

стимулює приплив іноземців, а разом з ними – іноземної валюти, що підсилює економіку країни та знижує показники безробіття в регіоні.

Список літератури:

1. Папп В. В., Бошота Н. В. Туризм як пріоритетний напрям розвитку економіки регіону (на прикладі Закарпатської області) URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20143\(107\)/sep20143\(107\)_528_PappVV,BoshotaNV.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20143(107)/sep20143(107)_528_PappVV,BoshotaNV.pdf). (дата звернення 10.03.2020).
2. CONSUL TRAVEL SERVICE. URL: <http://www.cts-tours.com/consul-travel-service/ru/glavnaya>. (дата звернення 10.03.2020).

УДК 338:48

Богдан Н. М.,
д-р екон. наук, доцент,
професор кафедри туризму і готельного господарства;
Корчагіна Д. С.,
*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

ФАКТОРИ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЕСТИНАЦІЇ: ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС

Готельно-ресторанний бізнес є однією з основних складових економіки України, її регіонів та дестинацій. Ефективне функціонування цієї сфери є індикатором позитивних змін в економіці держави та регіонів, а створення і реалізація туристичного продукту є важливою передумовою інтенсифікації міжнародних зв'язків.

Споживання туристичного продукту здійснюється у обраному туристом місці, яке визначено територіально і може трактуватися як туристична дестинація. Якщо розглянути це поняття більш досконально, можна зробити висновок, що в наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів поняття туристичної дестинації є відносно новим, а єдина думка щодо трактування відсутня.

Так, наприклад, професор Тетяна Ткаченко визначає туристичну дестинацію як «певне місце, що має реальний або уможлядний кордон (місто, регіон, район, острів, тощо), що приваблює туристів за рахунок наявності своїх туристично-рекреаційних ресурсів, атрактивних можливостей та необхідної інфраструктури, доведених до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання [1, с. 62].

У той час всесвітня туристична організація (UNWTO) вважає туристичну дестинацію як основне місце призначення туристичної поїздки, територію, відвідання якої посідає центральне місце у вирішенні подорожувати [2].

В загальному ж значенні туристичну дестинацію можна охарактеризувати як територію, яка містить засоби обслуговування і послуги для забезпечення потреб туристів.

Для того, щоб певну територію можна було вважати дестинацією, необхідним є виконання певних умов – наявність усіх елементів інфраструктури. Один з цих елементів, а саме, наявність на цій території засобів розміщення, харчування, рекреаційної та розважальної зон, має особливе значення. Усе це можна узагальнити і розглядати, як діяльність єдиної системи – готельно-ресторанного комплексу, де надається повний спектр послуг для туристів.

Готельно-ресторанний бізнес, як складова частина туристичної дестинації, є одним із стабілізуючих та стимулюючих факторів розвитку економіки регіону. Саме ця складова бізнесу має колосальний потенціал інвестиційної привабливості як для внутрішніх, так і для зарубіжних інвесторів. За допомогою інвестицій та ефективного управління можна зробити регіон більш привабливим, тим самим збільшити туристські потоки.

Слід враховувати, що готельна і ресторанна індустрія з кожним роком змінюються у відповідь на нові очікування споживачів. Ринок стає дуже агресивним, пропозицій стає дедалі більше, а у зв'язку з цим набирає обертів головна проблема – конкуренція. Для того, щоб туристична дестинація була конкурентоспроможною, слід враховувати новітні тенденції та розуміти, що так сильно впливає на індустрію.

У 2020 році на перший план виходить цифрова трансформація бізнесу, яка дозволяє створювати більш адресні, персоналізовані пропозиції. Споживачам стало комфортніше спілкуватися за допомогою месенджерів, ніж особисто з персоналом. Обирати готельно-ресторанний комплекс стає простіше з розвитком віртуальної і додаткової реальностей. Завдяки цьому можна змінити те, як і де люди роблять покупки і взаємодіють з брендами. Соціальні мережі і різноманітні Інтернет-спільноти з кожним роком мають все більший вплив на вибір споживача, який в першу чергу може знайти там відгуки та прозорі коментарі.

Говорячи про тенденції, слід враховувати таке поняття, як «економіка спільного проживання», до чого відноситься приватний сектор, зокрема платформа Airbnb, яка є серйозною загрозою для готельної індустрії і робить конкурентний ландшафт більш жорсткішим, ніж будь-коли [3].

Тим не менш, слід пам'ятати про розрив в попиті поколінь і пам'ятати не тільки про новітні технології, а й про те, що споживачі завжди будуть цінувати: професіоналізм і рівень компетенції співробітників.

На підставі вищесказаного, можна дійти висновку, що для привабливості готельно-ресторанного бізнесу і туристичної дестинації регіону загалом недостатньо проводити лише звичайну оперативну діяльність та враховувати новітні тренди, а й застосовувати їх як позитивний аспект для підвищення конкурентоспроможності та підвищення інвестиційної привабливості, що сприятиме розвитку інфраструктури дестинації.

Список література:

1. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – [2-ге вид., випр. та доповн.]. – Київ : КНТЕУ, 2009. – 463 с.
2. UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>
3. Портал HotelierNEWS – готельні новини і все про гостинність. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://hoteliernews.ru/>

УДК 338:48

Богдан Н. М.,

д-р екон. наук, доцент,

професор кафедри туризму і готельного господарства;

Кунуп І. В.

студентка центру заочного навчання;

Гахраманов І. Г.

студент центру заочного навчання,

*Харківський національний університет міського господарства
імені О. М. Бекетова*

ІНВЕСТИЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТСЬКОЇ ГАЛУЗІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Досягнення високого рівня соціально-економічного розвитку в Україні неможливе без ефективної структурно-інвестиційної політики перебудови економіки з метою створення сприятливого інвестиційного клімату. Однак, в умовах значного дефіциту внутрішніх фінансових ресурсів в Україні актуальним також стає формування виваженої політики залучення іноземних інвестицій, які б забезпечили інноваційну основу розвитку, а не сприяли б подальшій структурній деформації національного виробництва.

Вирішення цих завдань нерозривно пов'язане із здійсненням інвестиційних затрат на національному, регіональному та місцевому рівнях.

Проблематика організації інвестування галузей економіки представлена в роботах таких фахівців як Азар В. І., Балабанов І. Т., Біржаков К. М., Водоводів А. В., Гільберт Д., Гуляєв В. Г., Дітхелм Г., Жуков М. А., Ковальов В. В., Корнєєв С. Є., Купер К., Макаров С. Ю., Сапрунов В., Татарінова А. А., Флетчера Д., Фостер Дж., Хорнгрен Ч.Т. та інших.

У роботах перерахованих авторів досліджуються концептуальні основи і історичний досвід функціонування сфери туризму, методи і форми туристської діяльності, пошуку нових напрямків її розвитку; формування ринку туристичних послуг, тощо.

Разом з тим, низка теоретичних і методологічних аспектів активізації інвестиційних процесів недостатньо освітлена, особливо в плані формування ефективного організаційно-економічного механізму інвестування,