

Калина Тетяна Євгеніївна¹,
доктор економічних наук,
професор кафедри геодезії та землеустрою
Арзуманян Тетяна Юріївна¹,
кандидат сільськогосподарських наук, доцент
кафедри геодезії та землеустрою
Даниленко Валерій Володимирович²,
кандидат економічних наук, доцент, доцент
кафедри туризму
¹ Одеська державна академія будівництва та
архітектури
² Державний біотехнологічний університет

Kalyna Tetiana¹,
Doctor of Economic Sciences,
<https://orcid.org/0000-0002-2705-9382>
Arzumanyan Tetiana¹,
Candidate of Agricultural Sciences,
<https://orcid.org/0000-0003-1470-1310>
Danylenko Valerii²,
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
<https://orcid.org/0000-0002-0098-5204>
¹ Odessa State Academy of Construction and
Architecture
² State Biotechnological University

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЕНОГАСТРОНОМІЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF ENOGASTRONOMIC DESTINATIONS

Калина Т. Є., Арзуманян Т. Ю., Даниленко В. В.
Інвестиційна привабливість еногастрономічних
дестинацій. *Український журнал прикладної еко-
номіки та техніки*. 2024. Том 9. № 1. С. 251 – 255.

Kalyna T., Arzumanyan T., Danylenko V. Investment
attractiveness of enogastronomic destinations.
*Ukrainian Journal of Applied Economics and
Technology*. 2024. Volume 9. № 1, pp. 251 – 255.

Туризм є мультиплікатором соціально-економічного розвитку, важливим сектором економіки зі значними інвестиціями, широким набором секторів національного господарства, які динамічно розвиваються. Одним з пріоритетних напрямів розвитку сучасного туризму є підтримка та розвиток внутрішнього, в'їзного туризму, важливим напрямом досліджень є аналіз інвестиційної привабливості туристичних дестинацій. Тому необхідність залучення інвестицій у сферу послуг, розвиток еногастрономічних дестинацій, які формують специфічний туристичний продукт, сприятимуть розвитку підприємництва у цій сфері, підвищенню економічного ефекту та розвитку сільських територій, що є важливим напрямом для забезпечення сталого розвитку. Метою публікації є дослідження шляхів підвищення інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій задля підвищення їх конкурентоспроможності. У статті досліджено питання аналізу інвестицій і шляхів підвищення інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій. Визначено сутність понять «інвестиції», «інвестиційна привабливість», «державно-приватне партнерство». Обґрунтовано, що до 2020 р. спостерігалась позитивна тенденція щодо обсягу капітальних інвестицій в економіку країни. Доведено, що в сучасних умовах важливе місце в інвестиційній діяльності належить впровадженню інвестицій у туристичну діяльність і розвиток туристських дестинацій. Визначено чинники, які впливають на оцінку інвестиційної привабливості. Обґрунтовано, що державно-приватне партнерство є одним з основних механізмів реалізації політики підвищення інвестиційної привабливості задля вирішення важливих соціально-економічних проблем. Визначено сутність державно-приватного партнерства під час формування інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій і результат взаємодії публічної та приватної сфери. Взаємодія держави і бізнесу для вирішення суспільно значущих завдань стає актуальною у зв'язку з глобалізацією, посиленням конкуренції на світовому ринку, ускладненням соціально-економічних умов, необхідністю забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг. Важливим фактором державно-приватного партнерства під час формування інвестиційної привабливості та розвитку еногастрономічних дестинацій є гарантування вигод від спільного використання ресурсів.
Ключові слова: туризм, еногастрономічна дестинація, інвестиції, інвестиційна привабливість, державно-приватне партнерство.

Tourism is a multiplier of socio-economic development, a vital sector of the economy with significant investments and a wide range of dynamically developing sectors of the national economy. One of the priority directions for the development of modern tourism is the support and development of domestic and inbound tourism. An important research direction is the study of investment attractiveness in tourist destinations. Therefore, the need to attract investments in the service sector, the development of enogastronomic destinations that form a specific tourist product, will contribute to the development of entrepreneurship in this area, increase the economic effect and development of rural areas, which is an essential direction for ensuring sustainable development. The publication aims to research ways to increase the attractiveness of investment in enogastronomic destinations to increase their competitiveness. The article examines the issues of research on investments and ways of increasing investment attractiveness in enogastronomic destinations. The essence of the concepts "investment", "investment attractiveness", "public-private partnership" was determined. It is substantiated that until 2020, a positive trend was observed regarding the volume of capital investments in the country's economy. It has been proven that in modern conditions, an essential place in investment activities is the introduction of investments in tourist activities and developing tourist destinations. Factors affecting the assessment of investment attractiveness are determined. It is substantiated that public-private partnership is one of the critical mechanisms for implementing the policy of increasing investment attractiveness to solve significant socio-economic problems. The essence of public-private partnership in forming the investment attractiveness of food and wine destinations and the result of the interaction of the public and private spheres have been determined. The interaction of the state and business to solve socially significant tasks becomes relevant in connection with globalization, increased competition on the world market, the complication of social and economic conditions, and the need to ensure the appropriate competitiveness of domestic goods and services. A key factor of public-private partnerships in

Вступ

Туризм є мультиплікатором соціально-економічного розвитку як для окремих країн, так і туристичних дестинацій, важливим сектором економіки зі значними інвестиціями, широким набором секторів національного господарства, які динамічно розвиваються та тісно взаємопов'язані з туризмом. Туристична діяльність є важливою сучасною сферою діяльності національної економіки, яка спрямована на задоволення потреб людей і сприяє підвищенню якості життя населення. На відміну від багатьох інших сфер економіки, туризм не призводить до виснаження природних ресурсів, а створює стійкі передумови для формування оптимізованого природного середовища. Туризм є однією з провідних і найбільш динамічних галузей економіки, а за швидкі темпи власного розвитку визнаний економічним феноменом XIX ст. За даними Всесвітньої туристичної організації, комплексне обслуговування одного туриста еквівалентне створенню дев'яти нових робочих місць, вартість створення яких нижча, порівняно з іншими галузями національного господарства.

Одним з пріоритетних напрямів розвитку сучасного туризму є підтримка та розвиток внутрішнього, в'їзного туризму, тому важливим напрямом є дослідження інвестиційної привабливості туристичних дестинацій, що важливо для забезпечення сталого зростання туристичного потенціалу, конкурентоспроможності на ринку послуг і підвищення туристської активності населення в межах туристичних дестинацій.

Еногастрономічний туризм в економіці регіонів досить новий, але перспективний напрям туристичної діяльності. Еногастрономічний туризм є сферою докладання зусиль економічних агентів, що відповідають глобальній тенденції: їжа, напої, пригоди. Довгий час еногастрономічний туризм розглядався як доповнення до основної програми туру та не був достатньою мотивацією для подорожі, нині ж традиційна кухня, продукти місцевого виробництва виступають як повноцінні фактори формування ядра туристичних дестинацій і тяжіння туристів. Тому необхідність залучення інвестицій у сферу послуг, розвиток еногастрономічних дестинацій, які формують специфічний туристичний продукт, сприятимуть розвитку підприємництва у цій сфері, підвищенню економічного ефекту та розвитку сільських територій.

Нині підприємства туризму змушені шукати шляхи власного розвитку в умовах динамічного зовнішнього середовища, реагувати на зміни задля збереження конкурентоспроможності та забезпечення ефективності розвитку в умовах ринку. Інвестиції є потужним джерелом відновлення виробництва й економічного зростання економіки країни. Питання залучення інвестицій сьогодні треба розглядати як один з основних елементів під час розроблення економічної політики [4]. Недооцінювання ролі інвестиційної діяльності або звуження її функцій, призводить до диспропорцій у виробництві та наданні туристичних послуг, прагненні туристичних підприємств до розширення або виживання в нинішніх реаліях. У науковій літературі, присвяченій інвестиційним проблемам, основна увага приділяється проблемам інвестиційної діяльності переважно у промисловості. Інвестування у таку багатогалузеву систему, як туризм, і, зокрема, у її підсистему – індустрію еногастрономічного туризму, обмежується лише незначною згадкою. Різні аспекти дослідження і аналізу загальних тенденцій, перспектив розвитку індустрії туризму, впровадження інвестицій і формування інвестиційної привабливості туристичних дестинацій присвячені роботи: В. Киф'як, В. Лагодієнко, М. Мальської, О. Меліх, С. Мельниченко, В. Семенова, Т. Ткаченко, В. Худо, І. Школи та ін. Водночас в умовах ринкової економіки суттєвого значення набуває розроблення форм і методів залучення інвестицій, використання позитивного та усунення негативного досвіду інвестиційної діяльності підприємств, які надають різні послуги у сфері туризму в нашій країні, і формування інвестиційної привабливості туристичних дестинацій у складних сучасних реаліях.

Формулювання цілей статті

Метою публікації є дослідження шляхів підвищення інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій за сучасних умов господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження

Відомо, що метою інвестиційної політики є створення умов для ефективних вкладень в економіку регіону. Інвестування у туризмі – це залучення капіталу інвесторів у туристичний бізнес з метою отримання прибутку. Оскільки капітал один з основних чинників виробництва, можливість туристичної індустрії надавати послуги та розробляти туристичні продукти безпосередньо залежить від капіталу, який інвестується. Отже, варто дати визначення, що таке інвестиції та інвестиційна привабливість. Так, інвестиції – відносно новий термін для вітчизняної економіки. Під інвестиціями слід розуміти вкладення фінансових ресурсів з метою отримання доходів у майбутньому. Інвестиції – це кошти, цінні папери, інша власність, зокрема майнові права та інші права, які мають грошову оцінку, вкладаються в об'єкти підприємницької або іншої діяльності з метою отримання прибутку і/або досягнення іншого корисного ефекту.

Поняття інвестиційної привабливості використовують здебільшого під час оцінювання об'єктів інвестування, рейтингових складових і порівняльному аналізу процесів і тенденцій розвитку. Трактують категоріального поняття «інвестиційна привабливість» передбачено «Методикою інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій» [5], яке є базовим і для багатьох науковців.

Зокрема, інвестиційна привабливість розглядається як рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших вимог чи інтересів інвестора щодо конкретного підприємства, яке може визначатися чи оцінюватися значеннями відповідних показників, зокрема інтегрального оцінювання [3]. У нашому розумінні інвестиційна привабливість – це сукупність зовнішніх і внутрішніх характеристик, властивостей та ознак, які впливають на притяг інвестицій у регіон і реалізацію інвестором власних цілей. Інвестиційна привабливість може бути оцінена на поточний час, а також на визначений період у майбутньому за допомогою прогнозних показників. Від ефективності діяльності регіонів країни та рівня їх інвестиційної привабливості залежить розвиток та інноваційність національної економіки. Тому вирішення проблемних аспектів задля забезпечення сприятливих умов для формування високого рівня інвестиційної привабливості є пріоритетним в умовах сучасних глобалізаційних викликів.

Рейтингова оцінка економіки країн, яка набуває значної популярності серед вітчизняних та іноземних інвесторів, створює потребу у вирішенні питань залучення додаткового капіталу, реалізації довгострокових інвестиційних проєктів, прогресивного розвитку держав. Україна займає досить низькі позиції у рейтингу, що засвідчує стан економіки, інвестиційного клімату, легкість здійснення бізнесу, тому важливим питанням для нашої країни є покращення її інвестиційного іміджу. За результатами експертного дослідження, проведеного Європейською Бізнес Асоціацією [8], війна росії проти України очолила перелік факторів, що негативно вплинули на інвестиційний клімат, на другому місці опинилась корупція, на третьому – слабка судова система. Водночас негативний вплив COVID-19 оцінюється як мінімальний і перебуває на останньому місці у цьому списку. До негативних факторів респонденти також додали низьку купівельну спроможність, логістичні виклики, наявність тіньової економіки, пошкодження інфраструктури, міграцію робочої сили, ціни на паливо, нечітку процедуру мобілізації та валютні обмеження.

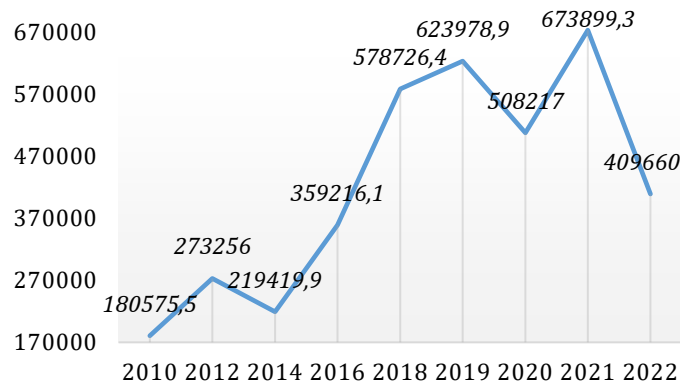


Рис. 1. Капітальні інвестиції за 2010-2022 рр., млн грн. Джерело: побудовано за даними [2]

Враховуючи непрості економічні обставини як в Україні, так і у світі, згідно з традиційним підходом, локомотивом динамічного розвитку економіки є залучення інвестицій в основний капітал. Для аналізу інвестиційної діяльності в Україні доцільно провести оцінювання загального обсягу капітальних інвестицій в економіку країни за період 2010-2022 рр. (рис. 1). Аналізуючи наведені на рис. 1 дані, констатуємо, що до 2020 р. обсяг капітальних інвестицій в економіку країни постійно збільшувався. Однак 2022 р. обсяг капітальних інвестицій суттєво знизився, порівняно з 2021 р., на 264,239,3 млн грн, що загалом позначалось на інвестиційній привабливості країни.

У сучасних умовах важливе місце в інвестиційній діяльності належить впровадженню інвестицій у туристичну діяльність, яка становить собою створення за допомогою капіталу нових туристичних об'єктів, модернізацію та реконструкцію наявних, що здатні надавати або виробляти окремі види послуг, а також нематеріальних активів (інновації, ноу-хау, винаходи). Таким чином проходить процес матеріалізації ідей зі створення нових туристичних об'єктів, здатних надавати туристичні послуги в значних обсягах за значного поліпшення якості обслуговування туристів. Окремо проведемо аналіз обсягів капітальних інвестицій у динаміці показників 2010-2022 рр. за видами економічної діяльності, які задіяні в туризмі (табл. 1). Дані таблиці вказують, що обсяги капітальних інвестицій 2022 р. знизились за всіма видами економічної діяльності, задіяними в туризмі, порівняно з 2021 р.

Таблиця 1. Динаміка обсягу капітальних інвестицій за видами економічної діяльності, що задіяні в туризмі, млн грн

Види економічної діяльності	2010	2012	2014	2016	2018	2019	2020	2021	2022
Тимчасове розміщування	679,1	1534,7	867,1	756,1	1473	982,9	839,9	953,8	799,1
Діяльність із забезпечення стравами та напоями	354,1	730,2	614,9	721,8	1202,1	1849,3	1111,3	1736,4	1384,5
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	976,7	2598	508,7	969,9	3663,2	4146,2	2772,8	4423,1	2152,6

Джерело: сформовано за даними [7].

Тож, аналізуючи дані табл. 1, констатуємо, що капітальні інвестиції у розвиток сфери туризму є досить низькими. Сукупно за середніми показниками вони складають орієнтовно на рівні 1-2% від загального обсягу капітальних інвестицій. Тому інвестиційна політика повинна бути спрямована на зростання економіки і підвищення ефективності виробництва туристичних послуг у дестинаціях, забезпечення самофінансування, джерел інвестування (зокрема іноземних інвесторів), необхідних для створення інфраструктури та розвитку туристичних дестинацій. Основними завданнями системи управління інвестиційною діяльністю у туризмі є: створення інфраструктури інвестиційного ринку; визначення пріоритетних напрямів вкладення інвестицій; створення умов для залучення позабюджетних джерел фінансування інвестицій, зокрема іноземних інвестицій; забезпечення інтеграції регіонального інвестиційного ринку з національним ринком інвестиційних ресурсів.

Варто зазначити, що нині немає універсальної моделі для визначення інвестиційної привабливості туристичних дестинацій і єдиного підходу до методології і принципів аналізу інвестиційної

привабливості, а також єдиної думки щодо напрямів, якісного та кількісного оцінювання показників, які характеризують інвестиційну привабливість туристичних дестинацій. Під час формування інвестиційної привабливості дестинації необхідно враховувати низку найважливіших тенденцій розвитку сфери туризму: щораз більшу обізнаність і вимогливість туристів; віковий склад туристичних груп; співвідношення самодіяльних та організованих туристів; щораз більшу конкуренцію з боку дестинацій, туристичних та інших організацій; сприйнятливості сфери туризму до нових технологій. Перші три тенденції взаємопов'язані і належать до потенційного споживача туристичних послуг, для яких створюють інфраструктуру та залучають інвестиції: ці туристи формують попит, але водночас мають різні вікові переваги. Туризм стає все більш популярним відпочинком і конкурентні переваги територій формують потоки потенційних туристів. Тому важливою тенденцією є щораз більша конкуренція з боку дестинацій, туристичних та інших організацій, що призводить до потреби аналізувати перевагу своєї території та попит відвідувачів на надання послуг. Вибираючи місце відпочинку, туристи звертають увагу на привабливість території – наявність усіх атракцій, що мотивують туриста; транспортну забезпеченість дестинації, наявність різних можливостей розміщення, харчування, торгівлі та можливості для проведення часу. Сприйняття цінностей має базуватись на реальному стані справ регіону, тобто ціна, яку сплачує інвестор за будь-який актив, має відображати майбутній дохід, який він зможе отримати.

Якщо враховувати, що інвестиційна привабливість як економічна категорія має об'єктивний критерій, то її оцінка майбутнім інвестором завжди буде суб'єктивною, і її можна визначити як сприйняття інвестором з позиції максимального досягнення власних пріоритетних цілей, до яких входить, зокрема: отримання деякого ресурсу (туристичні ресурси, туристичні ринки збуту послуг, вигідна туристична територія, споживачі туристичних послуг тощо); формування власних стандартів на туристичні послуги; прагнення до монополізації свого становища у туристичній галузі регіону. Отже, оскільки стратегічні цілі кожного інвестора мають унікальний характер, то й оцінка інвестиційної привабливості дестинації буде суб'єктивна і унікальна. Оцінка інвестиційної привабливості обов'язково має відобразити оцінку базової прибутковості, майбутньої вигоди у грошовому еквіваленті та рівень ризику. Сприйняття цінностей має базуватись на реальному стані справ регіону, тобто ціна, яку сплачує інвестор за будь-який актив, має відображати майбутній дохід, який він зможе отримати.

Комплексне оцінювання інвестиційної привабливості необхідно проводити, ґрунтуючись на системному використанні кількісних і якісних показників і коефіцієнтів. Крім того, на інвестиційну привабливість впливає низка чинників: від рівня розвитку інституційної інфраструктури та інновацій, ефективності фінансової системи, структури економіки, оподаткування, розвитку банківської системи – до потенціалу економічного розвитку територій. Склад чинників індивідуальний для кожного конкретного випадку, зокрема, залежить від форм інвестицій. Крім того, перед проведенням оцінювання інвестиційної привабливості регіону необхідно визначитись з цілями, оскільки від цілей оцінювання залежить і набір показників, і вага, яка буде надана тому чи іншому показнику або індикатору. Але водночас кількісні характеристики без урахування впливу зовнішнього середовища не можуть відобразити повну картину розвитку дестинації, у яку інвестують. Таким чином, для отримання оперативних даних про зміну впливу зовнішніх характеристик на інвестиційну привабливість і розроблення системи показників комплексного оцінювання інвестиційної привабливості дестинацій для розвитку туризму необхідно включати якісні показники. Водночас існує безліч підходів до розрахунку показників інвестиційної привабливості регіонів. Деякі вчені розглядають інвестиційну привабливість як інтегральну інвестиційну характеристику регіону, що формується з рівня інвестиційних регіональних ризиків та інвестиційного потенціалу. Інші розглядають модель, яка включає три складові – економічну, ризикову і конкурентну. Пропонується і модель оцінювання інвестиційної привабливості сфери туризму дестинації на основі даних Державної служби статистики України.

Нині державно-приватне партнерство є одним серед основних механізмів реалізації політики підвищення інвестиційної привабливості задля вирішення важливих соціально-економічних проблем [1]. Висока ефективність державно-приватного партнерства як форми взаємодії держави і бізнесу доведена досвідом багатьох країн світу. Водночас необхідно зазначити, що в більшості розвинених і успішних країн індустрія туризму, розваг і гостинності є сферою активної взаємодії держави і бізнесу та виходить за межі окремих інвестиційних проектів. Взаємодія розвивається в таких основних галузях: розвиток інфраструктури, територіальний маркетинг і менеджмент дестинації, планування та підтримка проектів розвитку регіону, створення сприятливих умов для розвитку бізнесу та підтримка місцевих підприємців сфери гостинності і туризму, галузеві дослідження і розроблення продукту, підготовка галузевих кадрів, спільне управління охоронними зонами. Окрім того, у всьому світі сфера туризму та гостинності представлена переважно малим і середнім приватним бізнесом. Держава, яка бере участь у державно-приватних проектах у сфері туризму, підтримує інвесторів, формує сприятливе інвестиційне та бізнес-середовище, за якісної та цілісної реалізації державою цих функцій створюються передумови для розвитку бізнесу, будівництва та успішного функціонування готелів і ресторанів, об'єктів індустрії розваг, створення та просування туристичних продуктів, зростання кількості зайнятих у галузі [6]. Крім того, туризм – один з найважливіших факторів, що формують імідж країни, внаслідок чого виникають передумови підвищення довіри, зміцнення позицій держави на міжнародному рівні, зростання інвестиційної привабливості національної економіки, де туризм може стати частиною концепції національного брендингу.

Бачення нами результату взаємодії публічної та приватної сфери під час формування інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій, наведено на рис. 2.

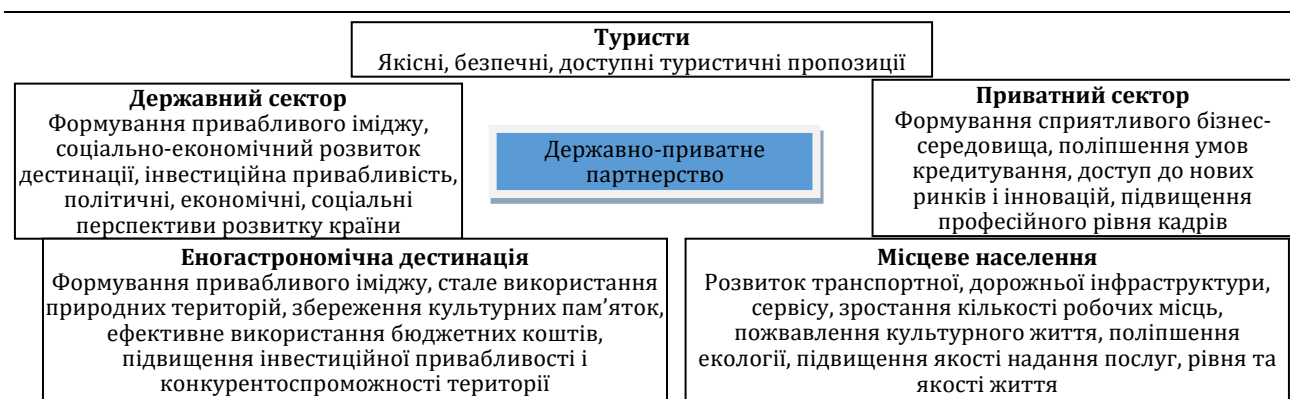


Рис. 2. Державно-приватне партнерство під час формування інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій

Розуміння сутності державно-приватного партнерства під час формування інвестиційної привабливості еногастрономічних дестинацій визначається як співпраця органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектору за поєднання ресурсів партнерів, а також економічних, соціальних і політичних інтересів, обов'язків і відповідальності задля забезпечення суспільних потреб у відпочинку, підтримки в належному стані об'єктів виробничої, соціальної інфраструктури, збереження ресурсів, підвищенні якості і номенклатури надання туристичних послуг та отримання прибутку партнерами.

Висновки та перспективи подальших розвідок

Отже, взаємодія держави і бізнесу задля вирішення суспільно значущих завдань стає актуальною у зв'язку з глобалізацією, посиленням конкуренції на світовому ринку, ускладненням соціально-економічних умов, необхідністю забезпечення відповідного рівня конкурентоспроможності вітчизняних товарів і послуг. Важливим фактором державно-приватного партнерства під час формування інвестиційної привабливості та розвитку еногастрономічних дестинацій є гарантування вигод від спільного використання ресурсів. Важливість партнерства як способу забезпечення сталого розвитку туристичних дестинацій є очевидною. ДПП забезпечує взаємовигідне співробітництво його учасникам: сприяння у виконанні суспільно значущих функцій для держави та можливість інвестування в нові об'єкти – для бізнесу.

Література

1. Брайлівський І.А. Державно-приватне партнерство: методологія, теорія, механізми розвитку: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.01. Нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2015. 462 с.
2. Державна служба статистики України. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
3. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Партин Г.О. Інвестиційний словник. Львів: Бескид Біт, 2005. 512 с.
4. Карсекін В.І. Інвестиційна політика: проблеми теорії і практики готельного бізнесу. Харків: ХДУХТ, 2015. 518 с.
5. Методика інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій: Наказ Агентства з питань запобігання банкрутству підприємств і організацій № 22 від 23.02.1998. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>.
6. Стеченко Д., Безуглий І. Імператив державноприватного партнерства в рекреаційно-туристичній сфері України. *Регіональна економіка*. 2014. С. 136-146.
7. Туристичний барометр України 2021-2022. URL: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
8. Чи можливі інвестиції під час війни? URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/chi-mozhlivi-investiciyi-pid-chas-viyini.html>.

References

1. Brajlovs'kyj, I.A. (2015). «Public-private partnership: methodology, theory, mechanisms of development». *Derzhavno-pryvatne partnerstvo: metodolohiia, teoriia, mekhanizmy rozvytku: dys. ... d-ra ekon. nauk: 08.00.01. nats. un-t im. V. N. Karazina. Kharkiv. Ukraine*.
2. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy*. [State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://ukrstat.gov.ua/>
3. Zahorodnij, A.H., Vozniuk, H.L., Partyn, H.O. (2005). *Investytsijnyj slovnyk*. [Investment dictionary]. Beskyd Bit. L'viv. Ukraine.
4. Karsekin, V.I. (2015). *Investytsijna polityka: problemy teorii i praktyky hotel'noho biznesu*. [Investment policy: problems of theory and practice of the hotel business]. KhDUKhT. Kharkiv. Ukraine.
5. *Metodyka intehral'noi otsinky investytsijnoi pryvablyvosti pidpriemstv ta orhanizatsij: Nakaz Ahentstva z pytan' zapobihannia bankrutstvu pidpriemstv i orhanizatsij*. [Methodology for integral assessment of the investment attractiveness of enterprises and organizations: Order of the Agency for the Prevention of Bankruptcy of Enterprises and Organizations]. № 22 dated February 23, 1998. Available at: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0214-98>.
6. Stechenko, D., Bezuhlyj, I. (2014). «Imperative of public-private partnership in the recreation and tourism sphere of Ukraine». *Rehional'na ekonomika*. pp. 136-146.
7. *Turystychnyj barometr Ukrainy 2021-2022*. [Tourist barometer of Ukraine 2021-2022]. Available at: https://nto.ua/nsts_analytics_ua.html.
8. *Chy mozhlyvi investytsii pid chas viyny?* [Are investments possible during wartime?]. Available at: <https://yur-gazeta.com/golovna/chi-mozhlivi-investiciyi-pid-chas-viyini.html>.

Стаття надійшла до редакції 15.01.2024 р.