 | -0,829 | 0,416  | -0,856 | 0,497  | 0,911  | -0,282 | 0,364  | -0,771 | -0,685 | 0,790  | 0,888  | 1      |        |        |     |
| SEP                | -0,545 | -0,092 | 0,826  | 0,292  | 0,479  | 0,711  | 0,725              | -0,572 | 0,467  | -0,536 | -0,238 | -0,078 | -0,236 | -0,687 | 0,391  | -0,883 | 0,356  | 0,937  | -0,325 | 0,496  | -0,757 | -0,740 | 0,927  | 0,934  | 0,888  | 1      |        |     |
| CIT                | 0,478  | 0,750  | -0,535 | -0,372 | 0,624  | 0,319  | -0,704             | 0,889  | -0,312 | 0,728  | 0,525  | -0,587 | 0,925  | 0,444  | 0,581  | 0,564  | 0,780  | -0,429 | 0,953  | -0,844 | 0,717  | 0,750  | -0,499 | -0,499 | -0,270 | -0,318 | 1      |     |
| RT                 | -0,285 | -0,642 | 0,152  | 0,334  | -0,756 | -0,630 | 0,407              | -0,600 | -0,035 | -0,478 | -0,246 | 0,601  | -0,700 | -0,139 | -0,613 | -0,079 | -0,772 | 0,084  | -0,723 | 0,704  | -0,280 | -0,348 | 0,232  | 0,137  | -0,185 | 0,084  | -0,872 | 1   |

\* RT – обсяг доходу від туризму в Україні, млн дол. США.

Примітка: зафарбовані сірим кольором комірки таблиці, в яких  $r > |0,532|$ .

Джерело: сформовано і розраховано за даними, наведеними у табл. 3.7, 3.9, 3.11, 3.13, 3.15.

Отже, за результатами тестування можна констатувати, що мультиколінеарність відсутня між такими факторними ознаками, як:

- 1) Індекс прав людини (HRI);
- 2) Індекс свободи преси (WPFI);
- 3) ВВП у поточних цінах, млрд дол. США (GDP);
- 4) Імпорт послуг за статтею «Подорожі», млн дол. США (ITS);
- 5) Виробництво сонячної енергії, ТВт / год. (SEP).

Саме ці факторні ознаки будуть введені у степеневу мультиваріативну модель інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України. А також буде побудовано парну модель залежності доходів від туризму, млн дол. США (RT) від капітальних інвестицій в туристичну галузь, млн дол. США (CIT).

Побудову степеневі мультиваріативної моделі інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України реалізуємо згідно методики, запропонованої Ч. Коббом і П. Дугласом у своїй фундаментальній праці «Теорія виробництва» [2], що передбачає введення у степеневу мультиваріативну модель не фактичних числових значень факторних і результативної ознак, а їх базисних темпів росту, оскільки моделюються річні часові ряди. У табл. 4.2 зведемо розрахунки базисних темпів росту показників.

Таблиця 4.2

**Базисні темпи росту значень незалежних і залежних змінних степеневих моделей інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України**

| P <sub>ik</sub> | HRI   | WPFI  | GDP   | ITS   | SEP     | CIT   | RT    |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|
| 2010            | 100   | 100   | 100   | 100   | 100     | 100   | 100   |
| 2011            | 101,3 | 115,3 | 119,9 | 119,2 | 100,0   | 142,8 | 123,3 |
| 2012            | 102,6 | 115,3 | 129,3 | 136,4 | 1100,0  | 205,1 | 135,2 |
| 2013            | 97,4  | 135,0 | 134,9 | 154,0 | 1900,0  | 167,1 | 142,5 |
| 2014            | 79,2  | 134,7 | 94,5  | 135,2 | 1433,3  | 62,6  | 89,7  |
| 2015            | 81,8  | 130,0 | 64,5  | 136,3 | 1600,0  | 44,3  | 64,2  |
| 2016            | 85,7  | 143,2 | 66,1  | 159,5 | 1633,3  | 36,9  | 56,6  |
| 2017            | 87,0  | 142,7 | 79,4  | 190,3 | 2400,0  | 57,4  | 66,3  |
| 2018            | 87,0  | 147,0 | 92,7  | 211,1 | 3700,0  | 84,7  | 75,7  |
| 2019            | 94,8  | 144,2 | 109,0 | 227,6 | 9766,7  | 99,5  | 95,5  |
| 2020            | 98,7  | 144,1 | 110,9 | 125,4 | 17900,0 | 62,6  | 74,6  |
| 2021            | 98,7  | 143,2 | 141,5 | 167,0 | 21100,0 | 93,7  | 89,3  |
| 2022            | 79,2  | 119,1 | 114,7 | 527,4 | 16933,3 | 45,1  | 47,1  |
| 2023            | 81,8  | 130,7 | 126,6 | 183,8 | 19033,3 | 61,2  | 62,5  |

Джерело: розраховано за даними рис. 3.9, табл. 3.5, 3.7, 3.9, 3.15.

Табл. 4.2 демонструє базисні темпи росту ключових показників, що впливали на інвестиційний потенціал туристичної галузі України з 2010 до 2023 року. До них належать Індекс прав людини (HRI), Індекс свободи преси (WPFI), ВВП у поточних цінах (GDP), імпорт послуг за статтею «Подорожі» (ITS), виробництво сонячної енергії (SEP), капітальні інвестиції в туристичну галузь (CIT) та доходи від туризму (RT). Наведені дані ілюструють значні коливання у зростанні, пов'язані з політичними, економічними та соціальними змінами, включаючи наслідки війни, економічних криз і пандемії COVID-19.

HRI демонструє коливання зі зниженням у 2014 році (79,2 % від рівня 2010 року) та поступовим відновленням до 98,7 % у 2020–2021 рр. Проте після 2022 року знову спостерігається значний спад (79,2 % у 2022 році). Це свідчить про вплив внутрішніх та зовнішніх криз, зокрема війни та порушень прав людини. Стабільність HRI є важливою для залучення інвестицій, оскільки права людини впливають на імідж країни. WPFI відзначається стабільним зростанням до 2018 року, досягнувши 147 %. Однак з 2019 року показник стабілізувався на рівні 144–143 %, що може свідчити про часткове обмеження свободи преси, впливаючи на довіру міжнародної спільноти та туристичну привабливість.

ВВП демонструє різке зростання з 2010 року до 2013 року (134,9 %), але значне падіння у 2014–2015 роках (94,5% та 64,5% від рівня 2010 року відповідно), що пов'язано з економічною кризою і початком військових дій. Починаючи з 2016 року, ВВП поступово відновлюється, досягнувши 141,5 % рівня 2010 року у 2021 році. Проте, у 2022 році відбулося нове падіння до 114,7 % від рівня 2010 року, пов'язане з повномасштабним вторгненням Росії в Україну. ITS показує стабільне зростання з 2010 до 2019 року (227,6 %), відображаючи позитивну динаміку попиту на туристичні послуги. Однак у 2020 році показник різко впав до 125,4 % від рівня 2010 року через пандемію COVID-19. У 2022 році відбувся значний стрибок до 527,4 %, що може свідчити про нерівномірність економічної активності та зміну туристичних потоків, але різке падіння до 183,8 % від рівня 2010 року відбулося через війну. SEP демонструє постійне зростання, що відображає зусилля України у переході до відновлюваних джерел

енергії. З 2010 до 2021 року виробництво збільшилось у 211 разів, що вказує на зростаючу роль «зеленої» енергетики в економіці і може стимулювати екотуризм.

Динаміка результативних ознак була теж нерівномірною. Так, СІТ характеризуються значними коливаннями. Найбільше зростання спостерігалось у 2012 році (205,1 % від рівня 2010 року), після чого значення значно впало у 2014–2016 роках до 36,9 %. Це підкреслює залежність інвестицій від політичної та економічної стабільності. Після часткового відновлення у 2018–2019 роках показник знову впав у 2022 році (45,1 % від рівня 2010 року). РТ відображає подібну тенденцію до СІТ: стабільне зростання до 2013 року (142,5 % від рівня 2010 року), різке падіння у 2014–2015 роках (89,7 % та 64,2 % від рівня 2010 року відповідно) і подальші коливання. Найнижчий показник спостерігався у 2022 році (47,1 % від рівня 2010 року), що пов'язано зі зменшенням туристичних потоків через війну.

Згідно методичних рекомендацій С. Кобба і П. Дугласа [5], а також згідно формули (4.2) перед початком власне моделювання, слід здійснити процедуру логарифмізації значень базисних темпів росту змінних, наведених у табл. 4.2. Результати логарифмізації зведемо у табл. 4.3.

Таблиця 4.3

**Натуральні логарифми базисних темпів росту значень незалежних і залежної змінної степеневій мультиваріативній моделі інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України**

| Рік  | ln HRI | ln WPFI | ln GDP | ln ITS | ln SEP | ln CIT |
|------|--------|---------|--------|--------|--------|--------|
| 2010 | 4,6052 | 4,6052  | 4,6052 | 4,6052 | 4,6052 | 4,6052 |
| 2011 | 4,6181 | 4,7476  | 4,7868 | 4,7809 | 4,6052 | 4,9613 |
| 2012 | 4,6308 | 4,7476  | 4,8622 | 4,9156 | 7,0031 | 5,3235 |
| 2013 | 4,5789 | 4,9051  | 4,9046 | 5,0370 | 7,5496 | 5,1185 |
| 2014 | 4,3722 | 4,9029  | 4,5491 | 4,9071 | 7,2678 | 4,1374 |
| 2015 | 4,4045 | 4,8679  | 4,1661 | 4,9150 | 7,3778 | 3,7913 |
| 2016 | 4,4510 | 4,9644  | 4,1913 | 5,0723 | 7,3984 | 3,6076 |
| 2017 | 4,4661 | 4,9605  | 4,3742 | 5,2486 | 7,7832 | 4,0493 |
| 2018 | 4,4661 | 4,9904  | 4,5293 | 5,3523 | 8,2161 | 4,4393 |

Продовження таблиці 4.3

|      |        |        |        |        |        |        |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 2019 | 4,5518 | 4,9714 | 4,6911 | 5,4276 | 9,1867 | 4,6000 |
| 2020 | 4,5921 | 4,9705 | 4,7087 | 4,8312 | 9,7926 | 4,1368 |
| 2021 | 4,5921 | 4,9639 | 4,9521 | 5,1183 | 9,9570 | 4,5396 |
| 2022 | 4,3722 | 4,7797 | 4,7425 | 6,2680 | 9,7370 | 3,8092 |
| 2023 | 4,4045 | 4,8726 | 4,8410 | 5,2139 | 9,8539 | 4,1144 |

Джерело: розраховано за даними табл. 4.2.

Масиви натуральних логарифмів п'яти факторних і однієї результативної ознак, наведених у табл. 4.3, лягають в основу розробки мультиваріативної степеневі моделі інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України. Для цього скористаємося надбудовою Excel «Regression», за допомогою якої отримаємо значення параметрів (коефіцієнтів регресії) та статистичних оцінок. Спочатку реалізуємо мультиваріативне моделювання капітальних інвестицій у туристичну галузь України з урахуванням впливу ключових факторів формування її інвестиційного потенціалу розвитку, результати якого відображає рис. 4.3.

| Регресійна статистика     |             |                    |              |            |              |            |
|---------------------------|-------------|--------------------|--------------|------------|--------------|------------|
| Множинний R               | 0,9221      |                    |              |            |              |            |
| R <sup>2</sup>            | 0,8502      |                    |              |            |              |            |
| Нормований R <sup>2</sup> | 0,7566      |                    |              |            |              |            |
| Стандартна похибка        | 0,2548      |                    |              |            |              |            |
| Спостереження             | 14          |                    |              |            |              |            |
| Дисперсійний аналіз       |             |                    |              |            |              |            |
|                           | df          | SS                 | MS           | F          | Значимість F | t          |
| Регресія                  | 5           | 2,9484             | 0,5897       | 9,0811     | 0,0038       | 19,0590    |
| Залишок                   | 4           | 0,5195             | 0,0649       |            |              |            |
| Всього                    | 9           | 3,4679             |              |            |              |            |
|                           | Коефіцієнти | Стандартна похибка | t-статистика | P-Значення | Нижні 95%    | Верхні 95% |
| ln β <sub>0</sub>         | -16,0319    | 6,7695             | -2,3683      | 0,0454     | -31,6423     | -0,4215    |
| ln HRI                    | 1,7547      | 1,1529             | 1,5219       | 0,1665     | -0,9040      | 4,4133     |
| ln WPFI                   | 1,3503      | 0,9865             | 1,3687       | 0,2083     | -0,9247      | 3,6252     |
| ln GDP                    | 1,4717      | 0,4479             | 3,2855       | 0,0111     | 0,4388       | 2,5046     |
| ln ITS                    | 0,1219      | 0,2583             | 0,4720       | 0,6496     | -0,4737      | 0,7175     |
| ln SEP                    | -0,1945     | 0,0801             | -2,4280      | 0,0413     | -0,3793      | -0,0098    |

Рис. 4.3. Результати мультиваріативного моделювання капітальних інвестицій у туристичну галузь України

Джерело: розраховано за допомогою Excel за даними табл. 4.2.



Дані рис. 4.3 показують, що одержана мультиваріативна степенева модель капітальних інвестицій у туристичну галузь України статистично значуща, оскільки значення F-критерію Фішера фактичне більше за своє критичне значення ( $=F_{INV}(0,05;5;14-5-1)$ ;  $F = 3,6875$ ) у 2,5 рази, а значення t-критерію Стьюдента фактичне більше за критичне значення ( $=T_{INV}(0,05;5)$ ;  $t = 2,5701$ ) у 7,4 рази. Усі ймовірні варіації обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь України (*CIT*) на 85 % зумовлені змінами п'яти незалежних змінних (факторних ознак), уведених до степеневій моделі: Індексу прав людини (*HRI*), Індексу свободи преси (*WPFI*), ВВП у поточних цінах (*GDP*), імпорту послуг за статтею «Подорожі» (*ITS*), виробництва сонячної енергії (*SEP*). Отже, за даними рис. 4.3 кінцевий вигляд рівняння п'ятифакторної степеневій регресії капітальних інвестицій у туристичну галузь України набуде такої математичної форми:

$$CIT = 1,1 \cdot 10^{-7} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}. \quad (4.6)$$

Економічна інтерпретація рівняння, представленого формулою (4.6), така:

- 1) підвищення числового значення індексу свободи преси на 1 % приводить до зростання обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь України на 1,76 % (найбільша еластичність);
- 2) зростання рівня індексу свободи преси на 1 % супроводжується збільшенням обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь України на 1,35 %;
- 3) при збільшенні обсягу ВВП у фактичних цінах (дол. США) на 1 % обсяг капітальних інвестицій у туристичну галузь України зростає на 1,47 %;
- 4) кожен 1 % приросту імпорту послуг за статтею «Подорожі» забезпечує +0,12 % приросту обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь України;
- 5) збільшення обсягів виробництва сонячної енергії на 1 % супроводжується зменшенням обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь України на 0,2 %. Негативна еластичність (−0,2 %) може бути пояснена

конкуренцією за інвестиційні ресурси між відновлюваною енергетикою та туристичною галуззю.

Результати моделювання підтверджують, що формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України залежить від комплексного впливу економічних, соціальних і екологічних факторів, сукупне зростання яких на 1 % призводить до збільшення обсягу капітальних інвестицій у туристичну галузь України на 4,5 %. Значний вплив індексу прав людини та свободи преси вказує на важливість соціально-політичних аспектів для розвитку інвестиційного середовища. Висока чутливість до змін у ВВП свідчить про залежність галузі від загального економічного добробуту країни. Негативний вплив виробництва сонячної енергії вказує на необхідність узгодження міжгалузевих стратегій для оптимального розподілу інвестиційних ресурсів.

Отже, для підвищення інвестиційного потенціалу туристичної галузі України доцільно продовжувати реформування правової системи для забезпечення верховенства права та захисту прав людини; підтримувати незалежність медіа та прозорість інформаційного простору; сприяти економічному зростанню та стабільності, що позитивно вплине на загальний інвестиційний клімат; розробляти програми підтримки імпорту туристичних послуг, які сприятимуть інтеграції України у світовий туристичний ринок; забезпечувати збалансованість інвестицій між різними секторами економіки.

Далі реалізуємо парне моделювання залежності доходів туристичної галузі України (RT) від капітальних інвестицій, результати якого відображає рис. 4.4.

Дані рис. 4.4 показують, що одержана парна експоненційна залежність доходів від туризму в Україні від капітальних інвестицій у туристичну галузь статистично значуща, оскільки коефіцієнт детермінації свідчить, що близько 82,85 % варіації доходів від туризму пояснюється капітальними інвестиціями в туристичну галузь. Це досить високий показник, що вказує на значний вплив інвестицій на доходи галузі. Параметр моделі 7341,4 (млн дол. США) відображає базовий рівень доходів від туризму за відсутності капітальних інвестицій.

Коефіцієнт 0,0017 визначає швидкість зростання доходів від туризму зі збільшенням капітальних інвестицій.

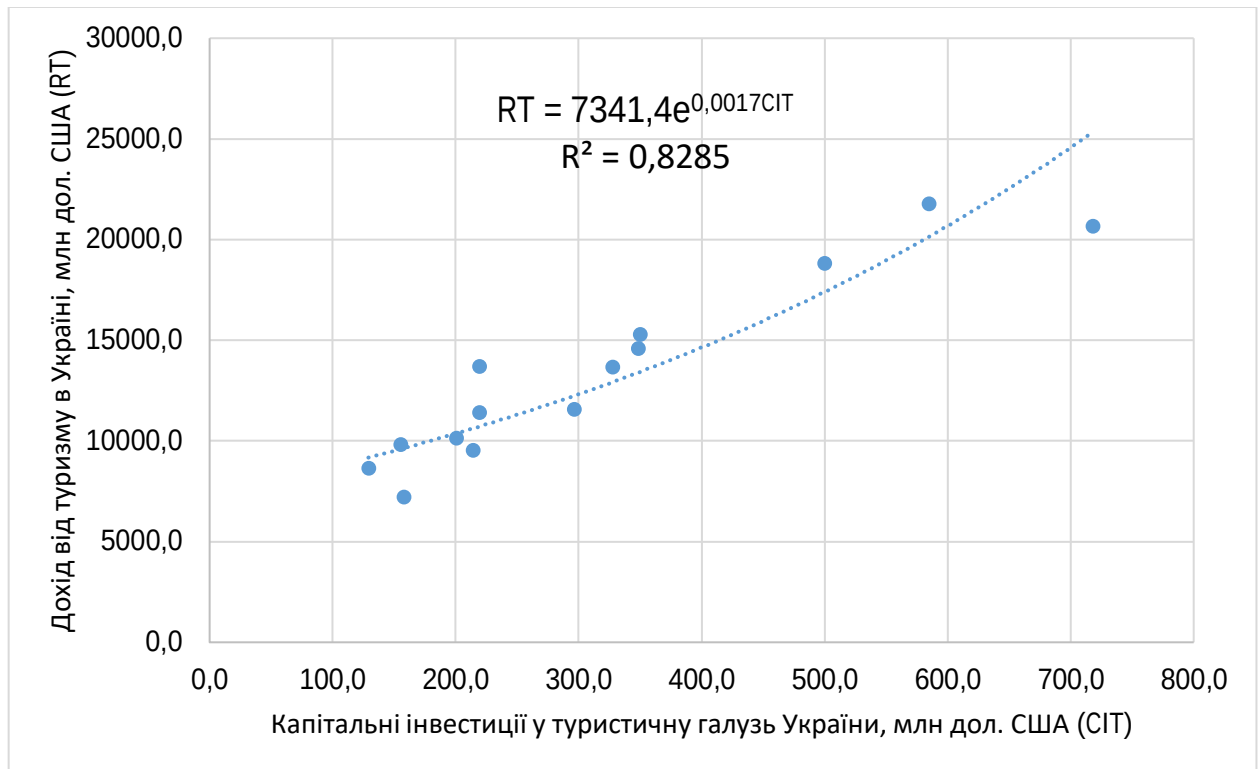


Рис. 4.4. Результати парного моделювання залежності доходів від туризму в Україні від капітальних інвестицій у туристичну галузь

Джерело: розраховано за допомогою Excel за даними рис. 3.9 і табл. 3.5.

Він свідчить про те, що зі збільшенням інвестицій доходи зростають експоненційно, тобто зі зростанням вкладень на кожну додаткову одиницю ефект стає дедалі помітнішим.

Експоненційна залежність є природною для туристичної галузі, оскільки капітальні інвестиції часто мають синергійний ефект: з покращенням інфраструктури та сервісу доходи від туризму зростають непропорційно швидше. Очевидно, що ця модель може бути використана для прогнозування доходів за певного рівня інвестицій, а також коефіцієнту доходності інвестицій. Проте, слід враховувати, що реальний вплив інвестицій може бути різним залежно від того, куди вони спрямовані (наприклад, будівництво готелів, розвиток транспортної інфраструктури або просування бренду країни). Також слід оцінити, у які саме сфери туристичної галузі інвестиції дають найвищий

віддачу (наприклад, інфраструктура чи цифровізація). Це допоможе оптимізувати розподіл коштів. Модель може бути використана для обґрунтування інвестиційних рішень та визначення мінімального порогу вкладень для досягнення бажаного рівня доходів.

Отже, модель (див. рис. 4.4) показує, що доходи від туризму в Україні суттєво залежать від капітальних інвестицій, і ця залежність має експоненційний характер. Умови євроінтеграції та відновлення після війни підкреслюють важливість таких інвестицій, адже зростання доходів може бути значним за відносно невеликих вкладень. Водночас для максимізації ефективності цієї моделі необхідно враховувати додаткові чинники, які впливають на розвиток туризму.

Отже, у ході реалізації комплексної оцінки було детально розглянуто чинники та методологічні підходи, які впливають на інвестиційний потенціал туристичної галузі України. Визначено стратегічну важливість створення сприятливого інвестиційного клімату, що включає зниження корупційних ризиків, покращення правового середовища та забезпечення політичної стабільності. Це дозволяє залучати як внутрішні, так і зовнішні інвестиції для розвитку туристичної інфраструктури. Важливу роль відіграє впровадження екологічних технологій, що відповідають стандартам сталого розвитку та сприяють збереженню унікальних природних ресурсів країни. У цьому контексті впровадження «зелених» технологій створює додаткові стимули для інвесторів, орієнтованих на відповідальні проєкти.

Розробка стратегічних пріоритетів для туристичної галузі передбачає не лише економічне відновлення, але й підвищення конкурентоспроможності галузі на міжнародному ринку. Туризм може стати потужним драйвером економічного зростання, сприяючи створенню нових робочих місць, розвитку суміжних галузей, таких як транспорт, готельно-ресторанний бізнес та виробництво сувенірної продукції.

У дослідженні застосовано мультиваріативне моделювання, яке дозволило оцінити інвестиційний потенціал галузі за допомогою кількісного аналізу

ключових факторів. Серед них – індекс прав людини, індекс свободи преси, ВВП, імпорт туристичних послуг та виробництво сонячної енергії. Аналіз показав, що найбільший вплив мають соціально-економічні показники, такі як ВВП, а також соціально-політичні аспекти, зокрема права людини та прозорість інформаційного простору.

#### **4.2. Сценарне прогнозування передумов формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану**

У попередньому параграфі зроблено акцент на ключових аспектах, які впливають на інвестиційну привабливість галузі: політична стабільність, забезпечення прав людини, свобода преси, економічне зростання та екологічна сталість. Особливу увагу приділено значенню адаптації до європейських стандартів, які вимагають прозорості інвестиційних процесів, відповідності вимогам сталого розвитку та розвитку туристичної інфраструктури. У цьому контексті були визначені основні виклики, пов'язані з воєнним станом, економічними ризиками, а також екологічними й соціальними чинниками.

Аналіз за допомогою мультіваріативного моделювання показав, що на інвестиційний потенціал туристичної галузі суттєво впливають показники ВВП, імпорту послуг за статтею «Подорожі», індекс свободи преси та виробництво сонячної енергії. Зокрема, підкреслено необхідність гармонізації міжгалузевих інтересів і узгодження стратегій для досягнення довгострокової конкурентоспроможності. Однак, сформувати довгострокову стратегію розвитку галузі лише на основі поточного аналізу недостатньо. Динамічний характер змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі, зокрема в умовах воєнного стану, вимагає використання підходів, що дозволяють прогнозувати майбутні сценарії розвитку [1].

Тому в цьому параграфі зосереджено увагу на сценарному прогнозуванні передумов формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України.

Цей підхід передбачає розробку й оцінку можливих сценаріїв розвитку з урахуванням ключових макроекономічних, політичних і соціальних змін, що формують умови для залучення інвестицій. Увага буде приділена двом основним факторам, які визначають контекст прогнозування: євроінтеграційні процеси та воєнний стан, що одночасно створюють виклики та можливості для розвитку туристичної галузі України.

Побудуємо п'ятирічні прогнози основних факторів, введених у мультиваріативні степеневі моделі капітальних інвестицій у туристичну галузь України і доходів від туризму в Україні (див. табл. 4.2). Прогнозування показників здійснюється методом екстраполяції ряду динаміки з використанням функцій FORECAST.ETS та FORECAST.ETS.CONFINT в Excel. В результаті одержується 3 сценарних значення прогнозного показника – перше на основі трендового рівняння, друге – на основі побудованого верхнього інтервалу довіри як максимально можливого і третє – на основі нижнього інтервалу довіри як мінімально можливого. Трендовий аналіз, як прогнозний метод, лежить в основі екстраполяції ряду динаміки. Трендовий аналіз є математичною формалізацією існуючої тенденції ряду динаміки (сукупність числових значень показника за однакові проміжки часу – рівні ряду динаміки, сформована за певний період, т. з. довжина ряду динаміки) [2, с. 35], послідовність членів якого записується так:

$$y_1, y_2, \dots, y_t, \quad (4.7)$$

де  $t$  – порядковий номер рівня ряду динаміки,  $t = \overline{1; n}$ ,  $n$  – кількість членів ряду динаміки [3, с. 400].

У загальному вигляді функція тренду виглядає так:

$$y_t = f(t_1, t_2, \dots, t_n). \quad (4.8)$$

Важливою частиною трендового аналізу є процес установлення інтервалів довіри як методичного прийому, що полягає в убезпеченні прогнозу від помилок

та низького рівня достовірності. У ході встановлення інтервалів довіри визначають розмах варіації прогнозованого показника, враховуючи рівняння тренду та амплітуду коливання спостережуваних значень ряду динаміки. Межі коливання прогнозного значення від лінії тренду розраховуються на основі стандартної похибки прогнозованого значення за рівнянням тренду ( $S_e$ ):

$$S_e = \sqrt{\frac{\sum_{t=1}^n (y_t - \hat{y}_t)^2}{n-2}}, \quad (4.9)$$

де  $y_t$  – фактичне значення члену ряду динаміки;

$\hat{y}_t$  – значення члену ряду динаміки, розраховане за рівнянням тренду;

$n$  – кількість членів ряду динаміки [6, с. 403].

У трендовому аналізі інтервали довіри встановлюють, враховуючи подвійну стандартну похибку спостережуваного прогнозного значення. Для розрахунку прогнозних значень нижнього інтервалу довіри досліджуваного показника використовують формулу:

$$\hat{y}_{t+L} - 2S_e, \quad (4.10)$$

де  $\hat{y}_{t+L}$  – прогнозне значення показника, що розраховуються за рівнянням тренду для кожного з  $L$  періодів прогнозу;

$L$  – порядковий номер прогнозного року, при чому  $L = \overline{n+1; n+m}$ ,  $m$  – кількість членів прогнозного періоду [6, с. 403].

Для розрахунку верхнього інтервалу довіри прогнозу використовують формулу:

$$\hat{y}_{t+L} + 2S_e, \quad (4.11)$$

Отже, з 95 % імовірністю можна вважати, що значення прогнозованого показника буд перебувати в межах інтервалів довіри:

$$y_{t+L} \in [y_{t+L} - 2S_e; y_{t+L} + 2S_e]. \quad (4.12)$$

Отже, використовуючи формули (4.7)–(4.12), реалізуємо прогнозування незалежних змінних (факторних ознак) п'ятифакторної степеневі моделі, представленої формулою (4.6). Так, першою факторною ознакою є Індекс прав людини (HRI), результати прогнозування якого ілюструє рис. 4.5.

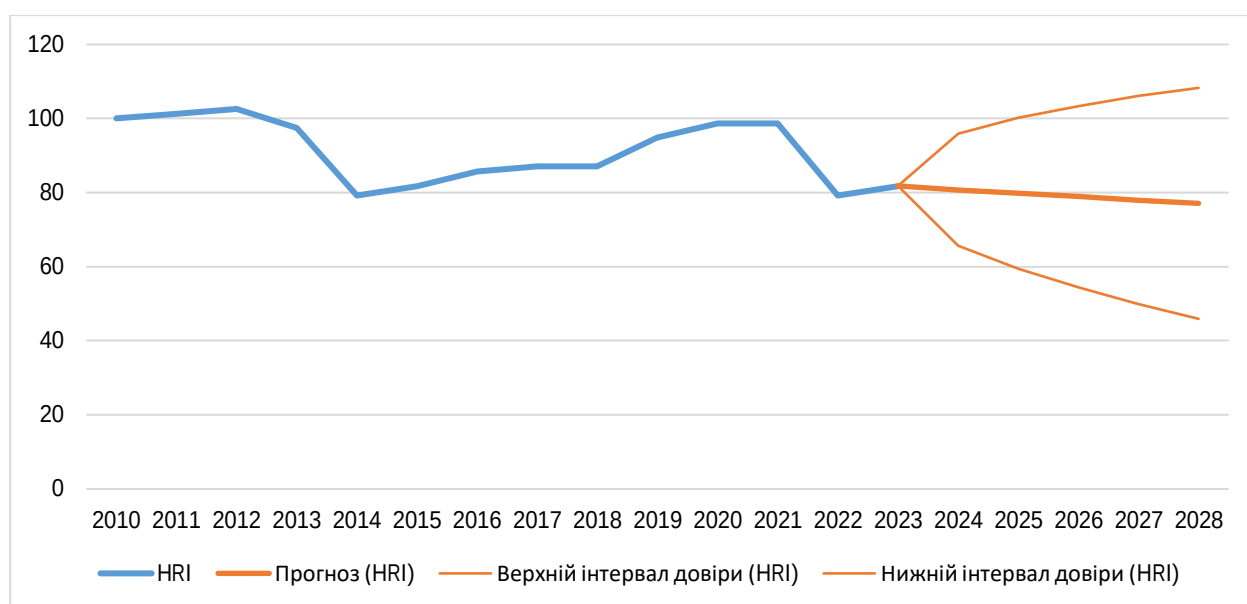


Рис. 4.5. Результати прогнозування базисних темпів зростання Індексу прав людини (HRI) в Україні на 2024–2028 рр., %

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними табл. 4.2.

На рис. 4.5 представлено динаміку Індексу прав людини (HRI) в Україні за період 2010–2023 рр., а також прогнозні значення індексу на 2024–2028 рр. Для кращого розуміння тенденцій на графіку позначено три ключові показники: фактичні значення HRI + прогнозні значення індексу HRI, а також верхній і нижній інтервали довіри. Аналізуючи фактичні тенденції розвитку індексу прав людини, слід зазначити, що до 2012 року показник HRI залишався стабільним, тримаючись на рівні близько 100% рівня 2010 року. У 2013 році спостерігається різке падіння індексу, що, ймовірно, відображає значний негативний вплив



соціально-економічних чи політичних подій на дотримання прав людини. Цей спад може бути пов'язаний із початком соціально-політичної нестабільності, що передувала початку російсько-української війни. Після історичного мінімуму у 2014 році (79 %) показник поступово почав відновлюватися, демонструючи стабільне зростання до 2021 року, коли досягнув локального максимуму 98 % рівня 2010 року. У 2022 році спостерігається різке падіння HRI, що, ймовірно, відображає наслідки масштабних кризових явищ, спричинених повномасштабним вторгненням, запровадженням воєнного стану та, як наслідок – порушенням прав людини.

Прогноз HRI на наступні роки демонструє розгалуження траєкторій із різними сценаріями. Так, прогнозний показник HRI (товста помаранчева лінія) демонструє поступове зниження з 81,8 % (рівня 2010 року) у 2023 році до 77,1 % (рівня 2010 року) у 2028 році. Це найбільш імовірно свідчить про негативну тенденцію у сфері забезпечення прав людини, яка може бути спричинена недостатніми реформами чи зовнішніми викликами. Верхній інтервал довіри показує потенційний сценарій оптимістичного розвитку, коли значення HRI стабільно зростатиме і на кінець 2028 року сягне 108,3 % рівня 2010 року. Нижній інтервал довіри демонструє більш негативний сценарій, за яким індекс HRI значно знижується до 2028 року, потенційно сягнувши 46 % рівня 2010 року. Така траєкторія може бути спричинена тривалою політичною чи соціальною кризою, пов'язаною із продовженням воєнних дій на території України.

Аналізуючи історичні дані, можна помітити, що індекс прав людини (HRI) є дуже чутливим до кризових явищ. Найпомітніші спади припадають на 2013–2014 та 2022 рр. Середній прогноз HRI на 2024–2028 рр. демонструє тенденцію до зниження, що може свідчити про очікувані труднощі в реалізації політик, спрямованих на захист прав людини. Значне розгалуження прогнозу між верхнім і нижнім інтервалами довіри вказує на високу невизначеність щодо майбутнього стану прав людини в Україні. Навіть за негативних сценаріїв існує ймовірність стабілізації індексу HRI, якщо будуть вжиті ефективні заходи з боку уряду та міжнародних організацій.

Охарактеризовані тенденції динаміки індексу прав людини можуть бути пов'язані з політичними реформами, активізацією громадянського суспільства чи, навпаки, з репресивними заходами. Крім того, спади рівня HRI можуть бути наслідком економічної нестабільності, що ускладнює реалізацію програм захисту прав людини. Очевидно, що зниження індексу у 2022 році відображає наслідки військових дій та порушень, які відбуваються під час воєнного стану. Для підвищення рівня індексу прав людини в умовах воєнного та повоєнного стану в Україні та стабілізації ситуації доцільно заручитися підтримкою міжнародних організацій, зокрема ООН, ОБСЄ тощо, впровадити законодавчі зміни, спрямовані на захист прав людини, а також забезпечити економічну стабільність задля сприяння покращенню соціального клімату та умов для дотримання прав людини.

Отже, майбутня динаміка індексу прав людини (HRI) буде значною мірою залежати від політичних, соціальних і економічних факторів. Прогноз вказує на ризики погіршення, але за умов оптимістичного сценарію існує потенціал для стабілізації та поступового покращення ситуації у сфері захисту прав людини.

Результати прогнозування базисних темпів зростання рівня Індексу свободи преси (WPFI) відображено на рис. 4.6.

На рис. 4.6 представлено прогнозування базисних темпів зростання Індексу свободи преси (World Press Freedom Index, WPFI) на 2024–2028 рр. Синя лінія показує фактичні значення WPFI за попередні роки (2010–2023), а помаранчеві лінії відображають прогнозовані значення разом із межами інтервалу довіри (верхньої та нижньої) для періоду 2024–2028 рр. Упродовж 2010–2017 рр. спостерігається поступове зростання WPFI, що свідчить про покращення свободи преси в Україні. Індекс зростав у середньому рівномірно, що свідчить про відсутність значних негативних зовнішніх факторів.

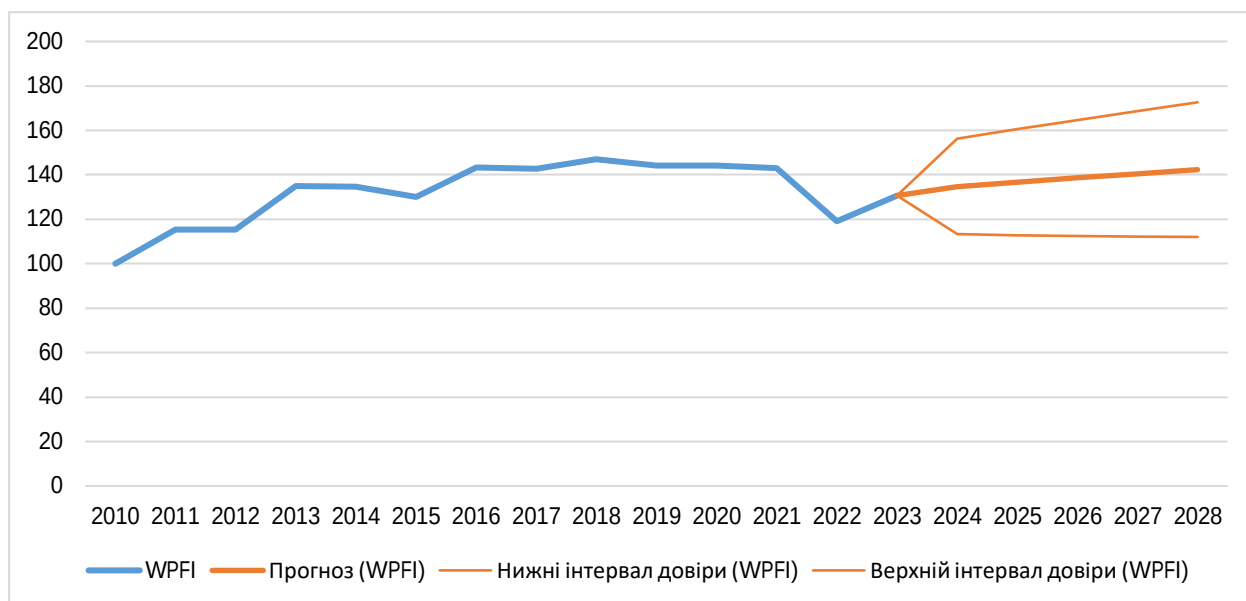


Рис. 4.6. Результати прогнозування базисних темпів зростання Індексу свободи преси (WPFI) в Україні на 2024–2028 рр., %

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними табл. 4.2.

Після 2017 року WPFI досяг плато, залишаючись приблизно на одному рівні до 2020 року, близько 140 % значення 2010 року. Починаючи з 2022 року, відбувається різке зниження індексу до 119 % рівня 2010 року, що пов'язано насамперед з фазою широкомасштабного вторгнення російсько-української війни.

Аналізуючи прогнозні значення, слід зазначити, що основна прогнозована лінія (помаранчева) показує поступове відновлення WPFI після падіння 2022 року. До 2028 року індекс демонструє повільний, але стійкий ріст, хоча й не досягає рівня, зафіксованого у 2021 році. Верхня межа інтервалу довіри демонструє оптимістичний сценарій, за якого свобода преси швидко відновлюється, перевищуючи рівень 2020 року до кінця прогнозованого періоду. Нижня межа відображає песимістичний сценарій, у якому показник стабілізується на низькому рівні без значного зростання. У перші роки прогнозу (2024–2025 рр.) інтервал довіри досить вузький, що вказує на відносно високий рівень впевненості в прогнозі. У довгостроковій перспективі (2026–2028 рр.) інтервал розширюється, підкреслюючи зростання невизначеності. Наявність

широкого довірчого інтервалу вказує на те, що майбутня динаміка залежить від соціально-економічних умов, політичної стабільності, реформ, а також глобальних змін у медійному середовищі.

Необхідно враховувати додаткові фактори, які можуть впливати на WPFI, такі як нові технології, регулювання в медіаіндустрії або міжнародні кризи. Розробка адаптивних політик, що сприяють підвищенню свободи преси, може допомогти уникнути песимістичного сценарію. Отже, рис. 4.6 надає цінну інформацію про минулі тренди, сучасний стан та прогнозовану динаміку WPFI. Це дозволяє зрозуміти можливі сценарії розвитку ситуації зі свободою преси та зробити висновки для розробки стратегічних сценаріїв.

Наступним показником, прогнозування якого відображають дані рис. 4.7, є ВВП України у поточних цінах, млрд дол. США (GDP).

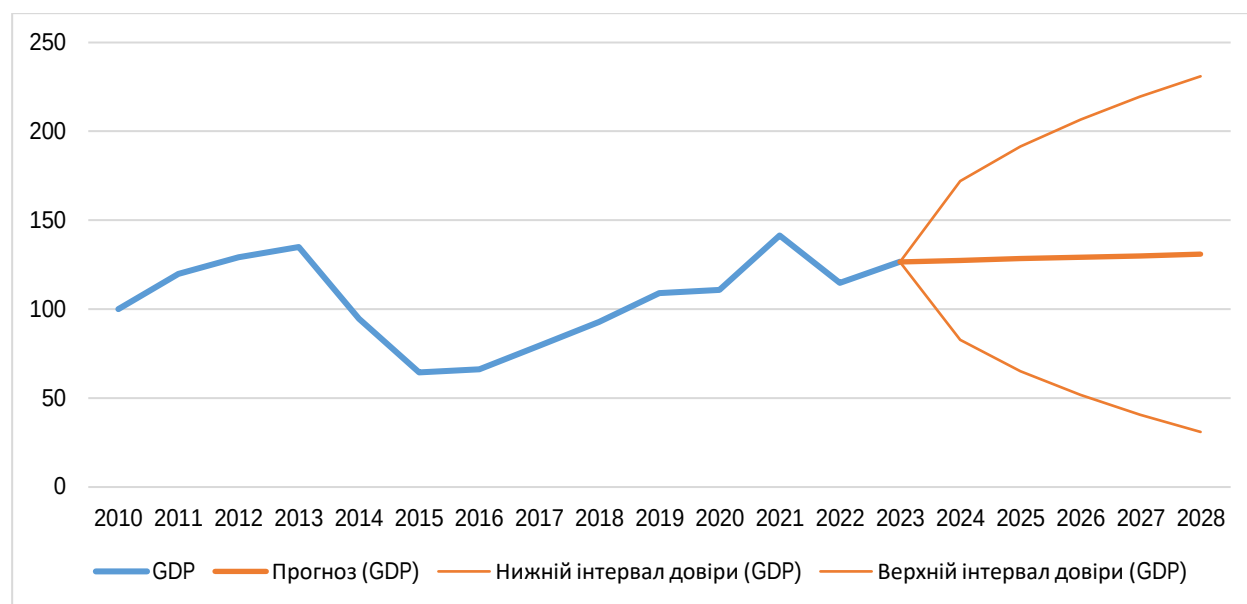


Рис. 4.7. Результати прогнозування базисних темпів зростання ВВП України у поточних цінах, млрд дол. США (GDP) на 2024–2028 рр., %

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними табл. 4.2.

На рис. 4.7 представлено динаміку фактичних та прогнозованих базисних темпів зростання валового внутрішнього продукту (ВВП) України у поточних цінах, виражених у млрд дол. США, на період 2010–2028 рр. Лінія синього кольору відображає історичні значення ВВП (GDP) за 2010–2023 рр., тоді як

помаранчева лінія представляє прогноз на 2024–2028 рр. Також наведено інтервали довіру прогнозу: верхня межа демонструє оптимістичний сценарій, а нижня межа – песимістичний.

У період 2010–2013 рр. спостерігається стабільне зростання ВВП України у поточних цінах, виражених у млрд дол. США. Збільшення валового продукту свідчить про сприятливу макроекономічну ситуацію, поступове відновлення після глобальної фінансової кризи 2008–2009 рр. та активізацію зовнішньої торгівлі. Темпи зростання були стабільними, відображаючи сприятливі умови для бізнесу, розвиток експорту та приплив іноземних інвестицій. Починаючи з 2014 року, ВВП різко зменшився, досягнувши мінімального рівня у 2015 році – 64,5 % рівня 2010 року. Це зумовлено комплексом політичних, економічних та соціальних факторів: анексією Автономної Республіки Крим та воєнними діями російських мілітарних і парамілітарних формувань на сході України, які вплинули на виробничі потужності та експорт; дестабілізація національної валюти, що призвела до суттєвого скорочення внутрішнього попиту та збільшення інфляції; відтік іноземних інвесторів та обмеження доступу до міжнародних ринків капіталу.

З 2016 року ВВП України демонструє тенденцію до поступового зростання. Це пояснюється стабілізацією політичної ситуації, впровадженням реформ у ключових секторах економіки та зростанням світових цін на сировину (зокрема, на зернові культури та металопродукцію). У 2021 році спостерігається значне зростання, що пов'язано з відновленням економіки після пандемії COVID-19 та активізацією зовнішньої торгівлі. На тлі глобальної економічної нестабільності та внутрішніх викликів, зростання ВВП сповільнюється. Політичні ризики та виклики у зовнішній торгівлі відіграють важливу роль у стримуванні економічного розвитку.

Після аналізу історичних тенденцій динаміки ВВП у поточних цінах (млрд дол. США) розглянемо основні прогнозні сценарії. Базовий сценарій передбачає поступове, хоча й незначне зростання ВВП у поточних цінах упродовж прогнозного періоду до 131 % рівня 2010 року. Це свідчить про очікування

стабілізації економіки, відновлення зовнішнього попиту та збільшення інвестицій. До 2028 року ВВП стабільно зростає, хоча темпи приросту залишаються помірними, що вказує на поступовий вихід економіки з кризи. Прогнозні значення верхнього інтервалу довіри показують, що оптимістичний сценарій демонструє прискорене зростання ВВП до 231 % рівня 2010 року. За таких умов економіка України може повернутися до високих темпів розвитку, перевищивши попередні рекордні показники. Це можливо за умов активного впровадження структурних реформ, відновлення довіри інвесторів, покращення інвестиційного клімату та значної підтримки з боку міжнародних партнерів. У рамках песимістичного сценарію ВВП України може значно знизитися до 2028 рр., сягнувши 31 % рівня 2010 року. Основними причинами можуть стати: загострення геополітичних ризиків, що обмежує інвестиції та міжнародну торгівлю; економічна рецесія через внутрішні політичні виклики або недостатню ефективність економічної політики.

Отже, ВВП до 2028 року може опуститися до рівня, нижчого за показники 2023 року, що свідчить про критичний стан економіки. Широкий довірчий інтервал у довгостроковій перспективі (2026–2028 рр.) свідчить про високий рівень невизначеності, пов'язаний із зовнішніми та внутрішніми факторами впливу на економіку. До внутрішніх факторів впливу можна віднести: прогрес у сферах судової системи, антикорупційної політики, покращення умов для малого та середнього бізнесу; ефективність макроекономічного управління, зокрема бюджетної та грошово-кредитної політики. Зовнішніми факторами є такі: стан світових ринків, зокрема цін на сировинні товари, важливі для експорту України; надання кредитів, грантів та технічної допомоги від міжнародних організацій; стабільність у регіоні, відсутність ескалацій конфліктів. Погіршення соціально-економічних умов може призвести до відтоку робочої сили, зниження споживчого попиту та інвестиційної активності.

Отже, для забезпечення стабільного зростання ВВП Україні необхідно продовжувати впроваджувати реформи, спрямовані на покращення бізнес-клімату та залучення інвестицій. Також надзвичайно важливо забезпечити

макроекономічну стабільність, що включає контроль інфляції, стабільність валюти та управління державним боргом. Слід активно працювати над відновленням довіри міжнародних партнерів та залученням довгострокових інвестицій.

Для забезпечення зростання ВВП слід використати переваги у сільському господарстві, IT-секторі та промисловості для нарощування об'ємів експорту, а також розвивати внутрішній ринок через стимулювання попиту та підтримку малого і середнього бізнесу. Висока залежність від зовнішніх факторів, таких як ціни на сировину та міжнародна кон'юнктура, створюють як перешкоди для зростання, так само можуть стати його стимуляторами. При цьому політичні ризики можуть знизити темпи впровадження реформ і вплинути негативно на інвестиційний клімат. Отже, динаміка та прогноз ВВП України у поточних цінах (млрд дол. США) демонструють як перспективи, так і ризики. Для досягнення стабільного економічного зростання необхідна системна робота з усунення бар'єрів, впровадження ефективної політики та адаптація до змін у глобальній економіці.

Перейдемо до аналізу результатів прогнозування імпорту послуг за статтею «Подорожі», млн дол. США (ITS), наведених на рис. 4.8. Для підвищення адекватності прогнозу у вихідних даних ряду динаміки цього показника було замінене значення 2022 року з 527,4 % на середньорічне значення за 2010–2023 рр. 190,3 %. Таку маніпуляцію з даними дозволено зробити у прогнозуванні за умови наявності значення члена ряду динаміки з «аномальним» відхиленням від середнього (у нашому випадку +337,2 %), внаслідок чого розмах варіації був настільки значним (+427,4 %), що нижній інтервал довіри містив від'ємні значення, а це неможливо, оскільки найменшим значенням темпу зростання показника імпорту послуг за статтею «Подорожі» може бути тільки 0.

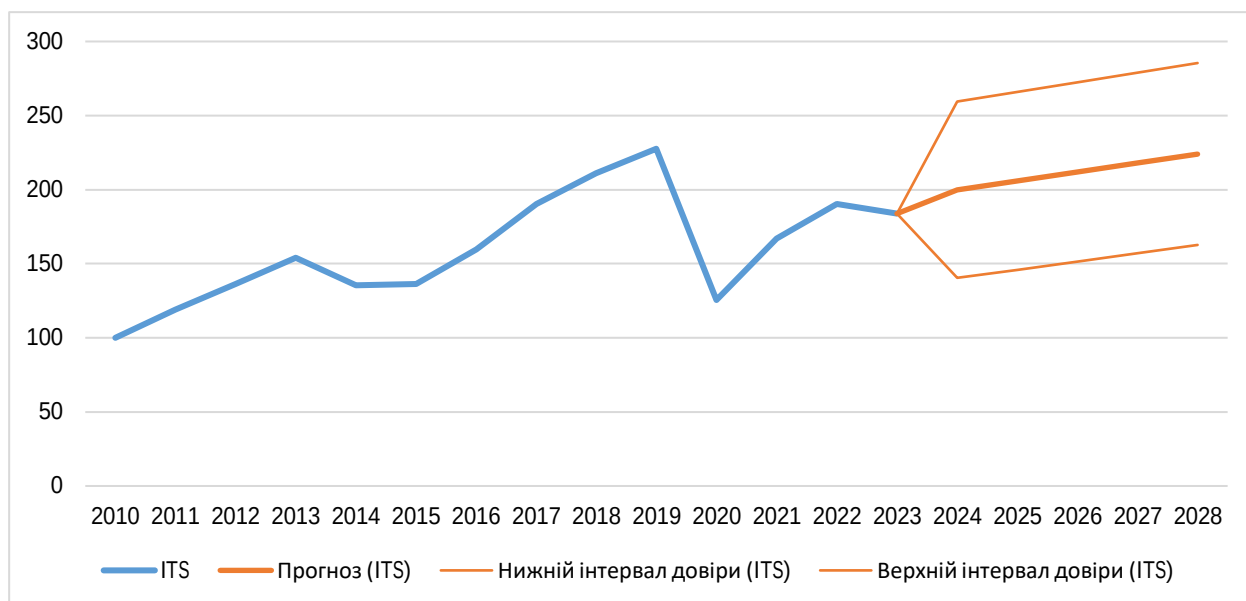


Рис. 4.8. Результати прогнозування базисних темпів зростання імпорту послуг за статтею «Подорожі», млн дол. США (ITS) на 2024–2028 рр., %

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними табл. 4.2.

На рис. 4.8 представлено динаміку фактичних та прогнозованих базисних темпів зростання імпорту послуг за статтею «Подорожі» (ITS), виражену в млн дол. США, за період 2010–2028 років. Синя лінія ілюструє фактичні дані (2010–2023 рр.), помаранчева – прогнозні дані на 2024–2028 рр., а також наведені інтервали довіри прогнозу: верхній (оптимістичний сценарій) та нижній (песимістичний сценарій). Аналізуючи фактичні тенденції динаміки, наведені на рис. 4.8, слід зазначити, що у 2010–2013 рр. спостерігався стабільний ріст імпорту послуг за статтею «Подорожі». Це свідчить про зростання попиту на міжнародні туристичні послуги серед українських громадян. Основними причинами такого зростання стали: збільшення доходів населення після глобальної фінансової кризи; посилення міжнародних зв'язків, а також розвиток доступності туристичних послуг через дешевші авіаперельоти та пропозиції туроператорів. У 2012 році показник досягає першого піку, що може бути пов'язано з проведенням чемпіонату Європи з футболу в Україні та Польщі. Це стимулювало українців до подорожей і активізувало сектор міжнародних послуг.



У 2014–2015 рр. відбулося зниження імпорту послуг за статтею «Подорожі», що стало наслідком таких факторів: девальвація гривні, яка значно підвищила вартість міжнародних подорожей для громадян України; військові дії на сході України та анексія Криму, які спричинили загальну економічну нестабільність і зниження доходів населення; зменшення інтересу до закордонних подорожей через економічну невизначеність. У 2015 році імпорт послуг стабілізується на відносно низькому рівні, що свідчить про адаптацію ринку до нових реалій. Починаючи з 2016 року, спостерігається поступове зростання імпорту послуг. Це пояснюється покращенням економічної ситуації, стабілізацією національної валюти та зростанням доходів населення; розширенням міжнародних маршрутів лоукост-авіаліній, що зробило закордонні подорожі доступнішими для більшої кількості громадян.

Імпорт послуг досягає нового піку у 2019 році, що демонструє високий попит на подорожі серед українців. А вже у 2020 році показники різко падають через глобальні обмеження на міжнародні подорожі, закриття кордонів та значне скорочення міжнародного туризму. Це стало прямим наслідком пандемії COVID-19, яка обмежила можливість подорожей та знизила попит на відповідні послуги. З послабленням карантинних обмежень та відкриттям кордонів у 2021 році імпорт послуг починає поступово відновлюватися. У 2022 році спостерігається значна невизначеність, пов'язана з війною в Україні, що вплинуло на зростання міжнародної мобільності та спричинило аномальну туристичну активність, внаслідок чого імпорт послуг за статтею «Подорожі» сягнув понад 527 % зростання, порівняно з 2010 роком. У 2023 році показники різко впали до 184 % росту, порівняно з 2010 роком і залишаються на низькому рівні, хоча починається поступова адаптація економіки до нових умов.

Проведемо аналіз прогнозу на 2024–2028 роки. Так, згідно базового (реалістичного) сценарію, у 2024 році прогнозується повільне, але стабільне відновлення імпорту послуг за статтею «Подорожі». Це відображає поступове покращення економічної ситуації та зростання попиту на міжнародні подорожі. До 2028 року очікується досягнення рівня, близького до докризових показників.

Основними факторами зростання імпорту подорожей слід вважати: відновлення платоспроможності населення; зростання доступності міжнародних маршрутів завдяки розвитку авіаційного сполучення; інтеграція України до міжнародного туристичного ринку.

Згідно з оптимістичним сценарієм (верхній інтервал довіри), у разі сприятливих умов, імпорт подорожей може перевищити рівень 2019 року вже до 2026 року. Це можливо за умов завершення російсько-української війни, швидкого поствоєнного економічного відновлення; суттєвої підтримки туризму з боку держави та міжнародних партнерів; інтенсивного розвитку цифрових послуг у сфері туризму. У 2028 році імпорт послуг за цим сценарієм досягає історичного максимуму, що демонструє активне відновлення туристичної галузі.

Згідно з песимістичним сценарієм (нижній інтервал довіри), темпи зростання імпорту подорожей залишаються низькими через продовження військових дій або політичної нестабільності; економічні труднощі, таких як погіршення платоспроможності населення та відсутності іноземних інвестицій. До 2028 року імпорт послуг залишається значно нижчим за рівень 2019 року. Такий сценарій свідчить про низький рівень міжнародної туристичної активності та стагнацію у галузі.

Очевидно, що на прогноз імпорту послуг за статтею «Подорожі» чинить вплив ряд факторів – внутрішніх і зовнішніх. Так, до основних внутрішніх факторів слід віднести такі. Стан національної економіки України та доходи населення визначатимуть рівень попиту на міжнародні подорожі. Вітчизняні інвестиції в транспортну інфраструктуру можуть сприяти зростанню міжнародних подорожей. Основними зовнішніми факторами є стан світового туризму та доступність закордонних ринків, які впливатимуть на динаміку імпорту послуг; підтримка з боку міжнародних партнерів, зокрема щодо надання на вигідних умовах кредитів та грантів на розвиток туристичної інфраструктури, які стимулюватимуть попит на міжнародні подорожі.

Отже, імпорт послуг за статтею «Подорожі» демонструє високу залежність від економічної та політичної ситуації. Позитивний розвиток можливий за умови

стабільного економічного зростання, інтеграції до міжнародного ринку та покращення транспортної інфраструктури. Для досягнення оптимістичного сценарію необхідна координація державних та приватних зусиль у сфері туризму.

Останнім фактором інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України, який прогнозується (рис. 4.9), є базисні темпи зростання виробництва сонячної енергії (SEP).

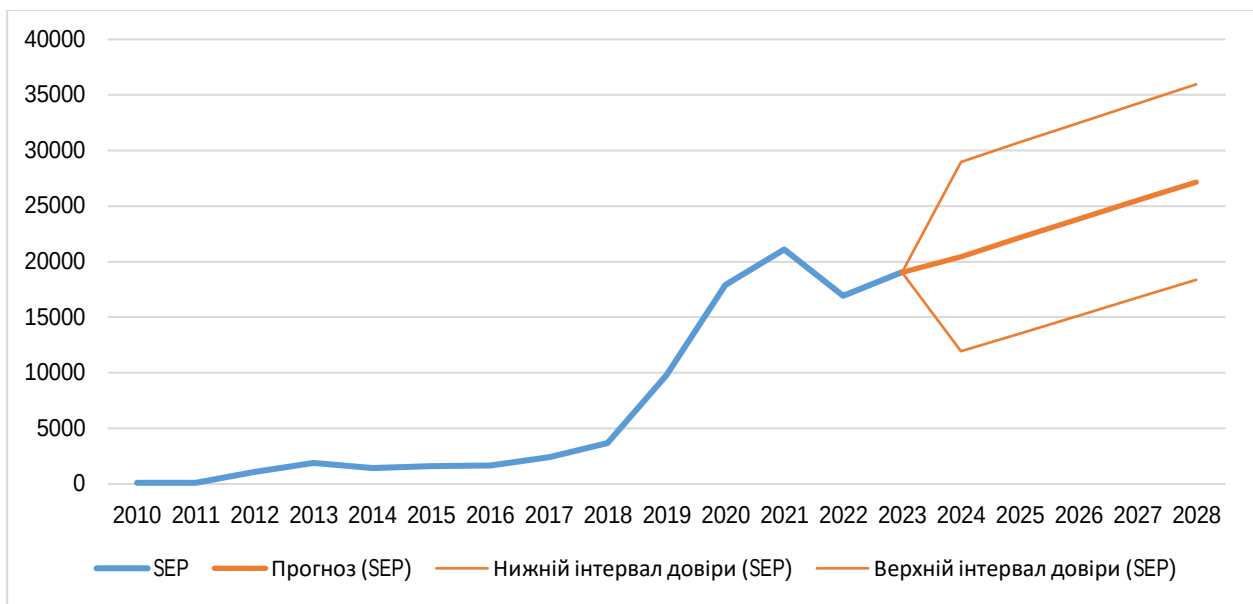


Рис. 4.9. Результати прогнозування базисних темпів зростання виробництва сонячної енергії, ТВт / год. (SEP) на 2024–2028 рр., %

Джерело: сформовано та проведено розрахунки засобами Excel за даними табл. 4.2.

Аналіз результатів прогнозування базисних темпів зростання виробництва сонячної енергії (SEP) на 2024–2028 рр., наведений на рис. 4.9, базується на наявних даних, що відображають динаміку цього показника з 2010 року. Дані включають фактичні значення за 2010–2023 роки та прогнозовані значення з верхніми й нижніми інтервалами довіри на період 2024–2028 рр. У 2010–2011 рр. виробництво сонячної енергії залишалося на незмінному рівні (100% рівня 2010 року), що вказує на відсутність значного розвитку у галузі. Це може бути пояснено низькою зацікавленістю в альтернативних джерелах енергії та відсутністю відповідної державної підтримки. У 2012 році спостерігається

суттєвий стрибок виробництва сонячної енергії, яке зросло в 11 разів порівняно з 2011 роком. Виробництво продовжує стрімко зростати до 2019 року, коли воно досягло 9766,67 % від рівня 2010 року. Основними причинами цього різкого збільшення були: впровадження державних програм стимулювання альтернативної енергетики; зростання інвестицій у будівництво сонячних електростанцій; технологічні вдосконалення, що здешевили виробництво сонячної енергії.

У 2020 році показник досяг 17900 % рівня 2010 року, а до 2021 року зріс до 21100 %. З 2022 року спостерігається деяке зниження темпів зростання (до 16933,33 % у 2022 році), але у 2023 році показник знову зріс до 19033,33 %. Така стабілізація може бути пов'язана з наступними факторами: насичення ринку великими сонячними проєктами; воєнний стан та економічна нестабільність, що вплинули на реалізацію нових проєктів; вимушений перехід на альтернативні джерела енергії після руйнування агресором генеруючих енергопотужностей.

Прогноз на 2024–2028 рр. базується на трьох сценаріях: базовий (реалістичний), песимістичний (нижній інтервал довіри) та оптимістичний (верхній інтервал довіри). Так, згідно базового сценарію, прогноз передбачає стабільне зростання виробництва сонячної енергії і +8123 % її приросту, порівняно з 2023 роком, за найближчі 5 років. Це свідчить про впевнений розвиток галузі, незважаючи на можливі економічні та політичні виклики. Згідно з оптимістичним сценарієм (верхній інтервал довіри) передбачається прискорене зростання виробництва, яке може досягти у 2028 році 35960 %, порівняно з 2010 роком (+16927 % за 5 років прогнозу). Такий сценарій можливий за умови активного інвестування в галузь, сприятливої державної політики, масштабного впровадження нових технологій тощо. Згідно з песимістичним сценарієм (нижній інтервал довіри), у разі несприятливих умов за 5 років прогнозу обсяг виробництва може скоротитися на 680 %, порівняно з 2023 роком.

Основними ризиками песимістичного сценарію є економічна нестабільність, спричинена скороченням державних дотацій або зміною правил функціонування ринку; погіршення інвестиційного клімату; затримка з

упровадженням нових потужностей через військові чи соціальні фактори тощо. При цьому на прогноз має безпосередній вплив технологічний розвиток, що забезпечить подальше здешевлення сонячних панелей та покращення їхньої ефективності. Значний позитивний вплив чинить міжнародна підтримка, зокрема фінансова допомога від міжнародних організацій для розвитку зеленої енергетики. Також суттєво впливає на прискорене зростання виробництва сонячної енергії популяризація переходу на екологічно чисті джерела енергії у зв'язку зі змінами клімату. Загалом результати прогнозування демонструють позитивну тенденцію розвитку сонячної енергетики в Україні. Не зважаючи на можливі ризики, галузь має високий потенціал для подальшого зростання за умов підтримки з боку держави, приватних інвесторів та міжнародних партнерів.

Отже, результати сценарного прогнозування передумов формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану демонструють комплексну залежність інвестиційного потенціалу від макроекономічних, соціально-політичних та екологічних факторів. Для прогнозування використано трендовий аналіз і статистичні моделі, які враховують ймовірні сценарії розвитку галузі. Виявлено, що інтеграція до європейського туристичного ринку вимагає прозорості інвестиційних процесів, відповідності екологічним стандартам та розбудови інфраструктури.

Аналіз прогнозів демонструє високу залежність динаміки інвестиційного потенціалу від макроекономічних і політичних обставин. У найближчі роки можливі три сценарії: оптимістичний за умови припинення воєнного стану, прискореного економічного відновлення та збільшення інвестицій; базовий в умовах поступового відновлення показників до довоєнного рівня; песимістичний у випадку значного скорочення інвестицій через тривалість воєнних дій та політичну нестабільність.

Індекс прав людини (HRI) демонструє загрозу погіршення за базовим сценарієм, але за умов реформ і міжнародної підтримки можливий стабільний розвиток. Свобода преси (WPFІ) показує тенденцію до відновлення, що залежить

від політичної стабільності. ВВП України до 2028 року має перспективу поступового зростання за базовим і оптимістичним сценаріями, хоча ризики залишаються значними. Імпорт туристичних послуг демонструє потенціал для відновлення попиту, особливо за умов розвитку інфраструктури й зростання платоспроможності населення. Виробництво сонячної енергії залишається однією з перспективних сфер, що може сприяти сталому розвитку туристичної галузі.

Для забезпечення позитивного сценарію передумов формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України слід активно впроваджувати економічні та правові реформи, інвестувати в туристичну та енергетичну інфраструктуру, забезпечити макроекономічну стабільність і залучати міжнародну допомогу, розвивати екологічно чисті технології, зокрема альтернативну енергетику. Розвиток туристичної галузі України можливий навіть в умовах кризових обставин, за умови правильного прогнозування, ефективної координації державної політики та підтримки міжнародних партнерів. Євроінтеграція створює як можливості, так і виклики для туристичної галузі. Важливими чинниками залучення інвестицій є забезпечення політичної стабільності, дотримання прав людини та свободи преси. Воєнний стан суттєво ускладнює ці процеси, впливаючи на загальний рівень привабливості України для іноземних інвесторів.

#### **4.3. Стратегічне планування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану**

Туристична галузь України є одним із ключових секторів економіки, здатним забезпечувати значний внесок у ВВП, сприяти створенню робочих місць і стимулювати розвиток суміжних галузей. У сучасних умовах розвитку України, які характеризуються впливом євроінтеграційних процесів та викликами, пов'язаними з воєнним станом, формування інвестиційного потенціалу

туристичної галузі набуває стратегічного значення. Залучення інвестицій є важливою умовою відновлення економіки та інтеграції України до європейського ринку, але цей процес потребує чіткого визначення пріоритетів і врахування особливостей поточної ситуації.

Євроінтеграція відкриває для України нові можливості для розвитку туристичної інфраструктури, просування на міжнародний ринок і запровадження інноваційних підходів у сфері обслуговування. Водночас адаптація до європейських стандартів вимагає прозорості інвестиційних процесів, екологічної сталості, забезпечення прав людини та підтримки високих стандартів якості. Ці вимоги створюють основу для стратегічного планування, орієнтованого на довгострокову конкурентоспроможність туристичної галузі.

З іншого боку, воєнний стан ускладнює економічну діяльність у багатьох регіонах України, створюючи значні ризики для інвесторів і підриваючи стабільність ринку. Руйнування інфраструктури, зниження платоспроможності населення та втрата туристичної привабливості низки територій є серйозними перешкодами для розвитку галузі. Водночас ці виклики стимулюють пошук інноваційних рішень і нових моделей співпраці між державним і приватним секторами. Крім того, міжнародна підтримка України відкриває можливості для залучення додаткових ресурсів і впровадження перспективних ініціатив.

Формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі вимагає врахування кількох стратегічних напрямків: розвитку інфраструктури, адаптації законодавства до європейських стандартів, стимулювання екологічного туризму, підтримки малого та середнього бізнесу в сфері туризму. Важливим аспектом є також формування позитивного міжнародного іміджу України як безпечної та привабливої туристичної дестинації. Це можливо лише за умов комплексного підходу, який включає координацію дій на державному рівні, залучення іноземних інвесторів і розвиток місцевих ініціатив.

Стратегічне планування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України є важливим як з наукової, так і з практичної точки зору. З одного боку, стратегічний план дозволяє окреслити перспективні напрями розвитку та

розробити ефективні інструменти підтримки галузі. З іншого боку, результати стратегічного планування можуть стати основою для формування державної політики в умовах євроінтеграції та війни. Особливу увагу слід приділити аналізу потенційних ризиків, пов'язаних із зовнішніми та внутрішніми чинниками, а також визначенню способів їх мінімізації.

Методичне забезпечення стратегічного планування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України базується на мультиваріативному моделюванні капітальних інвестицій, експоненційному моделюванні доходу від туризму, сценарному прогнозуванні факторів впливу і максимізації доходності інвестицій. Спочатку проведемо розрахунок прогнозних сценаріїв обсягів капітальних інвестицій у туристичну галузь України, доходу від туризму та коефіцієнта доходності інвестицій. Результати розрахунків зведено у табл. 4.4.

Таблиця 4.4

Результати сценарного прогнозування складових інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України у 2024–2028 рр.

| Найменування показника                        | Сценарій      | Значення показника за роками |       |        |        |        |        |        |
|-----------------------------------------------|---------------|------------------------------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                                               |               | 2010                         | 2023  | 2024   | 2025   | 2026   | 2027   | 2028   |
| Базисний темп росту капітальних інвестицій, % | Песимістичний | 100                          | 61,22 | 19,57  | 11,27  | 6,73   | 3,99   | 2,27   |
|                                               | Базовий       |                              |       | 63,06  | 62,89  | 62,75  | 62,64  | 62,53  |
|                                               | Оптимістичний |                              |       | 156,03 | 203,08 | 246,64 | 288,95 | 330,85 |

Продовження таблиці 4.4

|                                            |               |       |       |        |        |        |         |         |
|--------------------------------------------|---------------|-------|-------|--------|--------|--------|---------|---------|
| Обсяг капітальних інвестицій, млн дол. США | Песимістичний | 350,0 | 214,2 | 68,47  | 39,44  | 23,57  | 13,97   | 7,94    |
|                                            | Базовий       |       |       | 220,67 | 220,09 | 219,61 | 219,20  | 218,84  |
|                                            | Оптимістичний |       |       | 546,05 | 710,69 | 863,14 | 1011,21 | 1157,83 |
| Обсяг доходів від туризму, млрд дол. США   | Песимістичний | 15,27 | 9,54  | 8,25   | 7,85   | 7,64   | 7,52    | 7,44    |
|                                            | Базовий       |       |       | 10,68  | 10,67  | 10,66  | 10,66   | 10,65   |
|                                            | Оптимістичний |       |       | 18,57  | 24,57  | 31,84  | 40,96   | 52,55   |
| Коефіцієнт доходності інвестицій           | Песимістичний | 43,6  | 44,5  | 120,45 | 199,06 | 324,23 | 538,32  | 937,10  |
|                                            | Базовий       |       |       | 48,41  | 48,49  | 48,56  | 48,62   | 48,67   |
|                                            | Оптимістичний |       |       | 34,02  | 34,58  | 36,89  | 40,51   | 45,39   |

Джерело: сформовано і проведено розрахунки за даними рис. 4.3–4.9.

Дані табл. 4.4 відображають прогнозовані показники інвестиційного потенціалу туристичної галузі України за трьома сценаріями розвитку: песимістичним, базовим та оптимістичним. Для аналізу сценарного



прогнозування складових інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України у 2024–2028 рр. було враховано взаємозв'язки між основними факторами впливу та капітальними інвестиціями згідно формули (4.6), а також між капітальними інвестиціями у туристичну галузь (CIT) і доходами від туризму (RT) згідно формули, наведеної на рис. 4.4.

Таким чином, стратегічне планування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану полягає у створенні сприятливих умов для залучення інвестицій, адаптації до європейських стандартів і забезпечення стійкого розвитку галузі. Реалізація стратегічних планів можлива за умови комплексного підходу, що включає державну підтримку, міжнародну співпрацю та інноваційні рішення. Цей напрямок є критично важливим для економічного відновлення України та її інтеграції до глобального ринку.

Перейдемо до аналізу прогнозних сценаріїв складових інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України на 2024–2028 рр. Так, песимістичний сценарій розвитку туристичної галузі України передбачає скорочення обсягів капітальних інвестицій на 96 %. Така негативна тенденція може призвести до руйнації туристичної інфраструктури та втрати конкурентоспроможності галузі. Згідно песимістичного сценарію передбачається зменшення обсягів доходів від туризму на 84 %. Такий спад може бути спричинений відсутністю капітальних вкладень, що погіршить стан інфраструктури, знизить конкурентоспроможність галузі та призведе до відтоку туристів. При цьому коефіцієнт доходності зростає експоненційно з 120,45 у 2024 році до 937,10 у 2028 році. Динаміка цього показника свідчить про надзвичайно низький рівень інвестицій, за якого кожна вкладена одиниця дає високий дохід через мізерний обсяг капіталовкладень, а тому є штучною і неприйнятною для подальших досліджень.

Однією з основних причин песимістичного сценарію є продовження або ескалація воєнних дій на території України. Військовий конфлікт створює високі ризики для інвесторів через руйнування інфраструктури, зокрема туристичних

об'єктів, транспорту та енергомереж, небезпеку для життя туристів, що знижує туристичні потоки, спричиняє відтік іноземного капіталу та зменшення довіри до інвестиційного клімату України. В таких умовах капітальні інвестиції в туристичну галузь залишатимуться мінімальними, а міжнародні партнери обмежуватимуть фінансову підтримку через високі ризики.

Відсутність стабільності у політичній сфері також може спричинити песимістичний сценарій. Насамперед це затримка у впровадженні реформ, спрямованих на покращення бізнес-клімату. Корупція у сфері державного управління ускладнює доступ до фінансових ресурсів і створює додаткові бар'єри для інвесторів. Політичні конфлікти всередині країни послаблюють ефективність державної політики у сфері туризму. У результаті таких явищ інвестори втрачають довіру до державних гарантій, що знижує обсяги інвестицій у туристичну галузь.

Слабкість економіки є ще одним ключовим фактором песимістичного сценарію, що спричиняється насамперед економічним спадом, який прогнозується –95,6 % ВВП у фактичних цінах (дол. США) на кінець 2028 року, що зменшує внутрішній попит на туристичні послуги. Обмеженість державного бюджету через високі витрати на оборону не дозволяє фінансувати розвиток туристичної інфраструктури. Високий рівень інфляції та падіння купівельної спроможності населення знижує внутрішній туризм. Надзвичайно негативною є відсутність доступу до міжнародних кредитів або інвестиційних програм за песимістичного сценарію. У таких умовах туристичні об'єкти не модернізуються, а нові інфраструктурні проєкти залишаються нереалізованими.

Іншою умовою песимістичного сценарію є втрата позицій України на міжнародній туристичній арені. Це може статися через висвітлення у ЗМІ негативних подій, пов'язаних із війною або корупцією; відсутність системної державної програми з просування України як безпечного туристичного напрямку; труднощі у міжнародних транспортних зв'язках, зокрема обмеження авіаперевезень до України. Такі чинники значно зменшують потік іноземних туристів, які є важливим джерелом валютних надходжень.

У випадку енергетичної катастрофи, спричиненої, наприклад, атаками на енергетичну інфраструктуру, розвиток туристичної галузі може зазнати серйозних втрат, оскільки зростання витрат на енергоносії підвищує собівартість туристичних послуг. Перебої в енергопостачанні унеможливають ефективну роботу туристичних об'єктів. Відсутність інвестицій у «зелену» енергетику посилює залежність від традиційних джерел енергії. Без вирішення енергетичних проблем українські туристичні об'єкти стають неконкурентоспроможними на міжнародному ринку.

Недостатній розвиток цифрових технологій у туристичній галузі також є умовою песимістичного сценарію. Він пов'язаний з відсутністю онлайн-платформ для просування туристичних послуг, недостатнім рівнем цифровізації бізнес-процесів у сфері туризму, невикористанням можливостей штучного інтелекту та big data для аналізу туристичних потоків. У сучасних умовах, коли цифрові технології є основою успіху туристичної галузі, їхній низький рівень значно зменшує конкурентоспроможність України.

Отже, песимістичний сценарій розвитку інвестиційного потенціалу туристичної галузі України є наслідком поєднання військових, політичних, економічних та інфраструктурних чинників. Основними умовами такого сценарію є продовження війни, політична нестабільність, слабкість економіки, погіршення міжнародного іміджу та енергетична криза. У цих умовах обсяги капітальних інвестицій залишаються мінімальними, що негативно впливає на доходи від туризму і загальний стан галузі. Для уникнення песимістичного сценарію необхідні комплексні заходи, спрямовані на стабілізацію економіки, залучення інвестицій та відновлення туристичної інфраструктури.

Базовий прогнозний сценарій передбачає стабільність капітального інвестування туристичної галузі України в межах 218,84–220,67 млн дол. США. Це вказує на підтримання певного рівня інвестицій, який дозволить забезпечувати хоча б базове функціонування галузі. Доходи залишаються стабільними та коливаються в межах 10,65–10,68 млрд дол. США. Це свідчить про збереження поточного рівня туристичного потоку та послуг, проте без

перспективи значного зростання. У базовому сценарії коефіцієнт доходності залишається майже незмінним (близько 48,5), що вказує на стабільний рівень ефективності інвестування у туристичну галузь України. Збереження стабільного рівня інвестицій та доходів у базовому сценарії є позитивним сигналом, проте воно не забезпечує динамічного розвитку галузі. Тому слід активніше працювати над залученням іноземних інвестицій, використовуючи механізми державного-приватного партнерства та міжнародної допомоги.

Базовий прогностичний сценарій передбачає помірне, стабільне зростання туристичної галузі України за рахунок підтримання поточних економічних, політичних та соціальних умов. Він базується на припущенні, що країна зможе утримувати баланс між внутрішніми та зовнішніми викликами, не допускаючи погіршення ситуації, але й не досягаючи значних проривів. Основними умовами для реалізації базового сценарію є стабілізація ситуації у ключових сферах: економічній, політичній, військовій та соціальній.

У базовому сценарії військові дії тривають, але їхній вплив на туристичну інфраструктуру та економіку зменшується завдяки: локалізації конфлікту, що дозволяє відновлювати туристичні об'єкти у відносно безпечних регіонах; зниженню частоти атак на цивільну інфраструктуру, включно з енергетичною та транспортною мережами; ефективному функціонуванню системи цивільного захисту та швидкому реагуванню на надзвичайні ситуації. Такі умови дозволяють забезпечити частковий відновлювальний розвиток галузі в регіонах, які не зазнають безпосереднього впливу бойових дій.

Політична ситуація в Україні за умов базового сценарію залишається стабільною, хоча й не без проблем. Головні передумови: збереження основних реформ у державному управлінні, зокрема у сфері боротьби з корупцією; підтримка міжнародних партнерів, які продовжують фінансувати окремі проєкти з відновлення туристичної інфраструктури; відсутність масштабних політичних криз або зміни влади, що може порушити реалізацію довгострокових планів. Політична стабільність сприяє формуванню сприятливого клімату для бізнесу та поступовому збільшенню інвестицій.

Базовий сценарій передбачає, що економіка країни зможе зберігати відносно стабільний рівень розвитку, що базується на таких умовах: ВВП зростає помірними темпами за рахунок відновлення промисловості та експорту; залучення зовнішніх інвестицій на проєкти, пов'язані з туризмом, наприклад, у сфері інфраструктури та сервісу; державна підтримка малого та середнього бізнесу у сфері туризму через кредитування та субсидії. Завдяки економічній стабільності базовий темп росту капітальних інвестицій залишається на рівні 2023 року щорічно, що забезпечує підтримку ключових проєктів.

У базовому сценарії відновлення туристичної інфраструктури здійснюється, але поступово і зосереджується на найважливіших напрямках: реконструкція основних транспортних вузлів (аеропорти, вокзали, автотраси); відновлення популярних туристичних об'єктів, які можуть швидко принести дохід; підтримка готелів, ресторанів та інших об'єктів туристичної інфраструктури, які залишилися функціональними. Це дозволяє забезпечити стабільний, хоча й обмежений потік туристів.

Умови базового сценарію передбачають, що попит на туристичні послуги залишається відносно стабільним завдяки підтримці внутрішнього туризму за рахунок кампаній, які популяризують відпочинок у безпечних регіонах країни. Відбувається часткове повернення іноземних туристів завдяки зусиллям щодо поліпшення іміджу країни на міжнародній арені. Стабілізуються показники купівельної спроможності населення, не зважаючи на інфляційні процеси. Хоча попит на туризм не демонструє стрімкого зростання, його рівень дозволяє утримувати галузь у робочому стані.

Базовий сценарій передбачає, що цифровізація та інновації у туристичній галузі розвиваються, але повільно насамперед через брак ресурсів для масового впровадження сучасних технологій. Дається взнаки відсутність достатньої кількості кваліфікованих кадрів у сфері ІТ для створення інноваційних туристичних продуктів. Використання міжнародного досвіду для точкових удосконалень у цифровізації туризму обмежене. У таких умовах цифрові рішення застосовуються не в усіх регіонах або лише великими гравцями ринку.

Базовий сценарій залежить від зовнішньої підтримки, яка здійснюється через надання фінансової допомоги міжнародними організаціями, такими як ЄС, МВФ, Світовий банк. Стабільність міжнародних туристичних ринків зберігає зацікавленість іноземців у подорожах до України. Помірне покращення умов для експорту туристичних послуг у візовій політиці та транспортному сполученні. Ці фактори дозволяють підтримання мінімально необхідного рівня доходів від туризму.

Базовий сценарій розвитку туристичної галузі України можливий за умов обмеженого прогресу у стабілізації внутрішніх і зовнішніх факторів. Ключовими умовами є зменшення військової активності, політична стабільність, поступове економічне відновлення та обмежене відновлення туристичної інфраструктури. Хоча розвиток галузі у цьому сценарії не демонструє значного зростання, він забезпечує її виживання та мінімально необхідний рівень функціонування.

За оптимістичного сценарію обсяг капітальних інвестицій зростає у 5,3 рази – з 214,23 млн дол. США у 2023 році до 1,16 млрд дол. США у 2028 році. Такий рівень капіталовкладень дозволить реалізувати масштабні інфраструктурні проекти, що значно покращить якість послуг та привабливість туристичної галузі України. Доходи від туризму збільшуються у 5,5 рази – з 9,54 млрд дол. США у 2024 році до 27,14 млрд дол. у 2028 році. Такий приріст є наслідком значного покращення інфраструктури, залучення нових туристів та ефективного використання інвестицій. У цьому сценарії коефіцієнт доходності демонструє поступове зростання: з 44,51 у 2023 році до 45,39 у 2028 році. Це є наслідком значного збільшення обсягів інвестицій та ефективного їх використання, що дає змогу генерувати більші доходи.

Оптимістичний сценарій розвитку туристичної галузі України передбачає значне зростання інвестицій, доходів та загальної привабливості країни як туристичного напрямку. Для досягнення такого сценарію необхідне виконання низки сприятливих умов у політичній, економічній, безпековій та соціальній сферах. Він базується на припущенні, що Україна зможе вирішити ключові виклики та використати наявний потенціал для досягнення сталого зростання.

Найважливішою умовою для реалізації оптимістичного сценарію є завершення російсько-української війни та встановлення тривалого миру. Це дозволить повністю відновити безпеку в усіх регіонах країни. Розпочнеться активне відновлення пошкодженої інфраструктури, включно з туристичними об'єктами. Вдасться залучити іноземних туристів, які уникали України через військові ризики. Буде створено сприятливий клімат для міжнародних інвестицій. Стабільний мир є фундаментом для всіх інших складових оптимістичного сценарію.

Умовою для зростання капітальних інвестицій у туристичну галузь є активна участь міжнародних донорів та приватних інвесторів. Це можливо за умови проведення комплексних реформ, які гарантують прозорість та захист прав інвесторів. Мають надаватися державою податкові пільги та інші стимули для залучення інвестицій. Запуск масштабних державних і приватних проєктів з розвитку туристичної інфраструктури (будівництво готелів, модернізація аеропортів, створення нових туристичних зон) забезпечить як відновлення зруйнованої війною інфраструктури, так і стимулювання реального економічного зростання. Високий рівень інвестицій дозволить значно покращити якість туристичних послуг та підвищити привабливість України для міжнародного туризму.

Оптимістичний сценарій передбачає масштабне відновлення та модернізацію транспортної, енергетичної та туристичної інфраструктури. Для цього необхідно реалізувати проєкти відбудови основних транспортних вузлів (аеропорти, залізничні вокзали, автомагістралі) із залученням сучасних технологій. Відбудеться модернізація туристичних об'єктів, зокрема готелів, курортів, музеїв, парків та пам'яток культурної спадщини. Розвиватиметься інтеграція цифрових рішень у туристичні сервіси (електронні квитки, онлайн-тури, мобільні додатки для туристів). Відновлена інфраструктура сприятиме не лише внутрішньому туризму, а й збільшенню кількості іноземних відвідувачів.

Оптимістичний сценарій залежить від стійкого економічного зростання, яке створює сприятливі умови для розвитку туристичної галузі. Зростання ВВП

забезпечить збільшення доходів населення та їхньої спроможності витратити кошти на подорожі. Розвиток суміжних галузей, таких як ІТ, транспорт, енергетика сприятиме вдосконаленню туристичних послуг. Буде залучено приватний капітал та створено нові робочі місця у сфері туризму. Стабільна економіка дозволить забезпечити високі темпи росту капітальних інвестицій, що позитивно вплине на доходи від туризму.

Державна політика відіграє вирішальну роль у реалізації оптимістичного сценарію. Так, має бути запроваджено програму підтримки малого та середнього бізнесу у сфері туризму. Важливою стане маркетингова кампанія з популяризації України як туристичного напрямку на міжнародній арені. Держава має створити умови для сталого розвитку екотуризму, культурного та гастрономічного туризму. Активна роль держави у просуванні туризму дозволить значно підвищити рівень доходів усієї галузі.

Умовою для залучення іноземних туристів є відновлення та покращення міжнародного іміджу України. Це можливо через організацію міжнародних фестивалів, виставок та спортивних заходів. Важливою стане активна співпраця з міжнародними туристичними агентствами та платформами. Буде створене позитивне інформаційне поле через медіа та соціальні мережі. Поліпшення іміджу сприятиме поверненню іноземних туристів з Європи, Азії та Америки.

Цифровізація та інновації є ключовими складовими оптимістичного сценарію. Широке використання штучного інтелекту дозволить реалізувати персоналізацію туристичних послуг. Впровадження віртуальної та доповненої реальності забезпечить популяризацію об'єктів культурної спадщини. Слід також розвивати безпечні платіжні системи для міжнародних туристів. Інновації дозволять зробити Україну конкурентоспроможною на глобальному туристичному ринку.

Оптимістичний сценарій можливий за умов значного зростання попиту як на внутрішній, так і на міжнародний туризм. Зокрема відбудеться зростання популярності внутрішнього туризму серед українців завдяки покращенню інфраструктури. Буде створено умови для повернення іноземних туристів через



конкурентні ціни, високий рівень сервісу та унікальні туристичні пропозиції. Буде збільшено тривалість туристичних сезонів завдяки розвитку нових напрямків (зимового, екотуризму тощо).

Оптимістичний сценарій можливий за умов комплексного вирішення ключових викликів у безпековій, економічній, політичній та соціальній сферах. Завершення війни, активне залучення інвестицій, модернізація інфраструктури, державна підтримка та інноваційний підхід є фундаментальними передумовами для досягнення цього сценарію. Він дозволить значно підвищити доходи від туризму та зміцнити позиції України на міжнародному туристичному ринку.

Заключним етапом буде максимізація коефіцієнта доходності інвестицій (ROI), що є одним із ключових завдань у стратегічному плануванні інвестиційного потенціалу туристичної галузі України. Ця цільова функція забезпечує раціональний розподіл обмежених ресурсів, спрямованих на розвиток інфраструктури, підвищення якості послуг і стимулювання внутрішнього та зовнішнього попиту на туристичні послуги. ROI, як індикатор ефективності капіталовкладень, дозволяє оцінити, наскільки успішно інвестиції трансформуються у фінансові надходження та прибуток. У контексті туристичної галузі цей показник є особливо важливим через його мультиплікативний ефект на економіку, включаючи розвиток суміжних секторів, таких як транспорт, готельний бізнес, гастрономія та культура.

В умовах складної економічної та безпекової ситуації в Україні стратегічне планування повинно бути орієнтоване на досягнення найбільшої віддачі від вкладених коштів. Це дозволить не лише забезпечити зростання доходів, а й мінімізувати ризики, пов'язані з інвестиціями. Оптимізація ROI створює передумови для підвищення інвестиційної привабливості галузі, стимулює залучення як національного, так і міжнародного капіталу, а також сприяє формуванню конкурентних переваг України на глобальному туристичному ринку.

Значення ROI виходить за межі суто фінансових показників, оскільки воно сприяє визначенню оптимальних напрямків розвитку галузі, таких як

модернізація туристичних об'єктів, впровадження інноваційних рішень, розвиток екотуризму та покращення інфраструктури. Максимізація цього показника стає основою для ухвалення стратегічних рішень, які можуть забезпечити сталий розвиток галузі та закласти міцний фундамент для її постпандемійного й повоєнного відновлення в Україні. Таким чином, розв'язання цільової функції ROI є важливим інструментом для досягнення довгострокових цілей розвитку туристичної галузі України.

Для побудови цільової функції спочатку переведемо формулу (4.6) з базисного темпу росту у обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь України шляхом множення на базисне значення показника 2010 року:

$$CIT = \frac{349,96 \cdot 1,1 \cdot 10^{-7} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}}{100}; \quad (4.13)$$

$$CIT = 3,81 \cdot 10^{-7} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}.$$

Підставимо замість  $CIT$  у рівнянні доходу від туризму, наведеному на рис. 4, формулу (4.13):

$$RT = 7341,4 \cdot e^{0,0017 \cdot 3,81 \cdot 10^{-7} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}};$$

$$RT = 7341,4 \cdot e^{6,48 \cdot 10^{-10} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}}. \quad (4.14)$$

Зважаючи на те, що коефіцієнт доходності інвестицій є відношенням доходу до капітальних інвестицій, остаточний вигляд цільової функції максимізації доходності інвестицій у туристичну галузь України буде таким:

$$ROI = \frac{7341,4 \cdot e^{6,48 \cdot 10^{-10} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}}}{3,81 \cdot 10^{-7} \cdot HRI^{1,755} \cdot WPFI^{1,350} \cdot GDP^{1,472} \cdot ITS^{0,122} \cdot SEP^{-0,195}} \rightarrow \max,$$

де  $45,93 \leq HRI \leq 108,28$ ;

$112,06 \leq WPFI \leq 172,62$ ;

$30,98 \leq GDP \leq 230,99$ ;

$162,50 \leq ITS \leq 285,44$ ;

$18353,35 \leq SEP \leq 35960,03$ .

(4.15)

У цільовій функції максимізації доходності інвестицій у туристичну галузь України, представлений формулою (4.15), задано обмеження для кожної факторної ознаки, виходячи з мінімального і максимального значень незалежних змінних у відповідних прогностичних сценаріях (див. рис. 4.5–4.9). Максимізацію доходності інвестицій у туристичну галузь України проведено за допомогою надбудови “Solver” у Excel. Результати оптимізації зведено у табл. 4.5.

Таблиця 4.5

**Результати стратегічної оптимізації складових інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України**

| Найменування показника                                           | Значення показника: |          |                   | Відхилення (+/–) стратегічного плану у % від: |           |
|------------------------------------------------------------------|---------------------|----------|-------------------|-----------------------------------------------|-----------|
|                                                                  | 2010 рік            | 2023 рік | Стратегічний план | 2010 року                                     | 2023 року |
| 1. Індекс прав людини (HRI)                                      | 0,77                | 0,63     | 0,83              | +7,79                                         | +31,75    |
| 2. Індекс свободи преси (WPFI)                                   | 46,83               | 61,19    | 80,84             | +72,62                                        | +32,11    |
| 3. ВВП у поточних цінах, млрд дол. США (GDP)                     | 141,2               | 178,8    | 326,2             | +131,02                                       | +82,44    |
| 4. Імпорт послуг за статтею «Подорожі», млн дол. США (ITS)       | 3788                | 6878     | 10812,6           | +185,44                                       | +57,21    |
| 5. Виробництво сонячної енергії, ТВт / год. (SEP)                | 0,03                | 5,71     | 5,51              | +18266,67                                     | –3,50     |
| 6. Капітальні інвестиції у туристичну галузь, млн дол. США (CIT) | 350,0               | 214,2    | 1319,7            | +277,06                                       | +516,11   |
| 7. Дохід від туризму, млрд дол. США (RT)                         | 15,27               | 9,54     | 69,20             | +353,18                                       | +625,37   |
| 8. Коефіцієнт доходності інвестицій (ROI)                        | 43,62               | 44,51    | 52,44             | +20,22                                        | +17,82    |

Джерело: сформовано та проведено розрахунки за формулою (4.15) з використанням надбудови “Solver” у Excel.

Таблиця 4.5 демонструє результати стратегічної оптимізації інвестиційного потенціалу туристичної галузі України, досягнуті за допомогою максимізації коефіцієнта доходності інвестицій (ROI). Аналіз показує, що значення індексу прав людини (HRI) у 2023 році знизилося порівняно з 2010 роком, однак стратегічний план передбачає його зростання до 0,83. Україна має значення цього індексу, нижче середнього рівня Європи. Проблеми включають наслідки війни, недосконалість судової системи, виклики з адаптацією внутрішньо переміщених осіб та загальний рівень корупції. Зростання HRI до 0,83 у стратегічному плані свідчить про спрямованість на інтеграцію до європейського простору. Це потребує активних реформ у сфері захисту прав громадян, що є критичним чинником для створення довіри до України як туристичної дестинації та залучення інвесторів.

Значення індексу свободи преси (WPFI) значно зросло з 2010 до 2023 року, демонструючи прогрес у сфері свободи слова та медіа. У стратегічному плані цей показник має досягти 80,84, що підкреслює важливість подальших реформ для забезпечення прозорості інформаційного простору, формування позитивного міжнародного іміджу та стимулювання економічного розвитку через підвищення довіри іноземних партнерів. Україна поступово піднімається у рейтингу свободи преси, наближаючись до середнього рівня в Європі. Проте існують проблеми з тиском на журналістів, безпекою медіа під час війни та недостатнім плюралізмом у регіональних ЗМІ. Показник у 80,84 свідчить про можливість суттєвого покращення при збереженні реформи у сфері медіа.

Валовий внутрішній продукт (GDP) у 2023 році показав зростання порівняно з 2010 роком, що є важливим чинником для інвестиційного потенціалу туристичної галузі. Однак стратегічний план передбачає суттєве збільшення GDP до 326,2 млрд доларів США, що відображає необхідність продовження реформ, стимулювання бізнес-активності та залучення зовнішніх інвестицій. Економічне зростання виступає базовою умовою для забезпечення фінансової стабільності в галузі.

Імпорт послуг за статтею «Подорожі» (ITS) демонструє позитивну динаміку, зростаючи більш ніж удвічі з 2010 до 2023 року. Стратегічний план закладає подальше збільшення цього показника, що відображає потенціал України як туристичної дестинації. Для досягнення таких результатів важливо зосередитися на відновленні безпеки, покращенні транспортної інфраструктури та реалізації ефективних маркетингових кампаній на міжнародному рівні.

Виробництво сонячної енергії (SEP) у 2023 році досягло значного прогресу порівняно з 2010 роком, однак стратегічний план передбачає незначне зниження цього показника. Це може свідчити про перегляд пріоритетів у використанні відновлюваних джерел енергії для потреб туристичної галузі. Подальший розвиток зеленої енергетики залишається важливим для забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності галузі.

Капітальні інвестиції у туристичну галузь (CIT) значно знизилися з 2010 до 2023 року, однак стратегічний план передбачає їхній суттєвий приріст до 1319,7 млн доларів США. Це підкреслює важливість залучення інвестицій для відновлення інфраструктури, підвищення якості послуг і створення нових туристичних продуктів. Збільшення CIT є ключовою умовою для досягнення довгострокових цілей розвитку галузі.

Дохід від туризму (RT) у 2023 році суттєво знизився порівняно з 2010 роком, що відображає вплив економічних і безпекових викликів. Проте стратегічний план закладає значне зростання доходів до 69,2 млрд доларів США. Такий результат можливий за умов значного покращення інфраструктури, ефективного використання інвестицій та просування України на міжнародному туристичному ринку.

Коефіцієнт доходності інвестицій (ROI) у 2023 році дещо зріс, порівняно з 2010 роком, але стратегічний план передбачає його збільшення на 17,2%, порівняно з 2023 роком. 52,44 – це максимально можливе значення доходності інвестицій за умов оптимістичного сценарію і є стратегічною метою для забезпечення максимального потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах повоєнної відбудови та європейської інтеграції. Це свідчить про

підвищення ефективності інвестицій у туристичну галузь, що дозволяє забезпечити сталий розвиток і підвищити конкурентоспроможність України на глобальному ринку туризму. Оптимізація ROI є важливим кроком для досягнення максимального ефекту від вкладених ресурсів.

Максимізація цільової функції коефіцієнта доходності інвестицій дозволяє визначити ключові напрями розвитку туристичної галузі України. Значне збільшення капітальних інвестицій, доходів від туризму та покращення факторних ознак, таких як індекс прав людини, індекс свободи преси та ВВП, є основою для реалізації стратегічного плану. Оптимізація цих показників сприятиме створенню сприятливого інвестиційного клімату, покращенню міжнародного іміджу України та зміцненню її позицій на глобальному туристичному ринку.

Виходячи з результатів сценарного прогнозування, стратегічного планування та максимізації доходності інвестицій, розроблено такі стратегічні пріоритети формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції (рис. 4.10).

Виходячи з даних, наведених на рис. 4.10, проаналізуємо основні стратегічні пріоритети формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Так, розвиток транспортної та туристичної інфраструктури є основою для підвищення привабливості України як туристичної дестинації. До ключових завдань інфраструктурного розвитку України належать реконструкція транспортних вузлів, яка включає оновлення міжнародних аеропортів, вокзалів та автомагістралей, що забезпечать зручне та швидке сполучення між регіонами. Особлива увага приділятиметься адаптації інфраструктури до потреб іноземних туристів. Будівництво нових туристичних об'єктів, зокрема сучасних готелів, курортів, тематичних парків та конференц-центрів має відповідати європейським стандартам. Використання екологічних матеріалів і технологій допоможе залучити інвесторів, орієнтованих на сталий розвиток. Важливою є цифровізація інфраструктури, насамперед

створення інтегрованих платформ для бронювання послуг, навігаційних систем і електронних квитків полегшить доступ туристів до основних об'єктів і сервісів.



Рис. 4.10. Стратегічні пріоритети формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції

Джерело: запропоновано автором.

Ефективна інвестиційна політика спрямована на залучення як національного, так і міжнародного капіталу. Для її активізації слід розробити

систему податкових стимулів. При цьому пільги в оподаткуванні надаватимуться першочергово підприємствам, які інвестують у розвиток туризму, що сприятиме залученню інвестицій у довгострокові проєкти. Створення спеціалізованих фондів за участі міжнародних організацій та урядів інших країн дозволить акумулювати кошти для фінансування ключових проєктів. Проведення промоції інвестиційного потенціалу України з участю у міжнародних туристичних форумах та виставках допоможе презентувати Україну як перспективну країну для інвесторів.

Принципи сталого розвитку мають бути інтегровані в усі етапи планування та реалізації туристичних проєктів. Розвиток екотуризму не можливий без створення еко-стежок, природних парків, заповідників та еко-садиб, які пропонуватимуть туристам унікальний досвід без нанесення шкоди навколишньому середовищу. Важливим напрямом сталого розвитку буде збереження культурної спадщини, насамперед інвестування у відновлення історичних пам'яток та їхнє просування як туристичних продуктів. Енергетична ефективність через використання відновлюваних джерел енергії, таких як сонячна та вітрова енергетика реалізовується з метою забезпечення роботи туристичних об'єктів.

Для залучення інвесторів важливо забезпечити стабільні умови для ведення бізнесу. Юридична стабільність реалізується в гарантуванні захисту прав інвесторів через прозору правову систему. Антикорупційні заходи реалізуються через створення електронних платформ для реєстрації бізнесу та моніторингу інвестиційних процесів. Не менш важливим напрямом покращення інвестиційного клімату є підвищення міжнародних рейтингів: спрямованість на зростання показників індексів прав людини та свободи преси шляхом посилення свобод і впровадження демократичних реформ.

Європейська інтеграція у сфері туризму полягає насамперед у гармонізації стандартів і практик з ЄС, що дозволить Україні інтегруватися до європейського туристичного простору. Невід'ємною частиною євроінтеграції буде участь у європейських програмах співпраці, наприклад, Erasmus+, Horizon Europe, що



сприятимуть обміну досвідом і технологіями. Важливим напрямом євроінтеграції стане розробка спільних туристичних продуктів, наприклад, міжрегіональні тури Україна–ЄС, які пропонуватимуть унікальний досвід для туристів з різних країн. Просування бренду України через цифрові платформи, соціальні мережі та міжнародні кампанії сприятиме формуванню позитивного іміджу нашої країни у Європі.

На основі запропонованих стратегічних пріоритетів розроблено стратегічні заходи формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України. Розглянемо основні короткострокові заходи (термін реалізації 1–2 роки). На початковому етапі головне завдання полягає у створенні умов для швидкого відновлення інфраструктури та зміцнення довіри до інвесторів. Для цього має бути проведений аудит наявної інфраструктури та визначення пріоритетності відновлення туристичних об'єктів. У короткостроковій перспективі доцільно запустити пілотні проєкти у сферах екотуризму та «зелених» технологій для залучення уваги міжнародних партнерів, насамперед європейських. Слід розробити і реалізувати маркетингову кампанію, спрямовану на популяризацію безпечних регіонів України серед внутрішніх туристів. Запропоновані короткострокові заходи спрямовані на створення основи для формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України, що є ключовим для її відновлення та розвитку. Їх реалізація дозволить досягти кількох важливих результатів.

Проведення аудиту наявної інфраструктури та визначення пріоритетності відновлення туристичних об'єктів забезпечить системний підхід до розподілу обмежених ресурсів. Це дозволить сконцентрувати зусилля на найважливіших і найбільш перспективних напрямках, які можуть швидко принести відчутний економічний ефект. Крім того, аудит стане основою для розробки комплексного плану модернізації інфраструктури, що є важливим сигналом для інвесторів про чіткість стратегічного планування і готовність до змін.

Запуск пілотних проєктів у сферах екотуризму та «зелених» технологій демонструватиме прагнення України до сталого розвитку та відповідності

європейським стандартам. Ці проєкти привернуть увагу міжнародних партнерів, особливо тих, які надають пріоритет «зеленим» інвестиціям. Успішна реалізація пілотних ініціатив слугуватиме прикладом для масштабнішого інвестування та відкриє нові можливості щодо залучення грантів і програм технічної допомоги від європейських організацій.

Розробка та реалізація маркетингової кампанії, спрямованої на популяризацію безпечних регіонів України серед внутрішніх туристів, сприятиме збільшенню внутрішнього туристичного потоку. Це дозволить підвищити завантаженість існуючих туристичних об'єктів, створить нові робочі місця та збільшить доходи місцевих громад. Зростання туристичної активності на національному рівні є важливим сигналом для іноземних інвесторів, оскільки демонструє відновлення попиту на туристичні послуги та стабільність у певних регіонах країни.

Загалом, короткострокові заходи створять основу для довгострокового розвитку туристичної галузі. Вони дозволять побудувати довіру до інвестиційного клімату України, залучити нових інвесторів і підвищити ефективність використання ресурсів. Досягнуті результати будуть слугувати мотивацією для подальших капіталовкладень у масштабні проєкти, спрямовані на зміцнення позицій України на міжнародному туристичному ринку.

Розглянемо основні середньострокові заходи (3–5 років). Середньострокова стратегія передбачає масштабне залучення інвестицій для реалізації ключових інфраструктурних проєктів. Інтеграція до європейських туристичних стандартів реалізується через гармонізацію нормативно-правової бази. Модернізація транспортних вузлів і туристичних об'єктів проводиться із використанням сучасних технологій. У найближчі 3–5 років проведення міжнародних форумів і фестивалів приверне увагу до України як перспективної дестинації. Середньострокові заходи сприятимуть формуванню інвестиційного потенціалу туристичної галузі України через кілька ключових механізмів, які забезпечать системний розвиток галузі та підвищення її конкурентоспроможності.

Масштабне залучення інвестицій для реалізації ключових інфраструктурних проєктів створить міцний фундамент для подальшого розвитку галузі. Інвестиції дозволять модернізувати транспортну та туристичну інфраструктуру, включаючи будівництво сучасних готелів, курортів, тематичних парків та розбудову регіональних транспортних вузлів. Ці проєкти забезпечать доступність туристичних об'єктів, підвищать комфорт для туристів та створять нові робочі місця. Успішне впровадження інфраструктурних проєктів також стане сигналом для потенційних інвесторів про стабільність та перспективність українського туристичного ринку.

Інтеграція до європейських туристичних стандартів через гармонізацію нормативно-правової бази підвищить довіру іноземних інвесторів до України. Адаптація законодавства до вимог ЄС забезпечить прозорість бізнес-процесів, спростить реєстрацію нових компаній і зменшить адміністративні бар'єри для інвесторів. Крім того, відповідність європейським стандартам сприятиме покращенню іміджу України як країни, що прагне до сталого розвитку та інтеграції у світовий туристичний простір.

Модернізація транспортних вузлів і туристичних об'єктів із використанням сучасних технологій сприятиме створенню інноваційної інфраструктури, яка забезпечить зручність і безпеку для туристів. Використання цифрових рішень, наприклад, мобільних додатків для туристів, онлайн-бронювання та електронних квитків, не лише покращить якість послуг, а й приверне увагу технологічно орієнтованих інвесторів. Оновлена інфраструктура збільшить кількість туристичних потоків, сприятиме зростанню доходів і створить передумови для подальшого розширення галузі.

Проведення міжнародних форумів і фестивалів у найближчі 3–5 років значно підвищить видимість України на глобальній туристичній мапі. Ці заходи стануть платформою для презентації інвестиційного потенціалу країни, просування українських туристичних продуктів і залучення іноземних партнерів. Успішна організація міжнародних подій допоможе створити

позитивний імідж України як перспективної туристичної дестинації, що важливо для залучення довгострокових інвестицій.

Таким чином, середньострокові заходи забезпечать системне зміцнення інвестиційного потенціалу туристичної галузі. Завдяки модернізації інфраструктури, адаптації законодавства до європейських стандартів і просуванню України як привабливого напрямку для інвестицій і туризму, галузь отримає імпульс для подальшого розвитку. Це сприятиме стабільному зростанню туристичних потоків і доходів, створенню нових робочих місць та інтеграції України до глобального ринку туризму.

Розглянемо основні довгострокові заходи (6–10 років). На цьому етапі головною метою є перетворення України на один із провідних туристичних напрямків у Східній Європі. Створення регіональних туристичних кластерів забезпечить ефективну взаємодію між державними та приватними учасниками. Варто розвивати нішеві напрями туризму, зокрема гастрономічний, медичний та пригодницький. На постійній основі слід реалізовувати моніторинг і вдосконалення туристичних послуг відповідно до світових тенденцій. Довгострокові заходи (6–10 років) закладають основу для перетворення України на конкурентоспроможний туристичний напрямок, здатний стабільно генерувати доходи, залучати значні інвестиції та займати провідні позиції у Східній Європі. Реалізація цих заходів матиме значний вплив на формування та зміцнення інвестиційного потенціалу туристичної галузі.

Створення регіональних туристичних кластерів забезпечить синергію між державними, приватними й громадськими організаціями. Кластери дозволять об'єднати ресурси й зусилля учасників для спільного розвитку туристичної інфраструктури, маркетингу та просування. Це сприятиме оптимізації витрат на інфраструктуру та послуги, підвищенню їх якості та формуванню регіональних центрів тяжіння для туристів. Інвестори отримають можливість брати участь у комплексних проєктах, які пропонують більш прогнозовану рентабельність та ширші перспективи розвитку.

Розвиток нішевих напрямів туризму, таких як гастрономічний, медичний та пригодницький, дозволить Україні зайняти унікальну нішу на світовому туристичному ринку. Ці напрямки мають високий потенціал для залучення туристів із різними інтересами, зокрема тих, які шукають унікального досвіду. Розвиток гастрономічного туризму сприятиме популяризації місцевих продуктів і кухні, що стимулюватиме зростання сільського господарства та локального виробництва. Медичний туризм дозволить залучати туристів із країн, де медичні послуги дорожчі, сприяючи розвитку медичної інфраструктури. Пригодницький туризм стане привабливим для молоді та активних мандрівників, створюючи нові можливості для регіонів із природними ресурсами (гори, річки, ліси), зонами відчуження (Чорнобиль), звільненими територіями, на яких велися активні бойові дії.

Постійний моніторинг і вдосконалення туристичних послуг відповідно до світових тенденцій дозволять Україні залишатися конкурентоспроможною у швидко змінюваному туристичному середовищі. Регулярний аналіз потреб туристів і технологічних інновацій сприятиме адаптації послуг до сучасних стандартів, підвищенню їхньої якості та впровадженню інноваційних рішень, таких як цифровізація сервісів і персоналізація пропозицій. Це підвищить лояльність туристів і допоможе сформувати стабільну базу повторних відвідувань.

Довгострокові заходи також дозволять збільшити зайнятість населення, стимулювати розвиток суміжних галузей (транспорт, будівництво, ІТ, харчова промисловість) і зміцнити національний бренд України. Розширення інвестиційного потенціалу завдяки таким заходам відбудеться через створення прозорих механізмів партнерства, зниження ризиків для інвесторів та забезпечення стабільного зростання прибутковості вкладень.

Отже, для досягнення стратегічних цілей необхідно забезпечити тісну взаємодію держави, бізнесу та міжнародних організацій. Загалом, довгострокові заходи перетворюють Україну на привабливий ринок для стратегічних і портфельних інвесторів. Забезпечення якості туристичних послуг, поліпшення

інфраструктури, розробка унікальних пропозицій в нішевих сегментах і стабільне економічне зростання стане базою сталого розвитку туристичної галузі та інтеграції України у глобальний туристичний простір.

#### **Висновки до розділу 4**

За одержаними результатами у ході розробки стратегічних пріоритетів формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції дозволяють можна зробити ряд важливих висновків.

1. Євроінтеграція вимагає адаптації до високих стандартів ЄС у сфері інвестиційної прозорості, сталого розвитку та якості туристичних послуг. Це створює передумови для залучення міжнародних інвесторів, розширення туристичної інфраструктури та забезпечення конкурентоспроможності галузі на глобальному ринку. Реалізація євроінтеграційних вимог передбачає гармонізацію законодавчої бази, модернізацію інфраструктури та розвиток екотуризму. Такий підхід дозволить Україні зайняти унікальну нішу серед туристичних дестинацій, орієнтованих на сталий розвиток і високі стандарти якості.

2. Реалізоване мультіваріативне моделювання для оцінки інвестиційного потенціалу туристичної галузі України. Мультіваріативне моделювання дозволило проаналізувати вплив різних соціально-економічних та екологічних факторів на обсяг капітальних інвестицій у туристичну галузь. Модель демонструє, що найбільший вплив мають такі фактори, як ВВП, індекс прав людини та свободи преси, а також імпорту туристичних послуг. Економічне зростання, захист прав людини та прозорість інформаційного простору створюють базові умови для привабливості інвестиційного клімату. Використання таких моделей забезпечує прийняття більш обґрунтованих управлінських рішень, що сприяє підвищенню ефективності інвестиційних процесів.

3. Реалізовано сценарне прогнозування як основу підготовки до різних траєкторій розвитку туристичної галузі України на основі інвестування. Сценарне прогнозування є ключовим інструментом у визначенні можливих шляхів розвитку галузі в умовах високої невизначеності. Три основні сценарії – песимістичний, базовий та оптимістичний – дозволяють оцінити ризики й можливості, пов’язані із зовнішніми та внутрішніми викликами, такими як війна, економічна нестабільність та інтеграційні процеси. Результати прогнозування показують, що для реалізації оптимістичного сценарію необхідні комплексні реформи, спрямовані на зміцнення інституційної спроможності, розвиток інфраструктури та посилення міжнародної співпраці.

4. Розроблено стратегічні пріоритети для формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі, які передбачають активну взаємодію державних і приватних учасників. Важливими аспектами є створення регіональних туристичних кластерів, розвиток нішевих напрямів туризму (гастрономічного, медичного, пригодницького) та впровадження «зелених» технологій. Такий підхід сприятиме не лише збільшенню інвестицій, але й забезпеченню сталого розвитку галузі, що відповідає сучасним європейським трендам.

5. Використання відновлюваних джерел енергії, розвиток екотуризму та впровадження екологічно відповідальних практик є важливими складовими сучасної туристичної стратегії. Зростання виробництва сонячної енергії в Україні свідчить про позитивну динаміку в цій сфері, однак необхідно забезпечити баланс між інвестиціями у відновлювану енергетику та туристичну інфраструктуру. Екологічна складова підвищує привабливість туристичних продуктів на міжнародному ринку, сприяючи залученню інвесторів, які орієнтовані на сталий розвиток.

6. Розроблено перспективи розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та післявоєнного відновлення. Умови євроінтеграції створюють можливості для участі України в міжнародних туристичних програмах, що дозволяє обмінюватися досвідом, технологіями та просувати бренд країни. Одночасно післявоєнне відновлення вимагає активної участі держави у

формуванні стабільного інвестиційного клімату, який забезпечить довіру іноземних інвесторів. Поєднання цих факторів дозволить перетворити туристичну галузь на потужний драйвер економічного зростання, сприяючи інтеграції України до європейського туристичного простору та зміцненню її міжнародного іміджу.

#### Список використаних джерел до розділу 4

1. Білецька Н. В. Інвестиційний потенціал туристичної галузі України в системі стратегічного управління його розвитком. *Бізнес Інформ*. 2024. № 5. С. 175–181. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-175-181>
2. Довгаль О. В. Прогноз впливу домінуючих компонентів ресурсного потенціалу на розвиток сільських територій. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 6. С. 34–41. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2019.6.34>
3. Наконечний С. І., Терещенко Т. О., Романюк Т. П. Економетрія : підручник. Вид. 3-тє, доп. та перероб. К. : КНЕУ, 2004. 520 с.
4. Braslavska O. V., Penkova O. H., Plets I. I., Sus T. Y., Biloshkurska N. V., Biloshkurskyi M. V. Management of the higher education institutions innovative potential: Formalization and evaluation. *Revista Inclusiones*. 2020. Vol. 7. No. 4, P. 624–645. URL: <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/1575>
5. Cobb C. W., Douglas P. H. A theory of production. *American Economic Review*. 1928. Vol. 18. No. 1. P. 139–165. URL: <https://www.jstor.org/stable/1811556>
6. Moore J. H., Weatherford L. R. Decision modeling with Microsoft Excel. 6th Edition. Hoboken : Prentice Hall, 2001. 693 с.



## РОЗДІЛ 5

### ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

#### **5.1. Підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектору на основі ланцюжків доданої вартості та мереж**

Сучасний туристичний ринок зазнає значних змін, що пов'язано зокрема з тенденцією зміни ролі споживача в процесі створення туристичного продукту. У XXI ст. попит на туристичні послуги починає формувати пропозицію, а це вимагає від туристичних компаній гнучкості та інноваційного підходу. Попит наразі є більш диференційованим через розширення фінансових і часових можливостей туристів, що створює нові виклики для туристичних компаній. У звіті Future Traveller Tribes-2020 відзначено, що «гуманізація технологій» стає важливим аспектом роботи з туристами, що передбачає більш інтуїтивно зрозумілу взаємодію з клієнтами, що включає персоналізацію послуг і використання технологій, які спрощують процес планування та бронювання поїздок. Споживачі стають активними учасниками процесу створення туристичного продукту. Поява платформ і технологій, які дозволяють туристам самостійно планувати та організовувати свої подорожі (самостійний туризм), підкреслює необхідність зміни підходів до пропозиції. Туристичні компанії тепер повинні враховувати не тільки звичні маршрути та послуги, а й адаптувати свої пропозиції до індивідуальних потреб і вподобань мандрівників. Тому для глибокого розуміння поточних процесів та успішного функціонування в умовах цього ринку необхідне адекватне дослідження механізмів формування споживчого попиту та його впливу на туристичні пропозиції.

Ланцюжки доданої вартості в туризмі відіграють важливу роль у створенні конкурентоспроможного сектору. Цей підхід передбачає інтеграцію різних галузей і послуг, що спільно створюють цінність для кінцевого споживача.

У 2018 році туризм сприяв створенню 10,4% світового ВВП та аналогічної частки зайнятості, демонструючи значну стійкість протягом останнього десятиліття [8]. Завдяки своєму міжсекторальному та трудомісткому характеру, туризм сприяє розвитку інших секторів національної економіки, що підкреслює його важливу роль у національних стратегіях економічного зростання. Розвиток туризму дозволяє країнам залучати додаткові інвестиції та створювати нові робочі місця.

З точки зору вибору оптимальних організаційно-економічних форматів доцільно використати результати дослідження [9], у якому ланцюжок поставок туристського продукту (TSC) визначено як мережу організацій сфери туризму різних видів діяльності, що формують цінність з різних складових туристичних продуктів або послуг у загальному туристському продукті на певній туристичній дестинації, включає широкий коло учасників як у приватному, так і державному секторах.

Спрощено кажучи, ланцюжок доданої вартості у туризмі починається з основних туристичних продуктів і послуг, таких як готелі, ресторани, транспорт і екскурсії. Ці компоненти є основою туристичного відпочинку, проте їх успішність і привабливість значно підвищуються завдяки додатковим елементам і послугам, що додають цінність і зручність.

Для емпіричного підтвердження дієвості концепції ланцюжків даної вартості розглянемо дані Статистичної служби Великої Британії, що виокремлює окрему групу видів економічної діяльності – креативні індустрії, цифровий сектор, культурний сектор, телекомунікації, азартні ігри, спорт та туризм [8]. Варто відзначити, що ці сектори перетинаються один з одним: креативний сектор включає в себе культурний та значно пересікається з туризмом та цифровим сектором. В межах дослідження було розраховано позитивний вплив креативних індустрій на туристичну галузь Шотландії та залучення туристів. Зокрема, було оцінено, що витрати на туризм, пов'язаний з КІ у Шотландії, сягають 1 млрд фунтів стерлінгів.

За розрахунками Oxford Economics. 2010 “The Value of Fashion Report: Defining the UK Fashion Industry”, British Fashion Council [9] додана вартість - £37,2 млрд (2,7% ВВП), Зайнятість - 1,31 млн (4,5% загальної зайнятості), Податкові надходження - £17,5 млрд або 3,5% від сукупної суми доходів уряду, вплив на туризм – мін. £98 млн або 0,5% від витрат на туризм.

Наприклад, додаткові послуги, такі як туристичні інформаційні центри, мобільні додатки для навігації та екскурсійні програми, забезпечують туристам необхідну інформацію та підтримку під час подорожі, підвищуючи загальний рівень зручності та задоволення від відпочинку.

Порівняльний аналіз концепцій циркулярної і зеленої економіки, проведений вченими ЄС [7] на основі бібліометричного огляду майже двох тисяч наукових статей, опублікованих за останні 30 років, показав, що в рамках зеленої економіки особлива увага приділяється сталому розвитку туризму.

Туристичні витрати – це не просто сума коштів, витрачених відвідувачами під час подорожей. Вони охоплюють широкий спектр фінансових операцій і послуг, пов'язаних з організацією подорожі, забезпеченням комфортного перебування туристів та споживанням ними товарів і послуг як у місці відпочинку, так і до та після поїздки. До основних витрат туристів належать кошти, витрачені на транспорт, проживання, харчування, культурні заходи, покупки, а також інші послуги, пов'язані з туризмом.

Однак, з економічної точки зору, варто враховувати й інші складові туристичних витрат, які не завжди покриваються безпосередньо туристом, а можуть компенсуватися іншими сторонами. Наприклад:

1. Витрати на товари та послуги для працівників у відрядженнях. витрати на проживання, харчування, транспорт і інші послуги, які оплачує роботодавець за своїх працівників під час ділових поїздок. У цьому випадку витрати несе не турист особисто, а його роботодавець. Це включає як прямі витрати (оплата готелів, харчування), так і непрямі, наприклад, компенсація витрат на користування транспортом.

2. Компенсація витрат третьою стороною. У деяких випадках туристичні витрати покриваються не самим відвідувачем, а третіми особами. Це може бути роботодавець, який компенсує витрати на ділову подорож, або організація, що фінансує навчальну або медичну поїздку. Сюди також входять витрати, покриті за рахунок соціального страхування, державних програм чи благодійних організацій.

3. Витрати на отримання індивідуальних послуг. До цієї категорії входять витрати туристів на отримання освітніх, медичних, культурних послуг, зокрема відвідування музеїв, театрів, культурних подій. Це можуть бути як особисті витрати, так і витрати, покриті роботодавцем або іншою стороною, яка організовує подорож.

4. Готівкові витрати на субсидовані послуги. Роботодавці часто надають своїм працівникам або їхнім сім'ям субсидовані послуги під час відпочинку, такі як транспорт, проживання в резиденціях, що належать компаніям, або інші послуги, які надаються під час відрядження або відпочинку. Такі витрати враховуються як частина загальних туристичних витрат.

5. Платежі на культурні та спортивні заходи. Відвідування різних заходів, таких як спортивні матчі, концерти чи фестивалі, також входить до туристичних витрат. Якщо ці заходи оплачуються не самим туристом, а за рахунок продюсерів або організаторів, це також є частиною загальної суми витрат.

У контексті аналізу туристичних потоків та витрат важливо враховувати категорію «туристичне споживання», яка включає не тільки традиційні грошові витрати, але й послуги, що надаються під час перебування на відпочинку. Ці послуги можуть охоплювати проживання за власний кошт, туристичні соціальні трансферти в натуральній формі та інші форми умовного споживання.

Туристичне споживання охоплює:

1. Бартерні операції, такі як обмін житлом для відпочинку без прямих грошових витрат. Наприклад, два домогосподарства можуть домовитися обмінятися будинками на певний період для відпочинку, що є умовним споживанням, але має свою економічну вартість.

2. Споживання товарів, виготовлених власними силами під час відпочинку. Це можуть бути овочі, фрукти, риба, дичина або інші продукти, отримані в результаті діяльності під час відпочинку (садівництво, риболовля, полювання тощо). Такі товари не купуються за гроші, але є частиною загальних витрат на відпочинок, оскільки вони мають ринкову вартість.

3. Вартість проживання під час відпочинку за власний кошт. Якщо турист має власне житло або користується вторинним житлом, яке використовується лише для відпочинку, вартість такого проживання також включається до загальної суми витрат. Сюди входять витрати на утримання цього житла, включаючи комунальні послуги, ремонти тощо.

4. Витрати на послуги фінансового посередництва (ПФП). У деяких випадках туристичні витрати можуть включати оплату відсотків або інших фінансових витрат, пов'язаних з фінансуванням поїздки, наприклад, за використання кредитних коштів.

5. Чисті витрати приймаючої сторони: витрати, які несе приймаюча сторона під час перебування туристів. Наприклад, збільшені витрати на харчування, комунальні послуги, придбання подарунків або інші витрати, пов'язані з прийомом гостей.

6. Витрати роботодавців на ділові поїздки працівників: прямі витрати на проїзд і проживання, так і непрямі субсидії, наприклад, безкоштовний транспорт або субсидоване проживання. Часто такі витрати не входять до офіційної звітності працівників, але є частиною загальних витрат на туризм.

7. Витрати на додаткові послуги для працівників. Окрім основних витрат на проїзд і проживання, роботодавці можуть надавати працівникам додаткові послуги, такі як безкоштовне харчування, додаткові культурні або розважальні заходи під час відрядження.

8. Витрати органів державного управління на надання соціальних послуг. У деяких випадках держава або місцеві органи влади можуть надавати туристам послуги соціального характеру, такі як пільгові квитки в музеї, на культурні чи

рекреаційні заходи. Ці витрати також можуть розглядатися як частина туристичних трансфертів в натуральній формі.

Таким чином, туристичні витрати є складною і багатокомпонентною категорією, яка охоплює не лише безпосередні грошові витрати туристів, але й широкий спектр послуг і товарів, які вони отримують під час подорожі.

З наведеного переліку бачимо множинність доходів та витрат туризму. Можемо розглянути туризм і з галузевої точки зору, що в свою чергу дозволить проаналізувати інвестиційні потоки.

Культурні та розважальні заходи, такі як фестивалі, музеї, театри і спортивні події, додають значну культурну і розважальну складову до туристичного досвіду, роблячи його більш цікавим та насиченим. Екологічно чисті практики та зелені ініціативи для сучасного туризму є ключовими, забезпечуючи збереження природних ресурсів і привабливість місцевих природних ландшафтів для туристів. Для успішного розвитку ланцюжків доданої вартості важливо також враховувати інтеграцію з місцевою економікою і соціальними аспектами. Підтримка місцевих виробників, ресторанів та ремесників сприяє сталому розвитку спільнот і підвищує соціальну відповідальність сектору туризму.

Загалом поняття ланцюжка створення вартості та інвестицій тісно пов'язані, оскільки вони відіграють ключову роль в економічному розвитку та конкурентоспроможності підприємств і регіонів.

Ланцюжок створення вартості як послідовність етапів, через які продукт або послуга проходить від початкової розробки до кінцевого споживача, формує певну цінність продукту чи послугі, що відображається у збільшенні їх вартості. Інвестиції, у свою чергу, є засобом збільшення цієї доданої вартості в різних формах (інвестиції в нові технології, модернізацію обладнання, підвищення кваліфікації працівників або розширення виробничих потужностей). Коли підприємства чи регіони інвестують у вдосконалення різних етапів ланцюжка доданої вартості, вони можуть не лише підвищити ефективність виробництва, але й створити конкурентну перевагу.

Важливо відзначити, що інвестиції в ланцюг створення вартості не тільки сприяють зростанню підприємства, але й позитивно впливають на економіку в цілому. Удосконалення виробничих процесів та підвищення конкурентоспроможності компаній призводить до створення робочих місць, підвищення рівня життя та розвитку регіону. Таким чином, інвестиції, спрямовані на покращення ланцюжка доданої вартості, є важливим фактором сталого економічного зростання та розвитку.

Таким чином, розвиток ланцюжків доданої вартості в туризмі сприяє створенню комплексного, збалансованого та конкурентоспроможного туристичного продукту, який задовольняє потреби сучасних туристів і сприяє сталому розвитку туристичного сектору в цілому.

Ефекти ланцюжків доданої вартості в туризмі можна розглядати в контексті різних груп, які впливають на розвиток та підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту. Основні групи ефектів ланцюжків доданої вартості в туризмі включають:

#### 1. Економічні ефекти:

- стимулювання місцевої економіки через формування попиту на місцеві товари і послуги, такі як місцеві продукти, ресторани, ремесла і транспортні послуги в межах проєктування туристичного продукту;
- створення робочих місць у готельному бізнесі, ресторанному господарстві, екскурсійному секторі та інших суміжних галузях завдяки збільшенню туристичного потоку;
- збільшення цільових інвестицій в інфраструктуру, готельні комплекси, транспортні засоби і інші сектори;

#### 2. Соціокультурні ефекти:

- збереження і популяризація культурної спадщини, традицій та місцевих звичаїв як туристичного ресурсу;
- сприяння культурному обміну та залученості до міжнародного соціокультурного простору;

- розвиток творчих індустрій через підвищення інтересу до локальних традицій, мистецтва, музики, літератури та інших творчих галузей;

### 3. Екологічні та сталі ефекти:

- збереження природних ландшафтів і біорізноманіття через розвиток екологічно стійкого туризму;

- впровадження екологічно чистих технологій у готельному та транспортному секторах є фактором енергоефективності;

### 4. Технологічні ефекти:

- впровадження мобільних додатків, віртуальної реальності і інших цифрових технологій, що позитивним чином впливає на соціально-економічні процеси;

- розвиток інформаційної інфраструктури, зокрема покращення доступу до інформації про місцеві атракції, події і сервіси через Інтернет та соціальні медіа.

Ці ефекти демонструють важливість інтеграції різних аспектів розвитку туризму для створення стійкого та ефективного туристичного продукту, який би задовольняв як потреби туристів, так і соціально-економічні і екологічні цілі регіону.

Ефекти ланцюжків доданої вартості в туризмі є нерозривно пов'язаними з інвестиціями, оскільки інвестиції в різні аспекти туристичного сектору є основою для створення та підтримки цих ефектів. Отже, інвестиції в туризм не лише стимулюють економічний розвиток регіонів, але й сприяють збереженню культурних та природних ресурсів, покращенню інфраструктури та технологій, що в свою чергу сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичного сектору і залученню більшого числа туристів.

З точки зору ланцюжків даної вартості важливо визначити фактори їх трансформації. В дослідженні [3] відзначено вплив Індустрії 4.0, що раніше була спрямована головним чином на промисловий сектор економіки, а сьогодні охоплює всі галузі. Цей процес впливає не лише на виробництво, але й на сферу послуг, включаючи дозвілля, рекреацію, туризм та подорожі. Сучасні цифрові технології мають значний потенціал у сфері туризму, оскільки Інтернет-ресурси



роблять інформацію та послуги бронювання доступними для великої кількості туристів за відносно низькими цінами. Завдяки сучасним сервісам значно розширюються можливості спілкування між постачальниками туристичних продуктів та послуг, посередниками та кінцевими споживачами.

Одним із ключових індикаторів, що відображає стан туристичної індустрії в країні, є Індекс конкурентоспроможності в сфері подорожей і туризму (Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI). Цей показник оновлюється кожні два роки й охоплює 140 економік світу, аналізуючи їхню конкурентоспроможність у сфері туризму. TTCI включає сукупність факторів та політичних рішень, що сприяють сталому розвитку галузі, підвищуючи при цьому конкурентні позиції країни. Індекс базується на чотирьох підіндексах, 14 ключових складових та 90 окремих показниках, що охоплюють різні аспекти, включаючи інфраструктуру, екологічну стійкість, культурну спадщину, безпеку та здоров'я, а також бізнес-середовище.

У сучасному контексті, особливо в умовах післявоєнної відбудови, інвестиційні проекти в туристичній сфері стають критично важливими для забезпечення економічного зростання і розвитку. Інвестиції в інфраструктуру, таку як дороги, аеропорти, готелі та інші туристичні об'єкти, сприяють не лише поліпшенню якості послуг, але й створенню нових робочих місць. Це, в свою чергу, стимулює місцеву економіку і підвищує загальний рівень життя населення.

Для оцінки рівня підготовки країни до переходу до Індустрії 4.0 застосовується Рейтинг цифрової конкурентоспроможності світу (World Digital Competitiveness Ranking, WDCR). Цей індекс вимірює здатність економіки впроваджувати та використовувати цифрові технології, що сприяють трансформації у державних інституціях, бізнесі та суспільстві. Методологія WDCR базується на трьох основних критеріях: знання, технології та готовність до майбутнього. Кожен із критеріїв поділяється на три підкатегорії, що деталізують різні аспекти цифрового розвитку. У 2019 році рейтинг охоплював 63 країни, де Україна посіла 60-те місце.

У дослідженні [3] проаналізовано взаємозв'язок між TTCI та WDCR, враховуючи дані за 2019 рік по 63 країнах. Метою аналізу було визначити, чи є цей зв'язок однорідним для всіх країн, чи змінюється залежно від рівня цифрової і туристичної конкурентоспроможності.

Аналіз дозволив виділити п'ять кластерів країн:

Кластер 1 (14 країн) – країни з середніми показниками TTCI та WDCR, які демонструють потенціал для інвестицій у туристичну інфраструктуру та послуги.

Кластер 2 (6 країн) – країни з низькими показниками TTCI і WDCR, що потребують суттєвих вкладень для покращення туристичної привабливості.

Кластер 3 (14 країн) – країни з високим рівнем WDCR і показниками TTCI вище середнього, які є привабливими для іноземних інвесторів, оскільки мають розвинену цифрову інфраструктуру та високі стандарти обслуговування.

Кластер 4 (17 країн) – країни з низьким рівнем цифрової конкурентоспроможності та середніми показниками туристичного індексу, що потребують підтримки у сфері цифровізації для покращення інвестиційного клімату.

Кластер 5 (12 країн) – країни з найвищими показниками як WDCR, так і TTCI, які здатні залучати значні обсяги інвестицій у туристичні проекти завдяки своїй стабільності і прогресивним стратегіям розвитку.

Цей розподіл дозволяє виявити характерні закономірності в кожній групі та стане корисним інструментом для формування стратегій розвитку туристичної галузі з урахуванням чинників цифрової трансформації..

Для України це є важливим кроком, оскільки без активних заходів буде складно скоротити цифровий розрив між країнами з високим рівнем цифровізації та тими, що лише починають адаптацію до вимог Індустрії 4.0. Впровадження інвестиційних проектів у туризмі може стати не лише рушійною силою для відновлення після війни, але й сприяти формуванню нової, більш стійкої економіки, здатної відповідати на виклики глобалізації та зміни клімату.

Проектування ланцюжка доданої вартості в туризмі вимагає комплексного підходу та системної організації, щоб забезпечити ефективне інтегрування різних послуг і аспектів, що відповідають потребам туристів і сприяють розвитку місцевих господарств.

Перш за все, необхідно чітко визначити стратегічні цілі і завдання проєкту. Це може включати покращення інфраструктури, розвиток туристичних маршрутів, підвищення якості обслуговування, залучення нових інвестицій та збільшення конкурентоспроможності регіону.

Для успішного проектування необхідно враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін, включаючи місцеву владу, туристичні організації, підприємства готельного і ресторанного бізнесу, місцеві спільноти і екологічні організації. Кожен з цих учасників може внести свій внесок у розвиток та імплементацію ланцюжка доданої вартості.

Ключовим етапом є аналіз і ідентифікація ключових елементів ланцюжка доданої вартості, таких як готельні послуги, транспорт, ресторани, екскурсії, культурні та розважальні події. Ці компоненти мають бути інтегровані таким чином, щоб створити синергію і забезпечити гармонійний туристичний продукт.

Для ефективного проектування необхідно також враховувати сучасні технології і інновації, такі як використання цифрових платформ для бронювання і обслуговування, впровадження віртуальної реальності для вдосконалення туристичного досвіду, і використання аналітики даних для покращення управління та прийняття рішень.

Узагальнюючи, успішне проектування ланцюжка доданої вартості в туризмі вимагає стратегічного підходу, співпраці різних стейкхолдерів і використання сучасних інструментів для забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності туристичного продукту.

Інвестиційне забезпечення ланцюжка доданої вартості в туризмі є ключовим аспектом розвитку цієї галузі, що визначає її конкурентоспроможність та здатність залучати туристів. Ефективне управління інвестиціями дозволяє

оптимізувати витрати, покращити якість послуг, розширити спектр пропозицій і підвищити рівень задоволення клієнтів.

По-перше, важливо зазначити, що туризм є комплексною системою, яка включає в себе різні елементи (транспорт, готелі, ресторани, розваги, екскурсії, сувеніри, освітньо-наукові установи та інші). Кожен з цих елементів додає свою частку до загальної вартості туристичного продукту. Тому інвестиції повинні бути спрямовані на всі етапи ланцюжка доданої вартості.

Інвестиції в інфраструктуру, такі як дороги, аеропорти, порти та громадський транспорт, є базовими для розвитку туристичної пропозиції. Вони забезпечують зручність і доступність для туристів, що підвищує привабливість регіону. Крім того, інвестиції в будівництво та модернізацію готелів, ресторанів та інших об'єктів гостинності підвищують рівень комфорту і якості обслуговування.

Не менш важливими є інвестиції в людські ресурси. Туризм – це сервісна галузь, і якість послуг безпосередньо залежить від професійного рівня персоналу. Навчання та підвищення кваліфікації працівників, створення комфортних умов праці та мотиваційних програм сприяють підвищенню рівня обслуговування і, відповідно, задоволеності туристів.

Важливим аспектом є також інвестиції в маркетинг та просування туристичних продуктів. Створення бренду регіону, проведення рекламних кампаній, участь у міжнародних виставках і форумах допомагають привернути увагу потенційних туристів та створити позитивний імідж.

Окремо варто виділити інновації та технології. Впровадження сучасних інформаційних систем для бронювання та управління, розвиток онлайн-платформ та мобільних додатків, використання віртуальної та доповненої реальності для створення нових вражень і підвищення інтерактивності є важливими напрямками інвестування. Технології дозволяють не тільки оптимізувати процеси і знизити витрати, але й створювати нові унікальні продукти, що залучають туристів.

На завершення, інвестиційне забезпечення ланцюжка доданої вартості в туризмі є комплексним і багатограним процесом. Від ефективності інвестицій залежить розвиток галузі, її конкурентоспроможність на міжнародному ринку, здатність залучати і утримувати туристів. Тільки при збалансованому і стратегічно обґрунтованому підході до інвестування можна досягти сталого розвитку туризму і максимального використання його потенціалу.

Науково-методичний підхід до втілення концепції ланцюжків доданої вартості в туризмі має включати наступні пункти:

1. Стратегічне планування і координація. В контексті проєктування ланцюжка необхідно визначити чітку відповідальність місцевих урядових органів, туристичних агентств, бізнес-асоціацій та громадських організацій. Зазначені учасники спільно мають визначити стратегічні цілі та завдання, розробити план дій і забезпечити координацію всіх дій інволюціонерів.

2. Інтеграція туристичних послуг передбачає, що різні сектори ланцюжка (готельний бізнес, ресторани, транспортні підприємства, туристичні агентства та оператори екскурсій, музеї і культурні установи) мають працювати разом для створення та удосконалення (підвищення цінності) інтегрованих туристичних продуктів.

3. Розвиток інфраструктури і послуг, що в першу чергу передбачає реалізацію інвестиційних проєктів туристичної інфраструктури (дороги, аеропорти, готелі, культурні об'єкти) і створення нових туристичних продуктів.

4. Проєкти стимулювання місцевої економіки і підтримка місцевих виробників сприяють розвитку місцевої економіки, стимулюючи попит на місцеві продукти і послуги, що сприяє економічному зростанню і підтримці місцевих спільнот.

5. Впровадження цифрових технологій для покращення обслуговування туристів, в тому числі мобільні додатки, онлайн-бронювання, віртуальна реальність для віртуальних туристичних екскурсій і т. д.

6. Впровадження практик сталого туризму, що враховують екологічні, соціальні та економічні аспекти розвитку.

Координація цих дій і ініціатив може здійснюватися через спеціалізовані туристичні організації, місцеву владу, а також активну участь громадських організацій та місцевих спільнот. Важливо забезпечити збалансований підхід, що враховує інтереси всіх зацікавлених сторін і сприяє сталому розвитку туризму в регіоні.

Підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектору на основі ланцюжків та мереж включає в себе комплексний підхід, який охоплює різні аспекти розвитку і підтримки галузі. Також важливим є створення туристичних кластерів і мереж, що сприяє об'єднанню регіонів або міст для спільної промоції та розвитку інфраструктури. Це дозволяє спільно рекламувати та вдосконалювати туристичні послуги із залученням різних гравців у галузі.

Крім того, важливими є інновації в цифровій сфері, такі як розвиток онлайн-бронювань, використання мобільних додатків для покращення обслуговування туристів та використання віртуальної реальності для привабливого показу місцевих атракцій.

Подальші кроки включають розвиток інтегрованих туристичних продуктів, покращення якості обслуговування, маркетингові та просувальні ініціативи, а також звернення уваги на сталість, екологічну стійкість та відповідальний туризм.

Всі ці заходи спільно сприяють підвищенню інвестиційної привабливості туристичного сектору, забезпечуючи стале зростання та розвиток галузі в умовах глобального ринку туризму.

Новизна такого підходу полягає в тому, що він спрямований на створення повноцінного туристичного досвіду, що базується на місцевих особливостях та виробництві, і підвищує конкурентоспроможність регіону на туристичному ринку через створення унікальних пропозицій для відвідувачів. Крім того, такий підхід сприяє розвитку місцевих господарств та підвищенню доходів місцевих жителів.

На основі вищенаведеного можемо сформулювати три концепції інвестування в контексті проєктування регіональних ланцюжків доданої вартості:

1. Концепція «Інвестиції в інфраструктуру для підвищення туристичної цінності». Фокус концепції орієнтований на модернізацію і розширення регіональної інфраструктури туризму, такої як готелі, транспортні мережі, інформаційні центри та розважальні об'єкти. Інвестування у ці області дозволяє підвищити якість обслуговування, забезпечити комфортні умови для туристів і створити привабливіші умови для відвідування регіону. Зокрема, розвиток сучасної транспортної мережі і розширення можливостей для культурних і розважальних заходів підвищують загальну цінність туристичного досвіду.

2. Концепція «Інноваційний розвиток туристичних продуктів і послуг». Концепція передбачає інвестиції в розробку нових туристичних продуктів та послуг, які додають унікальну цінність для туристів. Це може включати створення тематичних турів, еко-туризму, гастрономічних маршрутів або культурних заходів, які відображають місцевий колорит і спадщину. Вкладення в дослідження для розробки інноваційних туристичних рішень дозволяє регіону виділитися на фоні конкурентів та привернути нових туристів.

3. Концепція «Підтримка місцевих ініціатив та партнерств у сфері туризму». Концепція орієнтована на створення і підтримка партнерств між місцевими підприємствами, громадами та туристичними організаціями для покращення туристичної пропозиції. Інвестиції в спільні проєкти, такі як фестивалі, локальні ринки, культурні події та програми підвищення кваліфікації для місцевих гідів і підприємців, сприяють розвитку місцевого туризму, підвищують його якість та привабливість.

Розробка моделі стійкого розвитку туристичних ланцюгів доданої вартості є ключовим інструментом для забезпечення сталого зростання туризму. Така модель повинна інтегрувати аспекти екологічної відповідальності, соціальної інтеграції та економічної ефективності. Вона має враховувати оптимізацію процесів в усьому ланцюзі створення доданої вартості, від виробництва

туристичних послуг до їх споживання, з акцентом на зменшення негативного впливу на навколишнє середовище, підвищення якості життя місцевого населення та забезпечення економічних вигід для регіону. Це дозволить не лише зберігати природні й культурні ресурси, а й стимулювати регіональну економіку, забезпечуючи довгострокову стійкість туристичної галузі. Інвестиції дозволяють вдосконалювати кожен етап ланцюга, що призводить до збільшення доданої вартості та створення конкурентних переваг. Ці покращення, у свою чергу, сприяють загальному економічному розвитку та добробуту.

## **5.2. Формування інвестиційного потенціалу туризму в контексті смарт-спеціалізації**

Зростання ролі туризму в економіці України підвищує значущість місцевих органів самоврядування в реалізації національної туристичної політики. Важливою частиною цієї політики є туристична стратегія регіонів і громад. Цьому сприяє Указ Президента України «Про Стратегію сталого розвитку «Україна-2020», який включає напрямки для популяризації України та просування її інтересів на міжнародній арені. Основна мета цієї стратегії – формування позитивного іміджу України, що сприяє політичним, економічним інтересам держави, зміцненню національної безпеки та відновленню територіальної цілісності. Ключове завдання – створення позитивного образу України як європейської, демократичної та конкурентоспроможної країни з привабливим бізнес-кліматом і унікальним місцем у світовій економіці.

В контексті ЄС смарт-спеціалізація є ключовою концепцією реформованої політики згуртування. Смарт-спеціалізація є новим політичним підходом, що спрямоване на зміну поведінки управління, засноване на підході «знизу вгору», коли ключові зацікавлені сторони розробили спільне бачення за допомогою динамічного та підприємницького процесу відкриття. Ці стратегії зосереджені на визначенні пріоритетів для інвестування у конкретні види діяльності з метою посилення порівняльних переваг у існуючих або нових сферах.



У 2012 році в «Посібнику з досліджень та інноваційних стратегій для інтелектуальної спеціалізації» ЄС визначено RIS3 як інтегровані програми економічної трансформації, що мають п'ять основних характеристик:

- 1) зосередженість на ключових національних/регіональних пріоритетах;
- 2) наголос на сильних сторонах, конкурентних перевагах і потенціалі досконалості кожної країни/регіону;
- 3) заохочення технологічних та практичних інновацій для стимулювання інвестицій приватного сектора;
- 4) залучення зацікавлених сторін;
- 5) залучення систем моніторингу та оцінки.

За даними Європейської комісії, підхід смарт-спеціалізації став ключовим інструментом для місцевого розвитку. Смарт-спеціалізація визначена як здатність економічної системи генерувати нові спеціальності шляхом відкриття нових сфер можливостей на основі регіональної концентрації знань і компетенцій (диверсифікація, перехід, модернізація або радикальне заснування галузей і або послуг) для сприяння структурним змінам. Цей новий політичний підхід повністю змінює перспективу попереднього у напрямку надання територіям і державам можливостей вибирати стратегії відповідно до економічних переваг, заснованих на місцевості, і вирішувати, яким конкретним секторам віддавати пріоритет [5].

У дослідженні [6] запропоновано погляд на розумний розвиток, заснований на взаємозв'язку між інноваціями, конкурентною перевагою та туризмом, з метою визначення та оцінки їхнього впливу на сталий просторовий розвиток. Ключем до створення просторової конкурентної переваги є інновації, які враховують соціальні, культурні та інституційні контексти. Синтез теоретичних концепції регіональної економіки, туристичних інновацій та сталого розвитку дозволяє сформулювати роль туризму в стратегії смарт-спеціалізації в міжгалузевому плані [4].

Дослідження [5] є першою роботою, що емпірично досліджує зв'язок між політикою розумної спеціалізації та туристичним сектором й надає повний огляд

туризму як однієї з основних стратегій, обраних регіонами ЄС. Висновки дослідження підтверджують наявність зв'язку рішень про визначення пріоритетів із спостережуваними потенційними процесами трансформації (регенерації), що з'являються в регіонах, охоплюючи аспекти, пов'язані з промисловою диверсифікацією, регіональним брендингом, новою підприємницькою діяльністю в диверсифікованих областях та використанням ключових сприятливих технологій (KETs) для підвищення доданої вартості туристичної діяльності в регіоні. Такий висновок зроблено на основі розгляду пріоритетів, пов'язаних з туризмом, обраних регіонами NUTS-21, дослідження стратегій диверсифікації економіки (комплементарності), місцевих дій та інвестицій в цьому напрямку.

На основі аналізу стратегій інноваційного розвитку регіонів в розрізі країн ЄС-28 та регіонів NUTS у 2014-2020 рр. виділено 20 пріоритетних галузей та напрямів смарт-спеціалізації. Пілотні проекти з впровадження смарт-спеціалізації в регіональні стратегії соціально-економічного розвитку до 2020 року в окремі вітчизняні області дали можливість порівняти європейські пріоритети із українськими (табл. 5.1).

Потенційно велика кількість регіонів може бути зацікавлена в інвестиціях у туризм: регіони, що мають природні та культурні ресурси та регіони, які вже характеризуються високим рівнем туристичних потоків, а також регіони, які перетворилися б на напрямок туризму.

Спеціалізація в секторі сектору туризму має плюси та мінуси, які необхідно враховувати [5]. З одного боку галузь динамічно розвивається і виглядає відносно більш стійкою до економічних потрясінь або кризи порівняно з іншими секторами. З іншого боку, сектор базується на низькому рівні капіталу на працівника, технологіях та інноваціях. Крім того, якщо туристичне споживання не регулюється належним чином місцевою політикою, розвиток сектору може призводити до негативного впливу на якість життя населення, а також різних типів негативних зовнішніх ефектів.

Таблиця 5.1

**Ключові галузі смарт-спеціалізації у регіональних стратегіях розвитку за країнами ЄС-28 та в Україні (2014-2020 роки)**

| \ Ключові \<br>галузі \<br>Країни \ | Сільське господарство | Біотехнології | Охорона здоров'я | ІКТ | Нанотехнології | Матеріали | Нові продуктові технології | Інтеграція нанотехнологій до окремих додатків | Енергетика | Захист довкілля | Авіатранспорт | Космічна промисловість | Автомобільна промисловість | Залізничний транспорт | Водний транспорт | Міський транспорт | Соціально-економічні та гуманітарні науки | Безпека | Туризм та інноваційні послуги | Креативні індустрії |
|-------------------------------------|-----------------------|---------------|------------------|-----|----------------|-----------|----------------------------|-----------------------------------------------|------------|-----------------|---------------|------------------------|----------------------------|-----------------------|------------------|-------------------|-------------------------------------------|---------|-------------------------------|---------------------|
| Австрія                             | •                     | •             |                  | •   |                | •         |                            |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       |                  | •                 | •                                         | •       | •                             |                     |
| Бельгія                             | •                     | •             | •                | •   | •              | •         |                            |                                               |            | •               | •             | •                      |                            |                       |                  | •                 |                                           |         |                               | •                   |
| Болгарія                            | •                     | •             | •                | •   |                |           |                            |                                               |            |                 | •             |                        |                            |                       |                  | •                 |                                           |         |                               | •                   |
| Кіпр                                | •                     |               | •                | •   |                |           | •                          |                                               | •          |                 |               |                        | •                          |                       | •                | •                 |                                           |         |                               |                     |
| Чехія                               | •                     | •             |                  |     | •              |           | •                          | •                                             |            | •               | •             | •                      |                            | •                     |                  | •                 | •                                         |         |                               |                     |
| Данія                               | •                     |               | •                | •   |                |           |                            |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       | •                |                   |                                           |         | •                             | •                   |
| Естонія                             | •                     | •             | •                | •   |                | •         | •                          |                                               |            |                 |               |                        |                            |                       |                  |                   |                                           | •       |                               |                     |
| Фінляндія                           | •                     | •             | •                | •   |                | •         |                            |                                               | •          | •               |               |                        |                            | •                     |                  |                   |                                           | •       | •                             | •                   |
| Франція                             | •                     | •             | •                | •   | •              | •         | •                          |                                               | •          | •               | •             | •                      | •                          | •                     | •                | •                 | •                                         |         | •                             | •                   |
| Німеччина                           | •                     |               | •                | •   |                |           |                            |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       |                  | •                 |                                           | •       |                               |                     |
| Греція                              | •                     | •             | •                |     | •              | •         |                            |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       |                  | •                 |                                           |         | •                             | •                   |
| Угорщина                            | •                     |               | •                |     |                |           | •                          |                                               |            |                 |               |                        |                            |                       |                  | •                 | •                                         |         |                               |                     |
| Ірландія                            | •                     |               | •                | •   |                | •         | •                          |                                               |            |                 |               |                        |                            |                       | •                | •                 |                                           |         |                               |                     |
| Італія                              |                       |               |                  |     |                |           |                            |                                               |            |                 |               |                        |                            |                       |                  |                   |                                           |         |                               |                     |
| Латвія                              |                       |               |                  |     |                |           |                            |                                               |            |                 |               |                        |                            | •                     |                  | •                 |                                           |         |                               |                     |
| Литва                               | •                     | •             | •                | •   |                | •         | •                          |                                               |            |                 |               |                        |                            |                       |                  | •                 | •                                         |         |                               |                     |
| Люксембург                          |                       |               | •                | •   |                |           | •                          |                                               |            |                 |               |                        |                            |                       |                  |                   |                                           |         |                               |                     |
| Нідерланди                          | •                     | •             | •                | •   |                |           | •                          |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       |                  | •                 | •                                         |         | •                             |                     |
| Польща                              | •                     | •             | •                | •   |                | •         |                            |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       |                  | •                 |                                           |         |                               |                     |
| Португалія                          | •                     | •             | •                | •   |                | •         | •                          |                                               | •          | •               | •             | •                      | •                          |                       | •                | •                 |                                           |         | •                             | •                   |
| Румунія                             |                       |               |                  |     | •              | •         | •                          | •                                             |            | •               | •             |                        |                            |                       | •                | •                 | •                                         | •       |                               |                     |
| Словаччина                          |                       | •             |                  |     |                | •         | •                          | •                                             | •          | •               |               |                        |                            |                       |                  | •                 | •                                         | •       |                               |                     |
| Словенія                            |                       | •             |                  | •   | •              | •         | •                          | •                                             |            | •               | •             |                        |                            |                       |                  | •                 | •                                         |         |                               |                     |
| Іспанія                             | •                     | •             | •                | •   |                | •         |                            |                                               | •          | •               | •             |                        | •                          |                       | •                | •                 |                                           |         | •                             | •                   |
| Швеція                              | •                     | •             | •                | •   |                | •         | •                          |                                               | •          | •               | •             |                        |                            |                       |                  | •                 |                                           |         | •                             | •                   |
| Великобританія                      | •                     |               |                  | •   |                |           |                            |                                               | •          |                 | •             | •                      | •                          |                       |                  |                   | •                                         |         |                               | •                   |
| Хорватія                            | •                     | •             | •                |     |                |           | •                          |                                               | •          | •               |               |                        |                            |                       | •                | •                 |                                           | •       |                               |                     |
| Україна                             | •                     | •             | •                | •   |                | •         |                            |                                               | •          | •               | •             | •                      |                            |                       |                  |                   |                                           |         |                               |                     |

Джерело: сформовано автором за даними, наведеними у [2, с. 146].

Туризм є найкращим вибором для регіонів, що мають сильну регіональну порівняльну перевагу в галузі, щоб і далі її використовувати, і регіонів, де туризм є додатковим сектором для диференціації регіональної економіки. Однак туризм

може бути не правильним вибором для відстаючих регіонів без дійсно потужних туристичних ресурсів, таких як регіони без «унікальних» природних об'єктів та/або туристичної інфраструктури (житло, ресторани, культурні заходи тощо). Туризм у контексті смарт-спеціалізації наразі є одним з ключових напрямків розвитку регіонів, що дозволяє поєднати економічне зростання з інноваціями та сталим розвитком. Методологія смарт-спеціалізації орієнтована на те, щоб регіони визначали унікальні сильні сторони та потенціал для розвитку. Завдяки своєму комплексному характеру та можливості реалізації різноманітних проєктів туризм може стати одним із таких напрямків.

Регіони, що прагнуть до смарт-спеціалізації в туризмі, повинні визначити свої унікальні туристичні атракції та ресурси. Це можуть бути культурні, історичні, природні або гастрономічні цінності, які відрізняють регіон від інших. Важливим є також виявлення існуючих інфраструктурних можливостей та визначення тенденцій у сфері туризму. Таким чином, регіони можуть розробити стратегію, яка буде включати ключові напрямки розвитку туризму з урахуванням потреб і бажань сучасних туристів.

Одним із найважливіших аспектів смарт-спеціалізації в туризмі є інноваційний підхід до створення та просування туристичних продуктів. Сучасний туризм виграє від використання технологій, таких як доповнена та віртуальна реальність, для створення інтерактивних і незабутніх вражень для туристів. Інноваційні маршрути та програми можуть зробити туризм у регіоні більш привабливим для міжнародної аудиторії.

Крім того, концепція може включати розвиток екотуризму та сталого туризму, спрямованих на збереження природних ресурсів та підтримку місцевих громад. Це може передбачати створення екологічних стежок, програм волонтерства для туристів, а також просування локальної кухні та ремесел.

Організація тематичних фестивалів та подій, пов'язаних з культурною спадщиною та традиціями регіону, може привернути додаткову увагу туристів. Важливою частиною концепції є також активне співробітництво з місцевими

бізнесами, готелями та ресторанами для створення спеціальних пропозицій та пакетів для туристів.

Загалом, ця концепція розвитку туризму в регіоні поєднує унікальні місцеві атракції з інноваційними технологіями та підходами для забезпечення незабутнього та індивідуального досвіду для кожного туриста.

Партнерство та співпраця з місцевими бізнесами, науковими установами та громадянським суспільством відіграють важливу роль у впровадженні смарт-спеціалізації в туризмі. Співпраця між різними організаціями дозволяє створити комплексні рішення, які відповідають потребам туристів та забезпечують взаємовигідні відносини для всіх сторін.

Ефективний маркетинг та просування регіону як туристичного напрямку є ще однією важливою складовою стратегії смарт-спеціалізації. Використання соціальних мереж та цифрових технологій дозволяє досягти більш широкої аудиторії та підвищити інтерес до регіону. Організація культурних та спортивних заходів, фестивалів та інших подій також сприяє залученню туристів та підвищенню репутації регіону.

Моніторинг та оцінка результатів проєкту дозволяють регіону оцінити ефективність своїх зусиль та внести необхідні зміни для оптимізації своєї стратегії. Це включає аналіз показників кількості туристів, їхнього рівня задоволеності та економічного впливу туризму на регіон.

Загалом, смарт-спеціалізація у сфері туризму відкриває нові можливості для регіонів, дозволяючи їм використовувати свої унікальні ресурси та потенціал для підвищення конкурентоспроможності та сталого розвитку.

Туризм є одним з перспективних напрямків для смарт-спеціалізації регіонів, оскільки він може мати значний вплив на економіку, культуру та суспільство.

В контексті смарт-спеціалізації важливим є розроблення інноваційної концепції розвитку туризму в регіоні, що має зосередитися на створенні інтерактивного та персоналізованого туристичного досвіду, який поєднує унікальні культурні та природні атракції з новітніми технологіями. Ця концепція

передбачає розробку тематичних маршрутів, які зосереджуються на різних аспектах регіональної спадщини, таких як історія, культура, гастрономія або природа.

Інвестиційний потенціал регіонального туризму на основі смарт-спеціалізації є темою, яка поєднує економічний розвиток, інновації та стратегічне планування, спрямоване на підвищення конкурентоспроможності регіонів. Цей підхід дозволяє регіонам максимізувати свій потенціал, використовуючи власні унікальні ресурси та переваги для залучення інвестицій у туризм, що є важливим чинником економічного зростання.

Смарт-спеціалізація є новітнім підходом до регіонального розвитку, який акцентує увагу на концентрації зусиль та ресурсів на обмеженій кількості стратегічних напрямів. Вона спрямована на стимулювання інновацій, що здатні підвищити продуктивність та додану вартість у регіоні. У випадку туризму це означає визначення та розвиток туристичних продуктів та послуг, що мають найбільший потенціал для залучення туристів і, відповідно, інвесторів.

Регіональний туризм, зокрема, є сферою, яка може значно виграти від впровадження стратегії смарт-спеціалізації. Зосередження на певних видах туризму, таких як культурний, екологічний, гастрономічний, або медичний туризм, дозволяє створити висококонкурентний туристичний продукт, що привертає увагу як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Важливим аспектом є також створення унікальних туристичних маршрутів і кластерів, які базуються на місцевих особливостях і культурних традиціях, що дозволяє створювати унікальні пропозиції на ринку туризму.

Інвестиційний потенціал туризму, який базується на смарт-спеціалізації, полягає не лише у можливості отримання прямих інвестицій в інфраструктуру чи послуги, а й у створенні сприятливого середовища для розвитку малого і середнього бізнесу, стартапів та соціальних підприємств. Важливо, що розвиток туризму в контексті смарт-спеціалізації включає в себе не лише економічну складову, а й соціальну, культурну та екологічну, що сприяє сталому розвитку регіонів.

Ключовим фактором успіху є залучення різних стейкхолдерів, таких як місцеві громади, бізнес, наукові установи та державні органи. Спільні зусилля дозволяють сформуванню чіткої візії та стратегії розвитку туризму, яка враховує специфіку регіону та його потенціал. Важливою складовою є також міжнародна співпраця, яка дозволяє переймати досвід та залучати іноземні інвестиції.

Загалом, смарт-спеціалізація є потужним інструментом для підвищення інвестиційного потенціалу регіонального туризму. Вона дозволяє зосередити ресурси на розвитку тих напрямів, які мають найбільший потенціал для залучення інвестицій, що, у свою чергу, сприяє економічному зростанню, створенню робочих місць та підвищенню якості життя в регіоні.

Для успішного розвитку інвестиційного потенціалу регіонального туризму на основі смарт-спеціалізації, необхідно комплексно підходити до планування та реалізації проєктів, залучаючи широкий спектр інструментів і методів.

План інноваційного проєкту у галузі туризму в контексті смарт-спеціалізації може включати наступні кроки:

### ***1. Аналіз туристичного потенціалу регіону:***

- проведення ґрунтового аналізу наявних ресурсів, включаючи природні ландшафти, кліматичні умови, історико-культурну спадщину, наявні туристичні об'єкти та послуги, та ідентифікація унікальних особливостей регіону
- використання геоінформаційних систем (ГІС) для створення карт туристичних ресурсів, що допоможе у візуалізації та визначенні ключових зон розвитку
- оцінка туристичного попиту та тенденцій (регіональних, національних та міжнародних)
- вивчення потреб і очікувань різних категорій туристів (внутрішніх та іноземних) через опитування, фокус-групи та аналіз ринкових даних
- аналіз існуючої туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, пам'ятки тощо)
- оцінка існуючих інвестиційних можливостей та аналіз бар'єрів для залучення інвестицій, зокрема правових та регуляторних обмежень

## ***2. Стратегічне планування розвитку туризму:***

- ідентифікація найбільш перспективних напрямків розвитку туризму на основі аналізу ринкових трендів та конкурентних переваг регіону
- визначення цільових ринків та аудиторії
- створення "дорожніх карт" для кожного пріоритетного напрямку, які визначатимуть ключові етапи, необхідні ресурси, відповідальні органи та потенційні ризики
- визначення ключових показників ефективності (KPI) для кожного напрямку, що дозволить контролювати успішність реалізації стратегії смарт-спеціалізації

## ***3. Аналіз інфраструктурного розвитку***

- розробка та реалізація довгострокових планів щодо модернізації інфраструктури, зокрема дорожньої мережі, що забезпечить зручний доступ до ключових туристичних локацій
- розширення залізничного та авіаційного сполучення (за можливості), включаючи відкриття нових маршрутів, що з'єднують регіон з великими містами та туристичними центрами
- впровадження сучасних транспортних рішень, таких як інтегровані системи громадського транспорту та розширення мережі велосипедних доріжок, що сприятиме розвитку екотуризму
- створення паркінгів у популярних туристичних місцях для зниження транспортного навантаження на центральні зони та покращення умов для відвідувачів
- підтримка будівництва нових та модернізація існуючих готелів, хостелів, кемпінгів та інших об'єктів розміщення, які відповідають потребам різних категорій туристів.
- створення тематичних парків, музеїв, виставкових центрів та інших культурно-розважальних об'єктів, що відображають унікальність регіону та сприяють залученню інвесторів



- розвиток інфраструктури для активного відпочинку, включаючи мережі туристичних маршрутів, спортивні комплекси, водні атракціони, велопарки та інші об'єкти, що забезпечують різноманітність туристичних пропозицій

- розробка програми підтримки зеленого туризму, що передбачає будівництво та підтримку екологічних туристичних об'єктів, таких як екоферми, екопоселення та еколоджі

- створення інтегрованих цифрових платформ для бронювання туристичних послуг, що об'єднують пропозиції місцевих операторів, готелів, ресторанів та екскурсійних агентств

- розробка мобільних додатків, які надаватимуть туристам інформацію про туристичні маршрути, визначні місця, заходи, доступні послуги, а також інтерактивні карти та аудіогіди

- впровадження систем «розумного туризму» (smart tourism), які використовують великі дані (Big Data) для аналізу туристичних потоків, управління туристичною інфраструктурою та надання персоналізованих рекомендацій для туристів

- створення віртуальних турів для потенційних туристів, що дозволять ознайомитися з регіоном та його визначними місцями до приїзду, підвищуючи таким чином рівень інтересу до регіону

#### ***4. Партнерство та співпраця:***

- вироблення формату залучення до співпраці місцевих бізнесменів, науковців, представників громадськості та органів влади з метою формування туристичних кластерів, які спільно розроблятимуть та просуватимуть туристичні продукти

- створення спільних проектів між різними регіонами для розвитку транскордонного туризму та обміну досвідом у галузі управління туристичними ресурсами

- стимулювання інноваційних рішень у туризмі через організацію хакатонів, конкурсів стартапів, семінарів та інших заходів, які сприятимуть створенню нових туристичних продуктів та послуг

- розробка та реалізація програм спільного маркетингу та промоції, які залучатимуть увагу до регіону на національному та міжнародному рівні
- створення бізнес-інкубаторів та акселераторів для підтримки місцевих стартапів у сфері туризму, що надаватимуть консультації, фінансову підтримку та доступ до інфраструктури
- організація навчальних програм та тренінгів для підприємців, що працюють у сфері туризму, з акцентом на розвиток бізнес-навичок, інновацій та маркетингу
- запровадження грантових програм для підтримки соціальних підприємств, які сприяють розвитку сталого туризму та збереженню культурної спадщини регіону
- спрощення доступу до кредитних ресурсів для малого та середнього бізнесу через створення спеціалізованих банківських продуктів та державних гарантій в рамках публічно-приватних партнерств

#### ***5. Розробка інноваційних рішень:***

- створення нових туристичних маршрутів або продуктів, які відображають унікальність регіону
- інтеграція технологій (наприклад, доповнена реальність, віртуальні тури) для покращення туристичного досвіду
- створення платформи для залучення туристів (наприклад, онлайн-бронювання, мобільні додатки)

#### ***6. Розробка стратегії залучення інвестицій:***

- формування привабливого інвестиційного клімату шляхом спрощення процедур для інвесторів, зниження адміністративних бар'єрів та забезпечення прозорості у взаємодії з державними органами
- розробка пакету інвестиційних пропозицій, який включатиме детальну інформацію про регіон, доступні ресурси, інфраструктурні проекти, а також можливі форми державної підтримки, такі як гранти, субсидії та податкові пільги

- залучення до процесу міжнародних та національних консалтингових компаній для розробки ефективної стратегії просування регіону на міжнародній арені

- пошук фінансування для проєкту (державне фінансування, гранти, приватні інвестиції)

- оптимізація використання ресурсів для забезпечення сталого розвитку

- розробка спеціальних інвестиційних програм для малого та середнього бізнесу, орієнтованих на створення інноваційних туристичних продуктів

### ***7. Маркетинг та просування:***

- розробка маркетингової стратегії для просування регіону як туристичного напрямку

- використання соціальних мереж та інших цифрових каналів для реклами

- організація заходів та фестивалів для залучення туристів

### ***8. Моніторинг та оцінка:***

- встановлення механізмів для відстеження результатів проєкту (кількість туристів, рівень задоволеності, економічний вплив)

- оцінка ефективності проєкту та внесення необхідних коректив.

Впровадження наведених кроків дозволить підвищити конкурентоспроможність регіону в сфері туризму та стимулювати економічний розвиток.

## **5.3. Інституційне забезпечення розвитку інвестиційного потенціалу туризму на регіональному рівні**

В умовах кризових ситуацій та післявоєнного відновлення питання розробки дієвих механізмів регулювання туристичної галузі набувають особливої актуальності. Аналіз існуючих досліджень свідчить про брак методичних підходів, що сприяли б розвитку інституційних основ туризму на регіональному рівні. Зокрема, на нашу думку, важливо поєднати механізми стимулювання інвестиційної активності та впровадження інновацій, створення

місцевої нормативно-правової бази, а також передумови для ефективного регулювання ринку.

Сутність туристичних ресурсів визначає їхню роль у соціально-економічній структурі регіону. Туристичний продукт слід розглядати не лише у вузькому галузевому аспекті, а й у ширшому економічному контексті. Для формування стратегії інвестиційного розвитку туризму доцільно інтегрувати соціальні, економічні, інституційні та ресурсозберігаючі підходи. Такий підхід дозволить сприймати туристичний продукт як інвестиційний проєкт, що є результатом взаємодії низки факторів і спрямований на створення якісного продукту за умови раціонального використання ресурсів. Водночас це сприятиме формуванню ланцюгів доданої вартості, які включають базові туристичні послуги (транспорт, проживання, харчування, екскурсійне обслуговування), супутні сервіси та їх ресурсне забезпечення.

Дослідження існуючих підходів до визначення поняття «регіональний туристичний ринок» дає змогу розглядати його як систему взаємодії між реальними та потенційними споживачами, надавачами послуг, а також суб'єктами ринку, які забезпечують координацію та регулювання цього процесу. Важливим аспектом є ресурсне забезпечення галузі, яке формується за рахунок різних джерел. Серед них ключову роль відіграють природні, трудові, фінансові, інформаційні, підприємницькі та інвестиційні ресурси, що впливають на розвиток усіх інших складових туристичної інфраструктури.

В свою чергу через узагальнення підходів сервісної економіки туристичний продукт можемо розглянути як мережу різнорідних типів діяльності, що передбачають інтеграцію відповідних інституційних умов.

З огляду на специфіку туристичних послуг, беручи до уваги їх територіальну локалізацію як під час виробництва, так і споживання, встановлено інституційний зв'язок між внутрішніми (регіональними та національним) та зовнішніми ринками туристичних послуг, що охоплює як спільні риси, так і суттєві відмінності. До спільних характеристик можна віднести задоволення різноманітних соціальних потреб громадян, таких як

відпочинок, оздоровлення, розваги і подорожі, що сприяє покращенню якості життя. Однак існують і значні відмінності, які впливають на функціонування ринку туристичних послуг. До таких відмінностей належать залежність від загального економічного стану країни, що включає стабільність валютних курсів, політичну і правову безпеку, а також вплив змін у візовій політиці та регуляторних нормах.

Цей аналіз дозволив зробити висновок про необхідність формування цілісного інституційного середовища для розвитку туристичної галузі. Такий підхід може сприяти активізації як попиту, так і пропозиції на ринку туристичних послуг. Створення інтегрованого інституційного простору не лише полегшить доступ до туристичних ресурсів, а й стимулюватиме розробку інноваційних туристичних продуктів, які відповідатимуть змінним потребам сучасного суспільства.

На рис. 5.1 показано схему інституційного забезпечення розвитку регіонального туристичного сектору, що враховує специфіку туризму як сфери, для якої важливі як міжнародні стандарти, так і національні й локальні умови.

На основі аналізу базової ролі держави у регулюванні доведено можливість, доцільність і правомірність встановлення та досягнення стратегічних соціально-економічних цілей у сфері туризму на регіональному рівні. Це можна реалізувати шляхом створення відповідних економічних умов і впровадження нормативно-регуляторних механізмів, які впливають на систему взаємовідносин між учасниками ринку туристичних послуг на місцевому рівні. Даний підхід дозволяє оцінювати інституційну зрілість ринку туристичних послуг у певних регіонах та сформулювати пропозиції щодо вдосконалення його нормативно-правової бази. Метою таких заходів є створення сприятливих умов для розробки інструментів активної соціально-орієнтованої туристичної політики, яка відповідатиме потребам громад і сприятиме стійкому розвитку туризму на місцевому рівні.



Рис. 5.1. Схема інституційного забезпечення розвитку регіонального туристичного сектору

Джерело: розроблена автором.

Суть процесу стратегічного управління регіональним туристичним комплексом полягає у створенні такої туристичної політики, яка не тільки розкриває туристичний потенціал регіону, але й привертає інвесторів. Це не просто планування та організація туризму, а комплексний підхід, де враховуються особливості регіону, його унікальні ресурси та можливості, і водночас формуються умови для економічного зростання через інвестиції.

Процес починається з аналізу економічної ситуації в регіоні. Важливо оцінити не лише те, які туристичні продукти можуть бути цікавими для туристів, але й те, які напрями розвитку можуть стати привабливими для інвесторів. Чи є інфраструктура, чи потрібні нові готелі, ресторани або туристичні атракції? Такий аналіз дозволяє сформулювати чітку стратегію структурних змін, спрямованих на покращення туристичної привабливості та підвищення інвестиційного інтересу.

Наступний крок – визначення пріоритетів розвитку. Тут важливо не просто вибрати напрямки, куди варто вкладати ресурси, але й показати потенційним інвесторам, чому це вигідно. Наприклад, якщо регіон має унікальні природні ландшафти, можна розробити проекти для розвитку екотуризму, залучивши інвестиції у створення еко-готелів чи туристичних маршрутів. Це сприятиме розвитку регіону, створенню нових робочих місць та підвищенню економічної активності.

Кожен з етапів – від аналізу до реалізації стратегії – вимагає застосування сучасних методик планування, оцінки та моніторингу. Інвесторам важливо показати, що вкладені кошти працюватимуть ефективно, а для цього потрібен постійний аналіз результатів. Важливо враховувати не лише економічний ефект, а й соціальну складову – як покращується якість життя в регіоні, як розвивається інфраструктура та які нові можливості відкриваються для місцевих жителів.

Таким чином, стратегічне управління туристичним комплексом – це не тільки про туризм, це про створення сприятливого інвестиційного клімату, який допоможе регіону розвиватися, залучати капітал і підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку туристичних послуг. Суть управління розвитком ринку туристичних послуг у регіоні полягає у створенні та впровадженні ефективної туристичної політики, яка враховує як особливості створення, просування й реалізації туристично-рекреаційних продуктів, так і специфіку та загальний потенціал самого регіону. Це передбачає глибоке розуміння місцевих ресурсів і можливостей, які можна використати для розвитку туризму та залучення інвестицій.

Зазначені умови мають бути узгоджені інвестиційними забезпеченням інституційних векторів розвитку туризму на регіональному рівні (рис. 5.2).

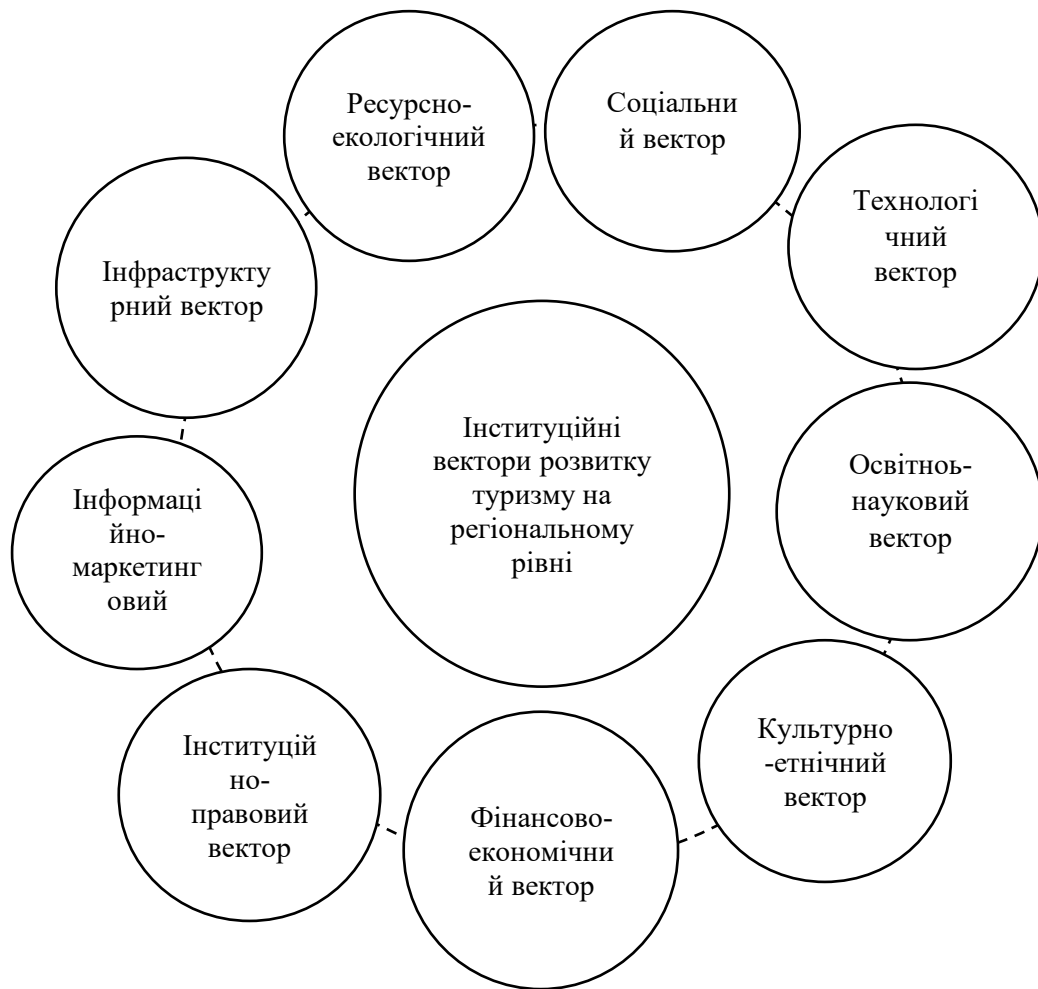


Рис. 5.2. Інвестиційне забезпечення інституційних векторів розвитку туризму на регіональному рівні

Джерело: розроблено автором.

#### 1. Ресурсно-екологічний вектор:

- збереження екосистем регіону через контроль відповідального використання природних ресурсів, мінімізацію екологічного впливу туризму;
- впровадження екологічно чистих технологій та практик у туристичній діяльності, включаючи енергоефективні споруди та зелений транспорт;
- стимулювання туристичних ініціатив, спрямованих на екологічну реабілітацію забруднених або пошкоджених територій;

#### 2. Інфраструктурний вектор:



- створення нових транспортних шляхів, готелів, інформаційних центрів і рекреаційних зон для підвищення привабливості регіону;
- забезпечення інклюзивності туристичної інфраструктури;
- оновлення існуючих туристичних об'єктів відповідно до сучасних вимог комфорту, безпеки та екологічних стандартів;

### 3. Інформаційно-пропагандистський вектор:

- розвиток цифрових платформ, що забезпечують доступ до інформації про туристичні продукти, маршрути, бронювання і відгуки;
- створення та просування регіональних туристичних брендів через інтегровані маркетингові кампанії, що підвищують обізнаність про туристичний потенціал регіону;
- проведення тренінгів для місцевих підприємців, гідів і персоналу туристичної сфери для підвищення їхньої компетенції та професійних навичок;

### 4. Інституційно-правовий вектор:

- гармонізація місцевих нормативно-правових актів із національними і міжнародними стандартами, що регулюють туристичну діяльність;
- скорочення бюрократичних процедур для отримання ліцензій та дозволів у сфері туризму;
- розробка механізмів захисту прав споживачів туристичних послуг, забезпечення компенсацій і страхування туристів;

### 5. Фінансово-економічний вектор:

- залучення державних ресурсів для підтримки стратегічних туристичних проектів і розвитку нових напрямків туризму;
- створення умов для залучення приватних інвесторів у розвиток туристичної інфраструктури через державно-приватне партнерство;
- введення податкових пільг для суб'єктів туристичної діяльності, що сприятиме зниженню витрат на розвиток нових об'єктів;

### 6. Культурно-етнічний вектор:

- відродження та просування культурної спадщини регіонів через створення етнографічних туристичних маршрутів і організацію фестивалів;

- проведення міжкультурних обмінів та інтерактивних заходів, що дозволяють туристам глибше ознайомитися з місцевою культурою та традиціями

#### 7. Освітньо-науковий вектор:

- створення програм для підготовки фахівців у сфері туризму, включаючи менеджерів, гідів, операторів туристичних компаній і представників готельного бізнесу;

- впровадження інноваційних методів навчання для розвитку навичок управління туристичними проектами та стійкого туризму;

- створення сертифікаційних програм для підвищення кваліфікації працівників туристичної галузі.

#### 8. Технологічний вектор:

- створення нових туристичних продуктів і послуг за допомогою цифрових технологій, віртуальної та доповненої реальності;

- збір та аналіз даних для вивчення поведінки туристів, прогнозування попиту та оптимізації туристичних пропозицій;

- впровадження інтелектуальних технологій у туристичну інфраструктуру, таких як мобільні додатки, навігаційні системи та розумні готелі.

#### 9. Соціальний вектор:

- підтримка програм соціального туризму, що забезпечують доступність туристичних послуг для людей з обмеженими можливостями або з низькими доходами;

- стимулювання волонтерських ініціатив, що підтримують розвиток громад та природоохоронних проектів через туристичну діяльність;

- залучення місцевих громад до активної участі у розвитку туризму через організацію екскурсій, майстер-класів та інших заходів.

Ці інституційні вектори охоплюють різні аспекти розвитку туризму, забезпечуючи збалансований підхід до стимулювання економічного зростання, соціального розвитку та збереження культурної й природної спадщини на регіональному рівні.

Проведене дослідження науково-методичних підходів до визначення

секторального інвестиційного потенціалу засвідчує, що ключовим чинником у створенні туристичного продукту є природні ресурси. Вони включають ландшафти, водні об'єкти (моря, озера, річки), кліматичні особливості, біорізноманіття (флору та фауну), а також лісові масиви. Саме унікальне поєднання цих складових формує різноманітні туристично-рекреаційні комплекси, кожен із яких має свою специфіку та напрям розвитку. Важливою характеристикою природних ресурсів є їхній потенціал відновлення, хоча темпи цього процесу варіюються.

Природні ресурси у взаємодії з основними мотивами туристичних подорожей – такими як події, культурні явища, історичні та сучасні об'єкти, у тому числі створені людиною – формують загальну систему туристичних ресурсів. Їхня соціальна та економічна цінність визначається рівнем доступності та розвиненістю туристичної інфраструктури.

Ефективність туристичної галузі значною мірою залежить від кадрового потенціалу. Для її успішного функціонування необхідна достатня кількість кваліфікованих фахівців різних спеціалізацій. Водночас специфіка ринку праці у сфері туризму характеризується нерівномірним робочим графіком, сезонністю, а також відносно низьким рівнем заробітної плати. Крім того, вплив профспілкових організацій у цій галузі залишається обмеженим.

Важливим фактором розвитку туристичної сфери є наявність інфраструктури, що вимагає значних фінансових вкладень. Тому економічний потенціал туризму в певному регіоні залежить не лише від природних умов, а й від інвестиційних можливостей. Навіть території з багатими природними ресурсами не можуть повною мірою розкрити свій туристичний потенціал без належного фінансування.

Останніми роками суттєву роль у сфері туризму починають відігравати й численні інноваційні технології, зокрема цифрові та інформаційні рішення. Проте рівень їхнього впровадження все ще залишається недостатнім, що спонукає державу до активної участі у стимулюванні інноваційного розвитку. Одним із таких кроків є створення спеціальних туристично-рекреаційних зон із

пільговими умовами для бізнесу. Водночас інформаційні ресурси стають стратегічно важливими, оскільки дозволяють туристичним компаніям ефективно просувати свої послуги, орієнтуючись на попит і очікування клієнтів.

Сучасні тенденції також акцентують увагу на ролі інституційних ресурсів, що охоплюють систему державних і недержавних організацій, формальні та неформальні механізми регулювання туристичної діяльності. Вони створюють сприятливе середовище для більш ефективного використання всіх наявних ресурсів та розвитку туристичної галузі.

Проведений аналіз підтверджує, що природні ресурси залишаються базовим компонентом туристичного сектору, хоча їхня ефективна реалізація можлива лише за умови раціонального поєднання з трудовими, фінансовими та підприємницькими ресурсами. Саме підприємницька діяльність, що дозволяє оптимально використовувати всі ці складові, може стати ключовим фактором успішного розвитку туристичних підприємств.

Інституційний аналіз інвестиційного проєкту орієнтований на визначення того, яким чином різні інституції впливають на реалізацію проєкту, його ефективність та довгострокову життєздатність. В межах інституційного аналізу розглядаються як формальні, так і неформальні інституції, що впливають на всі етапи інвестиційного процесу – від планування до завершення проєкту. Інституції в цьому контексті охоплюють регуляторне середовище, урядові органи, фінансові установи, а також соціальні та культурні фактори, що можуть відігравати вирішальну роль у визначенні успішності проєкту. Таким чином з'являється можливість поєднати проєкту концепцію туристичного продукту та його супровід через інституційну компоненту.

Одним із ключових аспектів інституційного аналізу є дослідження регуляторного середовища, в якому функціонуватиме інвестиційний проєкт. Регулювання може варіюватися від конкретних законів, що стосуються інвестиційної діяльності, до загальних економічних норм, таких як податкове законодавство, митне регулювання, валютний контроль та правила щодо іноземних інвестицій. Знання правових вимог і нормативних актів є важливим,

оскільки вони можуть впливати на прийняття рішень, темпи реалізації та загальну рентабельність проєкту. Особливо це актуально для міжнародних інвесторів, які стикаються з новими для них правовими системами.

Також важливо враховувати участь державних органів у реалізації проєкту. Роль держави може бути як сприянням розвитку інвестиційного середовища через підтримку або надання субсидій, так і бар'єром через бюрократію та адміністративні обмеження. Уряди часто мають важелі впливу через надання ліцензій, дозволів та інших адміністративних актів, без яких проєкт не може бути реалізований. Ефективність державних інститутів, їхня прозорість та відповідальність перед громадськістю можуть визначати легкість ведення бізнесу у конкретній країні або регіоні. Крім того, наявність системи захисту прав інвесторів та механізмів вирішення спорів є критично важливою для створення інвестиційного клімату, що заохочує довгострокові вкладення.

На цей час у Швейцарії склалася розгалужена багаторівнева система регулювання розвитку туристичного ринку. Координація розвитку туризму складає федеральному, регіональному, кантональному і місцевому рівнях. Залежно від господарсько-правової форми організації суб'єктів цієї системи слід виділити державні інституції, і навіть інститути громадського і права. Різноманітність та складна структура системи регулювання туризму у Швейцарії є, з одного боку, її позитивними рисами. Децентралізація регулювання туристичного ринку та відома незалежність всіх суб'єктів системи забезпечують облік інтересів та потреб практично кожного виробника туристичних послуг чи товарів. З іншого боку, різноманіття інститутів регулювання туризму є негативним фактором, оскільки існує потенційна небезпека дублювання функцій та розпорошення фінансових коштів.

Міністерство туризму Аргентини разом із представниками офіційного туристичного агентства від кожного регіону та автономного міста Буенос-Айрес складають Федеральну раду з туризму, яка ставить за мету просування Аргентини в найкращі позиції в Південній Америці з різноманітності та якості туристичного пропозиції. Ця організація займається координуванням

дотримання політики та цілей, встановлених для кожного регіону відповідними органами управління, організацією спільної роботи різних туристичних агенцій з метою полегшення туристів переміщення між різними пунктами маршруту, складання програм подорожі та вирішення питань, що виникають у процесі подорожі.

Крім Міністерства економіки, розвитку та туризму, у Чилі функціонує Національна служба туризму (SERNATUR), яка є державним органом, відповідальним за підтримку та розвиток туризму в Чилі. Головний офіс організації знаходиться в Сантьяго і має представництва в усіх регіонах країни через регіональні директорати з туризму. Національна служба туризму визначає свою місію як виконання планів та програм, заснованих на національній політиці розвитку туризму, сприяння сталому розвитку туристичної галузі, підтримка якості та конкурентоспроможності галузі та заохочення спрямованості на національні пам'ятки. Однією з цілей організації є внесок у економічний та соціальний розвиток Чилі та його культуру. Національна служба туризму також займається розробкою планів розвитку туризму в окремих регіонах республіки та аналізом результатів проведених робіт у цій галузі.

Фінансові інституції є ще одним важливим елементом інституційного аналізу. Вони забезпечують доступ до капіталу, пропонують механізми страхування ризиків і можуть надавати кредитні ресурси для проекту. Наявність розвиненої фінансової інфраструктури, таких як банківські послуги, ринки цінних паперів, механізми венчурного капіталу та страхові інструменти, може значно полегшити реалізацію інвестиційних проектів. Якщо фінансові інституції добре функціонують і є доступними, це знижує фінансові ризики і підвищує шанси на успіх.

Соціально-культурні фактори також повинні враховуватися в інституційному аналізі, оскільки вони впливають на ставлення місцевих спільнот та бізнесу до інвестиційного проекту. Культурні норми, рівень корупції, бізнес-клімат та звички впливають на те, як проект сприймається і підтримується суспільством. У країнах і регіонах з високим рівнем корупції та низьким рівнем

правової захищеності інвестиційний ризик може бути значно вищим. Це створює додаткові труднощі для інвесторів і може вимагати додаткових витрат на управління ризиками та побудову довіри з місцевими громадами та урядовими органами.

Ще одним важливим аспектом є інституційна спроможність, тобто здатність наявних інституцій ефективно виконувати свої функції. Сильні інституції можуть забезпечити стабільність та прогнозованість, що є необхідним для залучення інвестицій. Слабкі інституції, навпаки, можуть призводити до хаосу, затримок у реалізації проєктів, підвищених ризиків і непередбачених витрат. Інституційна спроможність включає в себе здатність органів державної влади, фінансових та правових установ забезпечити безперебійну підтримку проєкту на всіх етапах його реалізації.

Загалом інституційний аналіз інвестиційного проєкту дозволяє краще зрозуміти умови, в яких буде реалізований проєкт, і підготуватися до можливих викликів. Такий аналіз допомагає виявити не лише ризики, пов'язані з правовим та фінансовим середовищем, але й сприяти побудові стратегій для їхнього подолання.

За результатами дослідження, можемо виявити такі основні інституційні проблеми, що стримують розвиток туристичної сфери в Україні:

1. Відсутня системність законодавства та нормативно-правовому регулюванні на регіональному рівні.

Норми, які стосуються туристичної діяльності, розкидані по різних нормативно-правових актах, що належать до різних галузей права. Це часто призводить до неузгодженості, суперечливості та невизначеності правових положень, а також до відсутності єдиної термінологічної бази. Це створює додаткові труднощі для підприємців та інвесторів, що ускладнює їхню діяльність у галузі туризму.

2. Недосконалість законодавства щодо підтримки нових форм підприємництва в туризмі. Українське законодавство поки що не надає належної підтримки розвитку таких видів туризму, як агротуризм, екотуризм, чи

гастротуризм. Це обмежує можливості для розвитку інноваційних туристичних продуктів та залучення інвесторів до створення нових бізнесів у цій сфері.

3. Проблеми професійної підготовки кадрів. Сучасна система підготовки фахівців для туристичної галузі в Україні потребує значних змін. Багато випускників вищих навчальних закладів мають недостатній рівень спеціалізованих знань та практичних навичок. Крім того, кількість підготовлених фахівців середньої та початкової ланки не відповідає потребам галузі, що знижує якість обслуговування туристів і стримує розвиток індустрії.

4. Слабкість ринкових механізмів фінансового забезпечення туризму. В Україні відсутні ефективні механізми залучення фінансування для нових туристичних проєктів, особливо для малих і сімейних підприємств. Проблеми з формуванням стартового капіталу та залученням інвестицій обмежують можливості для розвитку підприємництва в туризмі. Крім того, механізм розподілу доходів між рівнями влади не дає можливості місцевим громадам ефективно фінансувати створення нових туристичних об'єктів.

5. Недосконалість податкової системи. Податкова система України не стимулює розвиток підприємництва в туризмі. Відсутність спеціальних податкових пільг для підприємств, що працюють у туристичній сфері, стримує розвиток масових видів туризму, зменшує кількість робочих місць і знижує інвестиційну привабливість галузі.

6. Відсутність єдиної інформаційної платформи для туристичної галузі значно ускладнює доступ до комплексних даних про міжнародні, національні та регіональні ініціативи й проєкти. Створення такої системи, на нашу думку, дозволило б ефективніше аналізувати стан ринку, виявляти перспективи розвитку та сприяти залученню інвесторів. Завдяки централізованому інформаційному ресурсу потенційні фінансові партнери отримали б необхідну аналітику для ухвалення рішень щодо підтримки нових туристичних проєктів, що сприятиме зростанню туристичного сектора України.



Ці проблеми гальмують розвиток туристичної галузі України та знижують її привабливість для інвестицій, обмежуючи можливості для розбудови туристичної інфраструктури та залучення туристів з-за кордону.

Інституційне забезпечення розвитку туризму включає в себе створення спеціалізованих установ та організацій, а також регулювання та підтримку державних ініціатив. Розглянемо деякі аспекти інституційного забезпечення.

По перше, базову координаційну роль в галузі має відігравати спеціалізоване відомство, яке має відповідати за розробку та реалізацію стратегій розвитку туризму, а також за привертання інвестицій та координацію діяльності інших зацікавлених сторін.

Наступним рівнем є туристичні асоціації та об'єднання, які сприяють обміну досвідом та розробці спільних ініціатив, зокрема інвестиційних проєктів.

Третій рівень формується локальними органами управління, що відповідають за створення сприятливого регулятивного середовища на місцевому рівні, яке сприяє розвитку туризму, включаючи ліцензування, зонування та земельне законодавство.

Вказані заходи інституційного забезпечення формують сприятливе середовище розвитку туризму через реалізацію ефективного управління, підтримки та координації.

Інституційне забезпечення інвестиційної діяльності в туризмі відіграє ключову роль у сприянні сталому розвитку туристичних секторів різних країн. Світовий досвід демонструє різноманітні моделі та практики, які сприяють залученню інвестицій, підвищенню конкурентоспроможності туристичних напрямків та забезпеченню ефективного управління ресурсами. Нижче наведені основні елементи та приклади успішних інституційних підходів у різних країнах. Багато країн створюють спеціалізовані інвестиційні агенції, які займаються просуванням туристичного сектору, залученням інвесторів та наданням підтримки місцевим підприємствам (табл. 5.2).

Таблиця 5.2

**Кейси інституційної підтримки залучення інвестицій для розвитку туризму на регіональному рівні**

| Країна<br>1                                 | Інститут<br>2                     | Функціонал інституту<br>3                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Інвестиційні агенції та установи</b>     |                                   |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Сінгапур                                    | Singapore Tourism Board (STB)     | STB відповідає за розвиток та просування туризму в країні. STB залучає іноземні інвестиції через програми підтримки, гранти та партнерські проекти. STB також сприяє інноваціям у туристичній галузі, підтримуючи стартапи та технологічні рішення.         |
| Ізраїль                                     | Міністерство туризму Ізраїлю      | Міністерство активно працює над залученням інвестицій у різні сегменти туризму, включаючи релігійний, культурний та екотуризм. Пропонуються податкові пільги. Розвиток інфраструктури здійснюється через державно-приватні партнерства.                     |
| <b>Публічно-приватні партнерства</b>        |                                   |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Франція                                     | Інвестиційні проекти у Парижі     | У Парижі успішно реалізуються проекти РРР для розвитку нових туристичних об'єктів, таких як сучасні готелі та розважальні комплекси. Це дозволяє залучати приватні інвестиції при збереженні контролю держави над стратегічними напрямками розвитку туризму |
| Об'єднані Арабські Емірати                  | будівництва визначних пам'яток    | Дубай активно використовує РРР для будівництва визначних пам'яток, таких як Бурдж Халіфа та Пальмовий острів. Це сприяло швидкому розвитку туристичної інфраструктури та залученню значних інвестицій з усього світу.                                       |
| <b>Законодавча та регуляторна підтримка</b> |                                   |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Мальдіви                                    | Закон про туризм                  | Законодавчі ініціативи на Мальдівах забезпечують податкові пільги та спрощені процедури реєстрації для туристичних підприємств. Це сприяє збільшенню кількості інвесторів та розвитку нових курортів.                                                       |
| Нідерланди                                  | Регулювання сталого туризму       | Нідерланди впровадили нормативні акти, що стимулюють розвиток екологічно сталого туризму. Це включає вимоги до енергоефективності будівель, управління відходами та збереження природних ресурсів, що приваблює інвесторів, орієнтованих на сталий розвиток |
| <b>Фінансова підтримка та гранти</b>        |                                   |                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Німеччина                                   | Гранти для туристичних інновацій  | Німеччина пропонує гранти та субсидії для проектів, спрямованих на інновації у туристичній галузі. Це включає розвиток цифрових платформ, екотуристичних маршрутів та культурних проектів.                                                                  |
| Канада                                      | Програми підтримки малого бізнесу | Канадські урядові програми надають фінансову підтримку малим та середнім підприємствам у сфері туризму, що сприяє створенню нових робочих місць та розвитку місцевих громад.                                                                                |

## Продовження таблиці 5.2

| <b>Освітні та дослідницькі інститути</b>     |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Австралія                                    | Канберрський університет   | Університет пропонує програми з управління туризмом та гостинністю, що готують фахівців для роботи в міжнародних туристичних компаніях. Вони також проводять дослідження, спрямовані на розвиток нових туристичних продуктів.                                             |
| Швеція                                       | Лінчепінгський університет | Університет співпрацює з місцевими підприємствами для розробки інноваційних рішень у сфері туризму, включаючи цифрові технології та стійкі практики.                                                                                                                      |
| <b>Маркетингові та промоційні ініціативи</b> |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Іспанія                                      | Brand España               | –: Іспанська державна агенція Brand España координує міжнародні маркетингові кампанії для просування країни як привабливого туристичного напрямку. Це включає участь у міжнародних виставках, рекламні кампанії та партнерства з міжнародними туристичними організаціями. |
| Японія                                       | Visit Japan Campaign       | Кампанія Visit Japan спрямована на залучення туристів через цифрові платформи, соціальні мережі та спеціальні пропозиції. Це сприяє підвищенню обізнаності про туристичні можливості Японії та залученню інвестицій у туристичний сектор.                                 |
| <b>Технологічні рішення та інновації</b>     |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Естонія                                      | – Smart Tourism            | Естонія розробила інтегровані цифрові платформи для управління туристичними потоками, включаючи мобільні додатки та системи великих даних (Big Data). Це дозволяє ефективно керувати ресурсами та надавати персоналізовані послуги туристам.                              |
| Південна Корея                               | AR та VR у туризмі         | Південна Корея активно використовує доповнену та віртуальну реальність для створення віртуальних турів та інтерактивних туристичних маршрутів, що підвищує привабливість регіонів для інвесторів та туристів                                                              |
| Коста-Рика                                   | Ecolabel Certification     | Коста-Рика запровадила сертифікацію екологічної відповідальності для туристичних підприємств, що стимулює інвесторів вкладати кошти у сталий туризм та збереження природних ресурсів                                                                                      |
| Нова Зеландія                                | Ki Maeroa Tourism          | Програма спрямована на підтримку місцевих громад та збереження культурної спадщини через розвиток екотуризму та відповідальних туристичних практик                                                                                                                        |

Світовий досвід інституційного забезпечення інвестиційної діяльності в туризмі демонструє, що успішний розвиток туристичного сектору можливий лише за умов комплексного підходу, який включає створення сприятливих інвестиційних агентств, ефективних публічно-приватних партнерств,

сприятливого законодавчого середовища, фінансової підтримки, розвитку освітніх та дослідницьких інституцій, ефективних маркетингових стратегій, впровадження сучасних технологій та забезпечення сталого розвитку. Впровадження цих практик у вашому регіоні дозволить значно підвищити його інвестиційний потенціал у сфері туризму та забезпечити довгостроковий економічний і соціальний розвиток.

Для підвищення ефективності інвестиційної діяльності в сфері туризму на основі світового досвіду можна запропонувати такі розгорнуті практичні рекомендації, що ґрунтуються на інституційній складовій:

**1. Розробка національної стратегії розвитку туризму, що включатиме її інтеграцію з інвестиційною складовою.** У національній стратегії розвитку туризму слід передбачити спеціальні розділи, присвячені інвестиційній діяльності. Ці розділи мають включати плани щодо залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвестицій у ключові туристичні напрямки, розвитку інфраструктури та інноваційних продуктів.

З урахуванням обмеженості ресурсів інвестицій в рамках стратегії варто визначити пріоритетні регіони та сектори туризму, що потребують першочергових інвестицій. Це можуть бути регіони з високим туристичним потенціалом, але недостатньо розвиненою інфраструктурою, або нові сектори, такі як екотуризм або медичний туризм.

**2. Створення спеціалізованих урядових агентств і платформ, що займалися виключно питаннями інвестицій у туристичний сектор.** Такі агентства повинні забезпечувати координацію між урядом, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами, надавати консультації та підтримку інвесторам. В якості інформаційно-технологічного забезпечення діяльності таких агентств пропонуємо використовувати цифрові інтерактивні онлайн-платформи, де потенційні інвестори можуть знайти інформацію про доступні можливості, законодавчі вимоги, інвестиційні проєкти, що вже реалізуються, та контакти з місцевими партнерами.

**3. Стимулювання публічно-приватних партнерств (PPP)** через запровадження спеціального законодавства, яке б спрощувало процедури укладання угод щодо таких партнерств, зокрема в сфері туризму. Важливе значення матиме надання податкових пільг, субсидій та грантів для приватних інвесторів, що беруть участь у PPP-проектах у туристичному секторі. Це можуть бути, наприклад, зниження ставок ПДВ або податкові канікули для нових туристичних об'єктів, створених у рамках таких партнерств. З урахуванням визначених проблем розвитку туристичного сектору в Україні через PPP уряд може залучати приватні компанії до фінансування будівництва та модернізації туристичної інфраструктури, що допоможе зменшити фінансовий тягар на державу та водночас забезпечити розвиток галузі.

**4. Вдосконалення регуляторного середовища**, що включає удосконалення нормативно-правової бази для полегшення процесу отримання дозволів на будівництво, експлуатацію туристичних об'єктів та організацію туристичних заходів, зменшення кількості необхідних документів, скорочення часу на їх розгляд та запровадження електронного документообігу. З інвестиційної точки зору необхідним є впровадження чітких і прозорих правил, які знижують ризики для інвесторів. Ця пропозиція стосується умов оподаткування, регулювання використання земель, будівельних норм та інших аспектів.

**5. Розвиток людських ресурсів**, що включає створення та підтримку висококласних прикладних освітніх програм, спрямованих на підготовку фахівців для туристичної галузі, зокрема в сфері менеджменту, маркетингу, інвестицій та гостинності, що дозволить забезпечити галузь кваліфікованими кадрами, здатними ефективно управляти інвестиційними проектами.

На локальному рівні необхідно забезпечити проведення тренінгів для місцевих спільнот з метою залучення їх до роботи в туристичній галузі, що підвищить рівень зайнятості та сприятиме розвитку місцевих економік. Зазначені освітні ініціативи мають враховувати специфіку обраних пріоритетних секторів.

**6. Активізація міжнародного співробітництва** через участь у міжнародних туристичних виставках та форумах, де презентуються інвестиційні можливості країни у сфері туризму, дозволить залучити увагу іноземних інвесторів та розширити партнерські зв'язки. Важливим компонентом міжнародної співпраці є комунікація з міжнародними організаціями (UNWTO, Світовий банк, ЄІБ тощо) для отримання технічної допомоги, фінансування проєктів та обміну досвідом у сфері розвитку туризму. Участь у проєктах з міжнародних освітніх програм та стажувань у сфері туризму дозволить перейняти кращі практики з інших країн і адаптувати їх до місцевих умов.

**7. Комплекс маркетингу та просування туристичних напрямків** включає створення та просування національного бренду, який підкреслює унікальні туристичні можливості країни, розробку стратегії маркетингу, що охоплює різні сегменти туристів, як внутрішніх, так і міжнародних, використання цифрових технологій (цифрових платформ, мобільних додатків та соціальних медіа) для просування туристичних напрямків, залучення інвестицій та взаємодії з потенційними туристами.

Підкреслимо роль маркетингу подій через проведення міжнародних туристичних заходів, таких як фестивалі, конференції та спортивні змагання, що сприятиме підвищенню інтересу до країни й створить додаткові можливості для інвестування.

**8. Стимулювання інвестицій в сталі інновації**, що відповідає сучасними трендам розвитку галузі. При практичному втіленні даного напрямку необхідно використовувати інноваційні користувацькі рішення, наприклад, створення екології, розвиток екотуризму та впровадження енергоефективних технологій в готельній індустрії. Окремо підкреслимо значення смарт-туризму, що заснований на використанні інноваційних технологій (великі дані (Big Data), інтернет речей (IoT) та штучний інтелект (AI)) для аналізу туристичних потоків, управління інфраструктурою та створення персоналізованих пропозицій для туристів. В контексті ESG-інвестування попитом користуються проєкти, що

спрямовані на збереження природних ресурсів, мінімізацію негативного впливу туризму на довкілля та розвиток сталих туристичних практик.

Успішне залучення інвестицій у туристичну галузь вимагає комплексного підходу, який враховує стратегічне планування, створення сприятливого регуляторного середовища, активне використання публічно-приватного партнерства, розвиток людських ресурсів та інновацій. Національні уряди та регіональні адміністрації повинні працювати над створенням привабливих умов для інвесторів, використовуючи світовий досвід та адаптуючи його до місцевих особливостей.

## **Виноски до розділу 5**

1. Сучасний туристичний ринок переживає кардинальні зміни, що зумовлено зміною ролі споживача в створенні туристичного продукту, де попит формує пропозицію, а туристи стають активними учасниками процесу. Туристичні компанії повинні адаптувати свої послуги до індивідуальних потреб, впроваджуючи інновації та персоналізацію сервісу. У зв'язку з цим зростає роль технологій, які спрощують процес планування подорожей. Ланцюжки доданої вартості в туризмі, що включають широкий спектр товарів і послуг, є важливими для створення конкурентоспроможного сектору. Вони забезпечують зростання інвестицій і зайнятості, сприяючи економічному розвитку країн. Туристичні витрати охоплюють не лише витрати туристів, але й компенсовані іншими сторонами, як-от роботодавцями або державними програмами, що робить їх багатокомпонентними та суттєво впливає на економічні процеси.

2. Ланцюжки доданої вартості в туризмі є ключовими для забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту та сталого розвитку регіону. Їх розвиток залежить від інтеграції економічних, соціокультурних, екологічних і технологічних аспектів, кожен з яких створює власний вплив на туризм. Економічні ефекти включають стимулювання місцевої економіки, створення робочих місць та залучення інвестицій. Соціокультурні ефекти сприяють збереженню культурної спадщини та розвитку творчих індустрій. Екологічні

ініціативи забезпечують збереження природних ресурсів і впровадження енергоефективних технологій. Технологічні інновації, зокрема цифрові платформи, відкривають нові можливості для туристичної галузі та підвищують її ефективність.

3. Інвестиції в ланцюжки доданої вартості є рушійною силою для розвитку туризму. Вони не тільки підвищують якість туристичних послуг і продуктів, але й сприяють зростанню економічного потенціалу регіонів, збереженню культурних і природних ресурсів, а також впровадженню сучасних технологій. Індустрія 4.0, яка раніше була орієнтована переважно на промисловість, тепер активно впливає на сферу послуг, включаючи туризм, дозволяючи споживачам та постачальникам туристичних послуг взаємодіяти більш ефективно.

4. Інтеграція ланцюжків доданої вартості в туризмі є важливим стратегічним кроком для України, що може стати основою відновлення економіки після війни та формування стійкого економічного зростання. Впровадження інвестиційних проєктів у туризмі має ключове значення для скорочення цифрового розриву та підвищення конкурентоспроможності країни на глобальному ринку. Ефективне проєктування ланцюжка доданої вартості передбачає стратегічне планування, інвестиції в інфраструктуру, людські ресурси та інновації. Для забезпечення успішної реалізації необхідна тісна співпраця між місцевою владою, підприємцями, туристичними організаціями та місцевими спільнотами.

5. Цифрові технології й інновації є ключовими для модернізації туризму, особливо в контексті Індустрії 4.0. Це включає розвиток онлайн-платформ, мобільних додатків, віртуальної реальності та аналітики даних, що допомагає підвищити ефективність управління та якість туристичного досвіду.

6. Розвиток туризму в Україні стає важливою складовою національної економіки, що вимагає активної участі місцевих органів влади у реалізації державної туристичної політики. Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» підкреслює необхідність популяризації країни на міжнародній арені, що сприяє формуванню позитивного іміджу, залученню інвестицій та зміцненню



національної безпеки. У цьому контексті важливою є концепція смарт-спеціалізації, яка дозволяє регіонам визначати свої ключові економічні пріоритети. Вона акцентує увагу на інноваціях, диверсифікації економіки та розвитку туризму як потужного драйвера просторового і соціально-економічного розвитку. Це сприяє створенню конкурентних переваг регіонів, залученню інвестицій у високотехнологічні галузі та підвищенню доданої вартості туристичних послуг.

7. Потенційно велика кількість регіонів України може бути зацікавлена в інвестиціях у туризм завдяки природним та культурним ресурсам, а також наявності високих туристичних потоків або перспективи стати новим напрямком для мандрівників. Спеціалізація в туристичному секторі має свої переваги та виклики. З одного боку, ця галузь розвивається динамічно та демонструє стійкість до економічних потрясінь. Однак, з іншого боку, туристичний сектор може стикатися з проблемами, пов'язаними з низьким рівнем технологічності, інновацій і капіталовкладень на працівника. Без належного регулювання місцевою політикою розвиток туризму може мати негативні наслідки, включаючи погіршення якості життя місцевого населення та інші негативні зовнішні ефекти.

8. Туризм, у контексті смарт-спеціалізації, є вигідним для регіонів із порівняльними перевагами в цій сфері. Він може стати додатковим сектором для диверсифікації економіки або основним напрямком розвитку, якщо регіон має унікальні туристичні ресурси. Однак, для відсталих регіонів, які не мають достатніх туристичних активів, таких як унікальні природні або культурні об'єкти, туризм може бути не найкращим вибором. Тому важливо проводити детальний аналіз і визначати стратегії, які враховують потенціал і потреби кожного регіону.

9. В умовах посткризового відновлення та повоєнного відродження розвиток туристичної галузі на регіональному рівні потребує формування ефективної інституційної системи, яка б стимулювала інвестиційну активність, впроваджувала інноваційні підходи та сприяла сталому розвитку. Аналіз

сучасних підходів до регулювання туристичного сектору дозволяє зробити висновок, що стратегічне управління туризмом повинно враховувати не лише економічні аспекти, але й соціальні, екологічні та інфраструктурні чинники. Це передбачає формування політики, спрямованої на створення інвестиційно привабливих умов та впровадження інституційних змін, які дозволять ефективніше використовувати наявні ресурси та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність регіональних туристичних ринків. Зазначені підходи сприяють розвитку ринку туристичних послуг через створення сприятливого інституційного середовища, що полегшить доступ до туристичних ресурсів та стимулюватиме впровадження інноваційних продуктів, відповідних сучасним вимогам. Інтеграція різноманітних підходів до управління – економічних, екологічних, культурно-етнічних та інших – дозволить розглядати туристичний сектор як потужний інструмент для покращення соціально-економічного стану регіону, залучення інвестицій та підвищення якості життя місцевих громад.

10. Успішний розвиток туристичної сфери також залежить від наявності трудових ресурсів відповідної спеціалізації, їхньої кваліфікації та ефективності інституційних механізмів. Інституційна спроможність регіону, де реалізуються туристичні проекти, є критично важливою, оскільки від неї залежить регуляторне середовище, доступ до фінансування та інвестицій, а також рівень підтримки з боку держави. Важливо створювати спеціалізовані установи, які координують розвиток туризму, підтримують нові ініціативи та залучають інвестиції. Належна координація між різними рівнями управління та організаціями, а також між публічним і приватним секторами, дозволяє оптимізувати ресурси, сприяти сталому розвитку туристичної інфраструктури та підвищувати інвестиційну привабливість регіонів.

## **Список використаних джерел до розділу 5**

1. Жовновач Р.І., Левченко А.М., Малаховський Ю.В. Проблеми та перспективи використання міжнародного досвіду організації макрорахівництва

у сфері державного регулювання туристичного кластеру національної економіки України. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5789>

2. Смарт-спеціалізація регіонів України: методологія та прагматика реалізації: монографія; наук. ред. Сторонянська І. З. / ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долішнього НАН України». Львів, 2022. 424 с.

3. Стрижак О. О. Розвиток туризму в контексті формування Індустрії 4.0: визначення взаємозв'язку. *Економічний вісник НТУУ "КПІ"*. 2021. № 18. С. 63-70.

4. Benner, M., Tourism in the context of smart specialization: The example of Montenegro. *Current Issues in Tourism*. 2020. № 23 (21). pp. 2624-2630.

5. Biagi B., Brandano M. G., Ortega-Argiles R. Smart specialisation and tourism: Understanding the priority choices in EU regions. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2021. Vol. 74. 100883. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100883>.

6. Borseková K., Vaňová A., Vitálišová K. Smart Specialization for Smart Spatial Development: Innovative Strategies for Building Competitive Advantages in Tourism in Slovakia. *Socio-Economic Planning Sciences*. 2017. Vol. 58. pp. 39-50. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2016.10.004>.

7. D'Amato D. et al. Green, circular, bio economy: A comparative analysis of sustainability avenues. *Journal of Cleaner Production*. 2017. doi: 10.1016/j.jclepro.2017.09.053

8. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourismcompetitiveness-report-2019>.

9. Zhang X., Song H., Huang G. Q. Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*. 2009. № 30.

## ВИСНОВКИ

У дисертації розроблено та обґрунтовано теоретико-методологічні засади, запропоновано науково-методичні й прикладні підходи щодо формування інвестиційного потенціалу розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції. Отримані результати дослідження дозволили зробити такі висновки:

1. В результаті дослідження удосконалено ключові поняття, зокрема «туризм» та «інвестиційний потенціал туристичної галузі». Туризм визначено як соціально-культурне явище та форму організації відпочинку, що виходить за межі постійного місця проживання і має переважно оздоровчу чи пізнавальну спрямованість. Такий підхід враховує можливість супутньої професійно-ділової діяльності та фінансових витрат. Основна увага приділена оздоровчим і пізнавальним цілям, що відрізняє це трактування від інших, більш загальних підходів. Поняття «інвестиційний потенціал туристичної галузі» розглянуто як сукупність фінансово-економічних та матеріальних ресурсів, які можуть бути використані для реалізації стратегічних завдань галузі. Увага акцентується на інноваційній складовій, яка є ключовим елементом успішного розвитку. Такий підхід дозволяє не лише визначити ресурсні можливості галузі, але й інтегрувати сучасні інновації, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності та ефективності туристичного сектору.

2. Дослідження дало можливість удосконалити класифікацію факторів, що впливають на розвиток і інвестиційну привабливість туристичної галузі. Серед внутрішніх факторів додано такі важливі елементи, як рівень технологічної оснащеності підприємств, структура капіталу, а також рівень витрат на обслуговування й утримання туристичної інфраструктури. Особлива увага приділяється ліквідним засобам виробництва та наявності вільних коштів на рахунках підприємств, що дозволяє більш гнучко реагувати на потреби ринку. Додатково визначено нові чинники, які впливають на інвестиційну стратегію залучення іноземних інвестицій. Нормативно-правові аспекти включають

часткову уніфікацію законодавства з іншими країнами та децентралізацію виконавчої влади на регіональному рівні. Економічні чинники охоплюють створення спеціальних економічних зон і туристичних кластерів на інноваційно-інвестиційній основі. Організаційні аспекти передбачають спрощення процедур упровадження інвестиційних проєктів, посилення співпраці державної влади та місцевого самоврядування. Такий підхід сприяє формуванню сприятливого інвестиційного клімату та підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі України.

3. Важливим досягненням дослідження стало розширення теоретичних засад моделі регіонального туристичного кластеру. Модель доповнено такими важливими учасниками, як інвестиційні та страхові компанії, консалтингові фірми, які сприяють підвищенню ефективності управління інвестиціями. Така кластерна модель сприяє економічному зростанню не лише окремих туристичних підприємств, а й усього регіону, посилюючи його інвестиційну привабливість. Крім того, систематизовано позитивні та негативні фактори, які впливають на розвиток туристичної галузі в Україні. До негативних віднесено небезпечний вплив деяких видів туризму на довкілля, ментальні бар'єри у спілкуванні, логістичні перепони, стихійні лиха та військові конфлікти. Позитивні фактори включають безвізовий режим, розвиток нових видів туризму, стабільність валюти, що забезпечує безпечне планування подорожей і якісний сервіс. Застосування такого підходу дозволяє створити комплексну систему оцінки та управління туристичними ресурсами, підвищити ефективність інвестиційної політики та сприяти сталому розвитку галузі навіть в умовах сучасних викликів.

4. В ході дослідження розширено підходи до оцінювання інвестиційного потенціалу туристичної галузі через врахування фактору невизначеності, який має суттєвий вплив на економічні процеси. Встановлено, що цей фактор, обумовлений економічною та соціальною нестабільністю, що значно знижує інвестиційну безпеку, особливо для іноземних інвесторів. Додатково запропоновано показники для оцінки інвестиційної привабливості підприємств,

зокрема частку інвестицій у регіональних вкладеннях, участь у територіальних кластерах та наявність стратегії розвитку із прогнозами окупності інвестицій, врахування яких сприятиме більш точному визначенню потенціалу туристичних підприємств, підвищуючи їхню ефективність у залученні ресурсів. Комплексний підхід до оцінювання інвестиційного потенціалу дозволяє формувати стратегії, які відповідають сучасним викликам і забезпечують стійкий розвиток галузі.

5. Уточнено механізми управління розвитком туристичної галузі, зокрема шляхом додавання ступеня кооперації та інтеграції підприємств у математичну модель. Цей підхід дозволив створити нові інструменти для оцінки взаємодії між підприємствами та їхнього впливу на інвестиційну привабливість регіонів. Розроблено критерії оцінки готельного бізнесу, такі як індекс тривалості перебування туриста та індекс вартості перебування, які враховують ефективність використання ресурсів і прибутковість підприємств. Підприємства, які використовують запропоновані критерії, можуть краще оцінювати власні можливості, коригувати стратегії ціноутворення та залучати інвесторів. Інноваційні механізми управління дозволять туристичній галузі адаптуватися до глобальних викликів і забезпечити підвищення якості послуг, розширюючи її інвестиційну привабливість.

6. Розширено систему механізмів мобілізації інвестиційних коштів для міжнародної діяльності туристичних підприємств. Зокрема, запропоновано залучати фінанси через розміщення цінних паперів на міжнародних ринках, що відкриває нові можливості для диверсифікації джерел капіталу. Крім того, вивчено роль туристичних кластерів як інструменту інтеграції підприємств, наукових установ і місцевих органів влади. Участь у таких кластерах дозволить зміцнити інвестиційну привабливість регіонів і буде стимулювати розширення міжнародного співробітництва. Ключову роль у цьому процесі відіграють туристичні кластери, які об'єднують підприємства, наукові установи та місцеві органи влади. Їхня діяльність на інноваційно-інвестиційній основі сприятиме створенню ефективної екосистеми для розвитку туризму. Інтеграція міжнародного досвіду та впровадження сучасних фінансових і управлінських

інструментів дозволять значно підвищити конкурентоспроможність галузі. В умовах євроінтеграції ці механізми забезпечать базу для сталого розвитку туристичної сфери, навіть у періоди глобальних криз і високої невизначеності.

7. За результатами проведеного аналізу встановлено, що міжнародний туризм стабільно демонстрував зростання доходів як на душу населення, так і на одного в'їзного туриста, завдяки збільшенню глобальної мобільності, росту міжнародних подорожей і поліпшенню якості туристичних послуг. Капіталовкладення відігравали ключову роль у розвитку галузі, зростаючи до 2020 року і привертаючи інвестиційну увагу. Це сприяло розвитку інфраструктури, покращенню сервісу та підвищенню привабливості туристичних напрямків. Проте пандемія COVID-19 у 2020 році стала критичним чинником, що спричинив серйозну кризу в туризмі, з різким падінням основних показників ефективності та інвестицій. Однак ця криза відкрила можливості для переосмислення та реструктуризації існуючих туристичних моделей. У 2021–2023 роках галузь почала відновлюватися: доходи та інвестиції знову зросли, що свідчить про стійкість сектора та його здатність швидко адаптуватися до нових викликів. Після пандемії ефективність інвестицій у туризм значно зросла, що вказує на оптимізм інвесторів і перспективи галузі в умовах зростаючого попиту на міжнародні подорожі.

8. Доведено, що в умовах постпандемійного та повоєнного відновлення галузь туризму в Україні може стати рушійною силою стабілізації економіки та міжнародної співпраці, особливо з урахуванням розширеного спектра видів економічної діяльності, таких як транспорт, заклади розміщення й харчування, мистецтво та спорт. Аналіз галузі за 2010–2023 роки свідчить про значні коливання: пікові доходи у 2019 році (близько 380 млрд грн) різко скоротилися через пандемію COVID-19 і війну, досягнувши понад 230 млрд грн у 2020–2022 роках, з поступовим відновленням у 2023 році. Частка України у світовому туризмі впала з 1,54 % у 2010 році до 0,63 % у 2023 році, а в європейському туризмі – з 3,81 % у 2013 році до 1,35 % у 2023 році. Основними причинами стали військові дії, окупація частини територій та економічні труднощі, які призвели

до спаду в'їзного туризму після 2014 року, тоді як виїзний туризм зростав до пандемії. Головними викликами для галузі залишаються інфраструктурні втрати, девальвація гривні та безпекові ризики. Для відновлення необхідно акцентувати увагу на розвитку інфраструктури, залученні інвестицій, інноваційному підході, партнерстві та забезпеченні безпеки туристів, а також стійкому використанні природних і культурних ресурсів.

9. Динаміка капітальних інвестицій у туристичну галузь України за 2010–2023 роки демонструє суттєвий вплив економічних, політичних і соціальних факторів. Зростання інвестицій до 9 млрд грн у 2019 році змінилося спадом до 5,9 млрд грн у 2020 році через пандемію COVID-19, після чого відбулося поступове відновлення, що свідчить про адаптацію галузі до кризових умов. Волатильність інвестицій у доларах США обумовлена девальвацією гривні, економічною нестабільністю та політичними ризиками, тоді як зростання вкладень у гривнях свідчить про активність внутрішніх інвесторів. Частка туризму в загальному обсязі капітальних інвестицій залишалася нестабільною, з піком 2,1 % у 2012 році (завдяки підготовці до Євро-2012) та найнижчим рівнем 0,92 % у 2016 році. Низька частка України у світових інвестиціях у туризм свідчить про обмежену міжнародну зацікавленість, що вимагає створення сприятливого інвестиційного клімату, мінімізації валютних ризиків та стабілізації економіки. Формування інвестиційного потенціалу галузі залежить від комплексного впливу політичних, економічних, соціальних, технологічних і екологічних факторів. Політична стабільність, боротьба з корупцією, економічне зростання, контрольована інфляція та підвищення рівня доходів створюють передумови для залучення інвестицій. Військові дії, навпаки, створюють значні перешкоди для розвитку галузі. Технологічний прогрес, зокрема цифровізація і розвиток енергетичної інфраструктури, відкриває нові можливості для інвесторів, тоді як екологічні проекти, орієнтовані на сталий розвиток і відновлювану енергію, додають привабливості галузі, хоча й потребують додаткових стимулів. Гармонійний розвиток усіх зазначених чинників



сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості туристичної галузі України.

10. Реалізовано комплексну оцінку формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі України. Визначено ключові фактори, такі як індекс прав людини, індекс свободи преси, ВВП, імпорт туристичних послуг і виробництво сонячної енергії, які суттєво впливають на інвестиційний клімат галузі. За допомогою мультиваріативного моделювання було створено сценарії розвитку, що враховують різні економічні та соціальні умови. Результати свідчать, що соціально-політичні аспекти, зокрема права людини та прозорість інформаційного простору, разом із економічною стабільністю, є визначальними для залучення інвестицій. Значна увага приділена адаптації до європейських стандартів, використанню екологічних технологій і розвитку інституційної спроможності. Отримані результати важливі для національної економіки, оскільки туризм може стати драйвером відновлення України, сприяючи створенню робочих місць, розвитку суміжних галузей і підвищенню добробуту населення. Комплексний підхід дозволяє підвищити конкурентоспроможність галузі на міжнародному ринку та інтегрувати її у європейський простір, що сприятиме сталому економічному зростанню країни.

11. Реалізоване сценарне прогнозування факторів, які визначають інвестиційний потенціал туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану. Використано трендовий аналіз і статистичне моделювання для оцінки динаміки ключових індикаторів, таких як ВВП, індекси прав людини та свободи преси, імпорт туристичних послуг і виробництво сонячної енергії. Аналіз показав, що для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності галузі критичними є відповідність європейським стандартам, прозорість інвестицій, розвиток інфраструктури та впровадження екологічних технологій. Сформульовано три можливі сценарії розвитку: оптимістичний, базовий та песимістичний, залежно від політичної стабільності, макроекономічної ситуації та впливу воєнних дій. Результати прогнозування свідчать про потенціал галузі до відновлення за умови активних реформ, розвитку транспортної

інфраструктури та залучення міжнародної допомоги. Ці висновки є важливими для національної економіки, оскільки туризм може стати каталізатором економічного зростання, сприяти створенню робочих місць, відновленню регіонів і покращенню добробуту населення. Інтеграція до європейського ринку та розвиток зеленої енергетики також сприятимуть сталому розвитку галузі та її стійкості до кризових обставин.

12. Визначено стратегічне значення інвестиційного планування для розвитку туристичної галузі України в умовах євроінтеграції та воєнного стану. Проведено сценарне прогнозування інвестиційного потенціалу, що охоплює песимістичний, базовий та оптимістичний варіанти, з оцінкою впливу різних чинників. Зокрема, у песимістичному сценарії прогнозується значне скорочення інвестицій та доходів через військові ризики, тоді як базовий сценарій передбачає стабільність за умови збереження поточних умов. Оптимістичний сценарій демонструє суттєве зростання інвестицій і доходів за умови досягнення завершення війни та активізації реформ. Отримані результати важливі для економіки України, оскільки туризм може стати мультиплікатором розвитку суміжних галузей, таких як транспорт, енергетика й ІТ. Розроблені рекомендації включають комплекс заходів для залучення інвестицій, модернізації інфраструктури, просування іміджу України як безпечної дестинації, розвитку нішевих видів туризму та інтеграції до європейського ринку. Виконання цих заходів сприятиме створенню робочих місць, відновленню економіки й підвищенню конкурентоспроможності України на глобальному туристичному ринку.

13. Розвиток інвестиційного потенціалу в туризмі та реалізація інвестиційних проєктів потребують комплексного підходу, що враховує такі складові, як ланцюги доданої вартості, смарт-спеціалізація та інституційне забезпечення. Сучасний туристичний ринок зазнає суттєвих змін, обумовлених новою роллю споживача, який не лише споживає, але й активно бере участь у створенні туристичного продукту. Це вимагає від туристичних компаній адаптації своїх послуг, впровадження інновацій і персоналізації сервісу.

Інтеграція ланцюгів доданої вартості, що охоплює різноманітні товари та послуги, створює можливості для зростання інвестицій і зайнятості, позитивно впливаючи на економічний розвиток. Ланцюги доданої вартості в туризмі відіграють вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності туристичних продуктів та сталого розвитку регіонів. Вони формуються через інтеграцію економічних, соціокультурних, екологічних і технологічних аспектів. Інвестиції в такі ланцюги підвищують якість туристичних послуг, стимулюють економіку, зберігають культурну спадщину і запроваджують інноваційні технології. Це сприяє створенню нових робочих місць та залученню капіталу, що, в свою чергу, підвищує загальну привабливість туристичного сектора.

14. Смарт-спеціалізація є важливим елементом для розвитку туризму, адже вона дозволяє регіонам визначити свої ключові пріоритети. Фокус на інноваціях та диверсифікації економіки сприяє формуванню конкурентних переваг. Це, в свою чергу, залучає інвестиції в високотехнологічні галузі та підвищує додану вартість туристичних послуг. Регіони з унікальними ресурсами можуть стати лідерами у розвитку туристичного сектора, однак важливо також враховувати потреби і потенціал відсталих територій, які можуть вимагати альтернативних стратегій розвитку.

15. Ефективна реалізація інвестиційних проєктів у туризмі вимагає тісної співпраці між усіма учасниками процесу, включаючи місцеву владу, бізнес, туристичні організації та громади. Інституційне забезпечення є критично важливим для створення сприятливого інвестиційного клімату, що включає регуляторні механізми, доступ до фінансування та підтримку держави. Синергія між публічним і приватним секторами забезпечить ефективне використання ресурсів і сприятиме сталому розвитку туристичної інфраструктури.

## ДОДАТКИ

## СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

*Наукові праці, у яких опубліковані основні наукові результати дисертації:*

1. Білецька Н.В. Інституціональне забезпечення розвитку споживчого ринку регіону: колективна монографія / кол. авт.; за ред. А. Г. Драбовського. Вінниця: ВКІ, 2021. 248 с. (С. 235-246, ISBN 978-617-7237-876 (0,46 друк. арк.).
2. Biletska N. International Management and Marketing (For students studying in the fields of knowledge 05 “Social and Behavioural Sciences”, 07 “Management and Administration”, 28 “Public Management and Administration”, 29 “International Relations”) I. Arakelova, V. Khoroshykh, L. Lytvynenko, Y. Popova, S. Lytvynenko. Kyiv: Publishing House “Condor”, 2021. 268 p. (1,54 друк. арк.)
3. Savchenko L., **Biletska N.**, Buriachenko O., Shmahelska M., Kopchykova I., Vasylenko I. Economic and Information Principles for Cargo Delivery Management in Global Network Supply Chains *International Journal of Computer Science and Network Security*. 2021. Vol. 21, № 12. С. 443-450. <http://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=27826> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,3 друк. арк., особистий внесок: запропоновано напрями вдосконалення інформаційних засад управління доставкою вантажів – 0,05 друк. арк.)
4. Levytska, I., Klymchuk, A., **Biletska, N.**, Bilogor, L. (2023). Public expenditures of Ukraine: problems and prospects for their solution. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, Volume 3 (50), 52 – 62. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.3.50.2023.4047> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: запропоновано напрямки вирішення проблем державних видатків України на розвиток визначених галузей – 0,1 друк. арк.)
5. Kampo, I., Kulinich, T., Ivanov A., **Biletska, N.**, & Mashika, H. (2024). Financial and Credit Regulation as a Tool for Attracting Investments in Tourism and the Hotel and Restaurant Business of Ukraine. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 14(4), 66–76. <https://doi.org/10.32479/ijefi.16203> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: досліджено теоретичні основи фінансово-кредитного регулювання інвестування у туристичний та готельно-ресторанний бізнес України – 0,08 друк. арк.)
6. Левицька І., Климчук А., **Білецька Н.**, Прохорчук С. Економічне партнерство Україна-ЄС: ретроспектива та проблеми подальшого поглиблення відносин. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. 2024. 4(57), 290–300. <https://doi.org/10.55643/fcaptp.4.57.2024.4437> **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано основні галузі для співпраці та особливості її розвитку в умовах сучасних викликів – 0,1 друк. арк.)
7. Sereda N., Albeshchenko O., Krupitsa I., **Biletska N.**, Krasnik A. (2024). Strategic approaches to tourism development: Crafting competitive strategies for business growth in the tourism sector. *Multidisciplinary Reviews*. 7. 2024spe004.

<https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe004>. **Scopus&Web of Science** (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: досліджено проблеми конкурентних стратегій в туристичній галузі – 0,08 друк. арк.)

8. Гріщенко І. В., Білецька Н. В., Клівіденко Л. М. Інвестиційно-інноваційний розвиток підприємств в умовах системних перетворень. *Вісник Львівської комерційної академії*. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2016. Вип. 50. С. 157-161. **Science** (заг. обсяг – 0,17 друк. арк., особистий внесок: досліджено напрями інвестиційно-інноваційного розвитку – 0,05 друк. арк.)

9. Білецька Н. В., Лопатюк Р. І., Транченко Л. В., Серветник-Царій В. В. Основні проблеми реалізації державної інформаційної політики. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2017. Вип. 52. С. 27-33 (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: визначено необхідність реалізації державної інформаційної політики для розвитку національної економіки – 0,06 друк. арк.)

10. Білецька Н.В., І.В. Гріщенко, Л.М. Клівіденко. Фактори і принципи формування інноваційного потенціалу підприємства. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету (Економічні науки): збірник наукових праць*. Львів: Львівська комерційна академія. 2017. Вип. 53. С. 128-132. (заг. обсяг – 0,17 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано складові формування інноваційного потенціалу – 0,06 друк. арк.).

11. Білецька Н.В., Транченко Л.В., Кожухівська Р.Б., Лопатюк Р.І. Застосування новітніх інноваційних моделей у сфері обслуговування. *Збірник наукових праць. Видавництво Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Випуск 22, С. 80-86. 0,08 д.а. (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: визначено необхідність застосування інноваційного розвитку в сфері обслуговування – 0,06 друк. арк.)

12. Білецька Н.В., Транченко Л.В., Лопатюк Р.І., Школьний О.О. Особливості управління підприємствами сфери обслуговування. *Збірник наукових праць. Видавництво Львівського торговельно-економічного університету*. 2018. Випуск 23. С. 137-144. 0,06 д.а. (заг. обсяг – 0,29 друк. арк., особистий внесок: розкрито проблеми управління в сфері обслуговування – 0,06 друк. арк.)

13. Гріщенко І.В., Білецька Н.В., Циганчук В.А., Мазур О.В. Методи забезпечення ефективності інвестиційно-інноваційних проектів. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету (Економічні науки), 2020. Вип. 60. С. 21-27. 0,04 д.а. (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано інструментарій дослідження ефективності інвестиційно-інноваційних проектів – 0,06 друк. арк.)

14. Білецька Н.В., Транченко Л.В., Яворська В.В., Транченко О.М., Мазур Г.О. Розвиток індустрії туризму та гостинності в Україні. *Підприємництво і*

*торгівля : збірник наукових праць*. Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету. 2020. Вип. 26. С. 10-18. <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2020-26-02> 0,04 д.а. (заг. обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок: досліджено сучасні напрямки розвитку індустрії туризму – 0,06 друк. арк.)

15. Іванюта П.В., Білецька Н. В., Покровщук Л.М., Гріщенко І.В. Обґрунтування функцій управління та бізнес – процесів на сучасному етапі бюджетування та менеджменту. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2023. № 71. С. 41–47. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1205-2023-72-05> (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: проаналізовано структуру функції управління та бізнес – процесів менеджменту на прикладі туристичної галузі – 0,06 друк. арк.)

16. Білецька Н. В., Тарасюк М.В., Нагорний В. В. Роль діджитал процесів в інноваційному розвитку українського бізнесу: економічний аспект. Інвестиції: практика та досвід. 2023. № 9. С. 28- 35. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.9.28> (заг. обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок: обґрунтування місця і ролі діджитал процесів для інноваційного розвитку бізнесу – 0,1 друк. арк.)

17. Білецька Н., Головка О., & Лемак В. (2024). Сучасні концепції розвитку туристичних та ресторанних кластерів гірських територій. *Економічний простір*, (191), 40-45. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-8> (заг. обсяг – 0,21 друк. арк., особистий внесок: визначено основні концепції розвитку туристичних кластерів і можливість їх використання – 0,07 друк. арк.)

18. Білецька Н. В., Папп В.В., Білецький В.В. Вплив конвергентних технологій на управління бізнес-процесами туристичного підприємства. Електронне наукове фахове видання «Економіка та суспільство». Випуск. № 62/2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-59> (заг. обсяг – 0,33 друк. арк., особистий внесок: розкрито наукові засади використання конвергентних технологій в управлінні туристичною галуззю – 0,1 друк. арк.)

19. Білецька Н.В. Упровадження ланцюжків доданої вартості як запорука підвищення інвестиційної привабливості туристичного сектора. *Бізнес Інформ*. 2024. № 9. С. 280-286. (0,25 друк. арк.)

20. Білецька Н. В. Інвестиційний потенціал туристичної галузі України в системі стратегічного управління його розвитком. *Бізнес Інформ*. № 5. 2024. С. 175-181. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-175-181> (0,25 друк. арк.)

21. Білецька Н., Наумов О., Наумов О. Теоретико-методичне забезпечення оцінювання інвестиційного потенціалу туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету* 2024, № 5. С. 554-560. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-334-84>. (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: визначено методичні підходи до оцінки інвестиційного потенціалу туристичного бізнесу – 0,08 друк. арк.)

22. Білецька Н. В. Інституційне забезпечення залучення інвестицій до розвитку туристичного сектору. *Економічний простір*. 2024. № 194. С. 3-7. <https://doi.org/10.30838/EP.194.3-7> (0,16 друк. арк.)



23. Білецька Н.В. Розробка методичного підходу до впровадження ланцюжків доданої вартості в діяльність підприємств туристичного сектору. *Наукові перспективи*. 2024. № 10(52). С. 373-884 DOI: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10\(52\)-373-384](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2024-10(52)-373-384) (0,46 друк. арк.)

24. Білецька Н.В. Впровадження смарт-спеціалізації в контексті формування інвестиційного потенціалу туристичної галузі. *Проблеми економіки*. № 3 (61), 2024. С.84-91. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2024-3-84-91> (0,3 друк. арк.)

25. Білецька Н.В. Фактори розвитку інвестиційної привабливості туристичної сфери країни. *Економічний простір*. 2024. (191). С. 440-445. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-74> (0,21 друк. арк.).

26. Білецька Н. В. Дослідження міжнародного досвіду забезпечення інституційного підґрунтя залучення інвестицій для розвитку туристичного сектору. *Бізнес Інформ*. 2024. №10. С. 252 – 259. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-10-252-259> (0,3 друк. арк.).

27. Білецька Н.В. Потенційні напрями розвитку інвестиційного потенціалу підприємств туристичного сектору. *Development Service Industry Management*, 2024. (3), 273–279. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7\(41\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-7(41)) (0,25 друк. арк.).

28. Попадинець Н., Незвещук-Когут Т., Данило Я., Білецька Н. Розвиток транскордонних туристичних кластерів: стратегічні ініціативи та маркетингове забезпечення. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 2024. 332(4), 264-270. <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-332-39> (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: розкрито стратегічні ініціативи транскордонних туристичних кластерів – 0,06 друк. арк.)

29. Білецька Н.В., Філіпова В.Л. Підвищення ефективності інвестиційної діяльності в сфері туризму в контексті інституційного забезпечення. *Актуальні питання економічних наук*. 2024. (3-4). <https://doi.org/10.5281/zenodo.14270068> (заг. обсяг – 0,8 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано модель інституційного забезпечення інвестиційної діяльності – 0,4 друк. арк.)

30. Білецька Н.В. Залучення інвестицій до розвитку туристичного сектору: інституційний аспект. *Innovation and sustainability*. 2024. (3). 160–168. <https://doi.org/10.31649/ins.2024.3.160.168> (0,33 друк. арк.).

#### ***Публікації апробаційного характеру та інші видання:***

31. Білецька Н. В., Ларцева О. М. Європейський досвід управління податковою політикою. *Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності»*, 1-2 грудня 2016 р. Кременчук, 2016. С. 495-499. 0.07д.а. (заг. обсяг – 0,16 друк. арк., особистий внесок: досліджено перспективи використання європейського досвіду управління для України – 0,08 друк. арк.)

32. Білецька Н. В., Тітко Я. І., Лазаренко О. В. Місце і роль оподаткування багатства у країнах ЄС. *Зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. «Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці»* м. Вінниця, 12 квітня 2016 р. У 2-х т. Т. 1 / ВННІЕ ТНЕУ. : Крок, 2016. С. 211-213 0,09 д.а.



(заг. обсяг – 0,08 друк. арк., особистий внесок: проведений аналіз ролі оподаткування багатства у країнах ЄС – 0,03 друк. арк.)

33. Білецька Н.В., Єфимчук О.І., Асауленко А. В. Управлінський аналіз як функція управління підприємницької діяльності. *Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів* : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. : у 2-х т. Т. 1 Ч. 1. / ВННІЕ ТНЕУ. м. Вінниця, 20 квітня 2017 р. Тернопіль : Крок, 2017. С. 153-157. 0,06 д.а. (заг. обсяг – 0,16 друк. арк., особистий внесок: досліджені теоретичні основи використання управлінського аналізу в підприємницькій діяльності – 0,06 друк. арк.)

34. Білецька Н. В., Мазур Г. О., Мазур О. В. Формування ефективної цінової політики як засобу моніторингу доходів торговельних підприємств. *Теорія та практика управління в державному, муніципальному та корпоративному секторах* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. м. Київ, 28 грудня 2020 р. С. 78-81. (заг. обсяг – 0,13 друк. арк., особистий внесок: обґрунтовано необхідність використання цінової політики на підвищення ефективності – 0,04 друк. арк.)

35. Levytska I., Klymchuk A., **Biletska N.**, Kotseruba N. Strategy of Tourism Development for the Middle-Sized Town: From Scenarios to Strategic Maps. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2020. Vol. 11. No 6. P. 1445 - 1454. (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: досліджено особливості використання стратегії розвитку туризму для невеликих міст – 0,09 друк. арк.)

36. Білецька Н. В. Питання ризиків та загроз фінансовій безпеці суб'єктів аграрного підприємництва. *Матеріали IX міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 205-ї річниці з часу заснування Львівського торговельно-економічного університету «Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації»*, 14-15 травня 2021 року м. Львів. С. 64-68 (0,17 друк. арк.).

37. Білецька Н. В., Іванюта П. В., Шмагельська М.О., Британська Н.Н. Методичні основи антикризового управління компаній на Україні. *Colloquium-journal*. 2022. №9 (132), Część 1. (Warszawa, Polska). С. 45–50. (заг. обсяг – 0,4 друк. арк., особистий внесок: визначено існуючі теоретико-методичні підходи для антикризового управління – 0,09 друк. арк.)

38. Levytska I., Klymchuk A., Shestakova A., **Biletska N.** Tourist Potential of Ukraine: Challenges and Prospects of the Post-War Time. *Journal of Environmental Management and Tourism*, v. 14, n. 2, p. 299 - 305, mar. 2023. ISSN 2068-7729. DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v14.2\(66\).01](https://doi.org/10.14505/jemt.v14.2(66).01) (заг. обсяг – 0,25 друк. арк., особистий внесок: досліджено перспективи туристичного потенціалу України у післявоєнний період – 0,06 друк. арк.)

39. Білецька Н.В. Формування інвестиційного потенціалу галузі у контексті організації регіональних туристичних кластерів. «Економічні та соціальні аспекти розвитку України» Міжнародна науково-практична конференція (17-18 жовтня 2024 року). Одеса : ОНТУ. С. 94-97. (0,13 друк. арк.).

**Додаток Б**

**Апробація результатів дисертації.** Найбільш вагомі теоретико-методичні положення та практичні рекомендації дослідження апробовано на численних науково-практичних конференціях найважливішими серед яких є: IV міжнародна «Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності» (1-2 грудня 2016 р. м. Кременчук, 2016), всеукр. конф. «Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці» (12 квітня 2016 р. м. Вінниця), всеукр. конф. «Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів» ( 20 квітня 2017 р. м.Тернопіль), міжнародна «Інноваційний розвиток: освіта та наука XXI століття» (19 червня 2018 р. м.Київ), міжнар. НПК здобувачів вищої освіти і молодих учених «Молодь науці і виробництву» (16-17 травня 2019 року м.Херсон), II міжнародна «Теорія та практика управління в державному, муніципальному та корпоративному секторах» (28 грудня 2020 р. м.Київ), IX міжнародна «Актуальні проблеми розвитку обліку, аналізу, контролю і оподаткування у контексті європейської інтеграції та сучасних викликів глобалізації» (14-15 травня 2021 року м.Львів), міжнародна «Економічні та соціальні аспекти розвитку України» (17-18 жовтня 2024 року м.Одеса), щорічні конференції професорсько-викладацького складу ПВНЗ «Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва» (Вінниця, 2016-2024 рр.).