

**ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ  
ВІДНОСИН ІМ. Б. Д. ГАВРИЛИШИНА**

*Кафедра міжнародного  
туризму і готельного бізнесу*

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**  
*на тему:*  
**“Формування інвестиційної  
привабливості туристичної сфери”**

**Студента групи ПОТОМ-21**  
Освітньо-професійної програми  
“Організація туристичного обслуговування”  
**Березюка Мар’яна Васильовича**  
**Науковий керівник:**  
к. е. н., доцент  
**Нагара Марина Борисівна**

**ТЕРНОПІЛЬ - 2021**

## ЗМІСТ

### РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИЗМУ

1.1. Соціально-економічна роль туризму в системі господарювання

1.2. Фактори формування інвестиційної привабливості туристичної сфери

1.3. Особливості інвестиційної діяльності в туризмі

Висновки до розділу 1

### РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

2.1. Сучасні тенденції розвитку туристичної сфери

2.2. Аналіз інвестиційного потенціалу туристичних підприємств

2.3. Специфіка інноваційно-інвестиційної привабливості туристичної сфери

Висновки до розділу 2

### РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

3.1. Формування моделі інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності підприємств туристичної сфери

3.2. Інваріантні підходи визначення ефективності інвестиційної діяльності в туризмі

3.3. Напрями підвищення інвестиційної активності в туристичній сфері

Висновки до розділу 3

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИЗМУ

### 1.1. Соціально-економічна роль туризму в системі господарювання

Туристична галузь країни є важливою складовою національного господарства. Її вплив на економіку проявляється у двох основних аспектах: з одного боку, туризм є самостійним видом бізнесу, в рамках якого знаходить своє вираження підприємницька здатність громадян, створюються робочі місця, формується частина валового внутрішнього продукту, отримується прибуток та відбуваються відрахування до бюджетів різних рівнів через взаємодію з підприємствами інших галузей, проявляється мультиплікативний ефект, а з іншого боку – туристичні підприємства створюють умови для відпочинку та лікування громадян, тобто відновлення їх працездатності та змістовного наповнення вільного часу. Тож туристичні підприємства в своїй діяльності формують економічний, соціальний та екологічний ефект, причому останній, можливо, навіть більш важливий для країни.

В складі національної економіки туризм є самостійною галуззю, підприємства якої взаємодіють із широким колом контрагентів з інших галузей. Розвиток туризму викликає будівництво і модернізацію аеропортів, доріг, магазинів, кінотеатрів, благоустрій міст, відновлення пам'яток, охорону лісових масивів, очистку водойм і та ін. Крім галузей, які традиційно пов'язані з туризмом, він сильно впливає на такі важливі галузі економіки як автомобільна, переробна, текстильна, взуттєва промисловість і багато ін. Капіталовкладення в будівництво готелів, наприклад, стимулюють ріст будівельної промисловості в цілому. Зростання будівельної індустрії, в свою чергу, впливає на виробництво будівельних матеріалів.

Отже, розвиток туризму сприяє росту суспільного виробництва, поліпшенню його структури, зростанню продуктивності праці в багатьох

галузях економіки, які прямо не стосуються туризму. Міжнародне туристичне споживання стимулює економічні процеси, відкриває додаткові ринки для продукції нетуристичних галузей, створюючи умови для росту виробництва, а відповідно, і застосування нової техніки та новітніх технологій виробництва і зростання продуктивності праці [1, с. 16].

Галузі, розвиток яких пов'язаний із туризмом, умовно можуть бути поділені на дві групи: інфраструктури туризму та пов'язані з ним галузі матеріального виробництва і послуг (рис.1.1) [15, с. 28].



Рис. 1.1. Зв'язок туризму з іншими галузями національного господарства

Джерело: побудовано автором за [15, с. 30]

Вплив туризму на економічне зростання в Україні вимірюється рядом економічних показників: питомою вагою туризму в створенні валового внутрішнього продукту, надходженнями від туризму до державного бюджету у вигляді податків і зборів від туристичних центрів, комерційними доходами – валовими грошовими надходженнями від витрат туристів і чистими доходами, надходженнями валютних коштів від іноземного в'їзного туризму, особистих доходів громадян у формі заробітної плати для зайнятих в туристичній інфраструктурі та часткою оплати туристичних послуг у структурі споживчих витрат середньостатистичного домогосподарства України.

Варто зазначити, що загальні тенденції розвитку світового туризму приводять до того, що він перестає бути лише сферою відпочинку, та все більше характеризується наступними процесами [8, с. 41]:

- поглиблюється диверсифікованість туристичної галузі;
- посилюється ефект мультиплікатора в туризмі;
- збільшується вплив туризму на економічне зростання в країні;
- вагомішими стають соціальні результати розвитку рекреаційної діяльності;
- розвиток туризму стає більш динамічним, гармонізованим, сталим;
- відбувається процес транснаціоналізації світового туристичного ринку;
- посилюється вплив туризму на територіальний розвиток;
- збільшується потреба в інвестиційній та організаційній підтримці з боку держави.

Розглянемо ці характеристики більш детально.

Як уже зазначалося, туризм є міжгалузевим комплексом, що взаємодіє з всіма видами пасажирського транспорту, спеціалізованими підприємствами та підприємствами галузей, пов'язаних з туризмом (транспортне машинобудування, капітальне і шляхове будівництво, харчова і легка промисловість тощо), а також сферою послуг, якими користується турист.

Дана особливість туризму є передумовою для міжгалузевого переливання капіталів між підприємствами як галузей, що безпосередньо забезпечують туризм (транспорт, харчування, розваги, лікування), так і інших галузей, надавши їм можливість одержувати свою частину прибутку від туризму. Рух капіталів можливий і в зворотному напрямку: туристичні фірми мають змогу вкладати свої вільні кошти в галузі, які дають швидший або більший прибуток. Особливо привабливим, на нашу думку, було б включення у міжгалузевий обіг капіталів таких фінансових структур як банки, торгово-промислові палати, страхові, венчурні та інші підприємства, які мають вільні обігові кошти та могли б здійснювати інвестування туристичної галузі на взаємовигідних умовах.

Потреби сучасних туристів у активному відпочинку, його поєднанні зі спортом, пізнанням навколишнього середовища та спілкуванням з екологічно чистою природою обумовили появу та розвиток у 1960-70-ті роки якісно нових видів туризму.

Завдяки диверсифікації та спеціалізації туристичної діяльності, а також виникненню суспільного руху «зелених», на ринку туристичних послуг виникають такі екологічно споріднені види туризму як власне екологічний, біологічний, підтримуючий, природний, м'який, аграрний, сільський, зелений. Їх сутність полягає у пропаганді виробництва та споживанні екологічно безпечних і нешкідливих для здоров'я продуктів, товарів та послуг. Світоглядно ці нові види туризму привносять у суспільство новий тип соціальної поведінки, яка полягає в раціональному природокористуванні, охороні природи, прагненні бути разом з природою, глибше пізнавати її розмаїття.

Наявність людей з таким світоглядом призводить до появи нової концепції сталого, гармонійного, збалансованого розвитку туризму, який забезпечує баланс між його соціально-економічними і природними складовими [58, с. 114].

Ще однією з особливостей розвитку сучасного туризму є транснаціоналізація, яка супроводжується зростанням рівня концентрації виробництва серед декількох глобально інтегрованих (транснаціональних) корпорацій. Наслідками цього, зокрема, можуть стати злиття найбільших операторів туристичної індустрії, поглинання закордонними компаніями перспективних національних туристичних фірм та виснаження природно-рекреаційних ресурсів.

Важливою особливістю туризму є потенціал даної галузі відносно вирівнювання розвитку територій, адже туризм є мало не єдиним доступним видом економічної активності на територіях, непридатних для ведення сільськогосподарського виробництва. Тому розвиток туризму є одним із домінуючих чинників інтенсифікації територіального розвитку.

Узагальнюючи досягнення українських та зарубіжних туризмологів, можна дійти висновку, що на перших етапах свого розвитку туристично-рекреаційна інфраструктура потребує значних капіталовкладень, але вона здатна у досить короткий термін забезпечувати додаткові надходження до бюджету. Це прямі доходи від рекреаційних підприємств і надходження від компаній, що обслуговують туризм. На певному етапі до сфери обслуговування рекреантів підключаються інші галузі господарського комплексу: харчова, сувенірна, транспортна, що позитивно впливає на зайнятість населення.

Вплив галузі здійснюється насамперед через формування частини валового національного продукту. Тому однією з основних цілей реалізації програми розвитку туризму повинна бути максимізація впливу туристичної галузі на валовий внутрішній продукт країни, що можливо лише за умови високої якості обслуговування туристів.

Досягнення зазначених завдань вимагає об'єднання ресурсів та зусиль усіх зацікавлених суб'єктів (в тому числі держави) на реалізації єдиних стратегічних пріоритетів. До стратегічних пріоритетів розвитку туристичної

галузі, спроможної забезпечити територіальний розвиток, слід віднести [46, с. 52]:

- обрання в якості стратегічної мети розвитку туризму соціальну спрямованість;
- удосконалення нормативно-правової бази в напрямку переорієнтації роботи туристичних підприємств з виїзного на в'їзний туризм;
- отримання актуальної для інвесторів інформації про стан туристичної галузі та формування відкритої бази даних з цих питань;
- забезпечення стабільної соціально-економічної та сприятливої екологічної ситуації;
- надання податкових пільг підприємствам інших галузей, які займаються інвестуванням туристичної галузі;
- активізацію господарських зв'язків туристичних підприємств з іншими галузями економіки;
- формування у споживачів за допомогою спільної маркетингової політики екоатрибутивного підходу до споживання турпродукту;
- підвищення ролі туризму в соціально-економічному розвитку країни.

Перелічені стратегічні пріоритети для своєї реалізації потребують двох визначальних ресурсів. Фундаментальною для їх реалізації є можливість залучення інвестиційних ресурсів приватного сектора, адже досвід свідчить, що покладання надій передусім на державні кошти у вітчизняних умовах є безперспективним: держава не може в достатній мірі забезпечувати коштами одночасно усі перспективні сфери економіки. Більш важливим завданням для держави у реалізації перспектив розвитку туризму є забезпечення його інвестиційної та інноваційної привабливості. Другим ресурсом у реалізації вказаних стратегічних пріоритетів є організаційний. Його забезпечення також повинне бути покладене на державу, адже лише її регуляторна діяльність може спрямувати діяльність економічно та юридично самостійних суб'єктів у єдине стратегічне русло.



## 1.2. Фактори формування інвестиційної привабливості туристичної сфери

Забезпечення інвестиційно-інноваційної привабливості туризму є необхідним фактором розвитку туристичної сфери в сучасних умовах. При цьому доцільно конкретизувати зміст поняття «інвестиційно-інноваційна привабливість».

У фаховій літературі термін «інвестиційно-інноваційна привабливість» використовується нечасто. Більш поширеними є поняття «інвестиційна привабливість» та «інноваційна привабливість». Розглянемо підходи до трактування даних термінів.

Категорія «інвестиційна привабливість» застосовується по відношенню до широкого кола об'єктів: підприємства, регіону, галузі, країни тощо. Інвестиційна привабливість підприємства трактується як [59, с. 91]:

- інтегральна характеристика підприємств з позиції перспектив розвитку, обсягу і можливості збуту продукції, ефективності використання активів і їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості (тобто її можна характеризувати як доцільність вкладення в підприємство вільних грошових коштів):

- інтегральна характеристика окремих підприємств як об'єктів майбутнього інвестування з позицій ефективності розвитку, обсягів і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансового стану [**Error! Reference source not found.**, с. 139];

- рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, який може визначатися чи оцінюватися значенням відповідних показників, у тому числі інтегральної оцінки [**Error! Reference source not found.**].

Узагальнюючи теоретичні напрацювання вчених, доцільно констатувати, що інвестиційна привабливість – це суб'єктивна оцінка

інвестором об'єктивних особливостей та показників держави, галузі, регіону, підприємства, на основі якої приймається рішення про доцільність вкладення коштів.

Поняття «інноваційної привабливості» також зустрічається у фаховій літературі порівняно нечасто. Г. В. Рачинська та А. С. Лісовська зазначають, що його доцільно використовувати щодо суб'єкта, який приймає управлінське рішення для вибору об'єкта впровадження інновацій. Вони зазначають також, що під інноваційною привабливістю розуміють спроможність підприємства залучати внутрішні і зовнішні інноваційні проекти та мінімізувати ризик щодо досягнення мети учасників проектів, яка зумовлюється рівнем інноваційного потенціалу підприємства [49, с. 88].

Інноваційна привабливість – це суб'єктивна оцінка учасниками інноваційної діяльності об'єктивних особливостей та показників держави, галузі, регіону, підприємства, на основі якої приймається рішення про доцільність впровадження проектів з розробки і комерційного використання інновацій [25, с. 187].

Інвестиційно-інноваційна привабливість – це суб'єктивна оцінка інвесторами об'єктивних особливостей і показників держави, галузі, регіону чи підприємства щодо можливості задоволення інтересів та досягнення цілей інвестора, на основі якої приймається рішення про вкладення коштів (активів) і впровадження проектів з розробки та комерційного використання інновацій [60, с. 38].

Науковці для оцінки інвестиційної привабливості підприємства пропонують аналізувати показники фінансового стану: фінансової стійкості, майнового стану, платоспроможності, ліквідності активів, прибутковості, ділової активності, ринкової активності, доповнюючи проведений аналіз оцінкою перспектив існування та розвитку фірми. Інші фахівці наголошують на важливості аналізу рівня ризику і зовнішніх умов діяльності підприємства [62, с. 40].

Аналіз інвестиційної привабливості туристичної галузі, на думку В.О. Полюги, повинен включати такі елементи [20, с. 65]:

- оцінка сучасного стану та перспектив розвитку галузі;
- оцінка і прогнозування середньогалузевої рентабельності;
- оцінка та стимулювання освоєння рекреаційного потенціалу;
- оцінка інвестиційних ризиків.

Оцінку інноваційної привабливості підприємства науковці пропонують базувати на аналізі наступного переліку факторів [31, с. 124]:

- показники фінансово-майнового стану підприємства;
- показники адаптації підприємства до змін;
- показники якості менеджменту;
- показники інноваційного потенціалу підприємства;
- показники ступеня радикальності інновацій та ризику інновацій;
- інвестиційна привабливість зовнішнього середовища.

В.Ізюмська, наводячи перелік напрямів оцінки інноваційно-інвестиційного клімату регіону, включає до нього [39, с. 205]:

- економіко-географічне розташування;
- природно-ресурсний потенціал;
- трудовий потенціал;
- економічний потенціал;
- місткість споживчого ринку;
- інфраструктурний потенціал;
- науково-технічний потенціал;
- інвестиційні преференції;
- інвестиційні ризики.

Систематизуючи наведені підходи, можна виділити кілька основних напрямків аналізу інвестиційної привабливості туристичної сфери:

- обсяги ринку збуту;
- ресурсозабезпеченість;

- рівень розвитку інфраструктури;
- рівень віддачі від вкладеного капіталу;
- ризику;
- наявність інвестиційних преференцій.

Говорячи про інвестиційно-інноваційну привабливість туризму, наведений перелік слід доповнити наступними складовими:

- потенціал у створенні інновацій;
- готовність до сприйняття інновацій.

Таким чином, виділено вісім основних напрямків оцінки інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі. Слід зауважити, що кожен із них необхідно розглядати не тільки з позицій актуальної ситуації, а й враховуючи перспективи її розвитку.

Розглянемо кожен із визначених напрямків через призму особливостей туристичної галузі.

При оцінці обсягів ринку збуту слід враховувати внутрішній та зовнішній попит на туристичні послуги. Аналізуючи ж перспективи зміни ринкової ситуації, необхідно звернути увагу на динаміку доходів населення в країні та регіоні. Важливими резервами розширення ринку збуту туристичної галузі є поширення інформації про місцеві туристичні продукти за кордоном, переорієнтацію виїзного туристичного потоку на внутрішні туристичні об'єкти. За рівнем використання даних резервів у галузі можна оцінювати її невикористані можливості.

Оцінюючи ресурсозабезпеченість галузі, слід акцентувати увагу на кількох аспектах. До ресурсів туристичної галузі, на нашу думку, слід відносити виробничі ресурси (основні засоби та необхідні для надання туристичних послуг матеріальні цінності, тобто все те, що відноситься до оборотних і необоротних активів), природні та антропогенні рекреаційні і туристичні ресурси (природні об'єкти, придатні для рекреації, визначні історичні пам'ятки тощо), трудові ресурси (персонал, що відповідає

кваліфікаційним, освітнім та іншим вимогам) та іміджеві ресурси (відомість і уявлення про дану територію серед широкого загалу).

Матеріально-технічна ресурсна база галузі є фактором, який визначає її розвиток на найближчу перспективу. Саме наявний обіг матеріальних ресурсів, уже залучених у виробництво, є максимально можливим базисом, що може бути використаний протягом найближчих тижнів, місяців, сезону.

Важливим аспектом туристичного бізнесу є рівень і якість обслуговування, що накладає свій відбиток на необхідні риси обслуговуючого персоналу. Про його поточну та перспективну наявність свідчать показники ринку праці і демографічні особливості території.

Рівень розвитку інфраструктури також в значній мірі визначає можливість подальшого зростання обсягів виробництва галузі. До інфраструктури туризму можна віднести виробництва та засоби, що забезпечують туристичним фірмам умови для ведення діяльності, тобто транспорт і зв'язок, житлово-комунальну, побутову, ринкову, фінансову сфери та консультаційну, інформаційну й організаційну підтримку.

Оцінка рівня віддачі від вкладеного капіталу цікавить інвестора як остаточний результат вкладення коштів. Виходячи із власних цілей, інвестор бажає отримати певний результат від своїх вкладень у вигляді прибутку чи соціального ефекту. Раціонального інвестора до вкладення коштів спонукає очікування досягнення бажаного результату ( рис. 1.2).

Готовність до сприйняття інновацій визначається дещо іншими факторами, які пов'язані передусім із особливостями управління суб'єктами господарювання. Н.В. Краснокутська, пропонуючи систему оцінки інноваційного потенціалу як ступеня готовності організації до реалізації проекту інноваційних змін, наводить такий перелік факторів [9, с. 80]:

- стан внутрішніх підсистем підприємства (управлінської, ресурсної, товарної, функціональної, організаційної);
- готовність досягати стратегічних цілей;
- здатність забезпечити реалізацію інновацій;

- відповідність внутрішнього і зовнішнього середовищ особливостям інновацій.

Фактори оцінки інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі		
Обсяги ринку збуту	Фактична кількість туристів	
	Обсяги платоспроможного попиту	
	Очікувана зміна кількості туристів, пов'язана із зміною рівня доходів у суспільстві	
	Резерви зростання попиту на туристичні послуги за рахунок поширення інформації за кордоном	
	Резерви переорієнтації виїзного туристопотоку на внутрішній ринок туристичних послуг	
Забезпеченість туристичної галузі ресурсами	Матеріальними	Наявність закладів проживання, харчування та лікування та їх комплектація
		Наявність атракціонів, екскурсійних програм та засобів, сувенірного ринку
		Забезпечення підприємств оборотними коштами
	Природними та антропогенними туристичними об'єктами	Наявність природних об'єктів для відпочинку та оздоровлення людей
		Наявність об'єктів антропогенного характеру (історичних пам'яток, музеїв, цікавих технологічних об'єктів тощо)
		Рівень витрат, необхідних для збереження та відновлення названих об'єктів
	Трудовими	Наявність персоналу, що відповідає вимогам туристичної галузі
		Рівень заробітної плати
		Тенденції розвитку демографічної ситуації в регіоні та перспективи залучення трудових ресурсів
	Іміджевими	Можливість використання переваг території, що стійко асоціюється в уявленні споживачів із відпочинком чи оздоровленням
		Можливості покращення іміджу території як рекреаційно-курортної зони
	Рівень розвитку інфраструктури	Кількість та можливості підприємств транспорту та зв'язку, наявність шляхів та комунікацій
Граничний рівень навантаження на житлово-комунальне господарство		
Рівень фінансових послуг як для туристичних підприємств так і для туристів		
Розвиток оптової та роздрібною торгівлі		
Наявність інших підприємств та установ, що задовольняють потреби туристичних підприємств та туристів		
Рівень віддачі від вкладених інвестицій	Середня норма рентабельності в галузі	
	Можливості вилучення прибутку інвесторами	
	Інші фактори, що впливають на досягнення інвестором поставленої мети	
Ризики інвестування	Стабільність політичної, економічної ситуації в країні (регіоні), стабільність законодавства	
	Наявність гарантій прав інвесторів	
	Імовірність та величина специфічних ризиків окремих проектів та підприємств	
Наявність інвестиційних преференцій	Податкові пільги та пільгові режими кредитування	
	Спрощені процедури реєстрації, ліцензування, отримання дозволів тощо	
	Наявність та напрямки діяльності урядових установ сприяння розвитку туристичних фірм	
Потенціал у створенні інновацій	Законодавче забезпечення інноваційної діяльності	
	Система фінансування інноваційної діяльності	
	Інноваційна інфраструктура, тобто наявність та технічний рівень установ, що створюють інновації	
	Людський потенціал у розробці інновацій	
Готовність до сприйняття інновацій	Організаційний рівень менеджменту туристичних підприємств	
	Рівень консервативності та інерційності суспільства по відношенню до нововведень	
	Середній розмір туристичних підприємств та вік менеджерів (як вищого керівництва, так і керівників середньої та нижньої ланки)	
	Рівень корпоративної культури на підприємствах галузі та економічні інтереси впливових груп	

С  
Ф  
Е  
Р  
АВ  
П  
Л  
И  
В  
УД  
Е  
Р  
Ж  
А  
В  
И

Рис. 1.2. Фактори інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі

Джерело: побудовано автором за [6, с. 37]

Викладене вище дозволяє акцентувати увагу на необхідності пошуку деякого оптимального перерозподілу функцій та відповідальності за покращення інвестиційно-інноваційного клімату туристичної галузі між

державою і приватним сектором. Система заходів із забезпечення такого перерозподілу повинна знайти своє відображення у законодавчих та програмних документах, а її практична реалізація повинна спиратися на відповідне організаційне забезпечення. Тому подальше дослідження доцільно спрямувати на виявлення ефективних форм організаційного забезпечення державної політики у сфері туризму.

### **1.3. Особливості інвестиційної діяльності в туризмі**

Оскільки туристичне підприємство є відкритою системою, воно зможе функціонувати у разі задоволення потреб споживача та зовнішнього середовища. Щоб одержати прибуток, потрібний для виживання, підприємство має постійно реагувати на зміни середовища, у якому воно функціонує.

Управління туристичними підприємствами здійснюється на основі розподілу і координації управлінської діяльності, в рамках якої відбувається процес управління, спрямований на досягнення накресленої туристичним підприємством мети.

Управління діяльністю туристичних підприємств полягає в особливому сполученні системного, адаптивного та ситуаційного управлінських підходів, результатом чого є максимальна адаптація сервісної діяльності туристичних підприємств до сучасних потреб споживачів і можливість своєчасно змінювати та оновлювати асортимент послуг, що є основою підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності [44, с. 153].

Управління розглядається як найважливіший фактор, що визначає форми поведінки і діяльності всього колективу, і окремих його членів. Управління туристичною діяльністю підприємства - це ціле спрямований

вплив на його персонал і клієнтів для організації та координації їх дій у процесі надання туристичних послуг.

Основними принципами системи управління діяльністю туристичного підприємства є: спрямованість на задоволення споживача; узгодженість цілей керівника підприємства та колективу; орієнтація на бізнес-процеси; мотивація поведінки та соціальна відповідальність; безперервність вдосконалень, розвитку та навчання.

Принципи управління туристичним підприємством враховують і внутрішнє, і зовнішнє середовище. Внутрішнє середовище підприємства формується під впливом змінних, які здійснюють безпосередній вплив на процес виробництва та продажу туристичного продукту. Основними внутрішніми змінними, тобто елементами внутрішнього середовища підприємства, є: цілі, структура, завдання, технологія, персонал (люди) та організаційна культура. Усі елементи внутрішнього середовища підприємства взаємопов'язані між собою і діють як єдине ціле [41, с. 60].

Фактори зовнішнього середовища поділяють на два основних типи: фактори прямої дії (постачальники комплексного туристичного продукту, споживачі, конкуренти, нормативна державна документація) та фактори непрямой дії (стан економіки, політична ситуація, науково-технічний прогрес тощо). Взаємозв'язки між елементами внутрішнього і зовнішнього середовища постійно підтримуються за допомогою інформації.

За функціональною спорідненістю діяльності та компактністю розміщення вони можуть бути об'єднані у рекреаційно-туристичні комплекси та кластери.

Крім того, серед функцій діяльності туристичних підприємств виділяємо:

- організація маркетингу і реклами з метою визначення місткості ринку вироблених і запроєктованих до впровадження туристичних послуг;
- впровадження інновацій у виробництво туристичних послуг і формування туристичного пакету (туристичного туру);



- формування ефективності системи забезпечення туристичної діяльності необхідними ресурсами;
- просування на ринок (збут) туристичного пакету (туру) [22, с. 98].

Із розвитком ринкових відносин в Україні формується нове економічне середовище, яке диктує необхідність прийняття нових схем управління туристичними і рекреаційними підприємствами на основі ринкових принципів і методів, оскільки старі адміністративно-командні методи організації управління в повному обсязі на даний момент уже не спрацьовують, хоча деякі з них все ще, застосовуються. Разом з цим ще не сформувалась нова замінююча попередню система, яка б визначала прийнятний для всіх зацікавлених сторін механізм взаємовідносин між відомствами, територіально-адміністративними органами, санаторіями, пансіонатами та іншими туристично-рекреаційними закладами [102].

До того ж досі не достатньо розроблена також відповідна ринкова модель функціонування туристично-рекреаційних підприємств як незалежних в економічному відношенні господарюючих суб'єктів ринку, які ще істотно залежать від дотацій та різного роду преференцій із боку держави. На даному етапі розвиток санаторно-курортних підприємств в умовах ринкових відносин у сфері рекреаційних послуг в основному зводиться до вирішення важливих питань реструктуризації, капіталізації, інвестування, формування корпоративного управління.

Взаємозв'язок споживача туристичних послуг із виробниками та реалізаторами через туроператорів та турагентів називається організованим туризмом. Однак, у туризмі дедалі більше зустрічається «самообслуговування», що передбачає придбання мінімального набору туристичних послуг туристами безпосередньо у постачальників (готель, ресторан, транспортні підприємства) за значно нижчою ціною. Для розміщення таких туристів найчастіше використовується приватний сектор, спеціальні будиночки-котеджі тощо

При цьому слід зазначити, що ефективна реалізація заходів щодо

розвитку підприємств туристично-рекреаційної сфери в Україні неможлива без об'єднання спільних зусиль державної влади і приватного бізнесу і дотримання ними принципу економічної і соціальної відповідальності. Для підвищення ефективності розвитку туристичних підприємств доцільно [17, с. 82]:

- по-перше, удосконалити договірно-правову базу зовнішніх відносин, укладання угод міжурядового, міжрегіонального та міжвідомчого характеру про співробітництво туристичних підприємств;

- по-друге, розвивати інституційне співробітництво, використати при цьому організаційно-фінансові та нормативно-законодавчі механізми міжнародних та регіональних органів, поглибити безпосереднє партнерство між туристичними підприємствами та організаціями, насамперед у межах членства України у ВТО та у складі її керівного органу – Виконавчої ради ВТО, Ради по туризму держав СНД, Чорноморського економічного співробітництва (ЧЕС), Центральноєвропейської Ініціативи (ЦЄІ), шляхом активної участі в діяльності світових і міжнародних структур усіх рівнів: ООН, Ради Європи, Європейського Союзу (ЄС), Асамблеї європейських регіонів тощо;

- по-третє, розвивати інформаційно-рекламну та виставкову діяльність, організовувати міжнародні, загальнодержавні і регіональні туристичні виставки, ярмарки, біржі в Україні, зокрема, в традиційних заходах, які проводяться на базах Міжнародного туристичного салону «Україна» у м. Києві, Міжнародної туристичної виставки-ярмарку «Чорноморська Одисея. Туризм. Відпочинок. Здоров'я» у м. Одесі, Міжнародної туристичної виставки «ТурЕкспо» у м. Львові, а також забезпечити планомірну та систематичну участь українських туристичних підприємств на провідних зарубіжних міжнародних туристичних виставках;

- по-четверте, розширити систему інформування та реклами щодо можливостей туристичних підприємств України через засоби мережі Інтернет, а також через телеканали провідних телерадіокомпаній. При цьому

важлива державна підтримка участі вітчизняних туроператорів у роботі престижних міжнародних ярмарків, салонів та бірж.

## Висновки до розділу 1

На основі дослідження теоретико-методичних основ інвестиційної привабливості туризму, можна зробити такі висновки:

1. Визначено, що підвищення ефективності підприємств туристичної галузі та їх конкурентоспроможності на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках, можливо лише при впровадженні інновацій, які потребують відповідного інвестиційного забезпечення. Доведено, що активізація інноваційно-інвестиційного процесу в туризмі стає єдиним способом, що сприяє пошуку і втіленню нових ідей подальшого ефективного економічного розвитку суб'єктів туристичної діяльності.

2. Детерміновано, що основною метою інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств туристичної галузі є підвищення якості та конкурентоспроможності туристичних послуг шляхом впровадження інновацій та ефективного залучення інвестицій в даний процес.

3. На основі дослідження та систематизації наукових джерел виділено основні групи факторів, що визначають інвестиційно-інноваційну привабливість туристичної галузі, а саме: обсяги ринку збуту, забезпеченість галузі матеріальними, трудовими, іміджевими ресурсами та наявність туристично привабливих об'єктів, рівень розвитку інфраструктури, рівень віддачі від вкладених інвестицій, ризики інвестування, наявність інвестиційних преференцій, потенціал у створенні інновацій, готовність до їх сприйняття.

4. Враховуючи специфіку туризму, доведено, що ефект, який буде одержано в результаті впровадження інновацій, повинен носити економічний, соціальний та екологічний характер. При цьому ефект від нововведень може бути отриманий не тільки для одного конкретного туристичного підприємства, а й мати державне, регіональне і навіть світове значення.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТАНУ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

### 2.1. Сучасні тенденції розвитку туристичної сфери

Показники розвитку туристичної галузі в світі свідчать про її важливість для зростання національних економік. За даними Державної служби туризму і курортів України, частка туризму у світовому експорті товарів і послуг становить близько 13%, дана галузь формує 8% сукупного ВВП країн ЄС і забезпечує близько 11% економічного зростання. В країнах ЄС частка зайнятих у туризмі становить близько 12% від загальної кількості зайнятого населення [34, с. 131].

Досягнення туристичної галузі України дещо скромніші. Проте нижчі, порівняно із європейськими, значення основних показників розвитку туризму, на нашу думку, свідчать швидше про неповне використання потенціалу даної сфери, а не про її менше значення в національній економіці (таблиця error! no text of specified style in document..1).

Обсяги послуг, що надавалися туристичними підприємствами у 2014-2019 роках, в порівнянні із обсягами реалізації промислової продукції незначні. Частка зайнятих у вітчизняній туристичній галузі протягом названого періоду не досягала однієї десятої відсотка від усіх зайнятих в Україні. Тобто туризм в Україні далекий від тих ролі та значення, які дана галузь відіграє в економіках країн Євросоюзу.

Припущення про неповне використання потенціалу туризму як потужної складової національної економіки до певної міри підтверджується стрімкістю розвитку галузі. Протягом шести років (2014-2019 рр.) кількість діючих туроператорів та турагентів зросла більш ніж на 90%; показники кількості туристів та екскурсантів, яким надавали послуги вітчизняні туристичні підприємства до 2019 року зросли відповідно в три та майже два з половиною рази.

Таблиця **Error! No text of specified style in document..1.**

## Основні показники функціонування туристичної галузі України

Показники	Од. виміру	Роки					
		2014	2015	2016	2017	2018	2019
Кількість діючих туроператорів	одиниць	994	1095	1246	1281	1517	1475
	% до 2014 року	100,0	110,2	125,4	128,9	152,6	148,4
Кількість діючих турагентів	Одиниць	1525	1733	1806	2552	3114	3354
	% до 2014 року	100,0	113,6	118,4	167,3	204,2	219,9
Кількість обслугованих туристів	млн. чол.	1,9	1,8	2,2	2,9	3,0	2,3
	% до 2014 року	100,0	94,7	115,8	152,6	157,9	121,1
Кількість обслугованих екскурсантів	млн. чол.	1,5	1,7	1,8	2,4	2,4	1,9
	% до 2014 року	100,0	113,3	120,0	160,0	160,0	126,7
Обсяг наданих туристичних послуг	млрд. грн.	2,1	2,8	3,8	5,5	8,1	9,4
	% до 2014 року	100,0	133,3	181,0	261,9	383,4	447,0
	% до обсягу реалізації промислової продукції	0,52	0,60	0,69	0,77	0,88	1,16
Середньооблікова кількість працівників туроператорів та турагентів	тис. чол.	23,5	21,0	21,7	22,7	23,6	22,8
	% до 2014 року	100,0	89,4	92,3	96,6	100,4	97,0
	% до загальної кількості зайнятих	0,087	0,077	0,080	0,083	0,086	0,086
Платежі туроператорів та турагентів до бюджету	млн. грн.	98,1	112,9	131,3	174,0	208,1	196,5
	% до 2014 року	100,0	115,1	133,8	177,4	212,1	200,3
	% до доходів зведеного бюджету	0,107	0,084	0,076	0,079	0,070	0,076

Джерело: складено автором за [48, с. 402]

Отже, загалом туристична галузь України є важливою складовою національної економіки, проте вона поки що не набула того значення і рівня розвитку, який характерний для туризму розвинутих країн. Динаміка розвитку даної галузі в Україні достатньо стрімка, проте спостерігається і певна невідповідність показників: зростання обсягів діяльності (у вартісному виразі) не призводить до відповідного зростання платежів до бюджету та дуже слабо відображається на кількості зайнятих у галузі.

Щоб визначити детермінанти розвитку туристичної галузі, на нашу думку, передусім слід звернути увагу на структуру і динаміку туристичних потоків. Це дозволить окреслити особливості ринку вітчизняних туристичних

підприємств та судити про перспективи їх розвитку. Розглядаємо динаміку туристичних потоків в рамках міграційних процесів в табл. 2.2.

Таблиця **Error! No text of specified style in document..2**

Транскордонні міграційні потоки України у 2009-2019 роках

Роки	Кількість громадян України, які виїжджали за кордон		Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну		Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України	
	осіб	% до 2009 р.	осіб	% до 2009 р.	осіб	% до 2009 р.
2009	13422320	100,0	6430940	100,0	2013998	100,0
2010	14849033	110,6	9174166	142,7	2175090	108,0
2011	14729444	109,7	10516665	163,5	2265317	112,5
2012	14794932	110,2	12513883	194,6	2856983	141,9
2013	15487571	115,4	15629213	243,0	1890370	93,9
2014	16453704	122,6	17630760	274,2	1825649	90,6
2015	16875256	125,7	18935775	294,4	2206498	109,6
2016	17334653	129,1	23122157	359,5	2863820	142,2
2017	15498567	115,5	25449078	395,7	3041655	151,0
2018	15333949	114,2	20798342	323,4	2290097	113,7
2019	17180034	128,0	21203327	329,7	2280757	113,2

Джерело: складено автором за [48, с. 404]

Загальною тенденцією протягом 2009-2019 років було зростання зовнішніх туристичних потоків України. Деяке послаблення даної тенденції, спостерігалось, починаючи з 2018 року. Тобто факторами зниження активності туристів, швидше за все, були зниження рівня реальних доходів домогосподарств, що обмежило можливості рекреаційного туризму, та зниження економічної активності у світовій економіці, що обумовило зменшення потреби в робочих поїздках.

Вітчизняна туристична галузь частіше за все залишається осторонь переважної більшості транскордонних туристичних подорожей як українців, так і гостей нашої країни. Це означає, що значні кошти, які потенційно могли бути сконцентровані туристичними підприємствами та спрямовані на розвиток галузі, розпоршуються в неорганізованому стихійному процесі індивідуальних туристичних подорожей.

Вищенаведений висновок підтверджується даними щодо охоплення туристичних потоків послугами суб'єктів туристичної галузі (табл. 2.3).

Обслуговування туристів суб'єктами вітчизняної туристичної діяльності  
у 2009-2019 роках

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього, осіб	з них:							
		іноземні туристи			туристи-громадяни України, які виїжджали за кордон			внутрішні туристи	
		осіб	% до підсумку	% до загальної кількості іноземних туристів	осіб	% до підсумку	% до загальної кількості і виїзних туристів	осіб	% до підсумку
2009	2013998	377871	18,8	5,9	285353	14,2	2,1	1350774	67,1
2010	2175090	416186	19,1	4,5	271281	12,5	1,8	1487623	68,4
2011	2265317	417729	18,4	4,0	302632	13,4	2,1	1544956	68,2
2012	2856983	590641	20,7	4,7	344332	12,1	2,3	1922010	67,3
2013	1890370	436311	23,1	2,8	441798	23,4	2,9	1012261	53,5
2014	1825649	326389	17,9	1,9	566942	31,1	3,4	932318	51,1
2015	2206498	299125	13,6	1,6	868228	39,3	5,1	1039145	47,1
2016	2863820	372455	13,0	1,6	336049	11,7	1,9	2155316	75,3
2017	3041655	372752	12,3	1,5	1282023	42,1	8,3	1386880	45,6
2018	2290097	282287	12,3	1,4	913640	39,9	6,0	1094170	47,8
2019	2280757	335835	14,7	1,6	1295623	56,8	7,5	649299	28,5
Всього	25710234	4227581	16,4	2,3	6907901	26,9	4,0	14574752	56,7

Джерело: складено автором за [48, с. 405]

Вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності у 2009-2019 роках було охоплено лише 2,3% іноземних туристів, які відвідали Україну. За роками спостерігалися коливання даного показника.

Окрім особливостей, констатованих вище, слід також зазначити, що у розподілі кількості споживачів послуг вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності за категоріями туристів (в'їзні, виїзні, внутрішні) спостерігалися суттєві зміни (рис. 2.1).

Структура обслуговуваних категорій туристів протягом 2009-2019 років суттєво змінилася: якщо на початку даного періоду домінуючим сегментом ринку послуг вітчизняних суб'єктів туристичної діяльності були внутрішні подорожуючі, то у 2019 році туроператори та турагенти задовольняли переважно попит на виїзний турпродукт.



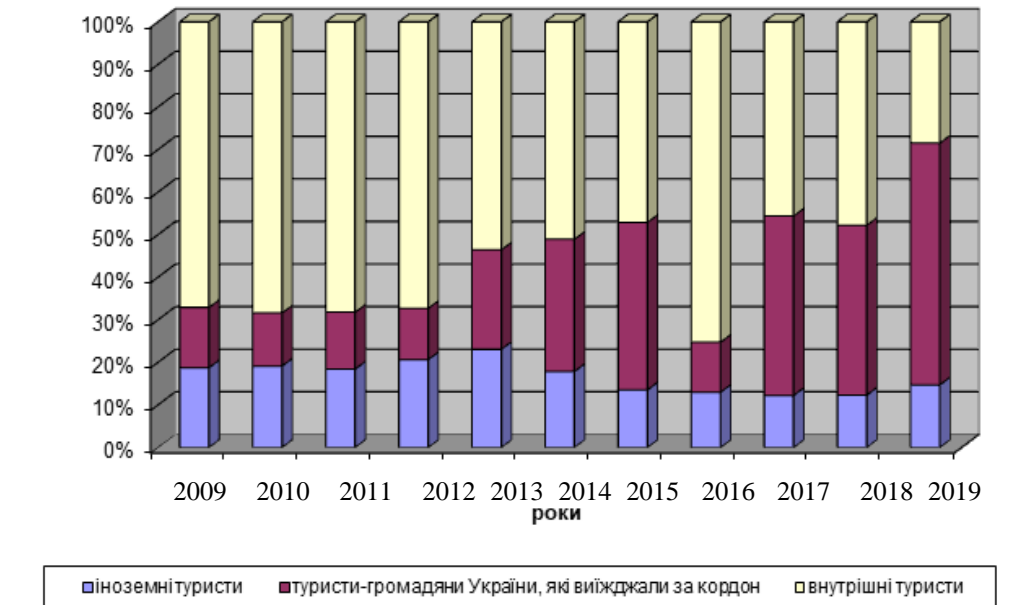


Рис. 2.1. Розподіл туристів, які були обслуговані вітчизняними суб'єктами туристичної діяльності, за категоріями

Джерело: побудовано автором за [53, с. 60]

Протягом 2009-2019 років помітне також зниження частки іноземних туристів, попит яких було задоволено вітчизняними туристичними фірмами.

Даний висновок опосередковано підтверджується результатами досліджень чинників привабливості України для туристів. На рис. 2.2 представлені дані стосовно чинників, які обумовлюють популярність відпочинку в Україні серед зарубіжних туристів [53, с. 91].

Представлені дані дозволяють констатувати важливість для туристичної сфери природно-кліматичних умов відповідної території. Навколишня природа та клімат визначають близько 40% зацікавленості туристів з країн СНД та 50% туристів з інших країн у відпочинку саме на території України.

Проте, для туристів з країн СНД цікавість до вітчизняної туристичної індустрії в значній мірі також визначається можливістю оздоровитися, ознайомитися з культурно-історичними пам'ятками та порівняно невисокими цінами, в той час як туристи з інших країн, окрім природно-кліматичних умов, цікавляться також культурно-історичним надбанням України.

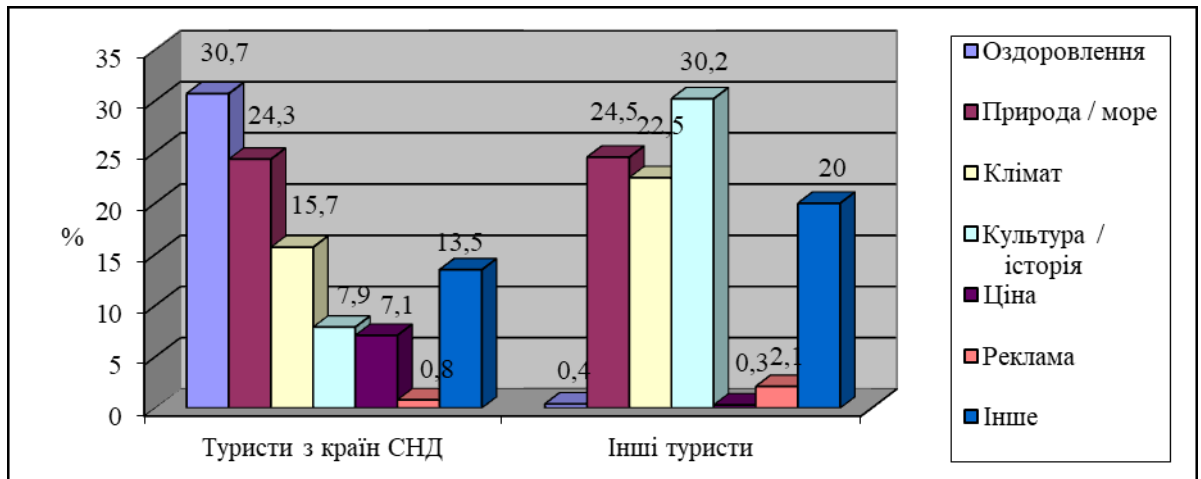


Рис. 2.2. Чинники популярності туристичної сфери України серед іноземних туристів

Джерело: побудовано автором за [53, с. 92]

Нерівномірний розвиток туристичної галузі в регіонах України значно обмежує потенціал туризму у стимулюванні зростання національної економіки та згладжуванні рівня соціально-економічного розвитку територій. Концентрацію туристичної активності переважно в приморських та гірських регіонах слід розцінювати як неповне використання туристичного потенціалу України, адже для значної кількості рекреантів важливими є також туристичні об'єкти оздоровчого та культурно-історичного характеру, які розподілені по території нашої країни більш рівномірно.

Розвиток туристичної сфери в регіонах, туристичний потенціал яких використовується не повністю, потребуватиме відновлення і нарощення матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розвитку інфраструктури, розробки та реалізації проектів включення в туристичний обіг окремих пам'яток та визначних місць, розвитку закладів лікування і профілактики захворювань, тощо. Тож розробка та реалізація заходів з активізації розвитку туризму в Україні неможлива без залучення значних обсягів інвестиційних ресурсів. Залучити необхідні інвестиції в достатніх обсягах, на нашу думку, можливо лише від приватного сектору. Держава неспроможна фінансувати достатню кількість проектів з причини обмеженості наявних ресурсів. Проте, активність інвесторів у значній мірі

визначається зусиллями державних органів влади щодо формування сприятливого інвестиційного клімату в країні загалом та галузі зокрема.

## **2.2. Аналіз інвестиційного потенціалу туристичних підприємств**

Туристичну сферу ХХІ ст. можна розглядати як важливий міжгалузевий комплекс національної економіки. Особливістю туристичної діяльності є її нерозривний взаємозв'язок із супутніми галузями та відповідна взаємозалежність між ними. Сьогодні туризм відіграє одну із основних ролей у формуванні внутрішнього економічного простору країни. Економіко-соціальний ефект, що проявляється у вигляді підвищення кількості валютних надходжень до бюджету країни, створенні нових робочих місць і всебічного культурного розвитку нації, відносить туризм до одного із пріоритетних напрямів державної економічної політики. Отже, у зв'язку із розвитком туристичної сфери виникає гостра необхідність всебічного аналізу основних показників її діяльності з метою оцінки та визначення перспектив розвитку.

Першочергово розглянемо кількісні показники діяльності туристичної сфери. Про стрімке зростання даних свідчить статистика, що протягом 2006-2019 рр. Україну відвідували від 6 до 26 млн. іноземних громадян з більше ніж 170 країн світу щорічно (рис. 2.3, 2.4).



Рис. 2.3. Структура туристичних потоків України у 2006-2019 роках  
Джерело: побудовано автором за [48, с. 204].



Рис. 2.4. Річні темпи приросту туристичних потоків України  
Джерело: побудовано автором за [48, с. 207]

Оцінка динаміки туристичних потоків дозволяє зробити висновок, що протягом 2007-2019 років мали місце позитивні тенденції щодо розвитку туризму в Україні, зокрема: до 2015 року простежується більш стрімке зростання в'їзного туристичного потоку на тлі повільного приросту виїзного туризму, що поступово призвело до створення позитивного сальдо туристичних потоків у 2010 році. Період 2013-2015 років характеризується

більш різким зниженням темпу приросту в'їзного туристичного потоку на тлі виїзного, що зумовлено зниженням абсолютних показників в'їзного. Зниження кількості туристів, які відвідали Україну у 2015 році зумовлене політичною ситуацією в країні, як наслідок, подальшими змінами в економіці: початком скорочень на підприємствах; економією коштів населенням унаслідок зниження розміру доходів; негативними очікуваннями і відповідно прагненням до заощаджень.

Основною негативною тенденцією є скорочення темпів приросту в'їзного туристичного потоку і свідченням того, що потрібно вживати нових заходів для заохочення в'їзду іноземних громадян [12, с. 75].

Доцільно проаналізувати динаміку структури туристичних потоків України на основі аналізу кількості туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України, за даними Міністерства інфраструктури України. Якщо розглядати склад туристів, яких обслуговували (внутрішні туристи, іноземні туристи, туристи-громадяни України, що виїжджали за кордон), то найбільшу питому вагу у 2017-2019 роках займає виїзний туризм (рис. 2.5). Це свідчить про відновлення купівельної спроможності громадян України.



Рис. 2.5. Динаміка структури туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України

Джерело: побудовано автором за [52, с. 84].

Ще одним фактором, який вплинув на туристичний сплеск у країні, називають збільшення тіньових доходів українців. Водночас, за даними опитування української компанії Research and Branding Group, 55 % українців ніколи не були за кордоном. У той час як, згідно з інформацією Eurostat, щороку за кордон виїжджають 76 % бельгійців, 53 % голландців, 40 % словаків, 33 % німців і 15% поляків й лише близько 7 % українців [43, с. 76]. Це відкриває значні перспективи як для туристичних поїздок українців закордон, так і прийому активних іноземних туристів в Україні.

Підтвердженням того, що видатки на розвиток туризму невеликі є факт, що вони малі порівняно з обсягом платежів від туристичної сфери до бюджетів всіх рівнів, обсяги яких суттєво зростають (рис. 2.6), що є додатковим підтвердженням ролі та значення досліджуваної сфери у національній економіці.

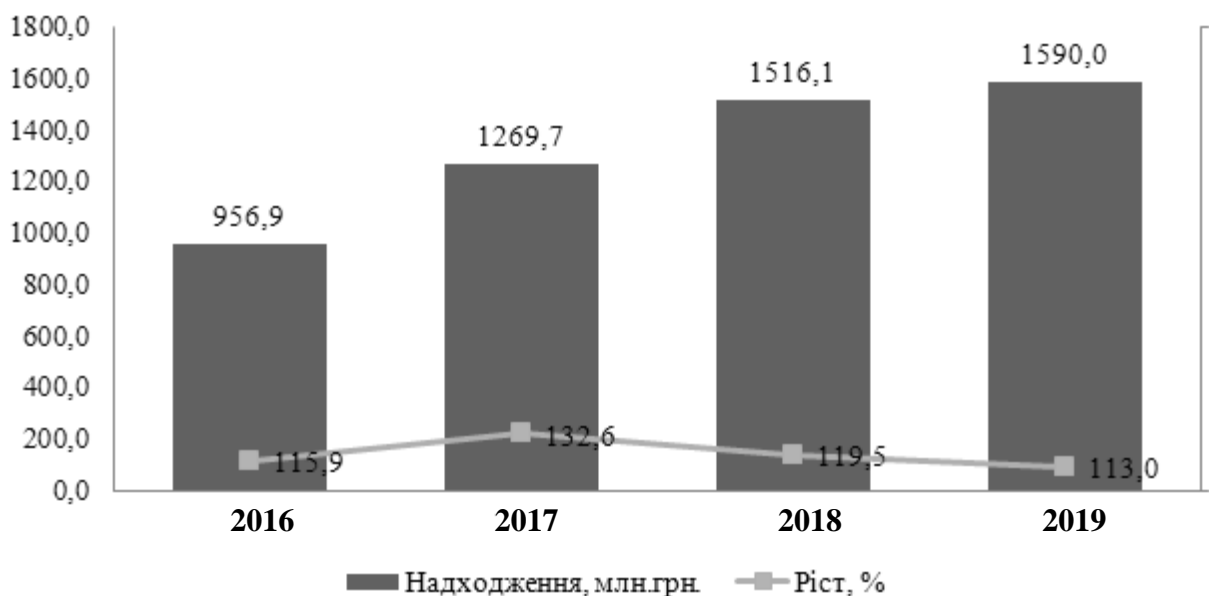


Рис. 2.6. Динаміка бюджетних надходжень від туристичної сфери України

Джерело: побудовано автором за [48, с. 211]

Порівняно з 2016 р. зростання обсягу надходжень у 2019 р. становило близько 46%. Загалом протягом 2016-2019 років обсяг надходжень до державного бюджету від провадження туристичної діяльності збільшився з 408,2 млн. до майже 1,6 млрд. гривень. Водночас, темпи приросту надходжень від туристичної сфери до бюджету в останні два роки

скорочуються, що вимагає напрацювання додаткових заходів розвитку індустрії туризму.

Таким чином, резюмуючи вищесказане, можна стверджувати, що вітчизняним органам влади слід і надалі продовжувати фінансувати та розвивати різноманітні складники туристичного потенціалу, проте здійснювати подібні заходи в більших обсягах і значно частіше, а також приваблювати іноземних інвесторів, котрі б змогли здійснити значний вклад в розвиток туристичної індустрії України, розвиваючи тим самим і національну економіку нашої держави.

### **2.3. Специфіка інноваційно-інвестиційної привабливості туристичної сфери**

Оцінивши актуальний стан окремих факторів формування інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі України, можемо зробити висновки щодо напрямків їх покращення та логічного розподілу «сфер відповідальності» між бізнесом і державою.

Зростання ринку туристичної галузі можливе за рахунок чотирьох основних напрямків: зростання кількості зарубіжних туристів, зростання кількості внутрішніх туристів, переорієнтація виїзного туристопотоку на внутрішній ринок та збільшення тривалості перебування туристів у подорожі територією України. Реалізація перелічених резервів зростання попиту можлива за рахунок поширення інформації про туристичні об'єкти та споживчі переваги українського турпродукту як серед населення країни, так і за рубежом. Зважаючи на важливість розвитку галузі для економіки, частину відповідальності за поширення інформації доцільно взяти на себе державі. Маючи розгалужену систему як усередині країни, так і за рубежом, контролюючи частину медійного простору, утримуючи спеціалістів,

обізнаних із культурою та мовою інших країн, саме держава володіє найбільшими можливостями щодо поширення інформації.

Важливим аспектом успішності інформаційної кампанії є її підкріплення відповідним рівнем якості послуг, забезпечення якого повинне знаходитися у сфері відповідальності бізнесу. На державні органи в даному плані доцільно покласти функцію контролю якості туристичних послуг і туристичних продуктів [26, с. 242].

В питаннях розвитку інфраструктури необхідна концентрація зусиль держави та приватного сектору. Підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості через розвиток інфраструктури туристичної галузі України потребуватиме розробки відповідних проектів, відбору найбільш пріоритетних з них, пошуку джерел фінансування та забезпечення ефективної реалізації.

Резерви підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі можуть бути представлені у вигляді схеми (рис. 2.7). Запропонований комплекс заходів щодо реалізації резервів підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі потребує відповідного організаційного забезпечення, яке може бути представлене розгалуженою системою непов'язаних державних та приватних організацій з певним чином розподіленими завданнями і функціями або єдиною системою уніфікованих установ, що комбінуватимуть більшість із вказаних завдань і функцій у своїй діяльності [23, с. 257].

На даний час в Україні існують установи, серед функцій та завдань яких є ті, що впливають із рисунку 2.7. До таких установ слід віднести туристичні центри, туристичні комплекси, туристично-інформаційні центри, туристичні сайти, громадські організації, державні установи тощо. Туристична галузь включає багато організацій із широким спектром визначень, що вносить елемент невизначеності та плутанини і не сприяє підвищенню зацікавленості як серед потенційних клієнтів, так і потенційних інвесторів. Річ у тому, що елементи назви «туристичний центр»,



«туристичний комплекс», «туристично-інформаційний центр», «інформаційно-туристичний центр», «туристичне агентство», «туристичне підприємство» можуть належати юридичним особам, які за змістом діяльності є туристичними операторами, туристичними агентами, готельно-ресторанними комплексами, об'єднаннями туристичних підприємств тощо.

Серед усього різноманіття організацій, представлених у туристичній галузі, найбільшу функціональну відповідність до переліку резервів підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості вітчизняного туризму очевидно, мають туристично-інформаційні центри.



Рис. 2.7. Резерви підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості туристичної галузі [23, с. 258]

Хоча серед структур, в назву яких включено елемент «туристично-інформаційний центр», неважко знайти туристичних операторів та туристичних агентів, проте даний елемент є найбільш поширеним серед організацій, утворених при місцевих державних органах управління з метою поширення інформації про туристичні об'єкти та туристичні підприємства відповідної території.

Зокрема, на теренах Тернопільщини, мережа подібних закладів представлена Туристично-інформаційним центром міста Тернополя, утвореним у 2008 році. Основним завданням у його діяльності є збір, узагальнення та поширення інформації про рекреаційно-туристичні, культурно-історичні ресурси Тернополя, а також інформації про кращі туристичні пропозиції України.

Основні види послуг, що надаються туристично-інформаційним центром:

- безкоштовне надання комплексної туристичної інформації про Тернопіль, культурні та спортивні заходи;
- туристичні консультації з питань, що цікавлять клієнта (в межах України);
- надання загальної інформації про туристичні регіони України;
- допомога у виборі готелю, при можливості – бронювання місця;
- допомога в замовленні послуг екскурсиводів та гідів;
- організація автобусних та піших екскурсій по Тернополю і області, а також екскурсій на замовлення, індивідуальних турів, турів вихідного дня;
- забезпечення замовлення та оренди транспорту.

У своїй діяльності центр співпрацює з професійними асоціаціями і підприємствами, державними та комерційними організаціями, видавництвами, засобами масової інформації.

Протягом 2007-2019 років до Туристично-інформаційного центру міста Тернополя надійшло 7864 звернення. Структура звернень і проблеми, що цікавили клієнтів, представлені, на рис. 2.8.

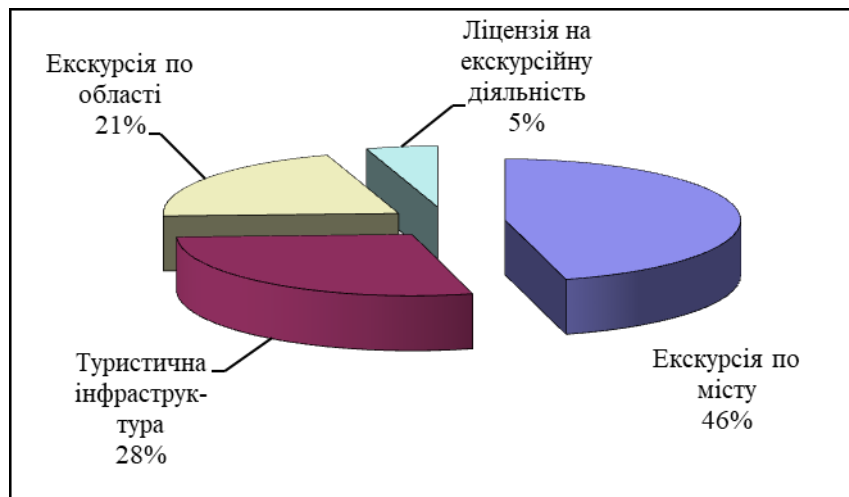


Рис. 2.8. Структура звернень клієнтів Туристично-інформаційного центру міста Тернополя у 2017-2019 роках

Джерело: побудовано за даними Туристично-інформаційного центру міста Тернополя

Дані свідчать, що послугами Туристично-інформаційного центру користуються не тільки туристи, хоча їх кількість є домінуючою, але і особи, що цікавляться умовами започаткування власної справи у туристичному бізнесі.

Незважаючи на відмічені вище позитиви, в діяльності Туристично-інформаційного центру є і недоліки. На нашу думку, основним з них є переважна орієнтація його діяльності на споживачів туристичних послуг. Популяризація туристичних об'єктів і туристичних послуг Тернополя є слабким стимулом для розвитку галузі при умові, що кількість туристичних підприємств та асортимент пропонованих ними послуг невеликі, що відзначають самі співробітники центру. Серед основних недоліків розвитку туристичної галузі в Тернополі вони називають:

- низьку фахову підготовку персоналу туристичної сфери;
- незначний набір туристично-рекреаційних послуг та видів дозвілля;
- застарілу матеріально-технічну базу готельних та санаторних закладів;
- недостатню кількість готелів з належним рівнем надання послуг;
- недостатність фінансування комплексу рекламних заходів щодо

просування туристичного продукту на внутрішній та зовнішній ринки туристичних послуг та цього напрямку діяльності на міському, та на обласному рівнях;

- недостатню взаємодію органів місцевого самоврядування і органів виконавчої влади.

Тож, незважаючи на знання проблем галузі та необхідність їх комплексного вирішення, діяльність спеціалістів центру сконцентрована лише на одній із проблем (реклама туристичного продукту).

Серед регіонів, в яких існує найбільша кількість туристично-інформаційних центрів, є як часто відвідувані туристами, так і слабо відвідувані, так само як і серед регіонів, які мають невелику кількість туристично-інформаційних центрів. Наведена інформація дозволяє констатувати хаотичність створення туристично-інформаційних центрів по території України, відсутність чіткої стратегії та задуму у їх функціонуванні.

Аналіз показників функціонування туристично-інформаційних центрів свідчить про недостатньо широкий спектр покладених на них функцій для забезпечення розвитку галузі. Розміщення мережі центрів по території країни свідчить про стихійність та несистемний характер їх утворення. Для більш повної реалізації потенціалу туристичних та туристично-інформаційних центрів, на нашу думку, необхідно розширити перелік їх функцій та наблизити його до завдань, що відповідають потребам реалізації резервів підвищення інвестиційно-інноваційної привабливості галузі.

## Висновки до розділу 2

Проведений аналіз стану інвестиційного розвитку туристичної галузі дав змогу сформулювати такі висновки:

1. Проведена оцінка ролі туризму свідчить про його велике значення та високу економічну ефективність для України, так як наша держава посідає одне з провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості цінними природними та історико-культурними ресурсами.

2. Визначено, що роль туризму в економіці України, включаючи частку у ВВП та сукупні податкові надходження від нього, поки що досить незначна, темпи їх росту не відповідають сучасним світовим тенденціям і реальному туристичному потенціалу нашої держави, вклад туристичної сфери у загальнонаціональний ринок зайнятості неістотний.

3. За результатами діяльності підприємств вітчизняної туристичної сфери в останні роки зроблено висновок про їх недостатній рівень функціонування та виділено ряд основних проблем, що стримують розвиток туристичних підприємств: технологічна відсталість підприємств; орієнтація переважно на виїзний туризм, низька якість вітчизняних туристичних послуг, що не відповідають цінам на них; низька фахова підготовка спеціалістів туристичної сфери та ін., що доводить необхідність інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичної галузі.

4. Обґрунтовано, що характер інноваційно-інвестиційного розвитку туристичних підприємств залежить від їх інноваційно-інвестиційного потенціалу, який характеризується системою інноваційно-інвестиційних ресурсів, факторів та умов, що створюють можливості для здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності підприємствами туристичної галузі, акумуляції та освоєння інвестиційних коштів з метою забезпечення їх інноваційного розвитку та досягнення конкурентних переваг.

## **РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ**

### **3.1 Формування моделі інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності підприємств туристичної сфери**

В умовах низького рівня інноваційної та інвестиційної активності підприємств туристичної галузі, для розв'язання наведених вище завдань і подолання негативних явищ в туристичній індустрії України, необхідно створення та поступова реалізація інноваційно-інвестиційного механізму, який би відповідав сучасним економічним і соціально-політичним реаліям в туризмі, а також забезпечив приплив капіталу в дану галузь для підвищення конкурентоздатності вітчизняних туристичних підприємств. Тому, визначення змісту інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності туристичних підприємств та його складових є надзвичайно важливим завданням [22, с. 134].

Інноваційно-інвестиційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі – це сукупність форм, методів, інструментів та важелів, що дають змогу активізувати інноваційно-інвестиційну діяльність туристичних підприємств, створити сприятливі умови для залучення інвестицій в інноваційний розвиток підприємств індустрії туризму та впровадження новітніх технологій у процес надання туристичних послуг з метою підвищення їх якості та конкурентоспроможності [1, с. 150].

Метою побудови даного механізму є забезпечення впровадження новітніх технологій у діяльність підприємств туристичної галузі та інноваційне оновлення матеріально-технічної бази, підвищення результативності функціонування суб'єктів господарювання сфери туризму, збільшення прибутковості, ефективності використання туристично-рекреаційних ресурсів, нарощування обсягів, асортименту та якості туристичних послуг.

Основними умовами ефективного формування зазначеного інноваційно-інвестиційного механізму мають бути [32, с. 75]:

- формування інвестиційної складової механізму повинно здійснюватись з урахуванням стратегічного завдання переходу національної економіки та її галузей на інноваційний шлях розвитку;
- об'єктами впливу при реалізації вимог інноваційного розвитку повинні стати інвестиції;
- інноваційність повинна стати вимогою до обрання інвестиційних пріоритетів розвитку підприємств туристичної галузі;
- застосування додаткових адміністративно-правових та фінансово-економічних стимулів повинно здійснюватись з метою фінансової та організаційної підтримки науково-технічної діяльності.

Успішна реалізація інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності туристичних підприємств можлива за умови забезпечення наступних вимог:

- узгодженість обсягів інвестицій та ресурсного потенціалу підприємства;
- узгодженість необхідності впроваджуваних інновацій та потенційних обсягів інвестування;
- оптимальність очікуваної прибутковості від вкладання інвестицій в інновації та потенційних ризиків.

Для побудови інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності підприємств сфери туризму необхідно дотримуватись таких принципів [37, с. 343]:

- системність – розподіл складових механізму за конкретними підсистемами, що мають власну структуру та є взаємопов'язаними;
- комплексність – ефективність механізму можлива лише за умов комплексної дієвості всіх складових (підсистем);
- цілеспрямованість – функціонування механізму підпорядковано досягненню означеної мети;



- компліментарність (принцип компенсації) – бездієвість одних підсистем гальмує дієвість інших підсистем, що в кінцевому результаті створює дефекти механізму; недоліки одних підсистем можуть бути компенсовані перевагами інших підсистем;
- функціональність – кожна підсистема має чітке функціональне призначення;
- регламентованість – кожна підсистема реалізує своє функціональне призначення в межах чинного законодавства;
- ефективність – функціонування механізму повинно призводити до позитивного результату від його діяльності;
- міжгалузєва взаємодія – урахування діяльності суміжних з туризмом галузей, які суттєво впливають на галузь, або залежні від неї;
- взаємоузгодженість – передбачає координацію діяльності, інноваційного та інвестиційного процесу на туристичних підприємствах.

Інноваційно-інвестиційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі (рис. 3.1) реалізується з одного боку, через активізацію інноваційних процесів та процесів залучення інвестицій у впровадження нововведень туристичними підприємствами, з іншого – через створення державою сприятливих умов для підвищення активності суб'єктів інноваційно-інвестиційного процесу. Отже, наявність державного регулювання в інноваційно-інвестиційному механізмі є необхідним аспектом. Проте потрібне гнучке поєднання його з ринковим регулюванням, яке є первинним, а державне регулювання є інструментом, що забезпечує загальні умови існування ринку, вирівнює початкові умови його суб'єктів та усуває негативні прояви ринкової стихії.

В основу формування даного механізму повинен бути закладений клієнтоорієнтований підхід, який передбачає впровадження інновацій з урахуванням фінансових, матеріальних можливостей та соціально-психологічних і культурних потреб туристів.

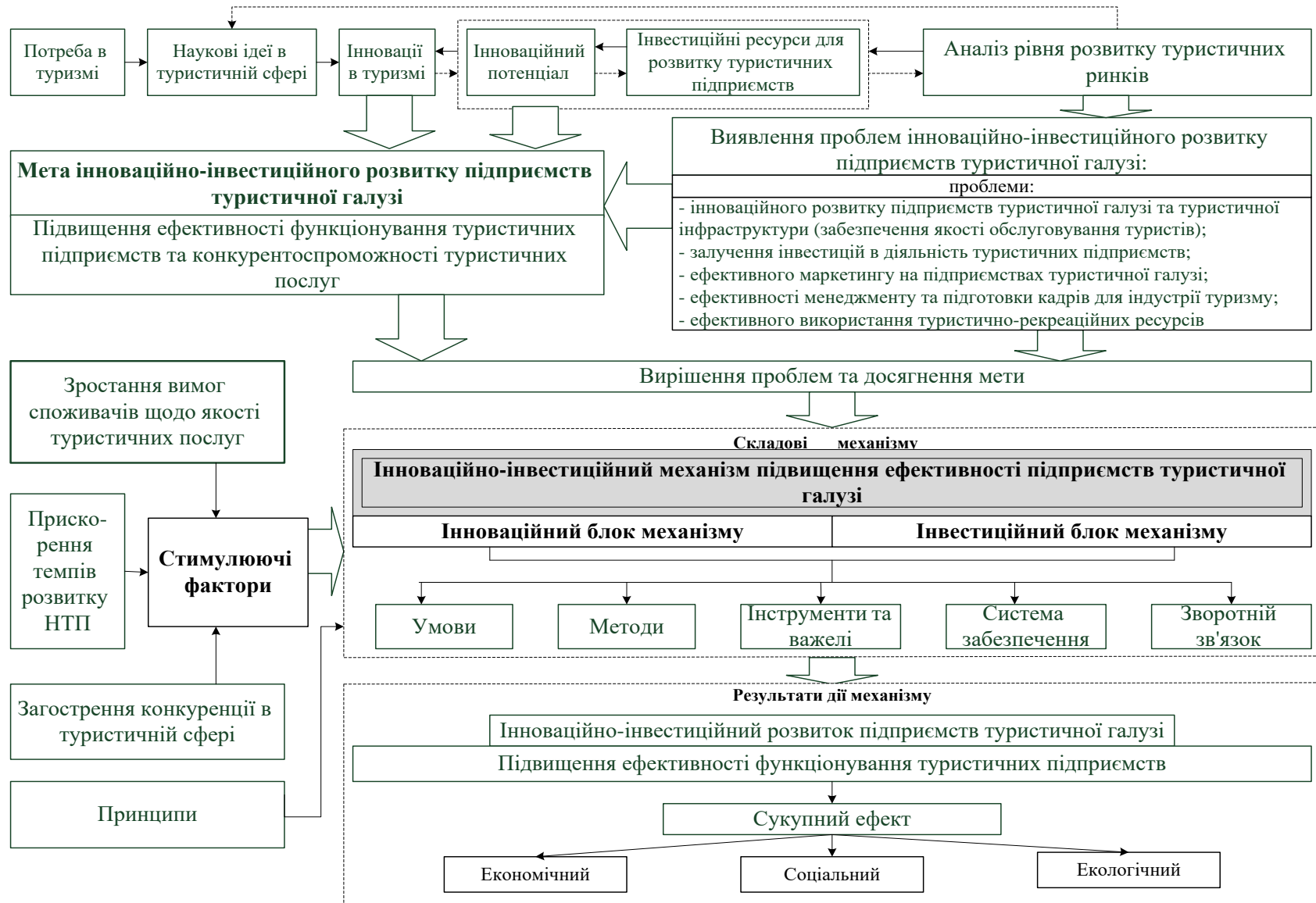


Рис. 3.1. Інноваційно-інвестиційний механізм підвищення ефективності підприємств туристичної галузі [22, с. 137]

Підвищення ефективності підприємств туристичної галузі шляхом активізації їх інноваційно-інвестиційної діяльності залежить від ступеня готовності господарюючих суб'єктів до розробки та впровадження нововведень, здатності аналізувати і впроваджувати інноваційно-інвестиційні проекти, а також від сприятливості інвестиційного та інноваційного клімату, який може створити держава. Виходячи з цього, можна виділити три рівні реалізації інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності підприємств туристичної галузі: макрорівень, мезорівень та мікрорівень.

Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємств туризму можуть забезпечити наступні заходи макрорівня [41, с. 166]:

- забезпечення стабільності політичної, законодавчої, економічної та інвестиційної політики держави;
- вдосконалення нормативно-правових засад інноваційно-інвестиційної діяльності в туризмі;
- підтримка та стимулювання роботи туристичних підприємств, що розробляють інноваційні продукти та використовують інноваційні технології;
- стимулювання розвитку інноваційної інфраструктури в складі науково-дослідних установ, консалтингових фірм, інвестиційно-фінансових та венчурних структур;
- створення умов прозорості та доступності інвестиційного ринку; формування механізму міжгалузевого, міжрегіонального та міжнародного співробітництва в галузі туризму;
- створення законодавчої бази в області надання гарантій інвесторам;
- створення ефективної системи страхування та перестраховування інноваційно-інвестиційних проектів туристичних підприємств.

Досить відчутний вплив на інноваційно-інвестиційний розвиток туристичних підприємств можуть здійснювати місцеві органи влади, чим і визначають мезорівень дії механізму. Цей напрям характеризується такими заходами [52, с. 308]:

- впровадження ефективних регіональних програм та концепцій інноваційно-інвестиційного розвитку туризму;
- фінансова підтримка інноваційно-інвестиційного розвитку туристичних підприємств місцевими органами влади;
- створення інформаційної бази даних інвестиційно-привабливих об'єктів для розвитку туристичної сфери регіону;
- формування Банку інвестиційних пропозицій та ведення обліку інноваційно-інвестиційних проектів підприємств туристичної галузі, контроль за їх реалізацією;
- забезпечення впровадження та підтримки на регіональному рівні стратегічного партнерства наукових, освітніх та дослідних організацій і підприємств туристичної сфери щодо впровадження інновацій та підготовки спеціалістів з інноваційного розвитку.

На мікрорівні активізація інноваційно-інвестиційної діяльності пов'язана виключно із функціонуванням суб'єктів туристичної діяльності. Основні рішення про їх інноваційно-інвестиційний розвиток приймаються на рівні окремих підприємств їхнім керівництвом та засновниками, від кваліфікації та сприйнятливості до інновацій яких і залежить розвиток цих підприємств. Підвищення ефективності підприємств туристичної галузі шляхом активізації їх інноваційно-інвестиційного розвитку на мікрорівні можливо за рахунок таких факторів [59, с. 280]:

- підвищення якості туристичних послуг на основі інноваційного підходу;
- впровадження інновацій, конкурентоспроможних на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках;
- збалансована політика інноваційного розвитку окремих туристичних підприємств, що базується на узгодженні їх подальшого розвитку з наявними інвестиційними ресурсами;

- залучення в господарську діяльність підприємств туристичної галузі наукових досліджень, досягнень НТП, новітніх інформаційних та комунікаційних технологій;
- розвиток нових форм співпраці туристичних підприємств, які б сприяли впровадженню інновацій та залученню інвестицій;
- ефективне прогнозування та планування інноваційно-інвестиційної діяльності на рівні окремих суб'єктів туристичного бізнесу;
- підвищення прозорості діяльності туристичних підприємств, що заснована на системі надання інформації про підприємства через інформаційну мережу.

Отже, враховуючи сказане вище, можна зробити висновок, що реалізація інноваційно-інвестиційного механізму підвищення ефективності підприємств туристичної галузі призведе не тільки до змін динаміки інноваційно-інвестиційних процесів в діяльності туристичних підприємств, а й до зміни принципів їх реалізації, методів, механізмів, інструментів та критеріїв прийняття управлінських рішень. Запровадження інноваційно-інвестиційного механізму дозволить системно та комплексно розв'язувати питання, що виникають при зміні підходів і методів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів, управління залученням інвестицій та реалізації на створеному підґрунті механізмів структурно-інноваційного оновлення підприємств туристичної галузі.

### 3.2. Інваріантні підходи визначення ефективності інвестиційної діяльності в туризмі

Функціонування туристичних підприємств у конкурентному середовищі потребує постійного контролю за рівнем економічної ефективності їх діяльності, що особливо актуально в процесі впровадження інновацій. Система оцінки ефективності діяльності підприємства ґрунтується на чотирьох процесах, які доцільно здійснювати також при визначенні ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств: розробка критеріїв ефективності; розробка системи показників і практичних процедур; управління на базі критеріїв; перевірка на відповідність поставленій меті [47, с. 74].

Можна виділити основні завдання оцінки ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств [60, с. 40]:

- створення інформаційної бази для оцінки інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства та прийняття управлінських рішень;
- прогнозування економічного та соціального розвитку туристичних підприємств;
- забезпечення комплексного підходу до оцінювання інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичної сфери.

Успішна інноваційно-інвестиційна діяльність туристичного підприємства залежить від механізму реалізації поставлених цілей. Результат інноваційно-інвестиційного розвитку туристичного підприємства завжди пов'язаний з метою його діяльності. Оскільки ефективний розвиток суб'єктів туристичної діяльності можливий при постійному впровадженні інновацій, то мета є функцією, що пов'язує функціонування та розвиток підприємств туризму з інноваційно-інвестиційною діяльністю. Інноваційно-інвестиційний розвиток можна вважати стійким, а діяльність – ефективною, якщо кінцевий результат збігається з метою. Відповідність результату та мети особливо

важлива з позиції вибору найбільш успішних управлінських рішень щодо функціонування підприємства.

Більш точним визначенням, що відображає сутність вищесказаного є поняття ефективності. У загальному вигляді економічна ефективність підприємства визначається шляхом зіставлення кінцевих результатів із витратами, а ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності туристичного підприємства можна розглядати як реалізовану можливість отримання результату, що відповідає поставленій меті при певних умовах (витратах) здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності.

Таким чином, можна виділити перший принцип оцінювання ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств – принцип відповідності кінцевого результату поставленій меті інноваційно-інвестиційного розвитку туристичного підприємства.

Важливим методологічним питанням оцінки ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств є визначення критеріїв ефективності. Отже, в якості критеріїв перспектив інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств туристичної галузі можна виділити: збільшення обсягів продажів туристичного продукту та прибутку, оволодіння певним сегментом ринку туристичних послуг, чому значною мірою сприятимуть інновації, зростання конкурентних переваг та досягнення певного положення в конкурентному середовищі, досягнення кількісно вираженого соціального ефекту та ін., що будуть характеризувати можливість ефективного функціонування та розвитку туристичних підприємств у тривалій перспективі.

Таким чином, можна виділити другий принцип оцінки ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств – це врахування стабільності ринкових позицій. Даний принцип передбачає, що в процесі здійснення інноваційно-інвестиційної діяльності доцільно віддавати перевагу тим заходам, які в результаті використання інновацій забезпечать стабільність ринкових позицій.

Третім принципом оцінки ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності є врахування етапів життєвого циклу туристичного продукту (рис. 3.2), що дає можливість охарактеризувати інвестиційну спрямованість і можливі інноваційні рішення в залежності від стадії ЖЦП.

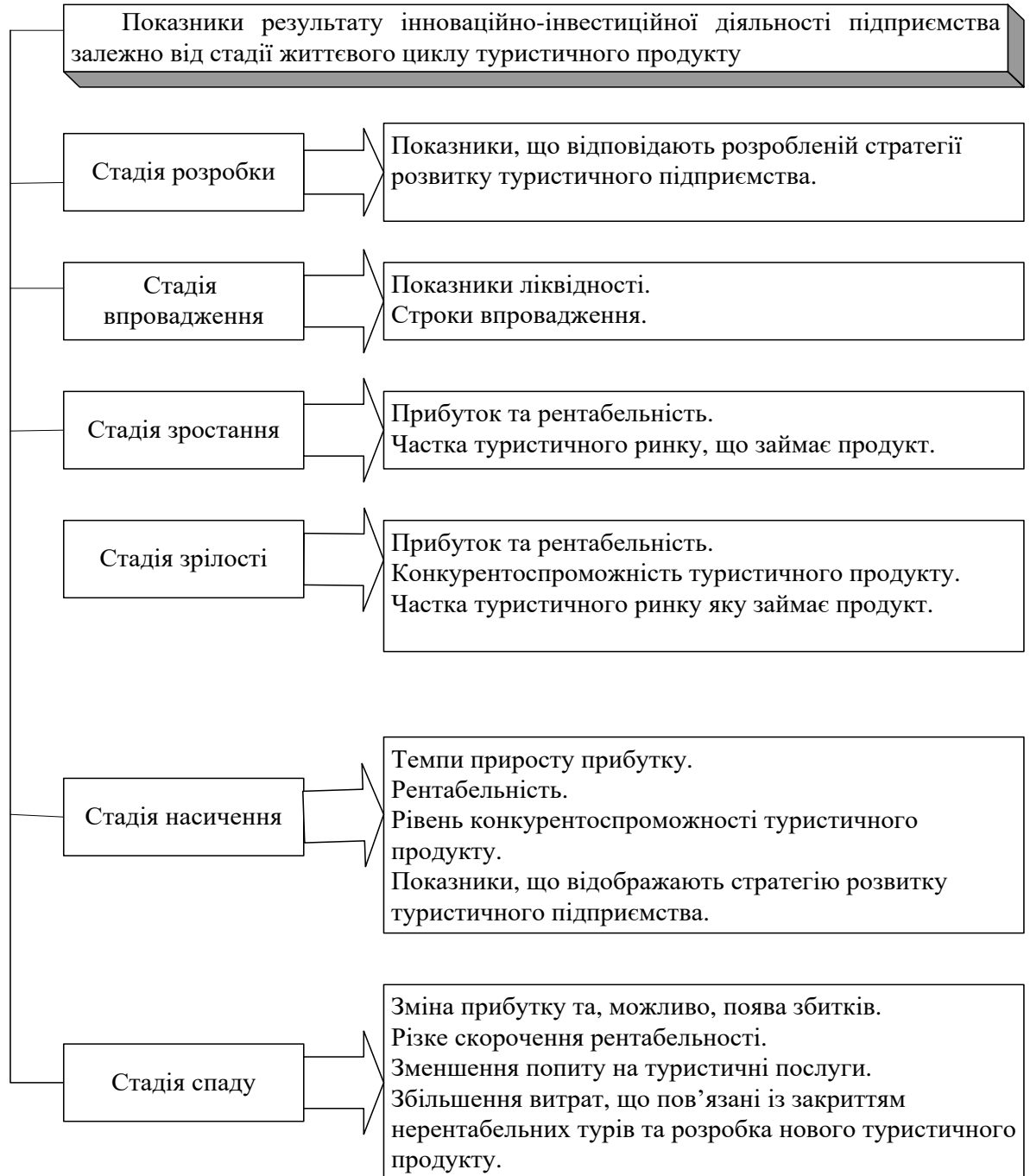


Рис. 3.2. Залежність показника результату інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства від стадії життєвого циклу туристичного продукту

Джерело: побудовано автором за [61, с. 250]



На стадії розробки та впровадження інноваційного туристичного продукту прибуток не утворюється і тому не може бути покладений в основу оцінки. На даному етапі прибуток носить мотиваційний характер і формує напрямки вирішення стратегічних завдань по підвищенню якості туристичного продукту, забезпеченню його відповідності потребам цільового сегмента туристичного ринку, а також скороченню витрат на формування туристичного продукту, його апробацію, підготовку та впровадження на ринок

На стадії зростання необхідно вирішувати завдання по збільшенню ринкової частки та завоюванню нових сегментів туристичних ринків, адже збільшення обсягів реалізації та прибутку свідчить про належне ринкове визнання туристичного продукту. На стадії зрілості основними показниками оцінки ефективності є прибуток і рентабельність.

На стадії спаду відбувається швидкий відхід з ринку застарілого туристичного продукту та відмова від активних ринкових дій, і результат інноваційно-інвестиційної діяльності туристичного підприємства на даному етапі може оцінюватися показником мінімально необхідного прибутку, але, не допускаючи отримання збитків.

Беручи до уваги високу ризикованість інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств, невід'ємною частиною аналізу ефективності інвестицій в інноваційні проекти повинна бути оцінка ризиків (рис. 3.3) [22, с. 136].

Представлена класифікація ризиків інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств, що заснована на виділенні загальних та специфічних ризиків дозволяє відобразити розмаїття чинників, що впливають на ефективність інноваційно-інвестиційного процесу в туризмі.

Варто зауважити, що інновації в туризмі можуть бути достатньо різноманітними, а головна мета будь-якої інновації суб'єктів туристичної діяльності – це створення конкурентоспроможного туристичного продукту, що користується попитом та дозволяє задовольнити плинні потреби туристів.

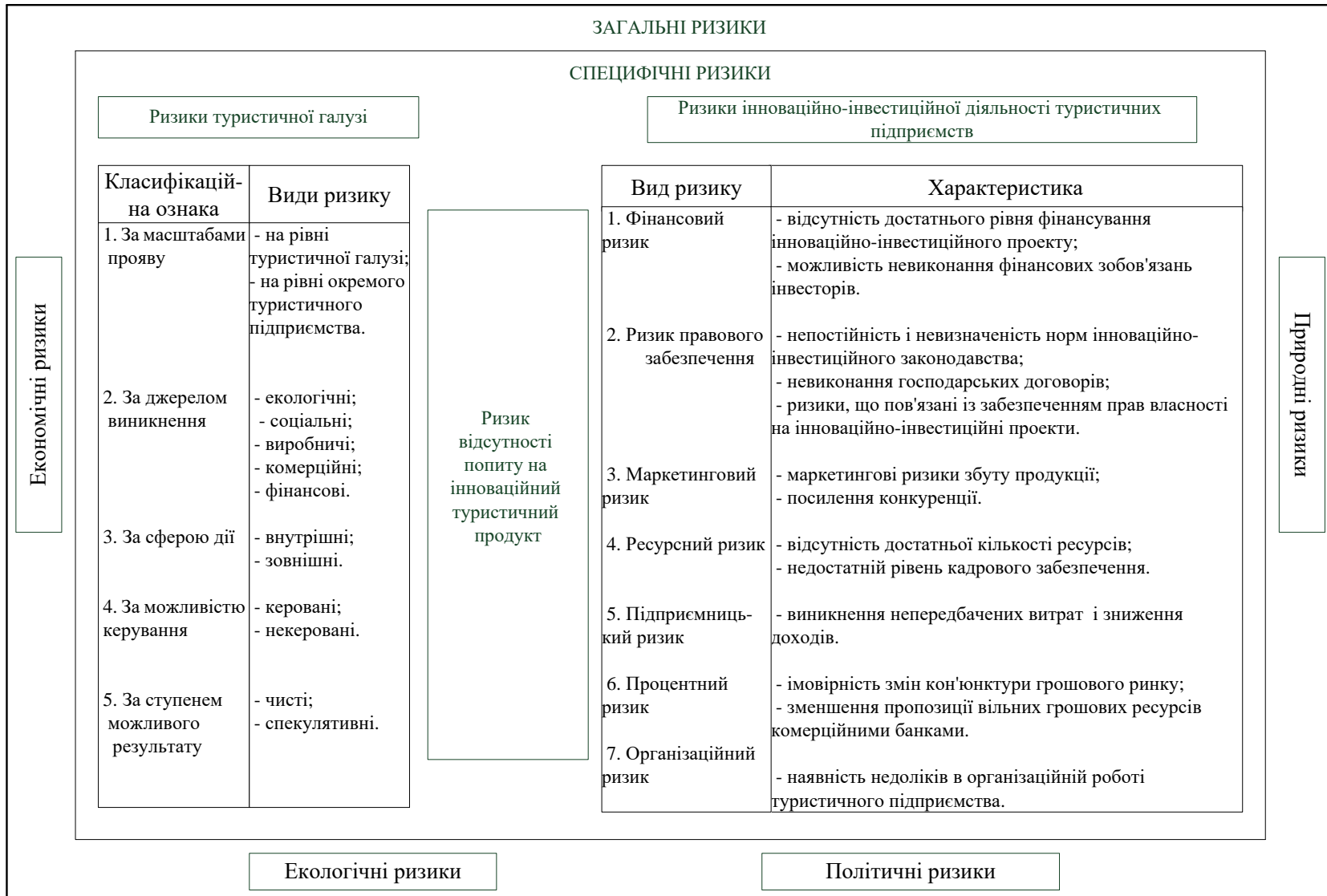


Рис. 3.3. Ризики інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств

Джерело: побудовано автором за [22, с. 138]

У зв'язку з цим, головним ризиком інноваційно-інвестиційної діяльності підприємств туристичної сфери є ризик відсутності на ринку попиту на інноваційний туристичний продукт, що підвищує ймовірність збитків через відмову споживача від пропонованого продукту. На рівень даного ризику значний вплив мають загальні ризику, до яких відносяться макроекономічні ризики, що властиві економіці будь-якої держави або світовій економіці в цілому [2, с. 253]:

- природні ризики (що виникають в результаті природних катаклізмів);
- економічні ризики (інфляційні, валютні тощо);
- екологічні ризики (забруднення навколишнього середовища, техногенні катастрофи);
- політичні ризики (страйки, мітинги, революції і т.д.).

Таким чином, резюмуючи сказане вище, можна зробити висновок, що оцінка ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств повинна базуватись на таких принципах: відповідність мети та кінцевого результату інноваційно-інвестиційного розвитку туристичного підприємства; стабільність ринкових позицій; врахування етапів життєвого циклу інноваційного туристичного продукту та принципи системності і комплексності. Така оцінка повинна здійснюватися на основі інтегрального показника ефективності через систему узагальнюючих та локальних показників, що охоплюють окремі напрямки діяльності туристичного підприємств (виробничу, фінансову, маркетингову, організаційно-управлінську), кожна з яких безпосередньо впливає на кінцеві результати інноваційно-інвестиційного розвитку.

### **3.3. . Напрями підвищення інвестиційної активності в туристичній сфері**

Туристична сфера України перебуває сьогодні лише на стадії становлення та формування, що і визначає невисоку ступінь її конкурентоспроможності на світовому ринку. Та якщо Україна зможе ефективно використати свої сильні сторони і скористатися можливими сприятливими тенденціями, що будуть визначати подальший розвиток світового туристичного ринку, то позитивні впливи від глобалізації світового туристичного ринку будуть відчутні і на розвитку туристичної сфери України. А це дасть додатковий поштовх для розвитку вітчизняної економіки, розширення міжнародного співробітництва, покращення позицій країни на світових ринках. Саме тому, узагальнюючи попередні дослідження, можемо сформувати концепцію стратегії створення та реалізації національного конкурентоспроможного туристичного продукту, яка подана на рис. 3.4.

Серед пріоритетних напрямів розширення в'їзного туризму варто виділити, перш за все, діловий [5, с. 14]. Перспективність розвитку саме даного виду зумовлена тим, що він здатен ефективно вирішувати одну з основних проблем сучасності – дефіцит часу.

Ще одним важливим фактором є значний вплив ділового туризму на розвиток взаємовідносин України з іншими країнами світу, оскільки він сприяє укладанню перспективних дво- та багатосторонніх угод у різних сферах господарювання нашої країни. Отже, розвиток ділового туризму – один із найперспективніших напрямів, як в Україні, так і у світі. Саме тому з метою досягнення ефективності функціонування окресленого виду туризму потрібно дотримуватися такої концепції розвитку ділового туризму в Україні (рис. 3.5).

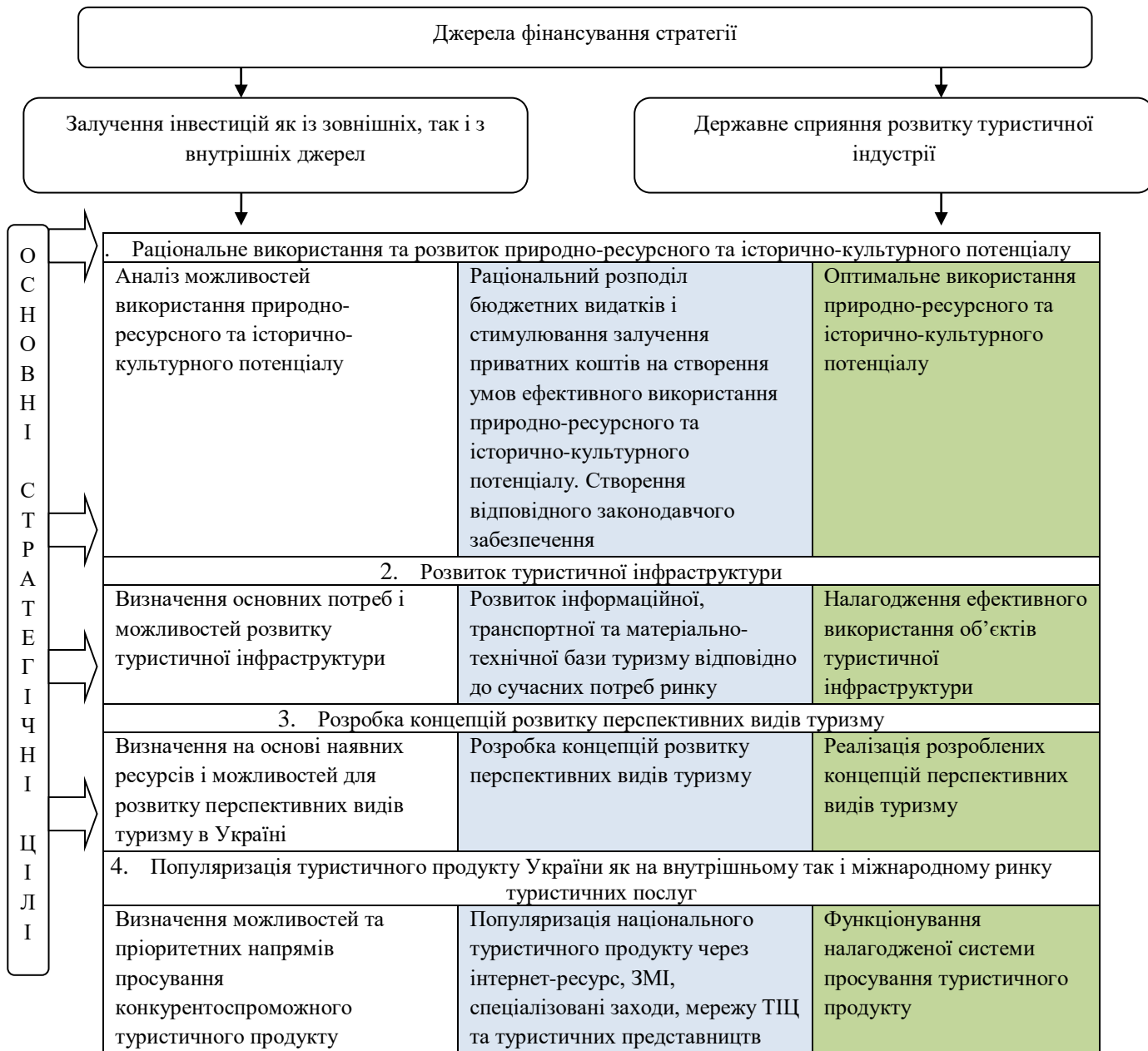


Рис. 3.4. Концепція стратегії створення та просування конкурентоспроможного туристичного продукту України

Джерело: побудовано автором за [43, с. 70]

Подані концептуальні напрями розвитку ділового туризму в Україні об'єднують два основних компоненти ефективного розвитку зазначеного виду туризму. Першою складовою є заходи вдосконалення щодо організації та регулювання сфери ділового туризму. У зазначеному аспекті важливого значення набувають такі заходи [6, с. 38]:



Рис. 3.5. Концептуальні напрями розвитку ділового туризму в Україні  
Джерело: побудовано автором за [60, с. 42]

1. Розширення програм ділових турів екскурсійною складовою, яке дасть змогу бізнес-туристам відволіктися від справ і ознайомитися з соціальними та культурними особливостями нашої країни, що може значно сприяти розвитку подальших економічних відносин і заохотити іноземних відвідувачів до подальших подорожей Україною з іншою метою на більш тривалий термін.

2. Застосування інноваційних технологій. Стрімкий розвиток постіндустріальної економіки вже сьогодні вимагає від організаторів ділових подорожей надавати своїм клієнтам можливість використовувати сучасні інноваційні технології: за допомогою Інтернету надсилати бізнес-туристам запрошення на конференції та конгреси, знайомити їх з програмою, надавати можливість слідкувати за виступами [19, с. 84].

3. Модернізація готельних комплексів передбачає запровадження комплексу заходів з модернізації та реконструкції існуючих об'єктів

розміщення та виставкових центрів з метою приведення їх у відповідність з вимогами та потребами ділових туристів. Отже, готель для розміщення бізнес-туристів повинен об'єднувати в собі можливості інфраструктури бізнес-центру, центру дозвілля, а також підприємств торгівлі та сфери послуг.

4. Розробка цільової програми розвитку ділового туризму як на державному, так і на регіональному рівнях з урахуванням сучасних тенденцій розвитку даного виду у світі. Одним із основних питань повинно стати обговорення і втілення в життя методів, і шляхів підвищення інвестиційної привабливості проектів будівництва бізнес-готелів і бізнес-комплексів.

5. Створення з боку держави сприятливих умов для проведення та організації виставок, ярмарків, конференцій, семінарів, корпоративних заходів і форумів. Це можливе за умови надання можливості безвізового в'їзду на такі заходи, фінансування державних установ на проведення останніх тощо.

6. Усі створені можливості для здійснення ділового туризму повинні популяризуватися і доноситися до споживача через потужну рекламно-інформаційну підтримку.

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки. У першу чергу серед пріоритетних видів розвитку туризму в Україні варто виділити діловий, сільський зелений та промисловий. Кожен із зазначених видів потребує окремої уваги, а також методів та інструментів ефективного розвитку. На нашу думку, доречно втілити у життя запропоновані концепції розвитку зазначених вище видів туризму з урахуванням специфіки функціонування кожного з них. Основна увага у поданих концепціях зосереджена на оптимальному поєднанні ресурсних можливостей, заходів розвитку та результатів від їхнього запровадження. По-друге, з метою популяризації вітчизняного туристичного продукту потрібно втілити в життя проект віртуального ресурсу. Останнє стане вагомим стимулом для відвідування країни як внутрішніми, так і іноземними туристами. По-третє, важливим

елементом розвитку туристичної інфраструктури є побудова туристичної представницької структури з метою залучення більшої кількості іноземних туристів в Україну, залучення іноземних інвестицій та забезпечення захисту прав і інтересів національних туристичних підприємств та українських туристів за кордоном. По-четверте, відповідно до потреб регіонів створити розгалужену мережу ТІЦ з обґрунтованим у роботі спектром послуг.



### Висновки до розділу 3

Розробка напрямів розвитку інвестиційної привабливості туристичної сфери дала можливість зробити такі висновки:

1. Запропонований концептуальний підхід до удосконалення інноваційно-інвестиційного механізму дозволить створити передумови для підвищення ефективності підприємств туристичної галузі та забезпечення їх інноваційно-інвестиційного розвитку. Обґрунтовано, що при такому розвитку туристи зможуть максимально задовольняти свої швидкоплинні потреби; туристичні підприємства – отримувати прибуток; органи влади – стабільний дохід у вигляді податкових надходжень, тим самим вирішуючи соціально-економічні проблеми держави та регіонів; населення – зайнятість і можливість використання туристичної інфраструктури в особистих цілях.

2. Доведено, що запровадження інноваційно-інвестиційного механізму дозволить системно та комплексно розв'язувати питання, що виникають при зміні підходів і методів до інвестиційного забезпечення інноваційних процесів, раціоналізації процесу управління залученням інвестицій та реалізації на створеному підґрунті механізмів структурно-інноваційного оновлення підприємств туристичної галузі.

3. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності підприємств туристичної галузі на макро-, мезо- та мікрорівнях, що дозволять активізувати інноваційно-інвестиційний розвиток туристичних підприємств на всіх рівнях.

4. Встановлено, що оцінка ефективності інноваційно-інвестиційної діяльності туристичних підприємств ґрунтується на таких принципах: відповідність мети та кінцевого результату інноваційно-інвестиційного розвитку туристичного підприємства; стабільність ринкових позицій; врахування етапів життєвого циклу інноваційного туристичного продукту; системність та комплексність.